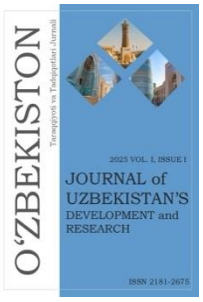

Journal of Uzbekistan's Development and Research (JUDR)

Journal home page: https://ijournal.uz/index.php/judr

ВЗАИМОСВЯЗЬ КУЛЬТУРНОГО КОДА, РУССКОГО ЯЗЫКА И PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Юлдашева Камила[1]

Узбекский государственный университет мировых языков

KEYWORDS

культурный код, русский язык, PR-деятельность, культура, искусство, коммуникация, идентичность.

ABSTRACT

В данной статье рассматривается взаимосвязь культурного кода, русского языка и PR-деятельности в сфере культуры и искусства. Подчеркивается роль языка как носителя культурных смыслов и как инструмента коммуникации, а также анализируются особенности использования культурных кодов в стратегиях продвижения культурных продуктов. Делается акцент на значении аутентичности, национальных образов и символов в построении эффективных PR-компаний в культурной сфере.

2181-2675/© 2025 in XALQARO TADQIQOT LLC.
DOI: **10.5281/zenodo.15383990**
This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru)

В эпоху цифровизации и глобализации культурная коммуникация приобретает новое значение. В условиях возрастания конкуренции за внимание аудитории особую роль играет эффективное представление и продвижение культурных и художественных проектов. Современная сфера культуры и искусства находится в постоянном взаимодействии с общественными и медиапроцессами, что обуславливает необходимость качественной PR-деятельности. Успешное продвижение культурных проектов требует глубокого понимания не только механизмов коммуникации, но и культурных кодов, зашифрованных в языке и коллективной памяти. Русский язык в данном контексте выступает не только как средство передачи информации, но и как хранитель культурной идентичности.

Культурный код представляет собой совокупность символов, смыслов и ассоциаций, которые формируют коллективное восприятие мира у определённого народа. Как отмечает Ю.М. Лотман: «Культура есть механизм, генерирующий смыслы» [1, с. 123]. Культурные коды проявляются в мифах, фольклоре, литературе, языке, символике и

[1] магистрант факультета Международной журналистики, кафедры Информационной службы и связей с общественностью Узбекского государственного университета мировых языков

визуальных образах.

В российском контексте, код включает в себя православные и славянские традиции, постсоветское наследие, образы «русской души», тоски, стремления к справедливости и духовной глубины. Эти элементы формируют специфическое восприятие мира и закладываются в основу культурных коммуникаций, особенно в искусстве и массовой культуре. Осмысление и актуализация культурного кода позволяют усилить идентичность и поддерживать символическое единство в обществе. В PR-деятельности важно учитывать эти коды для создания релевантных и эмоционально значимых сообщений.

Русский язык неразрывно связан с российской культурной традицией и менталитетом. Он включает в себя идиомы, метафоры, устойчивые выражения, фразеологизмы, которые отсылают к определённым культурным представлениям. PR-сообщения, построенные с учетом особенностей языка, приобретают большую аутентичность и эмоциональную насыщенность. Как подчёркивает В.В. Виноградов: «Язык народа — его дух, выраженный словом» [2, с. 89].

Русский язык не только отражает, но и активно воспроизводит культурный код. Таким образом, язык становится инструментом как выражения, так и сохранения культурной памяти. В сфере искусства язык не просто передаёт информацию — он создаёт эстетический эффект, актуализирует архетипические образы, способствует эмоциональной вовлечённости аудитории. В процессе PR-коммуникаций важно учитывать стилистические и лексические особенности, близкие целевой аудитории, чтобы выстраивать доверительные и устойчивые связи.

Специфика и задачи PR в культурной сфере направлены на формирование положительного имиджа культурных проектов, повышение узнаваемости и вовлеченности аудитории (от информации к репрезентации смыслов). Это требует использования символических и эмоционально окрашенных сообщений, опирающихся на культурный код. Эффективная PR-стратегия должна включать:

- Нарративные практики, основанные на культурной памяти и мифологии
- Использование языка, передающего культурные смыслы
- Визуальные образы, апеллирующие к национальной идентичности

При этом PR в культуре опирается на язык, как на проводник культурных смыслов. Грамотно выстроенное сообщение должно не только привлекать внимание, но и резонировать с глубинными установками аудитории, встроенными в её культурный код. В условиях медиаизбыточности культурные проекты нуждаются в стратегическом позиционировании, в котором PR становится неотъемлемой частью культурной политики.

