

Научная статья
УДК 82-31: 311.21
doi: 10.17223/23062061/32/6

ОТЗЫВ О КНИГЕ КАК ПРОСТРАНСТВО КУЛЬТУРНОГО КОДА ЧИТАТЕЛЯ

Людмила Александровна Мосунова¹,
Екатерина Владимировна Митягина²

^{1, 2} Вятский государственный университет, Киров, Россия

¹ lmosunova@hotmail.com

² mityagina2004@yandex.ru

Аннотация. На материале библиотеки электронных книг ЛитРес методами текстуального и цифрового анализа изучены отзывы читателей о книгах лауреатов российских литературных премий с 2000 по 2020 г. Отражение ценностно-смысловой сферы в отклике на книгу позволило найти фундаментальные и стабильные элементы культуры. Смысловые метки в отзывах указывают на типичные образы. Вычленены и обобщены элементы культурного кода, показан процесс осознания читателем традиционных и новых культурных доминант.

Ключевые слова: современная литература, литературные премии, отзыв о книге, ценностно-смысловая сфера, культурный код

Благодарности: исследование проведено в рамках проекта Вятского государственного университета «Гармоничная личность» программы «Приоритет 2030».

Для цитирования: Мосунова Л.А., Митягина Е.В. Отзыв о книге как пространство культурного кода читателя // Текст. Книга. Книгоиздание. 2023. № 32. С. 98–112. doi: 10.17223/23062061/32/6

Original article

BOOK REVIEW AS A SPACE OF THE READER'S CULTURAL CODE

Liudmila A. Mosunova¹, Ekaterina V. Mitiagina²

^{1, 2} Vyatka State University, Kirov, Russian Federation

¹ lmosunova@hotmail.com

² mityagina2004@yandex.ru

Abstract. The interest of science and society in the protection and preservation of traditional cultural values is obvious. The cultural code that develops from gener-

ation to generation is both stable and capable of gaining new cultural dominants, which is reflected in modern fiction. The reader's book review, being a result of an aesthetic experience, also contains elements of the cultural code. Their study is possible on large data sets: digital analysis methods allow extracting and generalizing typical values that are practically indistinguishable with small statistics. Thousands of emotional, spontaneous reader reviews become a common space where signs and symbols of the cultural code stand out. The object of research is the largest library of electronic books LitRes. It is the largest representative of the electronic and audiobook market in Russia and CIS countries that occupies 2/3 of the electronic and audiobook market in Russia and has 166 thousand readers. The subject of the analysis is readers' reviews of books by laureates of Russian literary awards (Big Book, Russian Booker, National Bestseller, Yasnaya Polyana, Great Literary Prize of Russia, Writer of the Year, Patriarchal Literary Prize, State Prize in Literature and Art) from 2000 to 2020. 7959 reviews of 109 works by 63 authors were extracted. The research methodology included automatic collection of data from the LitRes e-book library; development of a category matrix, a markup codifier, and instructions for annotators; manual markup of reviews and creation of an annotated corpus of texts; identification of statistically significant patterns based on the results of manual markup. The matrix of categories and the markup codifier include: the content of reviews (emotions, facts, or meanings); elements of the value-motivational sphere (motives, interests, and values); typical images and cultural dominants. Using a combination of textual and digital data analysis methods, the following results were obtained. (1) Relevant (24%) and irrelevant (76%) reviews have been established. (2) The components of the value-motivational sphere that are indicative for the explication of the cultural code have been identified using keywords. According to statistics, 50% of the values expressed in reviews are aesthetic; about 18% of readers focus on moral values – honor, conscience, duty, and truth; 32% of reviews combine both values. (3) The typical images that arose in the minds of readers when comprehending what they read (the struggle for truth, the historical past, strong women, the desire for freedom, the Russian language, the truth of life) have been summarized. (4) By theoretical analysis of the concepts and categories prevailing in the reviews and their generalization, the problem of synthesis has been solved: typical images are combined into cultural dominants (respect for national heritage, the connection of times, human sins, the long-suffering of the Russian person, the tragedy of the country, the meaning of life).

Keywords: modern literature, literary awards, book review, value-semantic sphere, cultural code

Acknowledgements: The study was conducted at Vyatka State University under the Priority 2030 program.

For citation: Mosunova, L.A. & Mitiagina, E.V. (2023) Book review as a space of the reader's cultural code. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing*. 32. pp. 98–112. (In Russian). doi: 10.17223/23062061/32/6

В философии и психологии произведение искусства трактуется как закодированное человеческое переживание, которое выражает авторское отношение к объекту искусства и носит не познавательный, а оценочный характер [1]. Литературное произведение как искусство слова с данной точки зрения также является носителем этого кода – авторского отношения или авторской оценки действительности. Определяя культуру как поле коллективных смыслов, Д.А. Леонтьев полагает искусство механизмом их трансляции, обеспечивающим человеку специфический опыт, который несводим к познавательной информации [2]. В этом аспекте отзыв читателя о книге можно трактовать как закодированное читательское переживание, как способ самовыражения читателя, отображающий его «отношение к отношению» и заставляющий обнажать собственный внутренний мир [3].

