

УДК 159.923.2

Соснюк Олег Петрович

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної психології,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

oleh.sosniuk@knu.ua

ORCID: 0000-0002-7558-8879

Остапенко Ірина Віталіївна

кандидат психологічних наук,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

м. Київ, Україна

ostapenko.iryna.vit@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6710-5964

КУЛЬТУРНІ КОДИ ЯК МАРКЕРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: МОЖЛИВОСТІ АКТУАЛІЗАЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ

Стаття присвячена розгляду культурних кодів як маркерів національної ідентичності. Розглянуто поняття культурний код в межах семіотичних теорій, визначено типи культурних кодів та виокремлено їх складові. Актуалізацію культурних кодів нації в освітньому просторі авторами пропонується здійснювати в опосередкований спосіб з використанням методів проєктно-орієнтованого навчання, сучасних інтерактивних методів (веб-квест), методів візуальної семантики.

Ключові слова: культурні коди нації, національна ідентичність, типи культурних кодів, проєктно-орієнтоване навчання, інтерактивні методи (веб квест), методи візуальної семантики.

Одним з важливих напрямів сучасних досліджень є вивчення культурних кодів, які привертають увагу представників різних галузей гуманітарного знання. Завдяки цьому дослідження культурних кодів мають яскраво виражений міждисциплінарний характер. Саме тому, культурні коди розглядаються науковцями у різних контекстах як: компоненти історичної пам'яті (Бойко, 2012; Горностай, 2023; Halbwachs, 1980), культурно-символічні елементи масової та міжособової комунікації (Соснюк, 2011), засоби відображення сенсів у лінгвокультурному просторі (Галинська, 2012), ціннісний регулятор споживчої поведінки (Кліменкова, 2013), маркери національної ідентичності (Leeds-Hurwitz, 1993; Соснюк, & Остапенко, 2017). Останній нас цікавить найбільше. Адже в умовах воєнного часу питання національної ідентифікації виходять на перший план.

Варто відзначити, що розробка поняття культурного коду в науці здійснюється досить тривалий час. Найбільший внесок було зроблено структуралістами і семіотиками (Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман, Р. Якобсон). Якщо спробувати узагальнити їх точки зору, то культурні коди можна визначити як сенси та символи, які створюють представники певних соціальних груп. Вони допомагають їм ідентифікувати один одного, ефективно комунікувати один з одним, передавати спільний досвід один одному. При цьому культурні коди – це не тільки різні символи та знаки, які використовуються у текстах і вербальній комунікації, але й система образів, яка належить до певної культурної сфери, або ж артефакти культури, що виступають у знаковій функції (Barthes, 1994; Leeds-Hurwitz, 1993). Розширена інтерпретація культурних кодів у працях семіотиків є цілком зрозумілою для представників цього напрямку, адже для них будь-яка інформація, що транслюється нами назовні, передається

або сприймається у взаємодії з іншими, є текстом у широкому розумінні цього слова, куди входять візуальні образи (Соснюк, 2011; Соснюк, 2019), невербальні прояви (жести, міміка, пантоміміка), паралінгвістичні та екстралінгвістичні особливості вокалізації (Коваленко & Корнев, 2006), а також аудіальні образи з притаманною їм фонетичною мотивованістю. Зазначені особливості знайшли своє відображення у комунікаційних моделях семіотиків, в яких вони намагаються пояснити специфіку використання культурних кодів у процесі соціальної взаємодії (Рис.1).

Модель Р. Якобсона (адресант – повідомлення – контекст – контакт – код – адресат)	
	Модель Ю. Лотмана (Я – ВІН, Я– Я; контекст/повідомлення – зміна контексту/повідомлення)
Модель У. Еко (відправник – повідомлення – первинні коди – вторинні коди – повідомлення – адресат)	

Рис. 1. Семіотичні комунікаційні моделі.

Для нашого розгляду найбільш цікавою є модель У. Еко, який виокремлював первинні коди (універсальні, зрозумілі для всіх без необхідності отримання додаткової інформації) і вторинні коди (зрозумілі лише для представників певних соціальних груп, передбачають наявність у них специфічних знань) (Еко, 1979).

Для представників однієї нації культурні коди первинні (в термінології У. Еко), для представників інших націй вони вторинні (щоб їх декодувати, необхідно зануритись в культурне середовище інших націй, пізнати і зрозуміти його).

