

Phenomenon of the Cultural Code in the Context of the Media Space

Krasnenko Oleksiy Leonidovych,
postgraduate student,
Kiev National University of Culture and Arts,
Kiev, Ukraine

Abstract

The article is devoted to the identification of the content essence of the concept of "cultural code" and the outline of promising directions for the study of the cultural code in the media space from the standpoint of modern cultural studies. The definition of the concept of "cultural code" was analyzed from the standpoint of cultural knowledge and in the context of the specifics of the media space; the philosophical and cultural approach to the study of the peculiarities of the media space is considered.

It was established that the cultural code is built on the basis of a verbal, iconic and conventional system of signs and their combinations, therefore its meaning is variable and polysemantic. The concept of "cultural code" allows us to consider modern media content presented in the media space at both diachronic and synchronic levels. The specificity of the media space can be considered in terms of manifestations of national cultural codes at the thematic, genre, and stylistic levels, in the structure of media texts, the subjective organization of media works, principles and techniques of image, etc.

In the cultural sciences, the analysis of the phenomenon of the cultural code in the context of the media space can be carried out from the level of the sign system to the cultural tradition and, ultimately, to the semantic structures of the text of the media work/media content in a certain culture.

Keywords: cultural code, culture, symbols, meaning, media space.

Актуальність дослідження. В умовах розвитку міжкультурних медіапотоків в єдиному інтернет-просторі транлюється і споживається медіаконтент, вироблений в різних культурних традиціях. За цих обставин актуалізується пошук механізмів сенсової інтерпретації медіапродукції, створеної на основі єдиних культурних традицій та стереотипів, що інтерпретується та споживається в країні з іншими, відмінними культурою, ціннісними установками та світоглядними позиціями.

Особливе значення в цьому контексті має дефініція складного, багатоаспектного поняття «культурний код» та створення продуктивної схеми для аналізу контенту сучасного медіапростору.

Аналіз публікацій. Феномен культурного коду досліджувався багатьма вітчизняними науковцями в різних контекстах. Н. Андрейчук аналізує окремі аспекти культурного коду в публікації, присвяченій мові і культурі у контексті системного підходу в науках про людину [2], В. Нагорна аналізує поняття «культурний код» в

просторі сучасної гуманітаристики [6], М. Александрова та Н. Шолуха досліджують особливості традиції як способу трансляції культурних кодів у сучасній українській культурі [1], О. Демська аналізує назви вулиць як культурний код [10] та ін.

Проте, аналіз публікацій засвідчує відсутність наукових публікацій, в яких висвітлено проблематику культурного коду в медіапросторі.

Мета статті – виявити змістову сутність поняття «культурний код» та окреслити перспективні напрями дослідження культурного коду в медіапросторі з позицій сучасної культурології.

Виклад основного матеріалу. Поняття «культурний код» введено в обіг вітчизняного культурологічного знання відносно нещодавно – частково саме цим пояснюється той факт, що статусна визначеність даного концепту в різних напрямках культурологічного зокрема і гуманітарного знання в цілому лишається відкритим питанням.

У. Еко визначає код як систему, що «встановлює репертуар протиставлених один одному символів, правила їх поєднання, okazіонально взаємооднозначну відповідність кожного символу якомусь одному означуваному» [13, с. 45]. Науковець типологізує коди наступним чином: природні коди (зоосеміотика, сигнали нюху, тактильна комунікація, смакові коди), паралінгвістика (медична семіотика, паралінгвістика – тип голосу, парамова, мова свисту і барабану), кінезика і просеміка, музичні коди (формалізовані семіотики, системи, засновані на звукоімітації, конотативні системи, денотативні системи, стилістичні конотації), формалізовані мови; писемні мови, невідомі абетки, секретні коди; природні мови; візуальні комунікації (сигналетика, хроматичні системи, одяг, візуально-вербальні системи, інші системи); семантика; структура сюжету; культурні коди (етикет, системи моделювання світу, типологія культур, моделі соціальної організації); естетичні коди і повідомлення; масові комунікації; риторичні та ідеологічні коди.

