

ГОРОД КАК СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

УДК 316.7

КУЛЬТУРНЫЙ КОД ГОРОДА

Н. Г. Федотова

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого
Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41
Поступила в редакцию 03.02.2022 г.
doi: 10.5922/2225-5346-2022-4-1

Статья посвящена одному из современных направлений семиотического познания города и городской среды – анализу культурного кода города. Автор акцентирует внимание на том, что в современном научном дискурсе растет значимость изучения культурного кода города не столько как феномена, сколько как системы дешифровки и познания каждого конкретного города в индивидуальном контексте. Данный аспект тесно связан с решением задачи укрепления городской идентичности и локального патриотизма, а также выявления уникальных культурных смыслов города в рамках процессов позиционирования его образа во внешней среде. В качестве основы исследования культурного кода города предлагается рассматривать следующие факторы, задающие кодирование городской реальности: а) природа и климат; б) художественные тексты, где город осмыслен и представлен в художественном контексте; в) исторические события, связанные с городом; г) пространственные характеристики; д) символическая связь с известными личностями («гениями места»). Отмечается, что на процесс кодирования оказывают влияние и другие особенности города, которые формируют экономический, гастрономический, туристический, цифровой и иные коды города, а их дешифровка может осуществляться как на повседневном, так и на экспертном (академическом) уровне. Автор выделяет основные способы знакового выражения культурного кода города, его фиксации и трансляции.

Ключевые слова: город, культурный код, коды города, городская идентичность

В гуманитарной урбанистике понимание города как текста является одной из важнейших методологических стратегий, позволяющих раскрывать знаково-символическую природу города, акцентировать внимание на процессах семиозиса городских смыслов, научной интерпретации фрагментов городской реальности.

Подобные тенденции урбанистического дискурса актуализируют проблему «читаемости города» со стороны человека, благодаря которой «города распознаются и складываются в упорядоченную картину» (Линч, 1982, с. 16) в антропологическом приближении города к человеку, а также вопросы измерения и планирования городского пространства сквозь призму антропологии культуры. Кроме того, семиотика города позволяет высветить наиболее значимые для тех или иных соци-



альных групп культурные смыслы, придающие городу аутентичность и составляющие его символический капитал (Федотова, 2017), который детерминирует лояльность и доверие к городу, в том числе как к месту для проживания, работы или путешествий.

Между тем город, рассматриваемый как текст, приобретает особые коннотации через категорию «культурный код», которая актуализирует научный интерес к коммуникативным практикам формирования культурных смыслов города и структурирования его идентификационных маркеров, связанных с проблематикой локального патриотизма и городской идентичности.

Следует отметить существенный рост исследований, направленных на изучение культурных кодов, что обусловлено не только повышенным вниманием научного сообщества к символическим инструментам познания реальности, но и с интеграцией концепта «культурный код» как в научный дискурс гуманитариев, так и в официальную лексику страны на уровне первых лиц (в частности, в рамках разработки Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации до 2025 года) и в федеральные стандарты высшего образования РФ.

Однако, несмотря на весьма обширный научный интерес к концепту «культурный код», все же в науке он не имеет общепринятого значения, а культурный код города исследован весьма фрагментарно.

Культурный код: концептуальный анализ

Понятие «код» появилось в рамках семиотической парадигмы, ориентирующей исследователя на познание знаково-символических аспектов окружающей реальности. Междисциплинарность проблемного поля семиотики, соответственно, отразилась и на многообразии подходов к пониманию кода в культурологических, исторических, лингвистических, философских, антропологических исследованиях.

Коды, по мнению Ю. Лотмана, являются инструментами интерпретации и дешифровки текстов культуры, «во всем пространстве семиозиса — от социальных, возрастных и проч. жаргонов до моды» (Лотман, 1996, с. 165). Поскольку код связывает знак и значение в процессах коммуникации, то он является знаковым посредником между человеком и реальностью, способствующим передаче смыслов. Код — это неотъемлемая часть культуры, что и отражено в понятии «культурный код».

Культурный код представляет собой определенный способ хранения, репрезентации и трансляции культурных смыслов в социальном пространстве. Если проводить аналогию с генетическим кодом, то культурный код есть не что иное, как относительно устойчивая система упорядочивания культурных смыслов, позволяющих считывать и расшифровывать, а также передавать в процессе коммуникации информацию. Важнейшим элементом культурного кода как упорядоченного множества «взаимосвязанных между собой стандартов, ограничений, предписаний и установок по отношению к разным видам деятельности» (Аванесова, Купцова, 2008, с. 41) являются «образы и представления, формирующиеся из повседневной, профессиональной, культур-



ной, религиозной и т. д. сфер жизни человека» (Савицкий, 2019, с. 69). Посредством комбинации культурных смыслов, выраженных в знаковой форме (образы, символы, язык), формируются культурные коды как устойчивые фреймы, задающие направления для осмысления, категоризации, оценки, понимания реальности.