Механизм столкновения смыслов при восприятии искусства, раскрытый Д.А. Леонтьевым, приводит к осознанию собственных ценностно-смысловых ориентиров и потребности в их трансляции. Тем самым читательский отзыв может содержать некие базовые, фундаментальные элементы культуры (ценности, традиции, символы и др.), которые являются основой идентичности [4]. Исходя из этого, авторы рассматривают отзыв как пространство культурного кода.

В настоящее время очевиден интерес науки и общества к вопросам защиты и сохранения традиционных культурных ценностей [5]. Не случайно Президент Российской Федерации на церемонии вручения премии в области литературы и искусства для детей и юношества в 2018 г. подчёркивал значение культурного кода, который складывается из поколения в поколение и делает россиян особенными¹. Культурный код одновременно и стабилен, и способен «обрастать» новыми культурными доминантами путём приумножения этих доминант через их репродуцирование в новой исторической ситуации и через новые интерпретации старого культурного массива [6].

Понятие «культурный код» до сих пор относится к разряду дискуссионных. В науке существует широкий спектр подходов к его трактовке, которые важно учитывать в исследовании культурного кода читателя современной художественной литературы. Многообразие подходов позволяет раскрыть многослойное содержание понятия «культурный код» и обосновать возможность инновационных цифровых методов его исследования.

¹ Путин рассказал о коде, который делает россиян особенными. URL: https://www.business-gazeta.ru/news/378063?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

В наиболее широком социокультурном аспекте его рассматривают как систему культурных координат, обеспечивающих передачу социально значимого смысла [7]. Особое внимание уделяется методологии исследования культурных кодов [8]; учёные стремятся раскрыть их сущность, особенности, функциональную роль в культурной практике [9]. Очевидны попытки связать культурный код с противоречиями цифровой эпохи. С одной стороны, она порождает социальные вызовы, связанные с проблемой анонимности и потерей идентичности [5]. Например, по В.Г. Мехтиеву, современное состояние социума является отражением утраты авторства, утраты человека, ответственного за слово и поступок; во всём, что касается наших интеллектуальных и духовных потребностей, мы сталкиваемся с анонимностью, с «рукотворными» мифами, заменившими собою подлинность, в том числе подлинность самого человека [10. С. 5]. С другой стороны, проектирование единого цифрового пространства знаний рассматривается как средство формирования культурного кода [11].

В отдельных гуманитарных областях культурный код исследуется в соответствии с их предметной, более узкой и конкретной, направленностью. В психоаналитическом аспекте культурный код изучается как совокупность запечатлённых образов, скрытых в глубинах подсознания и управляющих нашим мышлением и поведением¹ [12]. С точки зрения аксиологии, культурный код – это семантическая матрица, которая формирует предел восприятия событий и их оценку [13]. В семиотике культурный код – это исходная знаковая структура, содержащая в непроявленном (имплицитном) виде компоненты культурной парадигмы народа, его мышления и поведения [14]. Лингвокультурология рассматривает культурный код как систему уникальных архетипов, типичных образов, ценностей, характеризующих идентичность народа – его менталитет и духовно-нравственные установки [15].

Однако, несмотря на пестроту определений, в них можно выделить три общих момента.

Во-первых, все они говорят о культурном коде как совокупности смыслов и ценностей. Следовательно, при изучении отзывов о книге важно эксплицировать в первую очередь ценностно-смысловую сферу читателя. Во-вторых, подчёркивается имплицитный, неявный, подсознательный характер компонентов культурного кода, что делает далеко не элементарным анализ этой тонкой и сложной реальности и требует особых инструментов анализа. В-третьих, отмечается, что культурный код

¹ Данный ракурс сегодня особенно актуален в рекламе.

содержит систему типичных образов и культурных доминант, по которым возможно определить идентичность народа, его менталитет и духовные ценности.

В данной статье авторы обратились к исследованию составляющих культурного кода в читательских отзывах: являясь результатом эстетического переживания, этот тип высказывания именно по причине своей эмоциональности и импульсивности может содержать более или менее отчётливо (эксплицитно) доминанты культурного кода.

Объектом исследования была выбрана самая большая библиотека электронных книг ЛитРес. Созданная в 2006 г., она стала крупнейшим представителем рынка электронных и аудиокниг в России и странах СНГ. По данным Kantar TNS (ведущего международного агентства маркетинговых исследований) за 2018 г., ЛитРес занимает две трети рынка легальных электронных и аудиокниг России. Сегодня у библиотеки 166 тысяч читателей.