Саме поняття «культурний код», що викликає неабиякий інтерес сучасних спеціалістів різних наукових галузей, однак, не має єдиного чіткого визначення. Так, вітчизняна дослідниця О. Селіванова визначає культурні коди з лінгвістичних позицій як «фрагменти природної мови, що репрезентують мережу членування, категоризації, оцінок, інтеріоризованого світу та внутрішнього досвіду людини, зумовлену культурою

певного етносу й репрезентовану в семіотичних системах природної мови, мистецтва, обрядів, звичаїв, вірувань, а також у нормах моралі, поведінці членів етнічного угруповання» [7, с. 248]. Авторка наголошує на тому, що культурні коди співвідносяться з прадавніми архетипними уявленнями людини і використовуються з метою позначення простору, часу, людини, оцінки та ін.

Інша українська дослідниця, Н. Андрейчук визначає культурний код як «сукупність сенсів та їх комбінацій, наявністю яких відзначені предмети життєдіяльності людини» [2, с. 173]. На думку М. Александрової та Н. Шолухо, культурний код – це «унікальні культурні ознаки, що перейшли народам від предків або як закодована в певній формі інформація, що надає змоги ідентифікувати культуру» [1, с. 22].

Французький психолог К. Рапай трактує культурний код як «несвідомий зміст тієї чи іншої речі або явища (...) у контексті культури, в якій ми виховані» [15, с. 16-17].

На основі прагматичного підходу Дж. Хайатт та Х. Сімон визначають культурні коди як символи та системи значень, що мають відношення до представників певної культури або субкультури: «таємна система слів, символів та поведінки, що застосовується в процесі передачі повідомлення. Зазвичай коди виражаються на видимому рівні за допомогою вербальних і невербальних засобів, проте в будь-якому випадку вони є результатом впливу інших рівнів культури та їх взаємодії» [14, с. 28]. На думку дослідників, ці коди можуть використовуватися для полегшення спілкування в середині внутрішньої групи, а також для приховання значення «зовнішніх груп» [14, с. 28].

На думку М. Фуко, основні культурні коди керують схемами сприйняття людини, «її мовою, її формами вираження та відтворення, її обмінами, її цінностями, ієрархією її практик, що встановлюються» [12, с. 37].

За Р. Бартом, коди – це «певні типи вже баченого, вже прочитаного, вже зробленого; код є конкретною формою цього «вже», що конститує будь-яке письмо» [8], код є своєрідною «ниткою», з якої зіткано текст і яка веде до осмислення його сенсу. На думку Р. Барта, культурний код визначається на рівні коду дії, що співвідносить можливі і дієві сюжети поведінки представників певної культури та коду референції, або «голосу Знання», що міститься в масових, народних текстах (фольклорі, прислів'ях та

приказках, ідеологічних стереотипах та ін.) і забезпечує відтворення національних культурних стереотипів [9, с. 95].

Отже, культурний код розглядається як сукупність знаків і сенсів, які містяться в будь-якому предметі матеріальної та духовної діяльності людини, що відображає сутнісні характеристики конкретного періоду розвитку культури.

Стійкі компоненти культури інтегрують не лише носіїв культури, які взаємодіють між собою, але й здійснюють вплив на наступні покоління, актуалізуючи досвід пращурів, сучасників, як живих носіїв культури та нащадків. Традиційні структури наділені інформаційною, ментальною пам'яттю, і їх трансформація може зайняти тривалий час, що позитивно впливає на формування культурних кодів.

З появою інновацій, що пропонуються кожним новим поколінням, відбувається оновлення існуючих і сформованих сенсів культури, а відповідно і самих культурних кодів. Водночас образ культури зберігає власну індивідуальність за рахунок незмінності стійких характеристик.