Большинство исследователей рассматривают культурный код в контексте национальной или этнической культуры. Культурный код трактуется как «совокупность представлений о картине мира того или иного социума» (Телия, 1999, с. 13) или менталитет, позволяющий понимать особенности культуры. Культурный код страны, нации изучается через исследование национальных образов, символов, представлений в самых разных аспектах реальности. Отсюда и интерпретация «театра как особого культурного кода для современного русского языка, культуры и языкового сознания» (Ефремов, 2019, с. 401) и сказки как культурного кода, «который несет в себе универсальные для характеристики ментальности и специфически национальные черты» (Злотникова, 2019, с. 165). С другой стороны, «реклама несет в себе культурный код страны-производителя» (Иванова, Ягодкина, 2020, с. 3).

В межкультурной коммуникации успешный диалог с представителями разных культур невозможен без понимания их языковой тождественности и расшифровки лингвокультурных кодов (Нестеров и др., 2008). Культурный код в этом случае понимается как «устоявшаяся форма осмысления культурной реальности и исходящие из этого понимания сценарии поведения и речения, принятого в том или ином обществе» (Алексеев-Апраксин, Гэн Бяо, 2021, с. 58), а его отсутствие делает знаки недоступными для понимания или искажает понимание.

Между тем в постструктурализме культурный код — это открытая система, а также инструмент интерпретации реальности, наделяющий «читателя» возможностью осмыслять текст исходя из той или иной позиции. В целом же постструктурализм акцентирует внимание на коммуникативных процессах декодирования смыслов, означивания и кодификации реальности. По мнению У. Эко, код есть не что иное, как «модель, являющаяся результатом ряда условных упрощений, производимых ради того, чтобы обеспечить возможность передачи тех или иных сообщений» (Эко, 2004, с. 83).

Говоря иначе, культурный код является тем инструментом, с помощью которого осмысляются любые структуры, и обеспечивается символическая связь между получателем и отправителем сообщений. Как полагает Ж. Бодрийяр, код представляет собой главную категорию семиотики, которая позволяет «упорядочить и редуцировать» (Бодрийяр, 2000, с. 12), то есть использовать формы для восприятия и познания информации. Следовательно, культурный код есть система, которая позволяет приводить в осмысленный порядок набор знаков и текстов города.

П. Бурдьё рассматривает процесс кодификации реальности сквозь призму понятия «габитус» как схемы (или принципа), упорядочивающей культурные смыслы, которой руководствуются акторы в социальных отношениях. Коды служат способом приведения многообразных



коммуникаций и разрозненных фактов в единую смысловую конструкцию. Он отмечает, что «объективация, которую совершает кодификация, вводит возможность логического контроля логичности, возможность формализации», позволяет нормировать реальность, воспринимать и разделять мир (Бурдьё, 1994, с. 123). Причем актуальность значений зависит от интерпретаторов коллективного опыта и порождаемых ими интерпретирующих кодов (габитусов).

Таким образом, используя концепт «культурный код» в исследованиях, важно обращать внимание на следующие его свойства:

— культурный код имеет символическую природу, что выражается в его посреднической функции между человеком и миром смыслов, в специфике упорядочивания большого количества информации, в условности кодирования реальности;

— разнообразие культурных кодов, присущих коллективам людей, обеспечивает социальное и культурное разделение сообществ и их идентификацию (этнос, город, субкультура, регион);

— культурный код осуществляет репрезентацию реальности и через знаковые средства в процессах коммуникации отражает, транслирует коллективные представления о сообществах;

— благодаря культурному коду в коллективной памяти сохраняются наиболее важные события, которые фиксируются в носителях культурной памяти сообществ;

— культурный код символически выражает коллективную идентичность.

Культурный код города: знаковое разнообразие

Структура культурного кода города сложна, что объясняется спецификой семантики города и знаковых средств, благодаря которым мы читаем и осмысливаем город (от пространственных и природных до сакральных и антропологических). С позиции Ю. Лотмана, город представляет собой сплав текстов и кодов самых разных уровней — он, как и культура, есть «механизм, противостоящий времени, потому что он заново рождает свое прошлое, которое получает возможность сопологаться с настоящим как бы синхронно» (Лотман, 2000, с. 453).

В частности, уровни значений, которые сплетаются в городском пространстве, связаны, с одной стороны, с культурными кодами нации, этноса, региона и других социально-культурных или демографических характеристик города. С другой — дешифровка культурного кода может осуществляться как на доступном повседневном, так и на более сложно специализированном (экспертном) и далее научном, академическом уровне. Опирайтесь при этом на сакральные смыслы города либо, напротив, предусматривать десакрализацию городских практик. Все это важно учитывать в анализе культурного кода города.

Кроме того, следует определять культурный код города в целом как феномена, что предполагает выявление и оперирование смыслами города как явления, обладающего территориальными, экономическими и прочими характеристиками. В таком контексте особенно ценными бу-



дуют исследования, направленные на поиск универсального культурного кода города, например анализ города как социокультурного явления (Город как социокультурное явление, 1995).

Однако существует и другой, менее изученный, аспект исследования культурного кода города, где каждый конкретный город обладает собственным, индивидуальным культурным кодом, благодаря которому мы его читаем, идентифицируем и отличаем его от других. Среди факторов, задающих семиотическую рамку такого культурного кода, отметим следующие.

