

RU

Культурный код и его образный компонент (на примере образа природы в английских фильмах)

Панкратова С. А.

Аннотация. Цель исследования связана с решением проблемы образной культурной идентификации в рамках английского национального культурного кода. Объектом исследования послужили репрезентированные в метафорах образы огня и воды как часть английского натуроморфного кода в фильмах жанра катастрофы и выживания. Для этого рассматриваются две природные образные схемы, подчиняющиеся общей естественной гиперсхеме NATURE > PSYCHE: пироморфная образная схема FIRE > EMOTIONS и гидроморфная образная схема WATER > EMOTIONS. Научная новизна заключена в том, что впервые в фокусе внимания оказалась природно-стихийная образность как источник стереотипов в национальном культурном коде. Для этого статья обращается к современной когнитивно-психологической концепции образности, согласно которой активация образа наглядно демонстрирует вторичное стереотипизированное осмысление мира эмоций через мир природы. Полученные результаты продемонстрировали, что природные метафоры являются базовыми, исконными и неустрашимыми в осмыслении явлений психики, а обращение к ним весьма действенно для номинации непознанных и проблематичных явлений современности, таких как эмоции, чувства и переживания.

EN

Cultural code and its image component (by the example of the image of nature in English films)

Pankratova S. A.

Abstract. The study aims to solve the problem of the image cultural identification within the bounds of the English national cultural code. The object of the study is concentrated around linguistic metaphors representing images of fire and water as a part of the English nature-morphic code in films about catastrophes and survival. In order to solve the problem, the two natural image schemes, the pyromorphic image scheme FIRE > EMOTIONS and the hydromorphic scheme WATER > EMOTIONS, which are subordinate to the general hyperscheme NATURE > PSYCHE, are examined in detail. The study is novel in that it is the first to focus on the natural-elementary imagery as a source of stereotypes in the national cultural code. In order to do so, the article involves the modern cognitive-psychological image paradigm, according to which the activation of an image vividly demonstrates secondary stereotypical comprehension of the emotional world through the world of nature. The results achieved demonstrate that natural metaphors are basic, original and unavoidable in the world of psychology, while their use is quite a powerful source for naming unknown and problematic modern phenomena, such as emotions, feelings and experiences.

Введение

Современность характеризуется небывалым подъемом национального духа в противоположность тенденциям к глобализации и вестернизации прошлых декад. Целые нации и народности оказываются смещены с традиционных мест обитания в силу политических и экономических причин. В поисках безопасности и лучшей жизни для себя и своих потомков семьи, сообщества и отдельные индивиды пересекают границы европейских государств, часто с риском для жизни, с тем чтобы начать новую жизнь в новой системе координат. Они несут с собой свой язык и культуру, и от них ожидается, что они освоят новый язык и вольются в культурный мир страны прибытия. Для этого необходимо наличие доброй воли и знание минимального набора стереотипных особенностей культуры и языка стран-хозяев. Эти особенности возможно выделить по доступным источникам в средствах массовой информации, в Интернете и в кино, учитывая то, что культурные коды складываются веками и многократно повторяются в лексике и фразеологии европейских стран.

В силу описанной ситуации кинематограф оказывается интереснейшим и действеннейшим средством передачи культурного кода английской нации. Высока и теоретическая значимость изучения образных компонентов как средства трансляции национально-культурных кодов от одной нации к другим. Теоретически к проблематике культурных кодов относится разработка ряда вопросов, в их числе: составляющие кода, процессы и инструменты включения новых единиц в кодовую парадигму, роль кодов в адаптации новых участников культурного сообщества к особенностям принимающей культуры. Нами выдвигается гипотеза о неразрывной связи культуры, образности и национальных стереотипов когниции, которые имеют свойство транслироваться целиком, неразрывно, холистически.

Актуальность темы исследования культурных кодов в современном мире назревала давно и связана прежде всего с необходимостью достижения международного взаимопонимания ради сохранения мира и безопасности на Земле. Изучение образного кода носителей английского языка оказывается неизменно значимым в связи с интересом когнитологов к когнитивным процессам и процессам принятия решений у человека иной культуры, мыслящего в совершенно иных, в том числе образных категориях. Раскрытие образного кода актуально особенно на примере объяснения устройства картины мира киногероев жанра катастрофы и выживания, ибо нам важно знать, как мыслят и как поведут себя представители иной культуры в экстренных ситуациях, выполняя задачи сохранения мирного и экологического баланса на Земле.

