

*Tatiana F. Semashko,
PhD, Associate Professor;
Mariupol State University*

Methods of Explication Conceptual Meanings of Cultural Stereotypes in the Literary Text

Key words: *Linguistic stereotyping, ethnic stereotypes, literary text, mechanisms interpretation, linguistic means.*

Annotation: *The paper deals with mechanisms of interpretation from the perspective of cultural stereotypes of linguistics. It also provides the analysis and classification of the linguistic strategies that help to form stereotypes in artistic text.*

Современный этап развития языкознания характеризуется новым осмыслением мира, который продуцирует XXI век: язык рассматривается не отвлеченным от жизни, не как абстрактная схема парадигматических отношений, расчлененная на отдельные уровни, а в своей погруженности в отображение действительности. Поэтому в ряде последних исследований проводится рассмотрение языкового материала в тесной связи с сознанием, мышлением и практической деятельностью человека, что позволяет глубже раскрыть смыслы литературных текстов с учетом соотношения этнокультурного и индивидуально-авторского в тезаурусе личности, а также особенностей реализации картины мира в художественном произведении. Более глубокий анализ этого процесса возможен посредством исследования стереотипов, обусловленных картиной мира каждого народа.

Цель предлагаемого исследования – не создание исчерпывающего списка стереотипов соответствующей лингвокультуры (что, наверное, и невозможно), а воспроизводство тех речевых стратегий, с помощью которых стереотипы сначала «находятся», а дальше реализуются в художественном тексте, а также попытка показать, как определенная речевая стратегия оформления стереотипа в тексте влияет на восприятие как явных, так и скрытых смыслов текста реципиентом.

В рамках применения новых способов изучения концептуального содержания художественных произведений, по-новому рассматривается и проблема описания стереотипов, которые исследуются с позиций социологии, истории, социальной психологии, культурологии, межкультурной коммуникации и т.п. В указанных направлениях сегодня работают языковеды разных стран и лингвистических направлений: А. К. Байбурин, А. Д. Белова, Т. Л. Кацберг, А. В. Квас, В. В. Красных, Ю. М. Лотман, В. Н. Павленко, Ю. Е. Прохоров, Г. В. Старовойтов, Т. Г. Стефаненко, Г. Тэджфел, А. Н. Черемисина и многие другие.

Основу формирования стереотипа составляет психологическая привычка человека возвращаться к неоднократно повторяющимся ситуациям и реакций на них, что фиксируется в сознании в виде автоматических стандартных схем и моделей

мышления, а также стремление свести разнообразие мира к немногим категориям, тем самым облегчить себе восприятие, понимание и оценку.

Национально-культурный контекст стереотипов и их когнитивные свойства позволяют рассматривать их как когнитивные элементы культурно-специфических знаний, которые имеют вербальную (эксплицитную или имплицитную) и невербальную (поведенческую) оболочку; реализуются на различных уровнях, в частности в художественном тексте, в восприятии и в дешифровке которого большое значение имеет читатель, который придает ему личностных смыслов (1).

Среди различных видов стереотипов интерес представляют культурные (этнические, лингвокультурные) стереотипы – когнитивные представления о типичности определенных признаков и черт характера, присущих каждому представителю собственной или другой лингвокультурной общности, которые воплощают общественный опыт людей и отражают общее и повторяющееся в их повседневной деятельности.

Как лингвокультурные модели, этностереотипы непроизвольно присутствуют в сознании представителей каждой лингвокультуры в виде определенным образом структурированных фоновых знаний независимо от того, осознает это индивид или нет. В процессе формирования и социализации возникает феномен значения, который выступает формой существования сознания и служит базой формирования стереотипа. В результате стереотипизация постаёт одной из разновидностей познавательных операций, глубинным процессом, в форме которого человек структурирует мир в мышлении и одновременно вербализирует этот мир, что находит свое выражение в тексте: текст становится фиксатором культурных стереотипов, в котором переплетаются смыслы и сложность которого продуцирует активное участие читателя в его декодировании.

