

## ВИЗУАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ И КОНЦЕПТ КУЛЬТУРНОГО КОДА

**Е. И. Спешилова**

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,  
Великий Новгород, Россия  
e.speshilova@yandex.ru

**С. С. Аванесов**

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,  
Великий Новгород, Россия  
iskiteam@yandex.ru

Исследование выполнено в рамках исполнения стратегического проекта  
«Университет как генератор культурной идентичности»  
по программе «Приоритет 2030»

Рассматриваются условия применения концепта «культурный код» в сфере урбанистических исследований. Визуальная структура городского пространства сформирована не только с помощью эстетических и стилистических приемов, но и посредством репрезентации глубинных смыслов культуры – ценностей, образов, нормативных установок и моральных эталонов. Для передачи любого сообщения в сфере коммуникации используется код, позволяющий транслировать информацию от адресанта к адресату. Специфика культурного кода заключается в том, что он является посредником не между знаком и объектом, а между знаком и смыслом. В изобразительном искусстве, архитектуре и урбанистике действует один и тот же принцип кодирования, согласно которому на уровне презентации факта шифруется и передается прямое сообщение (денотация), а на уровне репрезентации смысла используются подтекст и контекст (коннотация). Культура есть семиотическая среда, то есть динамичное пространство обмена знаками и знаковыми комплексами. Знак в своем коннотативном аспекте всегда выражает некоторый смысл. Культурный код есть порядок выражения смыслов, норма их коммуникативной репрезентации. В русле семиотического подхода к анализу городского пространства город прочитывается как визуальный текст, прямо сообщающий о функциональной конфигурации среды обитания и при этом (на уровне коннотации) отсылающий к ценностям и традициям конкретной культуры посредством разнообразных средств их наглядной репрезентации.

**Ключевые слова:** урбанистика, семиотика, культурный код, город, визуальная среда, презентация, репрезентация, культурная идентичность

## VISUAL STRUCTURE OF THE URBAN ENVIRONMENT AND THE CULTURAL CODE CONCEPT

**Elizaveta I. Speshilova**

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,  
Veliky Novgorod, Russian Federation  
iskiteam@yandex.ru

**Sergey S. Avanesov**

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,  
Veliky Novgorod, Russian Federation  
iskiteam@yandex.ru

Исследование выполнено в рамках исполнения стратегического проекта  
«Университет как генератор культурной идентичности»  
по программе «Приоритет 2030»

The article discusses the conditions for applying the concept “cultural code” in the field of urban studies. The visual structure of urban space is formed not only with the help of aesthetic and stylistic techniques, but also through the representation of the deep meanings of culture – values, images, normative attitudes, and moral standards. A code that allows the translation of information from the addresser to the addressee is used to convey any message in the field of communication. The specificity of the cultural code lies in the fact that it is an intermediary between the sign and the meaning rather than between the sign and the object. In fine arts, architecture, and urbanism, the same coding principle operates, according to which, at the level of presentation of a fact, a direct message is encrypted and transmitted (denotation), and, at the level of representation of meaning, subtext and context (connotation) are used. Culture is a semiotic environment, that is, a dynamic space for an exchange of signs and sign complexes. A sign in its connotative aspect always expresses some meaning. The cultural code is the order of expression of meanings, the norm of their communicative representation. According to the semiotic approach to analyzing urban space, the city is read as a visual text that directly communicates the functional configuration of the living environment and at the same time (at the level of connotation) refers to the values and traditions of a particular culture through various means of their visual representation.

**Keywords:** urban studies, semiotics, cultural code, city, visual environment, presentation, representation, cultural identity

DOI 10.23951/2312-7899-2023-4-221-238

Понятие культурного кода в последние годы активно используется не только в академических публикациях, но и в политическом, публицистическом, административном и даже повседневном дискурсах в совершенно разных контекстах и, как правило, с весьма неясным значением. Многозначность определений самой культуры, умноженная на более ясные, но все-таки разнообразные трактовки термина «код», создает удобную неотчетливую и притягательную метафоричность данного понятия, которое зачастую используется без каких-либо строгих смысловых обязательств. О неоднозначности понятия «культурный код» мы прочитаем в большинстве научных статей, посвященных этой теме (см., напр.: [Изотова 2020, 125; Розенкова, Шустова 2017, 102]), равно как и о том, что указанное понятие активно применяется во многих гуманитарных науках: в культурологии, лингвистике, эстетике, психологии, антропологии, искусствознании, этнографии, социологии и т.д. При этом увеличение количества соответствующих научных публикаций, к сожалению, лишь в редких и потому особенно ценных случаях способствует прояснению ключевого термина, который в них фигурирует.

Дело усложняется еще больше, когда мы переносим «место действия» указанного термина в область урбанистики (ср.: [Федотова 2022, 11]). Что мы имеем в виду, когда говорим о культурном коде города? Мы должны обсуждать культурный код городского пространства или культурный код городского сообщества / городских сообществ? Или и то и другое? Если при этом термин «код» используется в том же значении, что и в лингвистике или теории информации, то что в данном случае предстает как текст / сообщение (вербальные и визуальные нарративы о городе или сам город) и что в городской среде, соответственно, будет являться означающим, а что – означаемым? Поскольку же «культурный код» является понятием, которое возникло в семиотике, а в семиотическом исследовании, по словам Умберто Эко, «все феномены культуры рассматриваются как факты коммуникации и отдельные сообщения организуются и становятся понятными в соотношении с кодом» [Эко 2006, 35], постольку необходимо прояснить, что именно в отношении города можно интерпретировать как факт коммуникации, что можно понимать как отдельные сообщения в русле этой коммуникации и что, собственно, – как код этих сообщений?