Задачи исследования включают рассмотрение научных подходов к изучению образности в западной и отечественной лингвистике; установление минимальных контекстов воплощения образности на метафорическом уровне; установление специфики натуроморфной, пироморфной и гидроморфной образных схем; сопоставление их специфики со стереотипами национального культурного кода в процессе концептуализации мира психики посредством образов огня и воды.

Выбор методов исследования обусловлен целью и совокупностью поставленных задач. Для осмысления эвристического потенциала природных образов в кино в статье использовался метод сплошной выборки из сценариев фильмов жанра катастрофы и выживания. Метод количественных подсчетов позволил установить приоритетные группы образности – это натуроморфная, пироморфная и гидроморфная метафоры. Данные семантико-когнитивного анализа и концептуального моделирования позволили реконструировать стоящие за отдельными образными схемами фрагменты действительности, а элементы дискурса-анализа позволили учесть их прагмалингвистическую специфику.

Материалом исследования явились в совокупности около десятка терминов сферы природы, а именно описания огня (“burned out” – «выгоревший», “glimmer of hope” – «отблеск надежды», “bright side of life/ideas” – «яркая сторона жизни или идей», “blaze of glory” – «сияние славы», “the hottest girl” – «самая горячая девушка», “old flame” – «старая любовь», “blue-flame special” – «особый, как синее пламя», “the light of wisdom” – «свет мудрости», “rise and shine” – «проснись и сияй», “ray of sunshine” – «лучик солнца», “light of love shines on” – «свет любви сияет», “illuminate the world and set it afire” – «осветить мир и зажечь его», “spark of life” – «искра жизни», “sparks of intelligence” – «искры разума» и др.) и воды (“clean conscience” – «чистая совесть», “clear understanding” – «ясное понимание», “as clear as day” – «ясно как день», “clear up problems” – «прояснить проблемы», “word leaked out” – «слово просочилось», “be cool” – «быть хладнокровным», “chilly character” – «прохладный характер», “deep feelings” – «глубокие чувства», “absorb experiences” – «впитывать впечатления», “feelings melt away” – «чувства растаяли», “fresh stream of gifts” – «свежий поток подарков», “cold hard reality” – «холодная жесткая реальность», “tide of civilization ebb and flow” – «прилив цивилизации приходит и отходит» и др.), их ингерентных качеств, извлеченных методом сплошной выборки из сценариев фильмов в жанрах «катастрофа» и «выживание» по данным интернет-ресурса [scripts.com](https://www.scripts.com). Для получения подборки иллюстративного материала из вышеуказанного ресурса нами были от начала и до конца прочитаны 7 сценариев фильмов жанра выживания и катастрофы:

- Hector and the Search for Happiness / dir. by Peter Chelsom. 2014. https://www.scripts.com/script/hector_and_the_search_for_happiness_9786;
- Point Break / dir. by Kathryn Bigelow. 1991. https://www.scripts.com/script/point_break_730;
- Six Days Seven Nights / dir. by Ivan Reitman. 1998. https://www.scripts.com/script/six_days_seven_nights_18228;
- The Guardian / dir. by Andrew Davis. 2006. https://www.scripts.com/script/the_guardian_9385;
- The Hurricane Heist / dir. by Rob Cohen. 2018. https://www.scripts.com/script/the_hurricane_heist_20498;
- The Legacy of a Whitetail Deer Hunter / dir. by Jody Hill. 2018. https://www.scripts.com/script/the_legacy_of_a_whitetail_deer_hunter_20669;
- Volcano / dir. by Mick Jackson. 1997. https://www.scripts.com/script/volcano_22929.

Теоретической базой исследования послужили публикации отечественных и зарубежных авторов, работающих в сфере когнитивной лингвистики (Кубрякова, 1986; Болдырев, 2014), изучения образных схем отражения действительности (Лакофф, 2011), семантики и изучения лексического значения и полисемии, а также теории метафоры (Никитин, 2003).

Практическая значимость заключается в том, что раскрываемый в статье потенциал образности на примере природных метафор может быть использован в педагогической деятельности киноузлов для формирования у специалистов по кинорекламе представления о силе природных образов и связанных с ними стереотипов. Полученные результаты могут быть применены в преподавании таких дисциплин, как когнитология,

психолингвистика, лингвокультурология, лексическая семантика и теория метафоры, а также на практических занятиях студентов, лингвистов и филологов, изучающих современный английский язык, в создании курсовых и дипломных работ студентов.