Для нашего анализа важен интерес к тексту, не только как к набору языковых единиц, но и к фоновым знаниям, которые прослеживаются у реципиента. Последнее особенно важно для анализа культурных стереотипов. Фоновые знания – это та информация, общая для собеседников, прилагаемая к содержанию вербального сообщения, которая позволяет оптимизировать его восприятие и понимание. Такая информация может передаваться двумя способами: явно (открыто) или скрыто (замаскировано). Соответственно, смысл сообщений может быть эксплицитным или имплицитным. Эксплицитный (лат. *explicito* – явный, выраженный) смысл – открытый, который воспринимается коммуникантами из значений языковых единиц. Имплицитный (лат. *implicito* – неявный, спрятанный) смысл – скрытый, который выводится читателем из значений языковых единиц под влиянием конкретной ситуации и контекста общения.

Для понимания и реконструкции смысла текста недостаточно только линейной его обработки, необходимо использовать созданное культурой смысловое пространство, без которого понимание становится ограниченным лишь «верхушкой айсберга», зато основная нагрузка приходится именно на «подводную часть» – на скрытые смыслы, имплицитное. Именно «погружение слов» в культуру более полно проявляет их языковую и неречевую семантику, обеспечивает более глубокое

проникновение в суть культурных ценностей и понимания национальной специфики (2).

Именно скрытый глубинный смысл разворачивается и в смысловой сети содержания стереотипа. При этом заметим, что культурные стереотипы, как когнитивные модели, влияют даже на процесс, который не зависит от обстоятельств общения, а именно – на определение значения слова. Они образуют каркас, на основе которого высказывание воспринимается, анализируется и понимается, поскольку осмысление, то есть «присваивание значения» осуществляется за законами, принятыми в определенном социуме. Соответственно, процесс формирования речевого значения слова непосредственно связан со стереотипными ассоциациями, которые выражают связанные со словом культурные представления, традиции и другие внеязыковые факторы.

Напрашивается мысль, что глубина представления (содержание культурного стереотипа) находится в прямой зависимости от лингвокультурологической компетенцией носителей языка. Незнание «культурного пространства» слова оставляет реципиента на языковом уровне, не позволяет проникнуть в глубокую сеть культурных ассоциаций, а именно в смысл высказывания, целого текста как отражения культурного феномена.

В рассматриваемом аспекте важным есть вопрос о критериях «нахождения» этнических стереотипов и степени вероятности их описания. Иными словами, исследователь должен ответить на следующие вопросы: 1) как доказать, что высказанная в тексте мысль является общей для определенной лингвокультуры, есть стереотипным суждением, а не личным мнением автора?; 2) что может служить подтверждением того, что автор исследования, приступая к анализу стереотипной структуры, правильно проинтерпретировал смысл соответствующего текста?

Чтобы ответить на поставленные вопросы, прежде всего необходимо определить понимание текста как объекта анализа. По мнению исследователей, такое понимание предполагает актуализацию трех условий. Во-первых, в памяти реципиента происходит сканирование информации: «... текст как-бы монтируется в сознании из последовательности относительно завершенных в смысловом отношении фрагментов, которые сменяют друг друга» (3). Таким образом, понимание текста выступает как интегрирующая модель, которая объединяет то, что происходит в тексте и в сознании читателя. Подобное сканирование текста происходит с помощью слова, которое является «лазерным лучом, сочетающим внутренний контекст с внешним». Во-вторых, происходит сопоставление информации текста со знаниями, закодированными в языке. Такие знания существуют на нейролингвистическом уровне и могут быть представлены языковыми жанрами, схемами суперструктур, клишированными структурами или метатекстом. На этом уровне срабатывают текстовые стереотипы: их «опознание» позволяет сохранить определенность деятельности при изменении ситуации и обеспечивает инерционность восприятия в возможной игре с ожиданиями с целью восстановления эстетических чувств и установок». В-третьих, воспринятая информация соотносится с личным опытом адресата, его типовой программой и языковым кодом ситуации, а также с его фоновыми знаниями. Как следствие – происходит декодирование подтекста [3].

Последнее условие связано с рефлексивностью понимания текста. На этом уровне происходит актуализация – повторное переживание прочитанного, когда адресат выделяет в тексте ту информацию, которая соответствует его ожиданиям. Высшей степенью понимания текста является его интерпретация – «собственно читательская или адресная вербализация воспринятого». После текстовой интерпретации формируется «образ содержания текста» как конечный результат его понимания (3).