В представленном исследовании мы постараемся акцентировать внимание на урбанистическом значении культурного кода и ответить на поставленные вопросы, опираясь не только на классические работы по семиотике, но и на две малоизвестные и пока не пере-

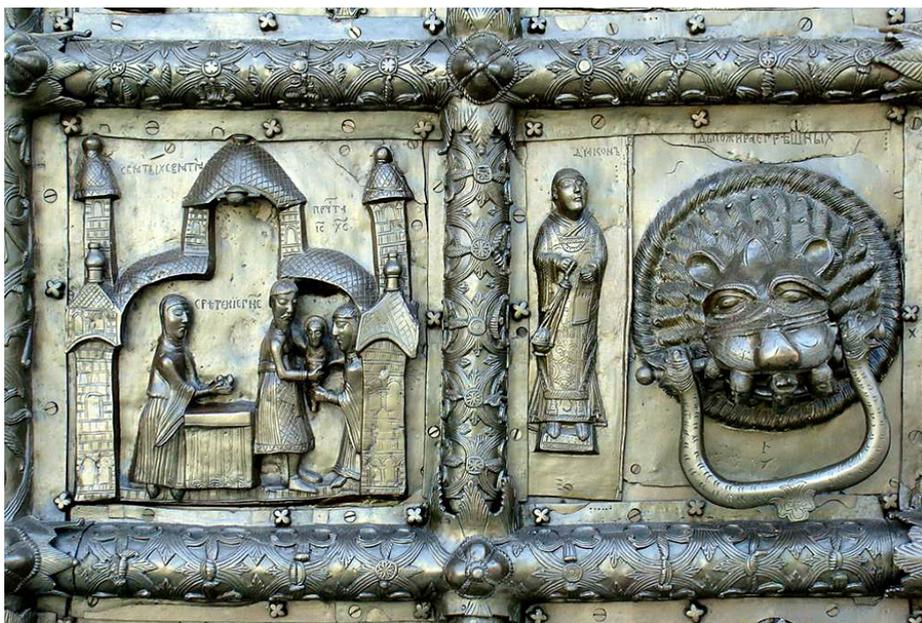
веденные на русский язык, однако крайне значимые для семиотики города статьи: “Semiology and The Urban” Ролана Барта [Barthes 1997] и “Urban Semiotics” Марка Готтдинера [Gottdiener 1983].

### Код и смысл

Код есть правило связи знака и его значения. Так, например, фигура «Р» (вертикальная черта с присоединенной к ней справа дугой, занимающей верхнюю половину ее длины) означает звук «р» именно потому, что таково правило, заданное кодом – русским языком. Иной код требовал бы связать фигуру «Р» со звуком «п» (латинский язык) или со значением «парковка для автомобилей» (правила дорожного движения). Если мы располагаем кодом, мы можем передавать и принимать осмысленные сообщения: код позволяет «соотносить одни и те же значки с одними и теми же понятиями, комбинируя их по определенным правилам» [Эко 2006, 74]. Коммуникация как обмен информацией невозможна без операций кодирования / декодирования транслируемого знания, впечатления или предписания. Как отмечает Умберто Эко, «без более или менее устойчивого кода не бывает эффективной коммуникации» [Эко 2006, 304]. Однако важно подчеркнуть, не всякая передача информации (знания) требует предварительной кодировки, особенно в городской среде. Наличие пяти горизонтальных рядов окон *напрямую* означает наличие в доме пяти этажей (если не предполагать намеренной игры архитектора со зрителем); поворот улицы означает только поворот улицы и ничего больше. Такая *презентация* устройства здания или геометрии путей передвижения не несет никакой дополнительной информации и считывается без посредства какого-либо кода. Другое дело, если те же здания и улицы выступают в роли знаков или знаковых систем, *репрезентирующих* нечто отличное от себя самих: тут без кода уже не обойтись.

Сообщение в семиотическом смысле не тождественно опознанию; первое передает информацию (знание) опосредованно, через приемы кодирования / декодирования, второе происходит *напрямую*. Для *презентации* объектом самого себя (своей функции или конструкции), как правило, не требуется процедуры кодирования. Когда мы видим дверь, мы понимаем: вход (выход) здесь. Код вступает в дело, когда тот или иной объект (конструкт) применяется как средство *репрезентации*, то есть как *знак* чего-то иного. Сам вид дверей (ворот) указывает на их предназначение (функцию) служить проходом сквозь препятствие; сам вид лестницы сигнализирует о

возможности ее использования в качестве средства подъема или спуска. Но если дверь обрамлена многофигурным порталом, осложненным эмблемами и символами, если дверная ручка оформлена в виде львиной морды с человеческими головами в зубастой пасти, то в данном случае это уже не только устройство для входа / выхода, но и знаковый комплекс, в котором закодированы мировоззренческие постулаты: граница жизни и смерти, страшный суд, посмертное воздаяние за персональные поступки (ил. 1). Любая лестница, встроенная в сакрализованное пространство, отсылает к лестнице Иакова (Быт 28:12–15) и ее сотериологическому смыслу.