Предметом анализа стали отзывы читателей на книги лауреатов российских литературных премий с 2000 по 2020 г.: «Большая книга», «Русский Букер», «Национальный бестселлер», «Ясная поляна», «Большая литературная премия России», «Писатель года», «Патриаршая литературная премия», «Государственная премия в области литературы и искусства».

Было извлечено 7 959 отзывов на 109 произведений 63 авторов-лауреатов. На рис. 1, 2 показаны самые популярные (по числу отзывов) книги и авторы двух последних десятилетий. Книги и авторы, представленные на рисунках, набрали более 3,5% отзывов от общего количества. Отметим также произведения, набравшие менее 3,5%, но тоже являющиеся популярными среди читателей: «Мир и война», «С неба упали три яблока», «Искусство легких касаний», «Женщина Лазаря», «Обитель», «Тобол. Много званых», «ПОСТ», «Дни Савелия», «Петровы в grippe и вокруг него», «Казус Кукоцкого», «Белое на черном» и др. Среди авторов – Борис Акунин, Алексей Иванов, Наринэ Абгарян, Марина Степанова, Григорий Служитель, Людмила Улицкая, Алексей Сальников, Михаил Елизаров и др.

Методология анализа включала следующие этапы: автоматический сбор данных библиотеки электронных книг ЛитРес; разработку матрицы категорий, кодификатора разметки и инструкции для аннотаторов; ручную разметку отзывов и создание аннотированного корпуса текстов; выявление статистически значимых закономерностей по результатам ручной разметки.

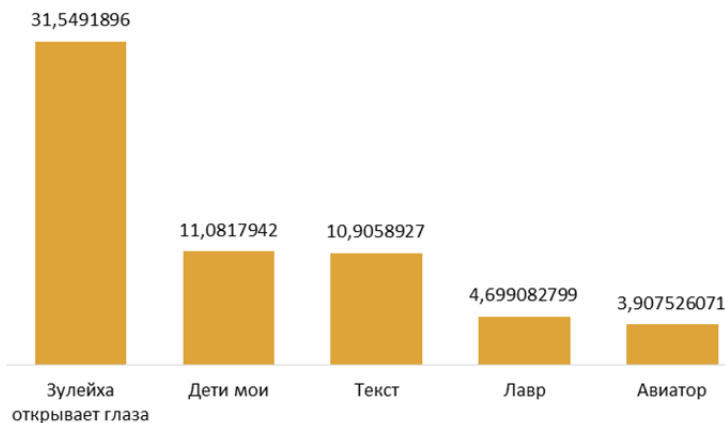


Рис. 1. Рейтинг самых популярных книг последних двух десятилетий по количеству отзывов, %

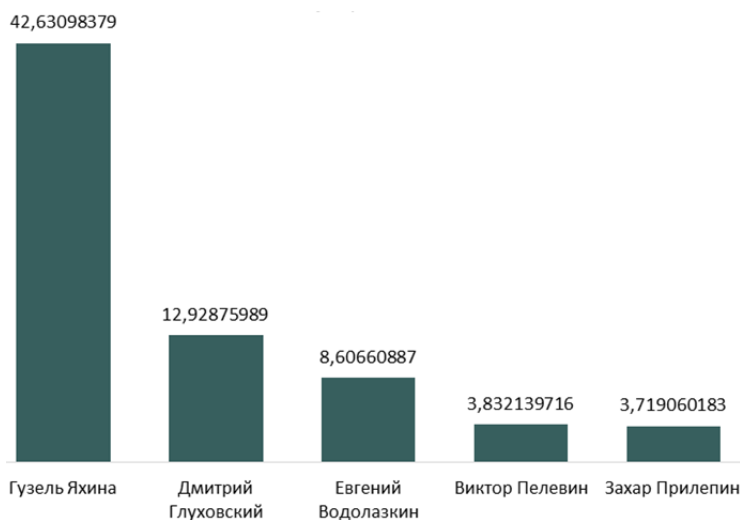


Рис. 2. Рейтинг авторов по количеству отзывов, %

В настоящее время разрабатывается алгоритм классификации для машинного обучения и визуализации данных; с некоторыми итогами этой работы можно ознакомиться в наших веб-отчётах¹.

¹ URL: <https://pa.data.tsu.ru:5043/polyanalyst/static/paclient/publication-view.html?reportUUID=515f53c3-99e2-435d-82f6-68ed71d8a369&quest=1>

Матрица категорий и кодификатор разметки включали следующие категории: содержание отзывов (эмоции, факты и смыслы), элементы ценностно-мотивационной сферы (мотивы, интересы и ценности), а также типичные образы и культурные доминанты.