Следующий шаг в решении обозначенных проблем – выяснение механизма отбора материала для анализа. Исследователь, занимающийся анализом стереотипов, неизбежно сталкивается с проблемой отбора материала, сложность которого заключается в определении критериев изъятия стереотипов из художественного текста. При этом следует учитывать, что стереотипы существуют как когнитивные модели в сознании людей. А поскольку исследователь, занимающийся изучением стереотипов не имеет доступа к сознанию людей, он вынужден анализировать устные и письменные источники, в которых имеются стереотипы. Поэтому объектом лингвистического анализа становятся прежде художественные тексты как фиксаторы стереотипов.

Отбор текстов, содержащих этнические стереотипы, следует делать поэтапно. Сначала тексты рассматриваются и остаются те, в которых есть эксплицитно или имплицитно выраженные мнения относительно определенной лингвокультуры. Далее читатель должен мысленно разложить избранный текст на составляющие и выбрать те элементы, которые являются важными для поиска стереотипа. Затем он заново воспроизводит соответствующий текст, объединяя привилегированные черты, доминирующие в заранее определенном способе мышления. Потом эти мысли сверяются с описанными в художественных текстах культурными стереотипами, характерными для этнической группы. Таким образом, индивид определяет модель стереотипов двойной расшифровкой текста. И если мысль, изъятая из текста, подтверждается и другими источниками, то можно говорить не об индивидуальной авторской версии, а о стереотипе.

Суммируя обозначим, что стратегия выявления стереотипа является следующей: сначала текст перерабатывается согласно принципам представленной модели, которая находится вне текста и есть (более или менее эксплицитно) заверенной культурной памятью того, кто анализирует текст. В процессе анализа читатель раскладывает текст на составляющие, сокращает его, отвергает лишнюю информацию и вычеркивает все, что не касается стереотипизированного образа или понятия. Нюансы, которые не являются релевантными, отбрасываются читателем, вместе с тем все возможные варианты сокращаются и бессознательно согласуются с исходной моделью. Таким образом, расшифровка предполагает максимальное сокращение различий, сведение их к уже увиденному и известному заранее. Все, что не вписывается в такую схему, которая состоит из объединенных постоянных черт, относят к категории «другого». Преимущественно, тот, кто анализирует текст, легко отвергает лишнее, не обращая на него внимание или переводит его в статус незначительных деталей.

Следует подчеркнуть, что детали и вербальное наполнение текста могут варьироваться в зависимости от различного обнаружения одного и того же

стереотипизированного образа и становятся возможными благодаря разной цели использования стереотипов. Здесь можно говорить о интертекстуальности, в которой, собственно, и существует каждый стереотип, и от которой он одновременно уходит в каждом конкретном своем проявлении. При этом заметим, что стереотип не существует сам по себе или сам в себе, он повсюду и нигде, ведь его расшифровка требует конкретики, тогда как в отдельно взятом случае, будучи отделенным от коллективной схемы, он не существует. Стереотип появляется лишь тогда, когда наблюдатель прибегает к критическому анализу или спонтанно распознает модели, присущие той группе, к которой он принадлежит.

Только после таких проведенных манипуляций можно рассматривать языковые стратегии, с помощью которых стереотип реализуется в тексте. Под языковыми стратегиями мы понимаем определенные речевые приемы и средства, которые позволяют представить любое стереотипное мнение с той позиции, которая является удобной для автора созданного текста. Для того, чтобы найти стереотип, необходимо сначала восстановить форму, в которой он существует – выделить языковые единицы, которые можно интерпретировать как средство обозначения стереотипов.

На уровне лексики такими средствами являются устоявшиеся словесные поэтические образы, в которых содержатся многократно повторяющиеся элементы из текстов различных литературно-стилевых периодов; метафоризация; использование тавтологических эпитетов, в семантике которых прослеживается тождество признаков и свойств, описываемых ими предметов; оценочная лексика; этноминации; слова, в значении которых имеется оценка свойств типичного представителя этноса и т.д. На уровне синтаксической структуры можно выделить литературоведческие средства (повтор, противопоставление, гипербола, оксюморон); атрибутивные словосочетания; генетические словосочетания; воспроизведения стереотипа в препозиции; сравнительные обороты; фразеологические единицы; пословицы, поговорки, в состав которых входят этнонимы, которые эксплицитно или имплицитно указывают на свойства представителей соответствующего этноса и др. На уровне дискурса можно выделить стратегии оформления стереотипов согласно семантике развернутых элементов или организации всего текста: определенные вкрапления в структуру нарратива («лишние элементы» с позиции связности повествования и экономии средств); иронии; прием эффекта «преданных надежд», когда окончание текста противоречит его началу; ситуация, когда мысль о иной культурной группе невольно раскрывает ситуацию в соответствующей лингвокультуре.