Ил. 1. Великий Новгород. Софийский собор. Магдебургские врата. XII в.  
Дверная ручка в виде головы льва. Надпись: «Ад пожирает грешных»

Один и тот же смысл – правило, норма, ценность, образ – «может воплощаться в различных материальных носителях» [Кюрегян 2012, 80], то есть получать репрезентацию в разных объектах, субстанциях и практиках, в том числе в речи. Культурные значения и установки заключены в чувственно воспринимаемых знаковых конструктах, которые выступают как «материальные носители смысла» [Бахтин 1986, 353]. В качестве таких субстратов для репрезентации содержания культуры посредством культурного кода может послужить любой комплекс чувственно воспринимаемых реалий действительности – «флора, фауна, явления природы, оружие,

орудия труда, хозяйственная утварь, одежда, пищевые продукты, здания и прочие артефакты, а также культурные сценарии (трудовые процессы, празднества, игры, состязания, битвы, шоу, торги и другие социокультурные трансакции)» [Кюрегян 2012, 79]. Но правильно и обратное: один и тот же знак может выражать собой разные культурные смыслы – в зависимости от того, в какой текст включен этот знак, а также от того, кто, когда и для чего создает или воспринимает этот текст.

Текст может содержать в себе как прямое, так и подразумеваемое сообщение. Прямое сообщение реализуется посредством операции денотации, подразумеваемое (часто называемое подтекстом) – посредством коннотации, то есть отсылки к неявному смыслу. К примеру, «визуальное сообщение, изображающее негра и белую женщину в интимной ситуации, хотя и имеет один и тот же смысл (точнее сказать, одно и то же *содержание*. – С.А., Е.С.) как для расиста, так и для сторонника равноправия, тем не менее для первого будет значить “акт насилия”, “нежелательное явление”, “недопустимое смешение рас”, в то время как для второго оно будет значить “равенство”, <...> “любовь, свободную от предрассудков”» [Эко 2006, 91]. То, что изображено (иначе говоря, содержание изображения) опознается напрямую; то, что является подразумеваемым смыслом изображения, активирующим базовые ценности реципиента, считывается посредством *культурного кода*.

Аналогичным образом культурный код города имеет отношение к коннотативному слою оформления городской среды (здесь задействована семиотика ценностей) – в отличие от дизайн-кода, относящегося к денотативному слою (эстетика стилей). Так грамматика регламентирует правила дизайна текста, а семиотика обеспечивает доступ к его подтекстам, понятным лишь из истории употребления языка, то есть из культуры. Любой художественный текст имеет, как правило, два слоя: денотативный (регламентированный языковым дизайн-кодом) и коннотативный (опирающийся на культурный код).

В процессе вербальной коммуникации, наряду с естественным языком, используются культурные коды. Чтобы достаточно полно и адекватно понять сообщение, реципиент должен владеть не только применяемым в акте общения словесным языком, но и теми культурными кодами, которые задействуются продуцентом речи в данном акте общения. Это особенно относится к эстетической коммуникации. Так, образы родной природы в лирических стихотворениях в своей совокупности воссоздают синтетический образ Родины,

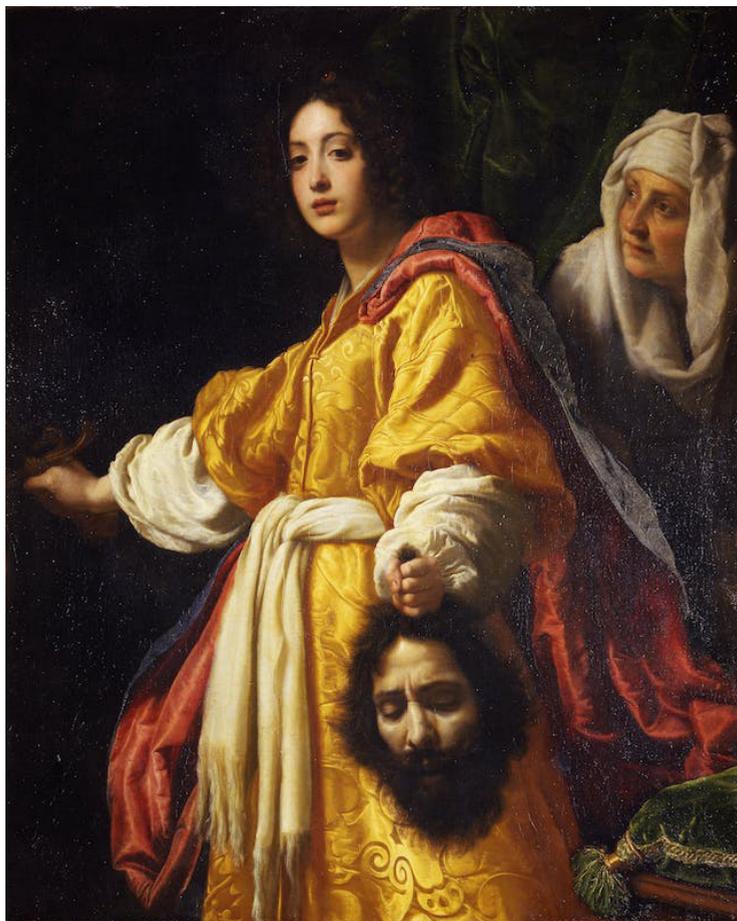
окрашенный в патриотические и ностальгические тона и составляющий художественное содержание произведения. Это содержание не доходит до иностранного читателя, не знакомого с символикой природы чужой для него страны, даже если он владеет тем этноязыком, на котором написано стихотворение» [Кюрегян 2012, 79].