Обсуждение и результаты

Языковая картина мира как проводник национального культурного кода характеризуется специфичностью в каждой отдельной языковой семье. Она понимается как специфичное для каждой нации мировидение, которое воплощено в том числе и в аудиовизуальных произведениях. Изучение языка как такового в связке с языком кино открывает перспективы обнаружения всеобщего и специфичного в культурном коде. «Когнитивная среда, в которой находится данный человек, – это весь способ его взаимодействия с окружающим миром и его картина мира: это те образы и понятия, которые человек способен воспринимать и передавать; это то, как связаны между собой люди, с которыми он взаимодействует, каковы их реакции. Наконец, это вещи, которые он может изготовлять и использовать» (Широнин, 2013, с. 8-9).

О том, что культурный код можно изучать через концептуализацию и категоризацию как языковые проявления высшего порядка, отражающие наше воспитание и стереотипы, говорил еще автор культурно-исторической психологии Вильгельм Вундт (1832-1920). Георгий Гачев оригинально сравнил английскую картину мира с островом-кораблем, плывущим-существующим по принципу «хочешь жить – умей вертеться». Г. Н. Гачев (1995, с. 158) отмечал, что у представителей английской нации мышление моряка, отражающееся в технизме, экономичности, прагматизме, утилитаризме и динамизме. В русской когнитивистике культурный код изучен Ю. С. Степановым, в 1997 году выпустившим «Константы. Словарь русской культуры».

Культурное ядро мировидения человеческой цивилизации составляет естественная универсальная картина мира, включающая категории пространства, времени, качества, количества, действия и причины (объективные знания) (Воркачев, 2001). Деление мира может быть уникально-специфическим, и тем не менее оно есть пример особого видения каждого. Неординарная типология концептов в этой связи представлена В. А. Масловой: «...представления о мире (концепты пространства, времени и числа), явления природы (туманное утро), представления о человеке (дурак, гений), социальные понятия и отношения (свобода, дружба), национальные концепты (душа, тоска), нравственные концепты (правда, истина), эмоциональные концепты (счастье, радость), концепты-артефакты (дом, колокол), концептосфера научного знания (филология, математика), концептосфера искусства (живопись, музыка)» (2008, с. 84-85).

Естественная сфера является базовой для осмысления других сфер мировидения – логики, философии и культуры, позволяя реконструировать логику мышления этноса. Анализ природных образов является актуальным, поскольку он способен проявить первые попытки человека осмыслить окружающий мир подручными образами, оценивая и выражая отношение к нему. Мир природы близок человеку и легко вписывается в его обыденную картину мира, в которой люди всегда взаимодействовали с природой, ее формы и проявления всегда были базой для создания культурного фонда нации в виде сказок, поговорок и пословиц. Через образное осмысление природы человек приходит к познанию себя.

Элементами концептуальной картины мира являются концепты, а их изучение проводится на основе культурных стереотипов, лексических, фразеологических средств. Одним из них является концептуальная метафора, базирующаяся на неконвенциональных образах и актуализируемая в концептуализации явлений области человеческой психики через проекции из области цели (MIND) в область источника (NATURE). Само понятие, к примеру, любой эмоции есть абсолютная ментальная фикция, а чтобы обозначить ее, необходима максимальная терминологическая внимательность в поиске точного соответствия искомому понятию, например, понятие «страх» и его психологические эквиваленты (Яшкина, 2005).

В подавляющем большинстве случаев природная сфера как базовая когнитивная область содержит позитивные коннотации, что выгодно сотрудникам сферы рекламы. Чистота и сияние здорового человека (“glow”, “clear”) несут амелиоративные подтексты, весьма популярные в рассказе о важном рекламном продукте (Вяляк, 2008).

Гипер-метафорическая естественно-природная модель дополнена гипо-метафорическими образными схемами EMOTIONS > FIRE, EMOTIONS > WATER. Так, к примеру, в кинематографе женщины представлены как вдохновительницы творческих порывов, сравнимые с пылким огнем, освещающим жизнь мужчин (образы “hot girl” – «горячая девочка», “old flame” – «прежняя любовь»).

“Senior Chief: I’ll show you how it’s done. Pick out **the hottest** girl in here. I’ll take her home” (The Guardian). / «Я покажу тебе, как это делается. Выбери самую горячую красотку здесь. Я отведу ее домой» (здесь и далее – перевод автора статьи. – С. П.).

“Flight attendant: – Wife? – **Old flame**, university. We all got one of those” (Hector and the Search for Happiness). / «– Жена? – **Прежняя любовь**, с университета. У всех есть такое».