В ходе анализа возникает еще один вопрос – относительно гарантий правильности интерпретации смысла текста. Мы не имеем права говорить о единственно верной интерпретации: правильнее будет говорить только об одной из возможных интерпретаций. По нашему мнению, исходя из позиции стереотипов, восприятие текста различными исследователями порождает различные интерпретации и соответствующую трактовку одного и того же произведения. Залогом правильности интерпретации служит (как и в случае отнесенности всякой мысли в стереотипной) опора на те фоновые знания, которые существуют в культуре, и на их письменную фиксацию в литературе.

Важной при этом есть позиция читателя, когда при интерпретации, необходимой для понимания всех смыслов авторского текста, он сталкивается со стереотипом. При поступлении новой информации, которая претендует на стереотипную, задействуются механизмы обработки этой информации: читатель сверяет информацию с другой, которая существует в его сознании в виде лингвокультурных фоновых знаний. Если новая информация ей соответствует, то стереотип получает «подтверждение» и еще надежнее закрепляется в сознании индивида. Если же новая информация противоречит существующей лингвокультурной модели, возможны два варианта: либо такая информация отвергается, либо происходит переосмысление самой модели (4). Как видим, формирование стереотипов в сознании происходит в три этапа. Сначала сложный дифференцированный объект сводится к нескольким готовым и хорошо известным признакам. Далее им предоставляется особая значимость, и, наконец, «выровненные» и «усиленные» черты объекта отбираются для построения образа, близкого и значимого для индивида (5).

Не менее важной является типология стереотипов и с позиции автора текста. Художник в стремлении познать и объяснить окружающий мир пропускает его через призму своего мироощущения. Результатом такого действия является сплав объективной реальности и ее личностного восприятия автором. Как следствие – фактически наблюдается одна из предлагаемых возможностей. Во-первых, автор, являясь представителем определенной лингвокультуры, может реализовывать определенный стереотип неосознанно.

Во-вторых, автор сознательно реализует определенный стереотип (при этом происходит не только осознание, но и подробное описание стереотипов определенной лингвокультурной среды, что сопровождается опорой на примеры). В-третьих, возможен вариант отсутствия нейтральной позиции автора по внедрению описанного стереотипа. Именно этот случай характеризуется активным участием автора текста в создании, закреплении и распространении стереотипов; можем даже говорить о введении стереотипов. При этом заметим, что такие этнические стереотипы быстро теряют свою релевантность, поскольку не имеют опоры на культурную историю соответствующего этноса.

Суммируя, обозначим, постижение картины мира этноса, возможно через посредничество культурных стереотипов, которые существуют в сознании этноса как когнитивные модели и имеют материальное воплощение – фиксаторами этнических стереотипов прежде всего становятся художественные тексты.

Механизм расшифровки смыслов культурных стереотипов в художественном тексте включает выявление как явных, так и скрытых смыслов, что становится возможным только благодаря фоновым знаниям, которые непосредственно зависят от лингвокультурной компетенции носителей языка, а также от позиции автора и читателя. Интерпретация смыслов культурных стереотипов и дешифрование художественных текстов – благодатная почва для исследований, которая находится в фокусе интереса современных лингвистов.

References:

1. Batsevich FS. *Fundamentals of communicative linguistics*. K.: The Academy; 2004; 344.
2. Vorobyov VV. *Linguistic culturology*. M.: RPFU; 2008; 336.

3. *Selivanova EA. Modern linguistics: trends and problems. Poltava: Dovkillya-K; 2008; 712.*
4. *Bergelson MB. Pragmatic and sociocultural motivation of linguistic form. M.: University Book; 2007; 320.*
5. *Melnik GS. Stereotype, stereotyping in the mass communication [Internet]. Available from: <http://psyfactor.org/lib/stereotype.htm>].*