На первом этапе перед авторами статьи стояла задача отсеять «информационный мусор» и определить релевантность контента. Релевантность сообщений – первичная характеристика, отражающая степень соответствия отзывов теме исследования.

Отзыв считался релевантным, если он обладал содержанием в виде каких-либо фактов, эмоций или смыслов и позволял говорить о хотя бы одном компоненте ценностно-мотивационной сферы его автора (т.е. о его ценностях, интересах или мотивах). Например, отзыв: *«Нет уважения к читателю, автор рисуется, с насмешкой или недоброй иронией описывается и место, и люди, образы получаются не близкими»* – является релевантным, так как указывает на конкретный факт отступления писателя от нравственной нормы (*неуважение, насмешка, недобрая ирония*), а также на непосредственный интерес автора отзыва к произведению и потребность высказать свою позицию обществу.

К нерелевантным были отнесены отзывы, которые не позволяли определить ни один компонент ценностно-смысловой сферы, не раскрывали предмет отзыва или отражали лишь сиюминутную реакцию читателя. Если отзыв являлся нерелевантным, дальнейший анализ прекращался.

Приведём примеры: *«Книга оставила очень неоднозначное впечатление»* (отзыв является нерелевантным, так как в силу лаконичности отзыва причина впечатления не раскрывается). *«Восторг от прочитанного!!! Такой кайф, когда находишься ещё долгое время под впечатлением от прочитанного!»*; *«Чтец прекрасен, язык хорош. Дослушать не в состоянии. Тошнит от главного героя. Все вокруг говно, а я белая ромашка. Вот и вся идея»* (отзывы являются нерелевантными, так как фиксируют только непосредственную эмоцию).

Следует отметить, что в нерелевантных отзывах отсутствуют признаки целостности восприятия художественного текста; наблюдаются лишь первичные реакции на отдельные стороны произведения [16].

Анализ показал, что четвертая часть отзывов (24%) являются релевантными, т.е. содержат элементы осмысленного прочтения художественного произведения. Как показывают наши исследования, одной из проблем использования отзывов, постов и комментариев для научного анализа является значительный процент нерелевантных отзывов [17]. В этом смысле данное исследование – исключение, поскольку четверть релевантных отзывов – это сравнительно хороший показатель.

На втором этапе решалась задача выявления наиболее показательных для экспликации культурного кода компонентов ценностно-смысловой сферы.

Ценностно-смысловая сфера – характеристика, описывающая внутренние проявления культурного кода [18]. В результате теоретического анализа и пробного эмпирического изучения нескольких сотен отзывов было определено, что читательские высказывания различаются прежде всего по доминирующим духовным ценностям.

От первоначальной гипотетической дифференциации ценностей на две классические категории – материальные и духовные – пришлось отказаться, так как выявился интересный факт: читатели в отзывах практически не обращаются к идее материальных ценностей, но все так или иначе затрагивают ценности духовные. Мы сочли этот факт характерным для читательской аудитории, поскольку потребность в общении с художественной литературой относится к разряду высших, духовных потребностей. Тем самым возникла задача дифференциации самих духовных ценностей.

Понимая духовные ценности как систему высших социальных качеств индивида, необходимых для реализации священных устоев человеческой жизни, как основу нравственно-эстетической самореализации, отражающую чувствительность человека к добру и злу, прекрасному и безобразному, истинному и ложному, мы выделили в духовных ценностях прежде всего моральные и эстетические ценности. Они считаются высшими духовными ценностями, так как определяют поведение человека в других системах ценностей. В отзывах доминировали нравственные или эстетические духовные ценности, а также сочетались те и другие. Поскольку цифровые методы предполагали построение матрицы и кодификатора разметки для машинной обработки, важно было выделить ключевые слова данной сферы.

Нравственные ценности – это смысложизненные установки, ориентиры (добро, честь, достоинство, справедливость и др.), образующие основу нравственного сознания. В нравственных ценностях находят свое выражение нормы и оценки отдельных индивидов, социальных групп и общества в целом, поэтому они могут служить критерием для выявления составляющих культурного кода. Ключевые слова здесь – нравственные категории: *идеал, совесть, честь, долг, правда, мужество, уважение, любовь, добро, зло, честь, достоинство, справедливость* и др. Например: *«Серо всё и депрессивно, как у Достоевского в чахоточном Петербурге, только переиначенном на современный лад. Но у классика хотя бы люди добрые есть. А здесь все злые или озлобленные»* (ключевые

слова люди добрые, злые, озлобленные указывают на внимание автора отзыва к нравственным ценностям).