“Harp: You’re a real **blue-flame** special, aren’t you, Utah? I don’t know why they sent you to LA. Must be an asshole shortage” (Point Break). / «Ты действительно особенный, как синий огонь, Юта! Не знаю, зачем они пригласили тебя сюда в Лос-Анджелес, может, нехватка дураков».

Напротив, в английской традиции холодность тесно связана с представлением об идеальном англосаксонском характере (“stiff upper lip” – букв. «жесткая верхняя губа»).

“Pilot: Ten ways to light his **fire**. – You know how a woman gets a man excited? – How? She shows up, and that’s it. We’re guys. We’re easy” (Six Days Seven Nights). / «Десять способов зажечь его огонь. – Ты знаешь, как женщины привлечь мужчину? – Как? Да просто появиться в поле зрения. Мы парни. С нами все просто».

Важную роль в эмоциональном настрое играют женщины как существа, дающие человечеству жизнь и надежду. В западной традиции женщина представляется объектом для извлечения благ. Этот шаблон глубоко укоренен в западном обществе, что и отразилось в сценариях. С точки зрения происхождения пироморфных образов отметим, что все они, даже такие, как “light of wisdom” («свет мудрости»), “see the light” («увидеть свет в конце тоннеля») и “rise and shine” («проснись и сияй»), принадлежат к базовым, корневым, древнейшим культурным кодам, исконным концептуальным метафорам, которые идут с человечеством от его зарождения и помогают образному осмыслению духовного мира уже давно. Как справедливо отмечает А. Л. Лось, «свет и тьма являются универсальными понятиями разных культур» (2022, с. 81-85).

То же можно сказать и о гидроморфных образах. Чувство хладнокровности подкрепляется понятием глубины из гидроморфной сферы. Хладнокровен тот, чьи чувства запряты глубоко (“deep”) и кто нечасто выходит из себя. Делиться «глубокими» переживаниями принято только с самыми близкими. Случается и так, что человек из страха не признается сам себе в своих глубочайших чувствах. Примечательно, что если в русском языке мы говорим о внутреннем мире, носители английского языка немного иначе видят устройство психики, называя то, что находится в подсознании, «глубоко внизу» (“deep down”).

“Breeze: Listen, brother, save yourself, man. They’re gonna kill me anyway. Just **be cool**” (The Hurricane Heist). / «Слушай, брат, спаси себя, чувак. Меня по-любому прикончат. Просто держи себя в руках».

“Emmitt: Well, you said you wanted to go to the Beverly Center. How did you like it? Huh? It was **cool**, Dad. – **Cool? – Cool**” (Volcano). / «Ну, ты сказал, что хочешь направиться в Беверли Центр. Как понравилось? А? Это было круто, пап. – Круто? – Круто».

“Jaden: I wish my dad was more **chill** like you. Your dad is definitely not the easiest fella to get along with. He does put a lot of pressure on himself” (The Legacy of a Whitetail Deer Hunter). / «Вот бы мой отец был таким же крутым, как ты. С ним не так уж легко поладить. Он сам с собой чрезмерно строг».

Вышеприведенные примеры не противоречат делению когнитивных стилей на два разряда. Во-первых, это адаптивный (полезависимый) стиль познания с его стереотипностью суждений, доверием метафорическим стереотипам. Во-вторых, выделяется и инновативный (полнезависимый) когнитивный стиль, который отличается оригинальностью, креативностью, склонностью к переформулировке. В данном случае все примеры не выбиваются из общего ряда, соответствуя стереотипному представлению о женщинах как горячем объекте вождления, а о мужчинах – как внешне холодных безэмоциональных существах.

Стереотипность метафорического выражения эмоций, полагал А. А. Потебня, не следует принижать, поскольку это – «положительное свойство души, необходимое для экономии усилий как человеческой, так и животной жизни» (Психолингвистика в очерках..., 2003, с. 93-95). Поскольку концептуальное ассоциирование – это нерелективное, нетрудоёмкое, спонтанное и совершаемое в микро-интервалы времени воспроизведение прежде закреплённой в опыте ассоциативной связи, выраженные в концептуальных метафорах стереотипы (к примеру, гедонистические идеалы счастья, успеха, вечной юности) активно задействуют массовая культура. Она создаёт единый контекст, «стереотипизирует» любую идею, сводя всё многообразие художественных и эстетических опытов к одной норме – к обыденному и тривиальному. Так, к примеру, M. Jaffe и R. Greifeneder (2021, p. 115-117) полагают, что необходимо менять собственные ценностные установки и багаж знаний весьма энергозатратна и связана со значительными интеллектуальными и личностными усилиями, тогда как подтверждение своих убеждений даёт ощущение комфорта и безопасности. «Механизм массовой культуры – многократное повторение одних и тех же образов и сюжетов» (Рахимов, 2005, с. 50). Итак, мышление образными стереотипами есть приобретенная для удобства когнитивная способность, поддерживаемая массовой культурой, а применение стереотипных концептуальных метафор, как и других клише, – осознанный шаг, вызванный спешкой и желанием казаться умнее, осведомленнее и привлекательнее, чем мы есть, без особых усилий.