Вид бескрайних степей может вызывать как тоску, так и переживание свободы; понятно, что второй способ прочтения названного образа обусловлен закодированными в нем глубинными ценностями степных культур. Код – это, говоря словами Р. Барта, «смысловой режим» [Барт 2009, 50], определяющий саму возможность коннотации как того подтекста, который (именно благодаря соответствующему коду) обнаруживается под слоем дескрипции или прямой референции. Знание кода позволяет обнаружить и воспринять коннотативный слой сообщения или образа, вскрыть их более глубокий семиотический слой.

Что такое коннотация? Это, согласно Барту, «связь, соотнесенность, анафора, метка», способная «отсылать к иным – предшествующим, последующим или вовсе внеположным – контекстам, к другим местам того же самого (или другого) текста» [Барт 2009, 51]. Лишь коннотация имеет отношение к смыслу текста или изображения. По словам Барта, денотативный слой сообщения, не будучи первичным, лишь «прикидывается таковым» [Барт 2009, 52]; действительно, описания природных явлений в художественной литературе или изобразительном искусстве зачастую создаются не ради самого этого описания, а для выражения экзистенциальных состояний героев или авторов. В таких случаях коннотация оказывается первичной по замыслу, а денотативный слой произведения служит лишь введением в его смысл.

Мы можем говорить о том, что существует «иконическое сообщение, в основе которого лежит некий код», и «иконическое сообщение, в основе которого не лежит никакого кода» [Барт 2008, 257]. Зачастую это *одно и то же* изображение, которое может быть прочитано и как «отражение», и как «сообщение», то есть либо в денотативном, либо в коннотативном аспекте. Культурный код вступает в дело лишь на высшей (но не обязательно хронологически первой) стадии прочтения произведения, а значит, именно в ситуации *активации* этого кода только и может совершиться его *действительное* прочтение. Мы можем видеть материал произведения (или прочесть о нем): холст, масляные краски; мы можем опознать состав картины: человеческие фигуры и части тела; мы можем разобрать ее содержание (десигнацию): молодая женщина,

держащая в правой руке меч, а в левой – отрубленную голову боро-  
 датого мужчины, а также немолодая женщина рядом; мы можем  
 понять значение (денотацию) этой композиции: Юдифь с головой  
 Олоферна, иллюстрация библейского сюжета. И лишь культур-  
 ный код приводит нас к *смыслу* (коннотации) этого изображения:  
 праведное возмездие нечестивому (ил. 2).

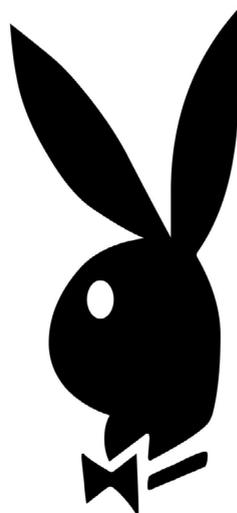


Ил. 2. Кристофано Аллори. Юдифь с головой Олоферна. 1610–1612.  
 Флоренция, Палаццо Питти

Как известно, отмечает В. М. Савицкий, ссылаясь на Л. Т. Ельм-  
 слева, знак представляет собой «двухъярусную конструкцию» –  
 единство плана выражения и плана содержания. По Л. Ельмсле-  
 ву, множество знаков, имеющих буквальные значения, образует  
 первичную (денотативную) семиотику. Однако существуют такие

знаки, у которых план содержания составляют не объекты действительности, а знаки денотативной семиотики. Эти знаки второго порядка (знаки знаков) представляют собой «вторичную (коннотативную) семиотику – знаковую систему, надстроенную над первичной (денотативной)» [Савицкий 2016, 55]. По поводу «первичности» денотации и «вторичности» коннотации, как мы уже знаем, довольно удачно высказался Ролан Барт. Поэтому стоит воздержаться от утверждения какой-либо иерархичности в соотношении коннотации и денотации и остановиться пока что на признании их взаимной дополнительности.

Итак, то, что закодировано в коннотативном слое знака или знаковой комбинации, – смысл; система кодирования / декодирования смысла – код. Другими словами, конкретная культура определяет не сам факт наличия подтекста (коннотации) в любом тексте, но его определенный смысл. Только культурная традиция подсказывает, что заяц – символ греха. Между биологическим зайцем и его изображением (то есть на уровне денотации) расположены правила и приемы искусства; между изображением зайца и аксиологическим понятием греха (то есть на уровне коннотации) расположен конкретный культурный код. В поле действия иных культурных кодов изображение зайца отсылает к другим смыслам (ил. 3).



Ил. 3. Слева: Китоврас, убивающий зайца. Юрьев-Польский, Георгиевский собор, 1234.  
Справа: логотип журнала Playboy. Arthur Paul, 1953.