Во-первых, культурный код города нередко сформирован природно-климатическими факторами, которые участвуют в репрезентации городских образов, основанных на географических аспектах (горный, южный, северный, приморский, дождливый). Природа как культурный код маркирована в знаковых практиках репрезентации города — от топонимики до мифологии. Элементы природы присутствуют в названии городов (Гусь-Хрустальный) и в логотипах городских брендов и гербов (медведь на гербе Великого Новгорода), используются в народных промыслах (гжель), присутствуют в мифах, становятся героями городских фестивалей («Волшебный лед» Красноярска). Как отмечают исследователи, «расшифровка информации, заключенной в культурном коде, возможна во многом благодаря анализу природной составляющей изучаемой территории» (Вьюгина, Авдоница, 2021, с. 8).

Во-вторых, культурный код города обусловлен историческими факторами, в том числе историческими событиями, наиболее значимыми и памятуемыми городом. Прежде всего следы прошлого прочно встроены в городскую среду, где архитектурные здания транслируют дух эпохи — советской, средневековой, античной. В частности, культурный код Великого Новгорода маркирован средневековой эпохой, а Санкт-Петербурга — эпохой Возрождения. Некоторые исторические события могут доминировать в культурном коде города, невзирая на скрытый потенциал прочих. Так образован культурный код Волгограда как города воинской славы, несмотря на то что жители города считают идентичность города-героя одной из возможных, включая также «репрезентацию образов досоветского прошлого и, прежде всего, обращение к истории Царицына» (Шипицин, 2016, с. 93).

В-третьих, культурный код города несет в себе пространственные характеристики, отражающие и особенности взаимодействия городских сообществ. Сюда относится горизонтальная (центры и окраины, ширина улиц и пр.) и вертикальная структура города. В частности, вертикальный город представляет собой совокупность функциональных ярусов (общественный, жилой, транспортный), включая подземный и надземный уровни и их концептуальное наполнение, этажность застройки города. Современные исследователи, изучающие крупные города, констатируют, что уязвимость вертикальной структуры города «заключается в возникновении проблем функционирования связей, обусловленных... вытеснением жизнедеятельности на парящие в воздухе платформы, ведущие к ограничению области взаимодействия человека с человеком и человека с природой» (Камалова, 2021, с. 105).



Кроме того, городское пространство изначально «таит в себе противоречия и конфликты: центр и окраины, нищета и богатство, конфликт поколений» (Булыгина, 2017, с. 86), поскольку «превращается в место размещения производства и потребления» (Социальное пространство..., 2015, с. 30).

В-четвертых, культурный код города образуется под воздействием художественных произведений, посвященных ему. Например, город живет на холстах художников и фотографиях, в кинолентах и литературе, а их совокупность и представляет собой культурный код каждого конкретного города. Так, исследования культурного кода в работах живописцев Мариуполя позволили выявить такие его аспекты, как архетипы инверсии времени и геометрической абстракции, а также формирующие его образ христианские коды (Галуцак, 2015). Показательны в данном случае исследования, демонстрирующие литературный код города через анализ произведений писателей. Так, изучение лондонского культурного кода, которое было проведено путем анализа советской литературы первой половины XX века, «дает возможность говорить о многообъемном смысловом пространстве лондонского городского текста» (Воробьева, 2015).

В-пятых, на культурный код города накладывает отпечаток символическая связь с известными личностями, которые так или иначе к нему причастны. Персонифицированные городские знаки, встраиваемые в культурный код города, весьма разнообразны: исторические деятели (Ярослав Мудрый в Ярославле), писатели и поэты (Лев Толстой в Ясной Поляне или Сергей Есенин в Рязани), сказочные персонажи (Дед Мороз в Великом Устюге). Известная личность города часто рассматривается как «гений места», поскольку наполняет город своим значением. Сохранение подобного культурного кода обеспечивается процессом актуализации связи известной личности с местом посредством различных практик, включая и официальный уровень, когда «данная связь закрепляется через присвоение имени “гения места” объектам городского пространства (улицы, площади, памятники, школы и т. д.)» (Замятина, Замятин, 2007, с. 66).

В качестве иллюстрации представленных тезисов рассмотрим культурный код Великого Новгорода исходя из проведенных нами с 2016 по 2021 г. эмпирических исследований – от анализа внутреннего образа города и городских брендов и символов до изучения структуры городской идентичности и носителей культурной памяти города (см., напр.: Федотова, 2020). В данных исследованиях мы опирались на семиотическую методологию с применением качественных срезов ментальных представлений о городе (включая структурированный экспертный опрос и методiku ментальных карт) и дискурсивных методик исследований тестов (например, кинематографических лент или публичного контента в социальных сетях). Обобщая полученные ранее данные, отметим следующие аспекты культурного кода Великого Новгорода, с помощью которых мы строим символические связи с городом и благодаря которым город осмысливается, дешифруется, понимается в определенных контекстах.