Современный PR в сфере культуры и искусства выходит за рамки классического информирования. Его задачи включают:

- формирование образа институции или деятеля культуры;
- интерпретацию культурных событий в соответствии с актуальным социокультурным контекстом;

The New Uzbekistan Journal of Medicine is produced by XALQARO TADQIQOT LLC Group, a division of ijournal.uz platform
Downloaded from ijournal.uz. For personal use only
No other uses without permission. Copyright © 2025 XALQARO TADQIQOT LLC. All rights reserved.

- донесение художественного высказывания до широкой аудитории через понятные и вовлекающие коммуникационные коды.

Взаимосвязь культурного кода, языка, PR и искусства можно описать как замкнутую смысловую экосистему:

- *Культура и искусство* — создают новые смыслы и художественные формы
- *Культурный код* — обеспечивает базовую смысловую матрицу
- *Русский язык* — формирует лингвистическую оболочку для смыслов
- *PR* — трансформирует и транслирует эти смыслы в общественное пространство

Эта система особенно эффективна в условиях необходимости позиционирования культурных проектов, фестивалей, выставок, когда важно одновременно сохранять идентичность и быть понятным для разных аудиторий. Кроме того, при выходе на международный уровень взаимодействие с культурным кодом и национальным языком способствует созданию уникального имиджа, основанного на глубинной аутентичности.

Одним из примеров эффективного использования культурного кода в PR-кампаниях является продвижение Третьяковской галереи через визуальный стиль, сочетающий традиционные и современные образы. Использование фразеологизмов и цитат из классической литературы в анонсах и рекламных материалах способствует формированию культурной связи с аудиторией. Аналогичным образом действует проект «Ночь музеев», опирающийся на общекультурные символы и эмоциональную атмосферу.

Существует также ряд вызовов, среди которых стоит отметить:

- Риск стереотипизации культурного кода
- Непонимание или искажение культурных контекстов
- Использование языка, не соответствующего целевой аудитории

Важно соблюдать баланс между актуализацией культурных символов и их осмысленным применением в современных коммуникациях.

Таким образом, культурный код, язык и PR-деятельность образуют триединую систему в сфере культуры и искусства. Эффективное продвижение культурных проектов возможно лишь при глубоком понимании национального контекста, ценностей и символов, зафиксированных в языке. Русский язык в этом процессе играет ключевую роль как медиатор между культурной традицией и современной аудиторией.

Понимание и применение культурного кода и языка в практике PR-коммуникаций в сфере культуры и искусства открывает новые горизонты для эффективного взаимодействия с аудиторией. Язык и PR становятся не просто техническими средствами передачи информации, но ключевыми факторами культурной репрезентации, где слово становится носителем и транслятором национальной идентичности. Именно в этом контексте рождаются по-настоящему значимые культурные коммуникации, способные объединять, вдохновлять и сохранять культурную преемственность. Комплексный подход к взаимодействию этих

The New Uzbekistan Journal of Medicine is produced by XALQARO TADQIQOT LLC Group, a division of ijournal.uz platform
Downloaded from ijournal.uz. For personal use only
No other uses without permission. Copyright © 2025 XALQARO TADQIQOT LLC. All rights reserved.

компонентов открывает перспективы для дальнейших исследований в области культурной политики, лингвистики и теории коммуникаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. - М.: Гнозис; Издательская группа «Прогресс», 1992. — 272 с.
2. Виноградов, В.В. Избранные труды. Язык и стиль русских писателей: от Гоголя до Ахматовой / В.В. Виноградов; [отв. ред. А.П. Чудаков]; РАН, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. — М.: Наука, 2003. — 388, [2] с.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. — 423 с.
4. Daniel Coyle. The Culture Code. The Secrets of Highly Successful Groups. — Random House Business, 2019. — 282 p.
5. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. — СПб.: Изд-ва «Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ», 2002. — 444 с.
6. Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. — М.: Языки славянской культуры, 2002. — 224 с.

The New Uzbekistan Journal of Medicine is produced by XALQARO TADQIQOT LLC Group, a division of ijournal.uz platform
Downloaded from ijournal.uz. For personal use only
No other uses without permission. Copyright © 2025 XALQARO TADQIQOT LLC. All rights reserved.