Для передачи простого, «однослойного» сообщения достаточно владеть языковым кодом; для этого не требуется погружаться в

культуру, которая связана с данным языком. Если мы можем прочесть и понять слово, написанное, к примеру, по-французски, значит, мы владеем кодом к тому сообщению, которое передано с помощью этого слова; «код этого сообщения есть не что иное как код французского языка», позволяющий «расшифровать» сообщение [Барт 2008, 253]. Однако при наличии *подразумеваемого* смысла вербального или визуального изображения мы должны иметь дело с «системой, знаки которой <...> черпаются из некоего культурного кода» [Барт 2008, 268], поскольку одного лишь знания языка уже недостаточно. Вербальные и иные знаковые обозначения не только передают ту или иную информацию, но и «фиксируют и сохраняют социально значимые и подлежащие трансляции ценности» [Изотова 2020, 124]. И если термин «код» подразумевает простое соответствие между планом выражения и планом содержания знака, то глубинные аксиологические аллюзии, связанные с этим соответствием, обусловлены «той или иной культурой» [Акопян 2015, 73], поскольку смысловой код того или иного языка обусловлен культурными обстоятельствами его генезиса и практического употребления.

Культурный код имеет отношение не к самим текстам, а к тому коллективному историческому опыту, который в этих текстах выражается. «*Код культуры*, – пишет Григорий Померанц, – это органическая совокупность всех возможностей культуры, осуществленных или намеченных в ее текстах» [Померанц 2011, 149]. Насколько культура является живой, настолько ее культурный код вариативен и динамичен, всегда *недоопределен*. Пока мы не сосредоточиваем на нем свое аналитическое внимание, он действует безотказно. Когда мы пытаемся его окончательно определить, мы его искажаем и в конечном счете упускаем. Стараясь рационально зафиксировать культурный код (тем более *свой* культурный код), мы вынуждены вольно или невольно прибегать к редукциям и производить инструкции, переводя культурный код на уровень дизайн-кода. Согласно Эко, «найти код – это и значит теоретически постулировать его», иначе говоря, закрепить его в конечном наборе рациональных правил. Поскольку же все индивидуальные особенности восприятия и частные случаи интерпретации знаков никакой ученой и никакая наука «не в силах исчерпать», приходится «бросить накапливать факты и заняться построением языковой системы» [Эко 2006, 83], то есть законченной теоретической формулировки кода, пренебрегая при этом вопиющей неполнотой индукции.

Против такого упрощенного понимания культурного кода активно выступал М. М. Бахтин. Обвиняя семиотику в излишней

формализации культурных процессов, он писал: «Семиотика занята преимущественно передачей готового сообщения с помощью готового кода. В живой же речи сообщение, строго говоря, впервые создается в процессе передачи и никакого кода, в сущности, нет» [Бахтин 1986, 371]. Доступ к смыслу сказанного (написанного, изображенного) обеспечивает, по Бахтину, не код, а *контекст*. Именно такое положение дел сохраняет культуру живой, творческой и прирастающей во времени. «Контекст потенциально незавершим, код должен быть завершимым. Код – только техническое средство информации, он не имеет познавательного творческого значения. Код – нарочито установленный, умерщвленный контекст» [Бахтин 1986, 372]. На этом основании само понятие кода достойно полного исключения из словаря культуролога.

Обеих крайностей – фиксации культурного кода как константы и отрицания самого его наличия – можно избежать. Противовесом редукции культурного кода к дизайн-коду может выступить понимание того, что, во-первых, в одной и той же культуре действует, как правило, несколько культурных кодов (следовательно, несколько культурных языков или словарей) и, во-вторых, не один только код как таковой определяет доступ реципиента к смыслу текста или изображения. Для любой развитой (имеющей историю) культурной системы характерна поливалентность знаковых единиц, то есть связь с одним знаком нескольких смыслов. К примеру, любое культурно значимое и, следовательно, сложное изображение в его *коннотативном* измерении «есть некоторая конструкция, образованная знаками, извлекаемыми из разных пластов наших словарей (идиолектов), причем любой подобный словарь, какова бы ни была его “глубина”, представляет собой код» [Барт 2008, 268]. При этом вариативность прочтения одного и того же изображения или текста не отменяет наличия самого их «языка», стоит только принять к сведению, что такой язык, как правило, «состоит из различных словарей, идиолектов и субкодов: смысловая система насквозь пронизывает изображение, подобно тому как сам человек <...> состоит из множества различных языков» [Барт 2008, 269].

Но если один и тот же знак может быть прочитан согласно разным кодам, то какой именно код следует активировать в конкретной коммуникативной ситуации – это определяется лишь из контекста<sup>1</sup>. Код в его прагматическом аспекте можно представить, соглас-

<sup>1</sup> Так, слово «хвост» обнаруживает разные значения в контексте речи об устройстве тела животного, сообщения о полицейской слежке или разговора об учебной задолженности. Вне контекста (то есть внутри словаря) конкретное значение слова не определяется.