Культурный код Великого Новгорода во многом обусловлен историческими факторами, в том числе значимыми событиями прошлого, которые представляют собой его наиболее устойчивые идентификационные маркеры. В частности, культурный код города неотделим от более чем 1000-летней истории, визуально представленной такими аутентичными памятниками культуры, как православные храмы, Софийский собор, Кремль, Ярославово дворище, которые транслируют смыслы православной культуры, республиканского, средневекового, ганзейского прошлого. В этой связи ключевым аспектом новгородского культурного кода является его идентификация как древнего исторического города с богатым культурным наследием и ценным культурным слоем, хранящим в себе уникальные следы славного прошлого, а также места рождения российской государственности.

Что касается персонифицированных смыслов, формирующих культурный код Великого Новгорода, то на него накладываются отпечаток прежде всего такие известные личности как Александр Невский, Ярослав Мудрый, Рюрик, Садко, образы которых сохраняют и актуализируют мощный пласт культурной памяти города. В некоторых исследованиях респонденты чаще всего отмечали среди современных личностей композитора С. В. Рахманинова, без которого новгородский культурный код будет неполным.

Природные аспекты культурного кода Великого Новгорода, как показали исследования, играют небольшую роль, связанную с дополнительной знаковой функцией. Река Волхов, озеро Ильмень как наиболее яркие элементы природного культурного кода города (ими названы гостиницы, рестораны, организации, улицы и пр.) осуществляют репрезентацию городских смыслов в сочетании с объектами городской среды, создавая тем самым аутентичные новгородские пейзажи, которые композиционно транслируют новгородскую идентичность.

Пространственный культурный код Великого Новгорода формирует, с одной стороны, новгородская архитектура, создающая особый «дух места» и чувство взаимодействия со средневековым прошлым города. Этот дух города передают как упомянутые выше архитектурные памятники, расположенные в центре города и за его пределами (включая Юрьев монастырь, Витославицы), так и «некоторые улочки торговой стороны (ул. Ильина, ул. Никольская и др.), сохранившие настроение и самобытный облик исторического города» (Федотова, 2017, с. 262). Проведенные эмпирические исследования показывают, что доминирующими знаками, формирующими новгородский культурный код, в данном случае являются не только историчность, но и провинциальность, выраженная в малоэтажности построек и размеренности пространственного ритма города. Великий Новгород осмысливается как город тихий, зеленый, чистый, уютный, тогда как в вертикальном сечении городского пространства особое значение имеет также самый нижний «этаж», представленный глубинным культурным слоем и археологическими раскопками, задавая тем самым дополнительные коннотации культурного кода города.



Проведенные нами эмпирические исследования также позволили рассматривать культурный код города исходя из особенностей целевой аудитории, потребляющей и использующей этот код в коммуникативных процессах. Говоря иначе, культурный код города можно условно разделить на внутренний и внешний.

Внутренний культурный код города, используемый горожанами, тесно связан с городской идентичностью и локальным патриотизмом, которые символически связывают горожанина с городом. Культурный код города выражает городскую идентичность, выполняя функцию сцепления значений города, структурирующих его ценность, транслируя идентификационные знаки. Здесь культурное кодирование происходит на основе концептуальной оппозиции «свой — чужой», закладывающей процессы «идентификации населения с определенным топом, историей и культурой города» (Сорокина, Петрулевич, 2020, с. 27). Маркерами, фиксирующими культурный код города, являются значения и образы, которые выражают исключительную индивидуальность города, его отличия от других городов.

Внешний же аспект культурного кода наиболее актуален для внешних аудиторий — туристов, гостей, приезжих студентов. Такого рода культурный код служит репрезентации образа города и его позиционирования во внешней среде. Туристический код города есть особый язык, на котором город «говорит» с туристами путем комбинации визуальных и вербальных знаков, а также пространственных и событийных знаковых форм. Например, туристический код Казани исследуется и выявляется в сувенирной продукции как форме коммуникации, которая транслирует архитектурный образ города для туристов (Еманова, Ткачук, 2020, с. 47). Индивидуальный код города целенаправленно формируется в имидже, бренде, в айдентике, при этом — чем точнее отражение идентичности в имидже города, «тем вероятнее благожелательное отношение к городу со стороны его внешних “потребителей” (инвесторов, потенциальных жителей, туристов и т. д.)» (Визгалов, 2011, с. 40).

Опираясь на эмпирические исследования, о которых говорилось выше, мы выявили, что Великий Новгород по-разному осмысливается горожанами и туристами. Изучив ключевые маркеры, с которыми ассоциируется город в туристических отзывах социальных сетей, мы выявили большую значимость для внешних аудиторий памятника «Тысячелетие России», кодирующего историчность города. Однако, если говорить о горожанах, то этот элемент культурного кода города для обычного новгородца имеет меньшую ценность по сравнению с другими знаковыми элементами новгородского кода.

Способы фиксации и трансляции культурного кода города

Носителями культурного кода могут быть разнообразные тексты, знаки, символы, образы, которые, фиксируя символическую информацию о городе, передают его смыслы.