Втім про розподіл на первинні та вторинні культурні коди можна говорити і в межах однієї нації. І є чимало регіональних особливостей національної ідентичності українців, що відрізняють їх один від одного (Остапенко, 2023).

Розглянуті вище аспекти дозволяють зробити декілька попередніх висновків. Первинні та вторинні культурні коди існують, а представники певної нації відрізняються за ступенем чутливості до сприймання культурних кодів. Трансляція культурних кодів нації може відбуватись за допомогою знаків (текстів, візуальних та аудіальних образів тощо).

Таким чином, культурні коди нації – це елементи простору культури, що виступають у якості маркеру ідентичності як окремої особистості у вузькому сенсі, так і всієї нації у більш широкому значенні.

При цьому, культурні коди завжди передбачають трансляцію культури, мови, історії, менталітету певної нації вербальними / невербальними та будь-якими іншими засобами. Фактично, культурні коди нації – це закодована у певній формі інформація, що дозволяє ідентифікувати культуру (відмінну від інших націй), а її носіїв як представників певної нації.

Значною мірою знання культурних кодів нації відкриває шлях до розуміння певного типу культури, бо вони містять унікальні культурні особливості, які дісталися тому чи іншому народу від предків.

Водночас, культурні коди визначають набір образів, які пов'язані з комплексом стереотипів, поширених у масовій свідомості. Переважна більшість з них не усвідомлюється (Leeds-Hurwitz, 1993). Тому, коди нації є відображенням змісту культурного несвідомого. Доволі часто зазначені особливості так і не стають предметом рефлексії, перебувають у латентній

формі і можуть не усвідомлюватися, але виявляються у поведінці та вчинках представників тієї чи іншої нації.

На роль первинних кодів можуть претендувати насамперед універсальні культурні коди нації. На актуальний момент виокремлюють більше десяти видів. Серед них особливу роль відіграють:

1) Гастрономічні культурні коди, які відображають смакові переваги, особливості національної кухні та харчової поведінки представників певної нації. Українці мають низку унікальних гастрономічних культурних кодів, які відрізняють їх від інших націй (Рис.2).

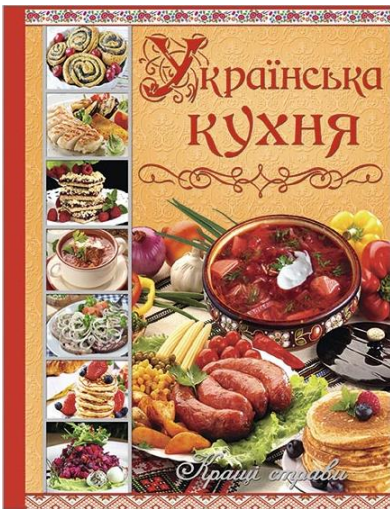


Рис.2. Приклади гастрономічних культурних кодів української нації.

Їх важливість не варто недооцінювати. Адже зовсім не випадково представники країни-агресора, намагаючись поглинути території України, одночасно робили спроби на міжнародному рівні привласнити собі надбання української національної кухні (борщ). Вони дійсно є тим, чим пишаються українці. Особливо, коли тривалий час знаходяться за межами власної країни. Саме тому, українські гастрономічні магазини зв кордоном користуються особливою популярністю серед наших співгромадян.

2) Колоративні культурні коди, які відображають певну гамму кольорів, з якими ідентифікують себе українці. До них, насамперед відносять синьо-жовту та червоно-чорні кольорові гамми (Рис.3).