но Эко, в виде двух осей – парадигматической и синтагматической. «Парадигматическая ось представляет собой репертуар символов и правил их сочетаний, это ось выбора, синтагматическая ось – это ось комбинации символов», – такое понятие кода применимо не только для характеристики речи или письма, но и «для установления закономерностей при артикуляции невербальных кодов» [Эко 2006, 84]. Если репертуар и правило относятся собственно к сфере действия кода, то выбор и желаемая комбинация – к частному контексту, в котором формируется и принимается сообщение, то есть применяется, употребляется сам код. «Речь, в сущности, не о том, чтобы обнаружить ту или иную готовую структуру, – утверждает Ролан Барт, – а в том, чтобы по возможности инициировать процесс структуриации» [Барт 2009, 66], конструирования смысловой синтагмы. Запуск такого процесса обеспечивает именно контекст, мотивируя реципиента к выбору того или иного кода. При этом трудно сказать, является ли такой выбор в том или ином конкретном случае «правильным».

Если город – это сложное произведение искусства, то и смыслы, вложенные в него, актуализируются посредством его «читателей» и «зрителей» соответственно их состоянию и их ожиданиям<sup>2</sup>. Более того, в практике рецепции городской среды как интегрального культурного феномена и уникального хронотопа количество этих смыслов может меняться – как в сторону убывания<sup>3</sup>, так и в сторону прироста. Все эти смыслы, выраженные посредством различных коммуникативных форм, составляют интегральный образ города, который никогда не имеет завершения.

Правила дизайна среды могут меняться, но культурные коды должны сочетать динамику с постоянством. «Чрезмерно жесткий код культуры так же опасен, как и чрезмерно гибкий, – отмечает Г. Померанц. – Рост гибкости, способности к альтернативам, к новшествам благоприятен для жизни, если он уравновешен крепостью традиции, если новое включается в старое и расширяется объем памяти культуры <...>. Если же сегодняшний день вытесняет вчерашний, возникает ситуация постоянной неустойчивости» [Померанц 2011, 151]. Различие денотативных (языковых) и коннотативных (культурных) кодов состоит в следующем: «...в то время как первые легко выделяются, подчиняются строгим правилам, являются более стойкими и, стало быть, сильными, вторые изменчивы,

<sup>2</sup> Умберто Эко называет код и «системой ожиданий» того, кто воспринимает сообщение [Эко 2006, 99].

<sup>3</sup> В. В. Савчук отмечает, что «суггестивные образы рекламы», которые заполняют пространство города, зачастую «агрессивно вытесняют культурную самобытность с ее неизменной локальной спецификой и исторической памятью» [Савчук 2022, 42].

слабы, часто зависят от того, кто именно говорит, от социальной принадлежности говорящего, какой бы малой группе он ни принадлежал, их описание всегда более или менее приблизительно и связано с известным риском» [Эко 2006, 84], то есть являются исторически вариативными и гибкими. Важно помнить при этом, что речь идет не о культурных ценностях, а о способах их выражения (кодирования) в разнообразных формах и средах.

Код всегда проще того смысла, который транслируется с его помощью; в этом своем качестве никакой культурный код не может быть признан исчерпывающим. «Код – это модель, являющаяся результатом ряда условных упрощений, производимых ради того, чтобы обеспечить возможность передачи тех или иных сообщений» [Эко 2006, 83]. Из этого, в частности, с необходимостью следует, что наличие общего кода у адресанта и адресата не обеспечивает полного тождества переданного и полученного сообщений, а также предполагает различным образом нюансированное прочтение одного сообщения разными адресатами в силу индивидуальных особенностей различных адресатов, располагающих одним и тем же кодом.

Культура есть семиотическая среда, то есть динамичное пространство обмена знаками и знаковыми комплексами. Знак в своем коннотативном аспекте всегда выражает собой некоторый смысл. Культурный код есть *порядок выражения* смыслов (ценностей, эталонов, моральных норм, исторического наследия), то есть имеет прямое функциональное отношение к *форме* фиксации («публикации») культурного содержания. Эта форма имеет характер не внешнего регламента (как дизайн-код)<sup>4</sup>, но органически обусловлена самим культурным содержанием, пригнана к нему, соответствует наиболее адекватному выражению (закреплению, трансляции) именно этого содержания. Культурный код обусловлен не вкусом или модой, не интересом или выгодой: он опирается на *традицию* в ее фундаментальном значении, то есть на внутреннее основание устойчивости культуры *в большом времени*. Культурный код способствует действительной актуализации глубинного наследия, включая его в коммуникативные процессы и пространства сегодняшней жизни. Иначе говоря, культурный код есть *норма коммуникативной репрезентации смыслов*.

### **Культурный код города: семиотическое прочтение**

Прежде чем приступать к детальному анализу понятия «культурный код города», необходимо определить то, каким обра-

---

<sup>4</sup> Ср.: [Петровская 2020].