Эстетические ценности – это духовные ценности, связанные с переживанием красоты и гармонии, со способностью человека к глубоким, сильным, ярким эмоциональным переживаниям, умением воспринимать прекрасное в окружающем мире, в том числе видеть достоинства книги, оценивать её художественно-эстетические стороны. Это осознание действительности в форме конкретно-чувственных, художественных образов. Ключевые слова здесь – эстетические категории: *красота, уродство, трагедия, комедия, совершенство, ужас, радость, мрачный, язык (хороший, вычурный, иносказательный, точный до слёз), стиль (прекрасный, уникальный, замечательный, захватывающий), образы, сюжет, прекрасное и безобразное, возвышенное и низменное* и др.

Приведём примеры:

«Стоит отметить нетривиальный сюжет, где оригинальная идея дополняется умными и внутренне наполненными персонажами, а также замысловатую подачу материала в виде дневниковых записей и аллюзий на “Робинзона Крузо” и открытый финал» (ключевые слова *сюжет, идея, персонажи, замысловатая подача материала, открытый финал* говорят о ценности для автора отзыва художественно-эстетической стороны произведения).

«Книга очень увлекает, язык также хорош. Особенно поразило умение автора при, казалось бы, простой теме – становление цельного, сильного, высоконравственного человека, – не скатиться до написания “патоки”. Что не так? Идею, что все происходящее вне времени, автор подчёркивает сочетанием двух языков – современного и древнерусского (славянского), что иногда выглядит несколько искусственным» (ключевое слово «*язык*» указывает на внимание автора отзыва к художественно-языковой стороне произведения).

Нравственно-эстетические ценности – сочетание обоих видов ценностей, характерное для восприятия произведений искусства, в том числе литературы. Естественно, что нередко они взаимосвязаны, в отзыве могут отражаться как этические, так и эстетические категории. Например: *«“Золото бунта” – это шедевр русской литературы. Богатый исторический материал, яркая, живая природа, чёткая, выверенная сюжетная линия, необычный и захватывающий детектив – неоспоримые достоинства книги. Но главное, что удалось писателю, – это показать русских людей, их характеры, образ жизни, мышление, веру и заблуждения, подвиги и преступления, любовь и подлость... Радость и гордость вызывает победа человека высокого духа»* (ключевые слова *шедевр русской*

литературы, сюжетная линия, захватывающий детектив, радость и гордость указывают на эстетические ценности, а ключевые слова *вера и заблуждения, подвиги и преступления, любовь и подлость, человек выскокого духа* – на нравственные).

Статистический анализ показывает, что 50% ценностей, транслируемых в отзывах, являются эстетическими. Сосредоточены на нравственных ценностях – чести, совести, долге и правде – около 18% читателей (рис. 3).

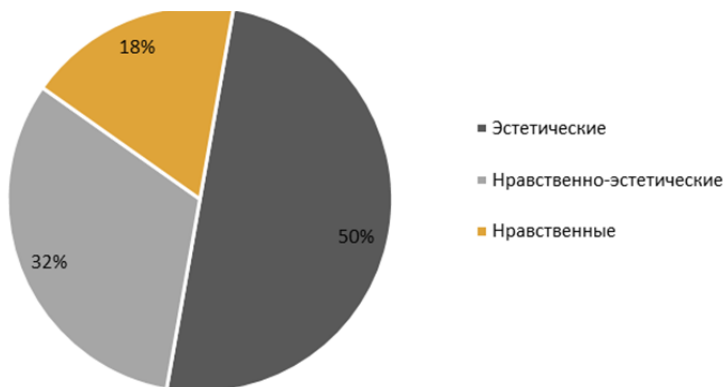


Рис. 3. Ценности, транслируемые в отзывах, %

На третьем этапе, после создания матрицы, на основе кодификатора ключевых слов были обобщены типичные образы, которые возникали в сознании читателей при осмыслении прочитанного.

Типичные образы – это смысловые метки отзыва, обозначающие его главную тему, указывающие на то, *что* в первую очередь увидел читатель в книге. Для выявления составляющих культурного кода важно было выделить эти метки, которые могут расставляться пишущим как сознательно, так и неосознанно. Они позволяют концентрированно ответить на вопрос: *о чём* данный отзыв и *что* думает автор отзыва об этом. Нередко автор отзыва повторяет эти образы, что говорит об их значимости для него. Именно они представляли элементы культурного кода, поскольку ключевые слова указывали на духовные ценности, нравственные или эстетические, или на те и другие вместе.

На рис. 4 приведены примеры некоторых типичных образов, выделенных на основе их наибольшей частотности в массиве релевантных отзывов, а также отдельные примеры читательских высказываний.