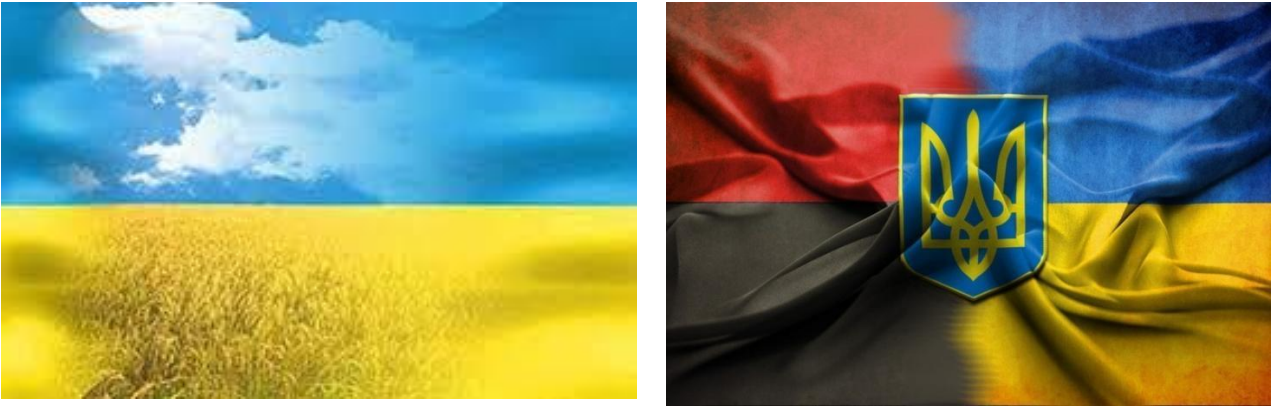


Рис.3. Приклади колоративних культурних кодів української нації.

Перша відображає природний культурний код нації, транслює свободу (синій) та дію (жовтий), історично обумовлений образ життя українців. Друга також пов'язана з історичним минулим (УПА) і відображає глибокі почуття (Д. Павличко – «Два кольори»: «Червоне – то любов, а чорне – то журба»).

3) *Речові культурні коди*, які відображають унікальні особливості національного одягу, що є маркером за яким українців можна чітко відрізнити від представників інших націй (Рис.4).



Рис.4. Приклади речових культурних кодів української нації.

Унікальні українські орнаменти, вишиванки істотно осучаснились, набули поширення та визнання за межами країни, що забезпечує їм додаткову впізнаваність.

4) Архітектурні культурні коди, які відображають унікальну архітектурну стилістику (наявність плавних ліній), що поєднує простоту, практичність, підкреслює господарський характер мешканців, їх прагнення до підтримання житла в охайному стані. Особливістю забудови українських міст та містечок є наявність великої кількості дерев, кущів, квітів, зелених та рекреаційних зон, які створюють відчуття затишку від перебування у психологічно комфортному та релевантному для більшості українців середовищі (Рис.5).

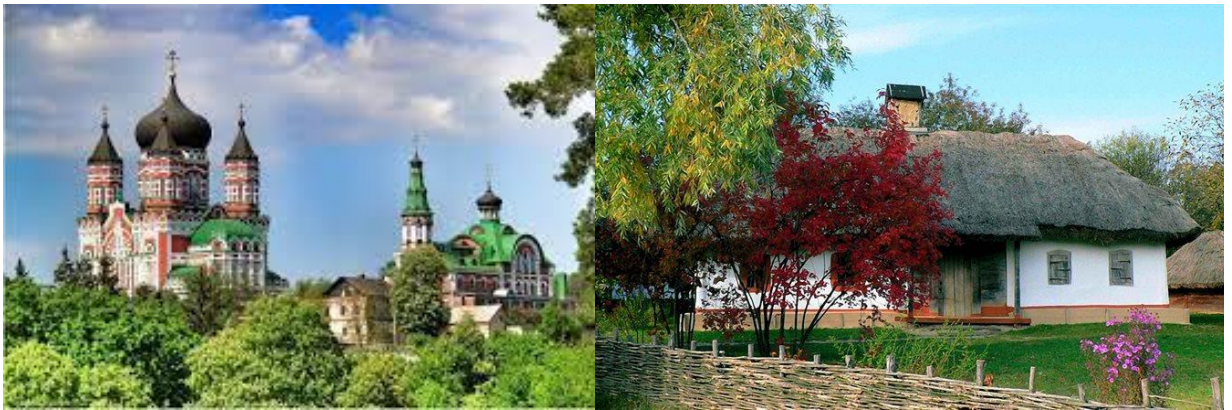


Рис.5. Приклади архітектурних культурних кодів української нації.

Особливо помітними архітектурні коди стають для українців після тривалого перебування за межами країни.

5) Темпоральні (часові) культурні коди, які відображають історичне минуле українців та ставлення до нього. Ці коди пов'язані з історичною пам'яттю, в якій є місце для трагічного та героїчного, культурними травмами та особливостями їх подолання (Рис.6).



Рис.6. Приклади темпоральних (часових) культурних кодів української нації.

б) **Мистецькі культурні коди**, які відображають досягнення українців у сфері мистецтва. Вони є однією з візитівок сучасної України, предметом особливої гордості українців. Щоправда, не всі мистецькі коди є дійсно первинними для всіх українців. Здебільше ті, що належать до масової культури або транслиуються в освітньому середовищі. Решта залишається нішевыми, вторинними (в термінології У. Еко), навіть в межах української нації (Рис.7).