зом город интерпретируется в рамках семиотического подхода. По словам французского философа и семиотика Ролана Барта, «город – это дискурс, и этот дискурс действительно является языком: город говорит со своими жителями, мы говорим на языке нашего города, города, в котором мы находимся, просто живя в нем, бродя по нему, глядя на него» [Barthes 1997, 168]. Другими словами, город – это текст, семиотическая система со своими элементами, и каждый житель или посетитель города – «это своего рода читатель, который, следуя <...> своим движениям, присваивает фрагменты высказывания, чтобы втайне актуализировать их» [Barthes 1997, 170]. В статье “Semiology and The Urban” Р. Барт задается вопросом: «Как перейти от метафоры к анализу, говоря о языке города?» [Barthes 1997, 170], – но при этом сам остается преимущественно в метафорическом пространстве, рассуждая о семиотике города. Например, он пишет:

...мы конструируем, мы создаем каждый город отчасти по образу и подобию корабля «Арго», каждая деталь которого уже не является оригинальной, но сам корабль при этом все равно остается кораблем «Арго», то есть набором значений, легко читаемых и узнаваемых. В этой попытке семантического подхода к городу мы должны попытаться понять игру знаков, понять, что любой город – это структура, но мы никогда не должны пытаться и никогда не должны желать заполнить эту структуру [Barthes 1997, 172].

В этой, безусловно, красивой метафоре не уточняется, о какой именно структуре города идет речь, она фигурирует как нечто призрачное и непроявленное. Можно попытаться определить в городском пространстве некоторые отдельные единицы, выделить *паттерны* в структуре городской среды, как это сделал Кристофер Александер [Александер и др. 2014], или *элементы*, как предложил Кевин Линч [Lynch 1960]. В таком случае конкретный паттерн или элемент городской среды можно рассматривать в качестве означающего и оценивать его с точки зрения выразительности, ясности, «читаемости» [Lynch 1960, 2–3], а также смысловой значимости для жителей города, то есть выявлять, какое именно означаемое связано с определенным означающим. Однако насколько для семиотического анализа города необходимо разложение урбанистического текста на единицы? И является ли обоснованным применение лингвистических аналогий к нелингвистическим семиотическим системам?

Один из ведущих немецких семиотиков, Мартин Крампен, отметил, что подход Барта связан с «лингвистической ошибкой»,

из-за которой городская семиотика оказалась закована в тесные и непривычные для нее рамки. По мнению Крампена, прежде всего необходимо фокусироваться на том, «какой смысл связан с городом и с помощью каких механизмов», и изучать, какие «условия должны быть выполнены, чтобы можно было приписывать коммуникативные свойства объектам вообще и архитектурным объектам в частности» [Krampen 1979, 1]. Большинство городских объектов передает свое значение по той прямой функции, которую они выполняют (презентация), однако этого недостаточно, чтобы переходить в область семиотического анализа (репрезентации). С точки зрения Крампена, значение возникает, когда объекты становятся «трансфункциональными», то есть передают какое-то дополнительное содержание помимо своей непосредственной функции [Krampen 1979, 4]. Благодаря такому взгляду мы переключаем внимание на те конкретные исторические, идеологические, политические, экономические и, конечно, культурные процессы, которые связаны с формированием определенного городского пространства.

Менее метафоричный подход к городской семиотике, чем у Барта, мы встречаем в работе “Urban Semiotics” Марка Готтдинера [Gottdiener 1983], в которой обсуждаются проблемы, возможности и существовавшие на тот момент варианты семиотического подхода к городу. Он определяет городскую семиотику как «направление семиотического изучения пространства поселения, где данным пространством является город», и показывает, что названная отрасль семиотики направлена одновременно на несколько разных объектов анализа: материальную структуру застроенной среды; образ города, который имеется у жителей; смысловые коды, артикулируемые пространством; дискурс градостроителей, городских экспертов и ученых [Gottdiener 1983, 101]. Позиция Готтдинера заключается в том, что городскую семиотику необходимо концептуализировать как социосемиотику [Gottdiener 1983, 104], поскольку смыслы и конструируются в определенном сообществе, и считываются представителями конкретной городской культуры.

В связи с этим главным инструментом выявления культурного кода города является интерпретация тех представлений о городе, которые имеют его жители, то есть определение того, какое содержание горожане связывают с теми или иными городскими пространствами. Согласно Барту, каждому жителю «следует попытаться расшифровать город», в котором он находится, «начав с поиска личного взаимопонимания» [Barthes 1997, 171]. При этом важен не столько официальный дискурс, сколько нарративы, которые созда-

ют сами горожане: что для них значит город? какие ассоциации, эмоции и образы связаны у них с городом? какие места в городе, с их точки зрения, являются самыми значимыми? Таким образом становятся возможными выявление ценности определенных элементов городского ландшафта, понимание особенностей символического пространства города и осознание неповторимости, «индивидуальности» той или иной городской среды.

\*\*\*

Город как текст, с одной стороны, может быть написан на скорую руку, неразборчивым и невнятным почерком, не представляющим из себя ничего эстетически ценного, или ровным, но монотонным и однообразным шрифтом, главное в котором – простота и функциональность. С другой стороны, городская текстура – слово за словом, здание за зданием – может быть каллиграфически выведена рукой мастера, наносящей на исходный природный ландшафт изящную и утонченную культурную вязь. Некоторые городские тексты погружают своего читателя в атмосферу уюта, размеренности и умиротворенности, тихой созерцательности внешнего и внутреннего пространства, иные бодрят своим безудержным ритмом, непрерывным движением и энергичностью, электризующей атмосферу, увлекают читателя яркими красками, густыми звуками и безграничными перспективами в свои жизненные потоки. И все эти пространственные тексты наполнены смыслами, понимание которых возможно только благодаря знанию уникального культурного кода конкретного города.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

- Акопян 2015 – Акопян В. Г. Взаимодействие культурных кодов с кодом естественного языка // Поволжский педагогический вестник. 2015. № 2 (7). С. 71–75.
- Александр и др. 2014 – Александр К., Исикава С., Силверстайн М. Язык шаблонов: города, здания, строительство / пер. с англ. И. Сыровой. М: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014.
- Барт 2008 – Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Нулевая степень письма / пер. с фр. под ред. Г. К. Косикова. М.: Акад. проект, 2008. С. 252–274.
- Барт 2009 – Барт Р. S/Z / пер. с фр. Г. К. Косикова, В. П. Мурат. М.: УРСС, 2009.