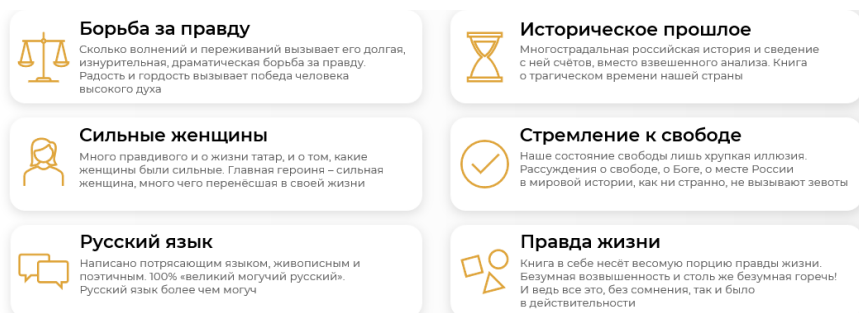


Рис. 4. Типичные образы в сознании читателей

На завершающем этапе исследования отзывов читателей о книге как пространстве культурного кода решалась самая сложная задача – задача синтеза. Было необходимо выйти на новый уровень обобщения и объединить типичные образы в культурные доминанты. Главным методом на этом этапе стал теоретический анализ понятий и категорий, доминирующих в отзывах, и их генерализация.

Культурная доминанта – это главенствующая идея, основной признак или важнейшая составная часть культурного кода. Это наиболее существенные для нашей культуры смыслы, совокупность которых образует культурный код, поддерживаемый и сохраняемый в традициях.

В отзывах культурные доминанты выступают как наиболее обобщённые ценностные категории. Если отсутствовало прямое словесное обозначение, культурная доминанта определялась исходя из контекста высказывания. Если и контекст не позволял выделить такую главенствующую идею, ячейка в матрице оставалась незаполненной.

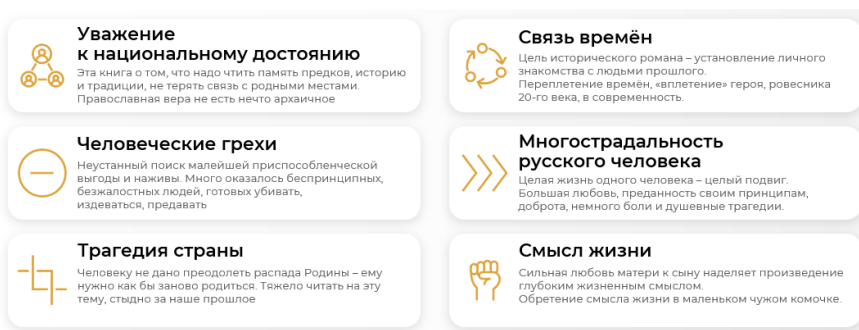


Рис. 5. Культурные доминанты в отзывах о книгах

На рис. 5 представлены примеры культурных доминант и некоторые высказывания читателей, подтверждающие правомерность обобщения содержания отзывов.

Таким образом, исследование показало, что отзыв читателя о книге при использовании сочетания методов текстуального и цифрового анализа открывает неисчерпаемые возможности для изучения культурного кода. Огромный массив данных позволяет извлекать и обобщать типичные образы и культурные доминанты, которые практически неразличимы при небольшой статистике. Многотысячная совокупность лаконичных, эмоциональных, спонтанных читательских отзывов становится общим пространством, на котором, как острия, выделяются знаки и символы культурного кода.

Список источников

1. Бранский В.П. Искусство и философия: Роль философии в формировании и восприятии художественного произведения на примере истории живописи. Калининград : Янтарный сказ, 2000. 704 с.
2. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е изд., испр. М. : Смысл, 2003. 487 с.
3. Мосунова Л.А. Управление чтением художественных текстов как процессом порождения смысла // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2018. № 2. С. 135–152. doi: 10.15293/2226-3365.1802.08
4. Аванесова Г.А., Купцова И.А. Коды культуры: понимание сущности, функциональная роль в культурной практике // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии : сб. ст. по материалам XLVII Международ. науч.-практ. конф. 15 апреля 2015 г. Новосибирск : Сибирская академическая книга, 2015. № 4 (47). С. 28–37. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23293205> (дата обращения: 20.10.2021).
5. Конева А.В., Лисенкова А.А. Матрица идентичности в цифровую эпоху: социальные вызовы преодоления анонимности // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 35. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41258424> (дата обращения: 21.11.2021).
6. Манапова В.Э. Трансформация культурных кодов: от образа – к сигналу // Общество: философия, история, культура. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kulturnyh-kodov-ot-obraza-k-signalu/viewer> (дата обращения: 20.12.2021).
7. Культурный код нации. Материалы семинара «Реалистическое моделирование». М. : Изд-во МГУ, 2015. URL: http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/53281/ (дата обращения: 20.12.2021).
8. Букина Н.В. К вопросу методологии исследования культурных кодов // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2010. № 14. С. 232–237. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15255617> (дата обращения: 21.12.2021).
9. Бабосов Е.М. Культурный код нации: сущность и особенности // Наука и инновации. 2016. № 3 (157). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnyy-kod-natsii-suschnost-i-osobennosti> (дата обращения: 21.12.2021).