а) Вербальный культурный код города хранится и передается с помощью речи. Семиотичность культурного кода «выражается посред-



ством различных знаков, в том числе вербальных» (Кузнецова, Петрулевич, 2019, с. 90). Культурный код города живет в названиях «улиц, бульваров, площадей», которые отражают историю места и представления власти и жителей «о престижности своего места проживания», где старинные названия городских объектов исторических городов позволяют «ощутить “аромат истории” и смысл урбанистической семиотики» (Афинская, Кулаженкова, 2015, с. 7). В этом случае можно говорить о нарративном коде города, о мифологическом, литературном, поэтическом и др.

б) Визуальный культурный код города представлен видимыми знаками, которые отражают образ города, его исторические, пространственные, природные факторы в цветах и формах (в кинематографе, фотографии, логотипе и пр.). Кроме того, сегодня актуален дизайн-код города, определяющий принципы формирования внешнего вида города (зонирование пространства, освещение, единые требования к дизайну урн, скамеек, фасадов, размещению конструкций и пр.). Дизайн-код служит выражению и укреплению городской идентичности, созданию стиля и единого визуального среды города, может влиять на эмоциональное состояние горожан, причастность к городу.

При этом перформативно культурный код может выражаться в специфике движения в городе, в его динамичности (город тихий и размеренный или город динамичный), а также в репертуаре воспроизводимых в городской среде событий и действий (фестивали, реконструкции, митинги и пр.)

Среди способов знакового выражения культурного кода также следует отдельно выделить такие, которые связаны со статусами, положениями, званиями, размерами городов. Сюда относятся не только факты причастности города к группе городов (например, города «Золотого кольца» или «Города воинской славы»), но и типология городов исходя из оппозиции центра и периферии. В частности, культурный код ряда российских городов имеет непосредственное отношение к столичности (включая вторую и третью столицы) или, напротив, к провинциальности. Так, провинциальный код города опирается на особую семантику места, которая раскрывается через «культурные коды «провинциальности», «подражательности/вторичности», «рецепции», «адаптации», «синтеза», «творческой элиты провинции» (Летина, 2020, с. 138).

Кроме того, культурный код города символически передает его размеры (города-миллионники, малые города) и возраст (например, исторический город), экономические и промышленные особенности (город шахтеров, курортный город), социально-демографические характеристики (студенческий город).

Наконец, цифровая эпоха детерминировала новые реалии и практики, в которых генерируются и транслируются значения, в том числе и культурный код города. В связи с этим мы можем говорить о цифровом коде города, который складывается в сети Интернет с использованием информационных технологий, посредством цифровых инструментов на различных интернет-платформах, где особое значение приобретают визуальные знаки в новых форматах передачи культурных



смыслов города, где соавторами их генерации могут быть обычные пользователи. Город теперь живет в интернет-приложениях, в постах блогеров, в виртуальных картах, музеях и играх, а совокупность способов символической репрезентации города в сети Интернет становится основой его цифрового кода.

Способами трансляции культурного кода являются процессы коммуникации, обеспечивающие его передачу от одного поколения к другому. Культурный код города несет в себе ценности, которые определяют конфигурации социальных отношений и образцы поведения, в том числе и отношение к городу со стороны жителей и гостей.

В рамках различных коммуникативных процессов человек сталкивается с культурными смыслами и дешифрует город (как турист, житель, бизнесмен, студент, мигрант). Культурный код города передается через творческие произведения, мифологию, установку (или демонтаж) памятников, названия улиц, через архитектуру, стихи, мемы и блоги, где происходит генерация и трансляция смыслов города. В частности, городской бренд выполняет роль транслятора культурного кода города, рассказывая о городе в понятных образах и передавая матрицу значений города. В ходе брендинга город «обретает, поддерживает и усиливает идентичность уже своего, изнутри принятого, бренда» (Щербина, 2018, с. 201).

Особая роль в данных процессах принадлежит институтам, включенным в кодификацию города (университет, музеи, театры, школа, церковь, медиа и пр.), которые оказывают воздействие и на отбор знаковых средств, передающих «генетическую» информацию о городе.

Важным аспектом кодирования городской реальности является механика образования культурного кода города, где особую роль играют процессы актуализации значимых фрагментов его прошлого. Культурная память города (Федотова, 2021) является резервуаром, который хранит и передает поколениям коллективные представления о городе как культурный ген, определяя тем самым и отношение к городскому настоящему. В связи с этим культурный код города осуществляет репрезентацию его прошлого в многообразных текстах и знаках (например, в художественных образах городского прошлого). Когда социальный опыт коллектива закрепляется в оценках, стереотипах, принципах поведения, ценностях, культивируемых образах, происходит кодификация реальности.

Соответственно, культурный код задает устойчивость и долговечность наиболее важным и значимым для города фрагментам своего опыта. Он является ключевым посредником между прошлым и будущим города, переводит структуры памяти в понятные и доступные формы, создавая единое смысловое пространство для взаимодействия различных акторов внутри городского пространства. Вместе с тем культурный код «легитимирует» коллективные практики и нормы, оправдывая тем самым существующий порядок.