- Бахтин 1986 – Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.
- Изотова 2020 – Изотова Н. Н. Культурный код: семиотический аспект // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10, № 1 А. С. 122–127.
- Кюрегян 2012 – Кюрегян А. Л. Семиотика культуры и культурные коды // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2012. № 4 (2). С. 79–81.
- Петровская 2020 – Петровская Е. И. Трехединый средовой код и моделирование городской среды // Архитектура и современные информационные технологии. 2020. № 3 (52). С. 205–227.
- Померанц 2011 – Померанц Г. С. Код культуры // Вестник культурологии. 2011. № 1 (56). С. 149–152.
- Розенкова, Шустова 2017 – Розенкова Х. Е., Шустова С. В. Лингвокультурный код: определение, проблема классификации, роль в межкультурной коммуникации // Евразийский гуманитарный журнал. 2017. № 2. С. 101–104.
- Савицкий 2016 – Савицкий В. М. Лингвокультурные коды: к обоснованию понятия // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. Лингвистика. 2016. № 2. С. 55–62.
- Савчук 2022 – Савчук В. В. Образ не на своем месте // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2022. № 4 (3). С. 35–46.
- Федотова 2022 – Федотова Н. Г. Культурный код города // Слово.ру: балтийский акцент. 2022. Т. 13, № 4. С. 10–24.
- Эко 2006 – Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / пер. с ит. В. Резник, А. Погоняйло. СПб.: Symposium, 2006.
- Barthes 1997 – Barthes R. Semiology and the Urban // Rethinking Architecture / ed. by N. Leach. London ; New York: : Routledge, 1997. P. 166–172.
- Gottdiener 1983 – Gottdiener M. Urban Semiotics // Remaking the City / ed. by J. Pipkin, M. La Gory, J. R. Blau. Albany: State University of New York Press, 1983. P. 101–114.
- Krampen 1979 – Krampen M. Meaning in the Urban Environment. London: Routledge, 1979.
- Lynch 1960 – Lynch K. The Image of the City. Cambridge, MA; London: Technology Press, 1960.

## REFERENCES

- Akopyan, V. G. (2015). Interaction of Cultural Codes with Natural Language Code. *Povolžskij pedagogičeskij vestnik*, 2, 71–75. (In Russian).

- Alexander, Ch., Ishikawa, S., & Silverstein, M. (2014). *A Pattern Language. Towns. Buildings. Construction*. Studiya Artemiya Lebedeva. (In Russian).
- Bakhtin, M. M. (1986). *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of Verbal Creativity]. Iskusstvo.
- Barthes, R. (1997). Semiology and the Urban. In N. Leach (Ed.), *Rethinking Architecture* (pp. 166–172). Routledge.
- Barthes, R. (2008). *Le degré zéro de l'écriture*. Editorial URSS. (In Russian).
- Barthes, R. (2009). *S/Z*. Editorial URSS. (In Russian).
- Eco, U. (2006). *La struttura assente*. Symposium. (In Russian).
- Fedotova, N. G. (2022). The Cultural Code of the City. *Slovo.ru: baltiyskiy aktsent*, 13(4), 10–24. (In Russian).
- Gottdiener, M. (1983). Urban Semiotics. In J. Pipkin, M. La Gory, & J. R. Blau (Eds.), *Remaking the City* (pp. 101–114). State University of New York Press.
- Izotova, N. N. (2020). Cultural Code: Semiotic Aspect. *Culture and Civilization*, 10(1 A), 122–127. (In Russian).
- Krampen, M. (1979). *Meaning in the Urban Environment*. Routledge.
- Kuregyan, A. L. (2012). The Culture of Semiotics and Linguocultural Codes. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, 4(2), 79–81. (In Russian).
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Routledge.
- Petrovskaya, E. (2020). The Triune Environment Code and Modeling of Urban Tissue. *Architecture and Modern Information Technologies*, 3(52), 205–227. (In Russian).
- Pomerantz, G. S. (2011). Code of Culture. *Vestnik kul'turologii*, 1(56), 149–152. (In Russian).
- Rozenkova, Ch. E., & Shustova, S. V. (2017). Linguocultural Code: Definition, Problem of Classification, Role in Intercultural Communication. *Evraziyskiy gumanitarnyy zhurnal*, 2, 101–104. (In Russian).
- Savchuk, V. (2022). Image Out of Place. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 4(3), 35–46. (In Russian).
- Savitsky, V. (2016). The Concept of Linguocultural Codes: A Rationale the Theoretical Substantiation of the Concept of Linguocultural Codes. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*, 2, 55–62. (In Russian).

Материал поступил в редакцию 29.08.2023

Материал поступил в редакцию после рецензирования 29.09.2023