10. Мехтиев В.Г. Истоки кризиса гуманитарного знания: Феномен кризиса в контексте современного гуманитарного знания. Хабаровск, 2009. 110 с.

11. Динер Е.В., Лопатина Н.В. Единое цифровое пространство знаний в формировании национального культурного кода личности: методология проектирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 6. С. 130–138.

12. Иванова А.П., Ягодкина М.В. Культурные коды в современной рекламе // Учёные записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2020. № 8 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-kody-v-sovremennoy-reklame> (дата обращения: 20.12.2021).

13. Гревнев В.М. Социокультурные коды как мировоззренческие и ментальные матрицы региональной идентичности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 41. С. 58–63. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32205692> (дата обращения: 22.12.2021).

14. Степанова Н.И. Коды культуры: семиотический и культурологический аспекты // Идеи и идеалы. 2012. № 1 (11). С. 130–135. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kody-kultury-semioticheskiy-i-kulturologicheskiy-aspekty> (дата обращения: 23.12.2021).

15. Симбирцева Н.А. «Код культуры» как культурологическая категория // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 1. С. 157–167. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kod-kultury-kak-kulturologicheskaya-kategoriya/viewer> (дата обращения: 24.12.2021).

16. Мосунова Л.А. Принцип целостного восприятия художественного текста в обучении студентов-гуманитариев // Вестник Вятского государственного университета. 2020. № 2 (136). С. 115–121. doi: 10.25730/VSU.7606.20.030

17. Ситуация с качеством образования в период пандемии: что показывает анализ больших данных / Ю.К. Александрова, А.В. Богданова, И.С. Васендина, В.Л. Гойко, А.И. Джангаров, Е.В. Митягина, М.Г. Мягков, Е.В. Романова, О.В. Ярмек. Томск : Издательство ТГУ, 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/171-iR9QZLw15d6YqdGxdSVYJpExj5dga/view>

18. Мосунова Л.А., Борзова Т.В. Развитие национальной культурной идентичности студентов гуманитарных специальностей в процессе обучения продуцированию нарративных текстов // Перспективы науки и образования. 2021. № 6 (54). С. 141–154. doi: 10.32744/pse.2021.6.10

References

1. Branskiy, V.P. (2000) *Iskusstvo i filosofiya: Rol' filosofii v formirovanii i vospriyatii khudozhestvennogo proizvedeniya na primere istorii zhivopisi* [Art and philosophy: The role of philosophy in the formation and perception of a work of art on the example of the history of painting]. Kaliningrad: Yantarnyy skaz.

2. Leontiev, D.A. (2003) *Psikhologiya smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoy real'nosti* [Psychology of meaning: nature, structure and dynamics of meaning reality]. 2nd ed. Moscow: Smysl.

3. Mosunova, L.A. (2018) *Upravlenie chteniem khudozhestvennykh tekstov kak protsessom porozhdeniya smysla* [Managing the reading of literary texts as a process of generating meaning]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogi-cheskogo universiteta*. 2. pp. 135–152. DOI: 10.15293/2226-3365.1802.08

4. Avanesova, G.A. & Kuptsova, I.A. (2015) Kody kul'tury: ponimanie sushchnosti, funktsional'naya rol' v kul'turnoy praktike [Cultural codes: understanding the essence, functional role in cultural practice]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii* [In the world of Science and Art: Questions of Philology, Art Criticism and Cultural Studies]. Proc. of the XLVII International Conference. BNovosibirsk, April 15, 2015. Novosibirsk: Sibirskaya akademicheskaya kniga. pp. 28–37. [Online] Available from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23293205> (Accessed: 20th October 2021).

5. Koneva, A.V. & Lisenkova, A.A. (2019) Identity matrix in the digital age: social challenges to overcome the anonymity. *Vestnik Tomskogo gosudarstvenno-go universiteta Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Culturology and Art History*. 35. DOI: 10.17223/22220836/35/2

6. Manapova, V.E. (2019) Transformation of culture codes: from image to signal. *Obshchestvo: filosiya, istoriya, kul'tura*. 8(64). (In Russian). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kulturnyh-kodov-ot-obraza-k-signalu/viewer> (Accessed: 20th December 2021).

7. Krivov, V.D. (ed.) (2015) *Kul'turnyy kod natsii. Materialy seminar "Realisticheskoe modelirovanie"* [The cultural code of the nation. Materials of the seminar "Realistic Modeling"]. Moscow: Moscow State University. [Online] Available from: http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/53281/ (Accessed: 20th December 2021).