Действительно, социальная сконструированность культурного кода как феномена позволяет проектировать процессы кодирования и, в связи с этим, определять политику сохранения тех или иных фрагментов



городского прошлого. Благодаря культурному коду города информация о коллективе сохраняется и становится частью культурной памяти, поскольку он наделяет современников способностью читать и понимать тексты города. При этом сам процесс кодификации, как было отмечено ранее, переплетается с политикой, поскольку на него могут оказывать влияние власть и иные акторы, включая горожан, обладающих активной гражданской позицией. В данном случае актуален тезис Анри Лефевра о праве на город со стороны жителей города и важности конструирования города для горожан, игнорирование чего может привести к ослаблению чувства причастности человека к месту, а следовательно, негативно повлиять и на городскую идентичность. Право на город – это, по выражению Дэвида Харви, «свобода создавать и изменять наши города и самих себя» (Harvey, 2006, p. 84).

В заключение отметим, что культурный код города – это носитель уникальности города, фиксирующий и передающий его индивидуальный стиль и идентичность. Исследования культурного кода города позволяют выявлять актуальные и латентные ценности и образы, а также осмыслять и понимать динамику структурирования городской реальности через генерацию, трансляцию и сохранение культурных смыслов (в медиа, кинематографе, литературе и пр.). Важным потенциалом применения знаний о культурном коде города является возможность формирования привлекательного образа города для внешних целевых аудиторий (туристов, гостей, потенциальных жителей), а также укрепления городской идентичности и чувства сопричастности городу со стороны горожан.

Список литературы

- Аванесова Г. А., Купцова И. А. Коды культуры: сущность и назначение // Социально-гуманитарные знания. 2008. №1. С. 30–43.
- Алексеев-Апраксин А. М., Гэн Бяо. Культурные коды китайского этоса // *Asiatica* : труды по философии и культурам востока. 2021. №2 (15). С. 52–65.
- Афинская З. Н., Кулаженкова Л. Н. Городская топонимика как семиотическая проблема // Евразийский Союз Ученых. 2015. №11 (20). С. 6–9.
- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.
- Булдыгина Т. А. Город и его пространство: попытка исторического измерения // Новое прошлое / *The New Past*. 2017. №3. С. 82–95.
- Бурдьё П. Начала. М., 1994.
- Визгалов Д. В. Брендинг города. М., 2011.
- Воробьева Л. В. Лондонский код в очерках советских писателей первой половины XX века // Вестник науки Сибири. 2015. №1(16). С. 152–156.
- Вьюгина А. А., Абдонина А. М. Место природной составляющей в культурном коде территории // Ученые записки. 2021. №4 (40). С. 6–9.
- Галушак О. А. Культурные коды современного города в живописи художников Мариуполя // Вестник Мариупольского державного университета. Сер.: Философия, культурология, социология. 2015. №5 (9). С. 38–44.
- Город как социокультурное явление исторического процесса / отв. ред. Э. В. Сайко. М., 1995.
- Еманова Ю. Г., Ткачук В. А. Культурный код города: архитектурный образ Казани в сувенирной продукции // Диалоги о культуре и искусстве : матер. X Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием). Пермь, 2020. С. 47–53.



Ефремов В. Театр как культурный код русского языка // Обучение иностранным языкам. 2019. №4 (46). С. 401–408.

Замятина Н., Замятин Д. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии. 2007. №1. С. 62–87.

Злотникова Т. С., Жукова В. С. Ментальный и художественный аспекты авторской сказки как культурного кода // Ярославский педагогический вестник. 2019. №5. С. 160–165.

Иванова А. П., Ягодкина М. В. Культурные коды в современной рекламе // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. №8 (33). С. 1–4.

Камалова К. В. Вертикальный город. Ретроспектива и современный этап развития многоярусной структуры городского пространства // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. С. 102–109.

Кузнецова А. В., Петрулевич И. А. Городской текст: семиозис культурного кода // Социально-гуманитарные знания. 2019. №11. С. 89–95.

Летина Н. Н. Культурные коды русской провинции // Человек. Культура. Образование. 2020. №4 (38). С. 124–139.

Линч К. Образ города. М., 1982.

Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1996.

Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000.

Нестеров А. В., Трунев С. И. и др. Интерпретация культурных кодов. СПб., 2008.

Савицкий В. М. Культурные коды: сущность, состав и функционирование в процессе общения // Дискурс профессиональной коммуникации. 2019. №1–4. С. 69–77.

Сорокина Т. Е., Петрулевич И. А. Семиозис концептуальной оппозиции «свой – чужой» в культурном коде города // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2020. №6 (115). С. 27–31.

Социальное пространство современного города / под ред. Г. Б. Кораблевой, А. В. Меренкова. Екатеринбург, 2015.

Телия В. Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в системе культуры, Фразеология в контексте культуры : сб. науч. тр. / под ред. В. Н. Телия. М., 1999. С. 13–24.

Федотова Н. Г. Великий Новгород глазами новгородцев: к вопросу о структуре территориальной идентичности // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. 2017. №1 (7). С. 259–265.

Федотова Н. Г. Символические коды городской идентичности (на примере российского и американского городов) // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. №8 (33). С. 1–7.

Федотова Н. Г. Культурная память города: современные практики символизации прошлого // Обсерватория культуры. 2021. №4 (18). С. 352–364.