Код є своєрідною моделлю, чіткими правилами та усталеними принципами для формування інформаційного ряду, тобто послідовності конкретних повідомлень. Культурний текст може бути прочитаним варіативно відповідно до застосованого коду, який дозволяє проникнути на сенсовий рівень культури. Відповідно без знання коду культурний текст не буде зрозумілий та сприйнятий.

Індивід сприймає не систему значень, а лише систему знаків, тому для функціонування культурний код потребує універсальності, відкритості до змін та самодостатності для виробництва, передачі і збереження.

Відповідно до класифікації глобальних типів культури М. Маклюєна виділяють дописемні коди або коди дописемних культур; писемні коди або коди писемних культур та коди екранних культур.

Якщо розглядати культурний код як сукупність знаків і систему певних правил, то він є засобом декодування перетворених значень на сенс. Особливої актуальності декодування набуває в процесі осмислення візуальних сигналів у сучасному медійному просторі.

Сучасні вітчизняні дослідники акцентують на тому, що незважаючи на наявність у науковому вимірі кількох різних підходів до визначення поняття «медіапростір»

(філософський, соціологічний, культурологічний та психологічний підходи, а також підхід, заснований на теорії журналістики) [4, с. 2-я], лише філософсько-культурологічний підхід сприяє розгляду даного багатоаспектного, синтетичного феномену комплексно, на різних рівнях і в різних проявах [5, с. 150].

На думку С. Гриця, філософсько-культурологічний підхід сприяє розгляду медіапростору в контексті поняття «медіадіяльність» - особливого виду людської діяльності, характерними рисами якої є використання понять медіапростір та медіасередовище [4, с. 240]. Дослідник наголошує на тому, що, за своєю суттю медіапростір є не лише «ретранслятором інформації, але і її виробником, усі події об'єктивно існуючого світу створюють інформаційні передумови, у зв'язку з чим медіапростір постає як складна, глобальна система, що самоорганізується, містить усі соціально-культурні складові, які здатні генерувати інформаційні передумови і запити, здатні забезпечувати потреби в інформації всіма можливими комунікаційними засобами» [4, с. 241]. Тобто у сучасному медіапросторі одночасно формуються потоки соціальної інформації та генеруються потоки у семіосфері цивілізації XX ст. [4, с. 242].

Дослідники стверджують, що в інформаційному суспільстві мас-медіа виконують роль транслятора культури і, як «основний інструмент поширення повідомлення, що впливають на свідомість, умонастрої членів суспільства, вони передають із покоління в покоління культурні цінності народу, його традиції, надбання, ідеї» [3, с. 19].

Культурний код – це своєрідний зв'язок з локальною культурою на рівні сенсів, значень та символів; те, що дозволяє медіаконтенту знаходити відгук у користувачів в середині того середовища, в якій він існує, канал його зв'язку з людиною і суспільством. Р. Барт акцентує увагу на тому, що сучасна медіакультура активно працює з кодами референцій [9, с. 164].

На думку американського теоретика медіакультури Дж. Фіске, культурний код є певною системою знаків, яка керується «поширеними серед представників певної культури певних правил і призначена для генерації та циркулювання сенсів в цій культурі та для цієї культури» [11, с. 4].

Сучасний медіапростір включає культурні коди багатьох суспільств та цільових аудиторій.

Найбільш характерними для сучасного медіапростору є культурні коди з антиномічними субкодами (елітарна та масова культура; міська і сільська культура; індустріальна і традиційна культура; народна і сучасна культура; субкультура і контркультура; національні культури).

Культурні коди в сучасному медіапросторі завжди пов'язані з національною історичною пам'яттю, національним характером, особливостями явлень про рідну землю, релігією та міфологією.

Сучасний контент, представлений у медіапросторі відображає національні особливості і надає уявлення про культуру і про цінності, потреби та інтереси суспільства, оскільки несе в собі культурний код країни-виробника.