8. Bukina, N.V. (2010) K voprosu metodologii issledovaniya kul'turnykh kodov [On the methodology of the study of cultural codes]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya*. 14. pp. 232–237. [Online] Available from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15255617> (Accessed: 21st December 2021).

9. Babosov, E.M. (2016) Kul'turnyy kod natsii: sushchnost' i osobennosti [The cultural code of the nation: Essence and features]. *Nauka i innovatsii*. 3(157). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnyy-kod-natsii-suschnost-i-osobennosti> (Accessed: 21st December 2021).

10. Mekhtiev, V.G. (2009) *Istoki krizisa gumanitarnogo znaniya: Fenomen krizisa v kontekste sovremennogo gumanitarnogo znaniya* [The origins of the crisis of humanitarian knowledge: The phenomenon of crisis in the context of modern humanitarian knowledge]. Khabarovsk: [s.n.].

11. Diner, E.V. & Lopatina, N.V. (2020) Edinoe tsifrovoye prostranstvo znaniy v formirovani natsional'nogo kul'turnogo koda lichnosti: metodologiya proektirovaniya [A single digital space of knowledge in the formation of a national cultural code of personality: a design methodology]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 6. pp. 130–138.

12. Ivanova, A.P. & Yagodkina, M.V. (2020) Kul'turnye kody v sovremennoy reklame [Cultural codes in modern advertising]. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yaroslava Mudrogo*. 8(33). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-kody-v-sovremennoy-reklame> (Accessed: 20th December 2021).

13. Grevnev, V.M. (2017) Sotsiokul'turnye kody kak mirovozzrencheskie i mental'nye matritsy regional'noy identichnosti [Sociocultural codes as ideological and mental matrices of regional identity]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 41. pp. 58–63. [Online] Available from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32205692> (Accessed: 22nd December 2021).

14. Stepanova, N.I. (2012) Kody kul'tury: semioticheskiy i kul'turologicheskiy aspekty [Culture codes: semiotic and cultural aspects]. *Idei i idealy – Ideas and Ideals*. 1(11). pp. 130–135. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kody-kul'tury-semioticheskiy-i-kul'turologicheskiy-aspekty> (Accessed: 23rd December 2021).

15. Simbirtseva, N.A. (2016) Culture code as a cultural category. *Znanie. Ponimanie. Umenie – Knowledge. Understanding. Skill*. 1. pp. 157–167. (In Russian). DOI: 10.17805/zpu.2016.1.12.

16. Mosunova, L.A. (2020) Printsip tselostnogo vospriyatiya khudozhestvennogo teksta v obuchenii studentov-gumanitariyev [The principle of holistic perception of a literary text in teaching humanities students]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2(136). pp. 115–121. DOI: 10.25730/VSU.7606.20.030

17. Aleksandrova, Yu.K., Bogdanova, A.V., Vasendina, I.S., Goyko, V.L., Dzhangarov, A.I., Mityagina, E.V., Myagkov, M.G., Romanova, E.V. & Yarmak, O.V. (2021) *Situatsiya s kachestvom obrazovaniya v period pandemii: chto pokazyvaet analiz bol'shikh dannykh* [The quality of education during the pandemic: What the big data show]. Tomsk: Tomsk State University. [Online] Available from: <https://drive.google.com/file/d/171-iR9QZLw15d6YqdGxdSVYJpExj5dga/view>

18. Mosunova, L.A. & Borzova, T.V. (2021) Razvitie natsional'noy kul'turnoy identichnosti studentov humanitarnykh spetsial'nostey v protsesse obucheniya produtsirovaniyu narrativnykh tekstov [Development of national cultural identity of students in the Humanities in the process of learning how to produce narrative texts]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya – Perspectives of Science and Education*. 6(54). pp. 141–154. DOI: 10.32744/pse.2021.6.10

Информация об авторах:

Мосунова Л.А. – доктор психологических наук, профессор кафедры интегрированных коммуникаций Вятского государственного университета (Киров, Россия). E-mail: imosunova@hotmail.com

Митягина Е.В. – доктор социологических наук, проректор по развитию на основе анализа данных Вятского государственного университета (Киров, Россия). E-mail: mityagina2004@yandex.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

L.A. Mosunova, Dr. Sci. (Psychology), professor, Vyatka State University (Kirov, Russian Federation). E-mail: imosunova@hotmail.com

E.V. Mityagina, Dr. Sci. (Sociology), Vice-Rector for Development Based on Data Analysis, Vyatka State University (Kirov, Russian Federation). E-mail: mityagina2004@yandex.ru

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 25.01.2022;
одобрена после рецензирования 25.04.2022; принята к публикации 13.06.2023

The article was submitted 25.01.2022;
approved after reviewing 25.04.2022; accepted for publication 13.06.2023