Шипицын А. И. Городская скульптура и культурный код Волгограда в контексте брендинга территории // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2016. №4 (10). С. 89–97.

Щербинина Н. Г. Особенности позиционирования города-бренда в цифровую эпоху // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2018. №3 (17). С. 192–201.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб., 2004.

Harvey D. The Right to the City // Divided Cities: The Oxford Amnesty Lectures. 2003 / ed. by R. Scholar. Oxford, 2006. P. 83–103.



Об авторе

Наталья Геннадьевна Федотова, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, доцент, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Россия.

E-mail: fedotova75@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4225-3666

Для цитирования:

Федотова Н.Г. Культурный код города // Слово.ру: балтийский акцент. 2022. Т. 13, №4. С. 10–24. doi: 10.5922/2225-5346-2022-4-1.



ПРЕДСТАВЛЕНО ДЛЯ ВОЗМОЖНОЙ ПУБЛИКАЦИИ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ В СООТВЕТСТВИИ С УСЛОВИЯМИ ЛИЦЕНЗИИ CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION (CC BY) ([HTTP://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY/4.0/](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/))

THE CULTURAL CODE OF THE CITY

N. G. Fedotova

The Yaroslav the Wise Novgorod State University,
41, Bolshaya Sankt-Petersburgskaya St., Veliky Novgorod, 173003, Russia

Submitted on February 03, 2022

doi: 10.5922/2225-5346-2022-4-1

The article explores one of the modern trends in the semiotic analysis of the city and urban environment – the study of the cultural code of the city. In the contemporary academic discourse, the importance of studying the cultural code of the city is growing not so much as a phenomenon but as a system of decoding and cognizing each specific city in its own context. This aspect is closely related to the analysis of the problem of enhancing urban identity and local patriotism, as well as identifying the unique cultural meanings of the city as part of exploring its image in the external environment. As the basis for the study of the cultural code of the city, it is proposed to consider the following factors encoding of urban environment: a) nature and climate, b) texts, where the city is conceptualized and presented in literary context, c) historical events associated with the city, d) spatial characteristics, e) symbolic relationship with famous individuals (“geniuses of place”). The process of coding is influenced by other features of the city, which form economic, culinary, tourist, digital and other codes of the city, and their decoding can be carried out both on the everyday level and on the expert (academic) level. The author identifies the main ways of expressing, capturing and communicating the city’s cultural code in signs of different origin.

Keywords: city, cultural code, city codes, urban identity

References

Afinskaya, Z.N. and Kulazhenkova, L.N., 2015. Urban toponymy as a semiotic problem. *Evrasiiskii Soyuz Uchenykh* [Eurasian Union of Scientists], 11 (20), pp. 6–9 (in Russ.).

Alexseev-Apraksin, A.M. and Geng Biao, 2021. Cultural Codes of Chinese Ethos. *Asiatica: trudy po filosofii i kul'turam vostoka* [Asiatica: Works on Philosophy and Cultures of the East], 2 (15), pp. 52–65 (in Russ.).

Avanesova, G.A. and Kuptsova, I.A., 2008. Culture codes: essence and purpose. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and humanitarian knowledge], 1, pp. 30–43 (in Russ.).