Культурний код завжди отримує відображення в знаковій системі буття людини та нації в цілому. Відповідно кожне явище соціокультурного простору не лише містить в собі певний сенс та задум, але й може ставати умовним знаковим інструментом. Кодування інформації за рахунок сукупності знакових елементів визначає сприйняття людиною явищ навколишнього життя і її ставлення до сприймаємих реалій. Саме тому культурний код має не лише універсальний характер, пов'язаний з особливостями історичного і культурного розвитку кожної нації, але й відображає специфіку традицій кожної нації, її індивідуальний культурний простір.

У медіапросторі культурні коди є своєрідною культурною матрицею – структурою, що визначає індивідуальну та групову поведінку в межах культурного простору глобального та локального рівня, - яка, з одного боку, визначає своєрідність сучасного медіапростору та його роль у формуванні масової культури, а з іншого – демонструє процес трансформації та перекодування усталених культурних концептів. Наслідком цього процесу є поступова зміна стереотипів масової свідомості та сприйняття інформації в рамках медіапростору.

Висновки. Культура є унікально ієрархічно організованою системою різних кодів, тобто вторинних знакових систем, що використовують різні формальні і матеріальні засоби для кодування одного і того ж змісту, який зводиться в цілому до картини світу, світогляду певного соціуму. Культурний код будується на основі вербальної, іконічної та конвенційної системи знаків та їх поєднань, у зв'язку з чим його сенс є варіативним і полісемантичним. При цьому кодування і декодування культурного

коду пов'язано з індивідуальною своєрідністю носіїв певної культури. Культурний код – це своєрідний зв'язок з локальною культурою на рівні сенсів, значень та символів; те, що дозволяє медіаконтенту знаходити відгук у користувачів всередині того середовища, в якому він існує, канал його зв'язку з людиною і суспільством.

Поняття «культурний код» дозволяє розглянути сучасний медіаконтент, представлений в медіапросторі як на діахронічному, так і на синхронічному рівнях. Специфіка медіапростору може розглядатися в аспекті проявів національних культурних кодів на тематичному, жанровому, стилістичному рівнях, у структурі медіатекстів, суб'єктивній організації медіаторів, принципах і прийомах зображення та ін.

В культурологічних науках аналіз феномену культурного коду в контексті медіапростору може здійснюватися від рівня знакової системи до культурної традиції та, зрештою до семантичних структур тексту медіатору/медіаконтенту в певній культурі.

Екстраполюючи концепцію текстового аналізу Р. Барта на дослідження медіапростору (предметом аналізу в цьому випадку є медіатекст, в тому числі і візуальний), можемо виявити механізми закріплення культурного коду в тексті твору медіакультури. Культурний код, що акумулює в собі елементи коду-знання, коду-дії та коду-референції (за Р. Бартом), може бути застосований для сенсової інтерпретації міжкультурних медіатекстів. Окрім того, на його основі можна здійснити реконструкцію коду тої чи іншої культурно-історичної доби в конкретній національній культурі, інверсію культурного коду минулого в медіаконтексті теперішнього, а також інтерпретувати і розкрити екзистенціали культури, закодовані в сучасних медіаторах.

Культурний код є ключем для розуміння зв'язку між такими рівнями, як код дії, код знання та код референції, і кодами онтологічного (субстанціонального) та виражального (конвенціонального) рівнів, представлених, з одного боку, найважливішими екзистенціалами культури, а з іншого – візуальними образами, що їх втілюють. Така схема, на нашу думку, є відносно стійкою та продуктивною в процесі аналізу медіаконтенту, що створюється сучасними авторами – представниками різних культур.

References

1. Aleksandrova, M. V., Sholuho, N. E. (2020). Tradition as a way of transmitting cultural codes in modern Ukrainian culture (connotations of folk costume). Culture of Ukraine. Vol. 7. pp. 22-29.