Заключение

Мы рассмотрели особенности природного образного культурного кода на примерах метафор из сценариев о выживании и катастрофах и пришли к выводам, что метафора отражает заложенный в англоязычной культуре код, актуализируемый через образность и языковое творчество. Суммируя размышления о культурном коде и естественной образности в кино, отметим, что естественные качества пироморфных и гидроморфных образов (“hot”, “cool”, “chilly”) позволяют передать в киносценариях английский национальный характер и выдвигают на первый план важность спокойствия и невозмутимости, столь ценимую в западной традиции. Чувства не принято выставлять напоказ, и это поддерживается как образом «глубины» (“deep”) чувств, так и образом неподобающего поведения, когда человек «тает» (“melt away”), нескромно с точки зрения этикетных англосаксонских норм демонстрируя внутренний мир. Образная схема “EMOTIONS > FIRE” так же, как и образная схема “EMOTIONS > WATER”, отражает давно сложившиеся стереотипные представления. Оптимально подобранный природный образ рисует женщин как нечто пламенное и желаемое, а мужчин, наоборот, представляет холодными и сдержанными, с типичным англосаксонским самообладанием

как ведущей чертой характера. Можно заключить, что образность – это неотъемлемое свойство языка, она обеспечивает понимание обозначаемого, являясь неперемным условием общения. Образные представления имеют индивидуальный и национальный характер одновременно, поскольку они неотделимы от личного жизненного опыта человека и передают национальную картину мира, обычаи, стереотипы мышления. Образы сопутствуют языковой деятельности человека, но степень их осознания и воплощённости в языковых единицах варьируется. Перспективы дальнейших научных изысканий лежат как в расширении объектной базы изучения потенциала образности до широкого ряда фильмов, так и в исследовании иных когнитивных образных схем.

Источники | References

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: введение в когнитивную лингвистику. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014.
2. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1.
3. Вяльях К. Э. Синтаксические средства интенсификации эмфатических структур (на материале испанского языка) // Альманах современной науки и образования. 2008. № 2-2 (9).
4. Гачев Г. Н. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. М.: Академия, 1995.
5. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: Наука, 1986.
6. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Гнозис, 2011.
7. Лось А. Л. Когнитивные основы семантической дифференциации синонимов, репрезентирующих отсутствие света в русском языке // Когнитивные исследования языка: сб. науч. тр. М. – Новосибирск – Тамбов, 2022. Вып. 3. Когниция, культура и коммуникация в современных гуманитарных исследованиях.
8. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Мн.: Петра системс, 2008.
9. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003.
10. Психоллингвистика в очерках и извлечениях. Хрестоматия: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Академия, 2003.
11. Рахимов А. З. Творческое мышление: монография. Уфа: Творчество, 2005.
12. Широин В. М. Когнитивная среда и институциональное развитие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013.
13. Яшкина Е. А. Динамика эмоционального концепта «страх» в британской лингвокультуре: автореф. дисс. ... к. филол. н. Хабаровск, 2005.
14. Jaffe M., Greifeneder R. Can that be true or is that just fake news? New perspectives on the negativity bias in judgements of truth // The psychology of fake news accepting, sharing and correcting misinformation / ed. by R. Greifeneder, M. Jaffe, E. Newman, N. Schwarz. N. Y.: Routledge, 2021.

Информация об авторах | Author information



Панкратова Светлана Анатольевна¹, д. филол. н., доц.

¹ Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения



Pankratova Svetlana Anatolyevna¹, Dr

¹ Saint Petersburg State Institute of Film and Television

¹ svetpankrat@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 05.01.2024; опубликовано online (published online): 19.02.2024.

Ключевые слова (keywords): культурный код; образная схема; пироморфная метафора; гидроморфная метафора; стереотип; cultural code; image scheme; pyromorphic metaphor; hydromorphic metaphor; stereotype.