- Baudrillard, J., 2000. *Simvolicheskie obmen i smert'* [Symbolic exchange and death]. Moscow, 387 p. (in Russ.).
- Bourdieu, P., 1994. *Nachala* [Beginning]. Moscow, 288 p. (in Russ.).
- Bulygina, T.A., 2017. City and its Space: Attempt Historical Dimension. *Novoe Proshloe* [The New Past], 3, pp. 82–95 (in Russ.).
- Eco, U., 2004. *Otsutstviyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu* [Missing structure. Introduction to Semiology]. St. Petersburg, 544 p. (in Russ.).
- Efremov, V., 2019. Theater as a Cultural Code of the Russian Language. *Obuchenie inostrannym yazykam* [Foreign Language Teaching], 4 (46), pp. 401–408 (in Russ.).
- Emanova, Yu.G. and Tkachuk, V.A., 2020. Cultural Code of the City: The Architectural Image of Kazan in Souvenir Products. In: *Dialogi o kul'ture i iskusstve: materialy X Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Dialogues about culture and art: materials of the X All-Russian Scientific and Practical Conference]. Perm, pp. 47–53 (in Russ.).
- Fedotova, N.G., 2017. Veliky Novgorod through the eyes of Novgorodians: on the structure of territorial identity. *Vestnik Novgorodskogo filiala RANKhiGS* [Bulletin of the Novgorod branch of RANEPa], 1 (7), pp. 259–265 (in Russ.).
- Fedotova, N.G., 2018. Symbolic Capital of the Place: Notion, Peculiarities of Accumulation, Research Methods. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie* [Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History], 29, pp. 141–155 (in Russ.).
- Fedotova, N.G., 2020. Symbolic codes of urban identity (on the example of Russian and American cities). *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik Novgorod State University], 8 (33), pp. 1–7 (in Russ.).
- Fedotova, N.G., 2021. City's Cultural Memory: Modern Practices of Symbolizing the Past. *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 4 (18), pp. 352–364 (in Russ.).
- Golushchak, O.A., 2015. Cultural Codes of a Modern City in Painting of Mariupol Artists. *Vestnik Mariupol'skogo derzhavnogo universiteta. Ser.: Filosofiya, kul'turologiya, sotsiologiya* [Bulletin of the Mariupol State University. Ser.: Philosophy, Cultural studies, sociology], 5 (9), pp. 38–44 (in Russ.).
- Harvey, D., 2006. The Right to the City. In: R. Scholar, ed. *Divided Cities: The Oxford Amnesty Lectures 2003*. Oxford: Oxford University Press, p. 83–103.
- Ivanova, A.P. and Yagodkina, M.V., 2020. Cultural codes in modern advertising. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik Novgorod State University], 8 (33), pp. 1–4 (in Russ.).
- Kamalova, K.V., 2021. Vertical city. Retrospective and Current Stage of Development of the Multi-Tiered Structure of Urban Space. *Academia. Arkhitektura i stroitel'stvo* [Academia. Architecture and Construction], 1, pp. 102–109 (in Russ.).
- Korableva, G.B. and Merenkov, A.V., eds., 2015. *Sotsial'noe prostranstvo sovremenno goroda* [The social space of a modern city]. Ekaterinburg, 252 p. (in Russ.).
- Kuznetsova, A.V. and Petrulevich, I.A., 2019. Urban Text: The Semiosis of the Cultural Code. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and humanitarian knowledge], 11, pp. 89–95 (in Russ.).
- Letina, N.N., 2020. Cultural Codes of the Russian Provinces. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie* [Human. Culture. Education], 4 (38), pp. 124–139 (in Russ.).
- Linch, K., 1982. *Obraz goroda* [Image of the city]. Moscow, 328 p. (in Russ.).
- Lotman, Yu.M., 1996. *Vnutri mysl'yashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya* [Inside thinking worlds. Man – text – semiosphere – history]. Moscow, 464 p. (in Russ.).
- Lotman, Yu.M., 2000. *Semiosfera* [The semiosphere]. St. Petersburg, 453 p. (in Russ.).
- Nesterov, A.V. and Trunev, S.I., 2008. *Interpretatsiya kul'turnykh kodov* [Interpretation of cultural codes]. St. Petersburg, 156 p. (in Russ.).
- Saiko, E.V., ed., 1995. *Gorod kak sotsiokul'turnoe yavlenie istoricheskogo protsessa* [The city as a socio-cultural phenomenon of the historical process]. Moscow, 351 p. (in Russ.).



Savitsky, V.M., 2019. Cultural Codes: Essence, Structure and Functioning in The Process of Communication. *Diskurs professional'noi kommunikatsii* [Professional Discourse & Communication], 1 (4), pp. 69–77 (in Russ.).

Shcherbinina, N.G., 2018. Features of positioning of the city as a brand in the digital age. *ПРАΞΗΜΑ. Problemy vizual'noi semiotiki* [Praxema], 3 (17), pp. 192–201 (in Russ.).

Shipitsin, A.I., 2016. Urban sculpture and cultural code of Volgograd in the context of branding the territory. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa* [Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service], 4 (10), pp. 89–97 (in Russ.).

Sorokina, T.E. and Petrulevich, I.A., 2020. Semiosis of The Conceptual Opposition “Self – Non-Self” in The Cultural Code of the City. *Gumanitarnye i sotsial'no-ekonomicheskie nauki* [The humanities and social-economic sciences], 6 (115), pp. 27–31 (in Russ.).

Teliya, V.N., 1999. Priority tasks and methodological problems of the study of the phraseological composition of the language in the cultural system. In: V.N. Teliya, ed. *Frazeologiya v kontekste kul'tury* [Phraseology in the context of culture], pp. 13–24 (in Russ.).

Vizgalov, D.V., 2011. *Brending goroda* [City branding]. Moscow, 160 p. (in Russ.).

Vorob'eva, L.V., 2015. The London Code in the essays of Soviet writers of the first half of the twentieth century. *Vestnik nauki Sibiri* [Bulletin of Siberian Science], 1(16), pp. 152–156 (in Russ.).

Vyugina, A.A. and Avdonina, A.M., 2021. Role of the natural components in the cultural code of the territory. *Uchenye zapiski* [Scientific notes], 4(40), pp. 6–9 (in Russ.).

Zamyatina, N. and Zamyatin, D., 2007. The genius of the place and the city: options for interaction. *Vestnik Evrazii* [Bulletin of Eurasia], 1, pp. 62–87 (in Russ.).

Zlotnikova, T.S. and Zhukova, V.S., 2019. Mental and artistic aspects of the author 's fairy tale as a cultural code. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 5, pp. 160–165 (in Russ.).

The author

Dr Natalia G. Fedotova, Associate Professor, the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, the Yaroslav the Wise Novgorod State University, Russia.

E-mail: fedotova75@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4225-3666

To cite this article:

Fedotova, N.G., 2022, The cultural code of the city, *Slovo.ru: baltic accent*, Vol. 13, no. 4, p. 10–24. doi: 10.5922/2225-5346-2022-4-1.