2. Andreychuk, N. I. (2020). Language and culture in the context of the systemic approach in the human sciences. *Bulletin of Lviv University. Series: Foreign languages*. Issue 17. pp. 169–175.
3. Harmatii, O., Kisil, S. (2018). The topic of culture in the Ukrainian mass media: main trends of presentation. *Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences*. Issue 896. pp. 18-25.
4. Hrytsai, S. V. (2012). Defining the concept of "media space" from the standpoint of an interdisciplinary approach. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Culture*. Issue 36. pp. 235-243.
5. Ilganaeva, V. (2009). Information and knowledge in social and communication processes. *Education of the region. Political science, psychology, communications*. No. 2. pp. 149–153.
6. Nagorna, V. V. (2018). The concept of "cultural code" in the space of modern humanitarianism. 2018. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300405054.pdf>.
7. Selivanova, O. O. (2010). *Linguistic encyclopedia*. Poltava: Dovkillya-Kyiv.
8. Barthes, R. (1977). Textual Analysis of a Tale by Edgar Poe. *Poe Studies*, 10, 1, 10, 1-12. URL : <https://www.eapoe.org/pstudies/ps1970/p1977101.htm>.
9. Barthes, R. (1990). *S/Z*. Richard Miller translate. Blackwell.
10. Demska, O. (2019). Street name as a cultural code. In book: *Development trends of philological sciences* (pp.20-38). <https://doi.org/10.36059/978-966-397-127-8/20-38>. 20-38.
11. Fiske, J. (1999). *Television culture*. London : Routledge.
12. Foucault, M. (1994). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. Vintage.
13. Eco, U. (1984). *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press.
14. Hyatt, J., Simons, H. (1999). Cultural Codes — Who Holds the Key? The Concept and Conduct of Evaluation in Central and Eastern Europe. *Evaluation*. No. 5 pp. 23–41.
15. Rapaille, C. (2008). *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Buy and Live as They Do*. Broadway Books.

Translation of the references into the author's language

Список використаних джерел

1. Александрова М. В., Шолуха Н. Є. Традиція як спосіб трансляції культурних кодів у сучасній українській культурі (конотації народного костюма). *Культура України*, 2020. Вип. 7. С. 22-29.
2. Андрейчук Н. І. Мова і культура у контексті системного підходу в науках про людину. *Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови*. 2020. Вип. 17. С. 169–175.

3. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія : Журналістські науки. 2018. Вип. 896. С. 18-25.
4. Грицай С. В. Визначення поняття "медіапростір" з позицій міждисциплінарного підходу. Вісник Харківської державної академії культури. 2012. Вип. 36. С. 235-243.
5. Ільганаєва В. Інформація та знання в соціально-комунікаційних процесах. Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. 2009. № 2. С. 149–153.
6. Нагорна В. В. Поняття «культурний код» у просторі сучасної гуманітаристики. 2018. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/300405054.pdf> (дата звернення : 14.02.2023).
7. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-Київ, 2010. 844с.
8. Barthes, R. (1977).Textual Analysis of a Tale by Edgar Poe. Poe Studies, 10, 1, 10, 1-12. URL : <https://www.eapoe.org/pstudies/ps1970/p1977101.htm> (дата звернення : 14.02.2023).
9. Barthes R. S/Z. Richard Miller translate. Blackwell, 1990. 271 p.
10. Demska O. Street name as a cultural code. In book: Development trends of philological sciences. 2019. (pp.20-38). <https://doi.org/10.36059/978-966-397-127-8/20-38>. 20-38.
11. Fiske J. Television culture. London : Routlege, 1999. 356 p.
12. Foucault M. The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences. Vintage, 1994. 416 p.
13. Eco U. Semiotics and the Philosophy of Language. Bloomington: Indiana University Press, 1984.
14. Hyatt J., Simons H. Cultural Codes — Who Holds the Key? The Concept and Conduct of Evaluation in Central and Eastern Europe. Evaluation. 1990. No. 5. pp. 23–41.
15. Rapaille C. The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Buy and Live as They Do. Broadway Books, 2008. 208 p.