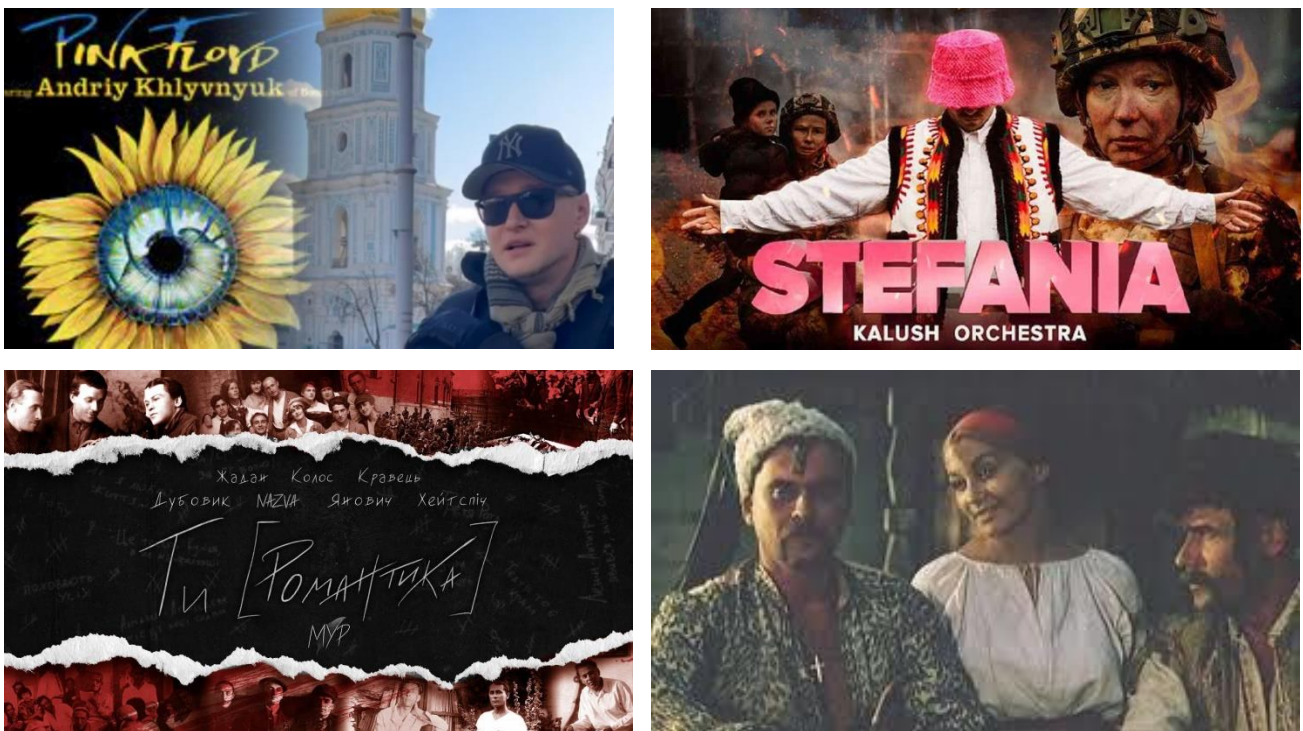


Рис.7. Приклади мистецьких культурних кодів української нації

В цілому культурні коди нації допомагають краще зрозуміти її поведінку, визначити специфіку народної психології. Ці аспекти намагаються розкрити в етнокультурних дослідженнях. Як було зазначено нами раніше, культурний код нації має багато складових, але найважливішими серед них, з точки зору етнопсихологів, є наступні: 1) **Цінності нації** – переконання та ідеї, які дістались у спадщину від попередніх поколінь і визначають типову поведінку представників певної нації; 2) **Національний характер** – система ставлень представників певної нації до різноманітних сторін навколишньої дійсності, що виявляється у стійких стереотипах мислення, емоційних реакціях і поведінці в цілому; 3) **Національні символи** – система знаків, символів, звичаїв, з якими ототожнюють себе представники певної нації і які відрізняють їх від людей, що належать до інших націй.

З метою патріотичного виховання вкрай важливим є забезпечення в освітньому просторі умов для актуалізації культурних кодів нації. Ефективність цього процесу буде визначатись формами та методами такої роботи. З нашої точки зору, в освіті варто відмовитись від директивних форм та методів. Набагато продуктивніше здійснювати це в опосередкований спосіб, використовуючи більш релевантні для сучасної молоді підходи та методи. Наприклад, проєктно-орієнтовані технології, інтерактивні методи (веб-квести) або методи візуальної семантики (Дідук, 2024; Соснюк, & Остапенко, 2018; Остапенко, 2022; Соснюк, & Остапенко, 2023; Соснюк, & Остапенко, 2024). Їх використання в освітньому процесі допомагає створити атмосферу полілогу, сприяє появі відповідної мотивації та зацікавленості, відкриває нові можливості для творчого самовираження. Таким чином, становлення національної ідентичності відбувається без зовнішнього тиску, гарантує розвиток суб'єктності вихованців.

Список використаних джерел:

Barthes, Roland (1994). *The Semiotic Challenge*. University of California Press: Berkeley.

Eco, Umberto (1979). *A Theory of Semiotics*. Indiana University Press.

Halbwachs, M. (1980). *The Collective Memory*, trans. F Ditter, V.Ditter. NY: Harper&Row.

Leeds-Hurwitz, Wendy. (1993). *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*. New York: Imprint Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203821909>

Бойко, О. Д. (2012). Колективна пам'ять: природа, суть, структура. *Національна та історична пам'ять*, 3, 93-105.

Галинська, О. М. (2012). Типологія кодів культури в українській і англійській інтертекстуальній фразеології. – URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/1882/1/Typology.pdf>

Горностай, П. П. (2023). Психологія колективних травм: монографія / Павло Горностай ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький: Імекс-ЛТД,

Дідук, І. А. (2024) Проектна модель навчання: потенціал та можливості. *Науковий збірник «InterConf»*, 211, 65-72. – <https://archives.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/72>

Дідук, І. А. (2024). Технологія організації проектної діяльності студентів мистецьких закладів. *Професійна мистецька освіта. Методичні аспекти: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 07.02.2024 / МОН України, КЗВО КОР «Академія мистецтв імені Павла Чубинського»*. Київ: Академперіодика, 41-45.

Кліменкова, А. М. (2013). Культурні коди комерційної реклами: досвід побудови типології. *Український соціум*, 4(47), 39-50.

Коваленко, А. Б. & Корнєв, М. Н. (2006). *Соціальна психологія*. Київ: Геопринт.

Остапенко І. В. (2022). Використання медіаконтенту для візуалізації уявлень молоді про майбутнє: виклики війни та євроінтеграція. *Проблеми політичної психології*, 25(1), 126-141.

Остапенко, І. В. (2022). *Медіаконтент як засіб розвитку громадянської компетентності молоді: методичні рекомендації*. Імекс-ЛТД, м. Кропивницький.

Остапенко, І. В. (2023). Регіональні відмінності в національній ідентифікації та уявленнях про майбутнє української молоді. А. Б. Коваленко, І. В. Остапенко (Ред.). *Проблеми розвитку ідентичності особистості в освітньому просторі: Матеріали II круглого столу 19 жовтня 2023 року* : Збірник матеріалів. (м. Київ, 19 жовтня 2023 р.), (с. 67-74). Київ : Міленіум, ВЦ «Просвіта». DOI: <http://doi.org/10.33120/IPDEEProceedings-2023>

Остапенко, І. В. & Соснюк, О. П. (2024). Культурні коди нації в музичній творчості українських митців: Web-квест Інституту соціальної та політичної психології НАПН України та Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 15 квітня 2024 р. *Вісник Національної академії педагогічних наук України*, 1(6),1-4.

Остапенко, І. В. & Соснюк, О. П. (2023). Психосемантичне дослідження національної ідентифікації та уявлень про майбутнє молоді різних регіонів України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*, 4, 35-39. DOI: <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2023.4.7>

Соснюк, О. П. & Остапенко, І. В. (2017). Психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді. *Український психологічний журнал*, 2 (4), 164-176.

Соснюк, О. П. & Остапенко, І. В. (2018). Веб-квест як інструмент розвитку медіакомпетентності студентської молоді. *Український психологічний журнал*, 1 (7). 133-150.

Соснюк, О. П. (2019). Секрети інтерпретації візуальних образів. *Маркетинг і реклама*, 11(278), 24-33.

Соснюк, О. П. (2011). Семіотичний аналіз візуальних образів в якісних дослідженнях. *Маркетингові дослідження в Україні*, 1(44), 29-35.