

ТЕКСТ КУЛЬТУРЫ В ПОВСЕДНЕВНОСТИ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ И ПОНИМАНИЕ

Текст культуры – особая форма представления знания о внешней действительности и передачи эмоционального восприятия объекта внешнего мира отправителем адресату, примерами выступают различные образно-текстовые сообщения (рекламные щиты, дорожные знаки), символы (графические изображения, слова-символы, метафоры). Мною будет рассмотрена специфика применения, интерпретации текстов культуры в повседневности. Повседневность представляет собой особую сферу жизнедеятельности человека, в которой накапливаются «смысловые осадки прошлого опыта» [2]. Именно этот опыт, «запас наличного знания», «то, что известно всем» определяет наше поведение в повседневности, наши схемы интерпретации в процессе обыденного общения [1, с. 67].

Знание о тексте культуры является частью «того, что известно всем», так как принимается в большей степени уже готовым, а не изобретается каждый раз заново [4]. Исходя из этого утверждения, можно

выделить следующие специфические черты текста культуры. Во-первых, это социальная закреплённость – запас наличного знания содержит информацию о двух аспектах текста культуры: о возможных, допустимых горизонтах смысла, и об его использовании. Но так как эта информация закреплена чаще всего, не столько во всем обществе, а в определенной социокультурной группе, то здесь зачастую имеет место неравномерная информированность. Во-вторых, социальная санкционированность – использование текстов культуры, та информация, которую они несут, может в большей или меньшей степени контролироваться со стороны общества или группы, что, в свою очередь, влияет на схемы интерпретации символа, знака, метафоры. В-третьих, социальная стандартизированность – текст культуры имеет определенную структуру, в которой можно выделить две группы характеристик его смысла. С одной стороны, это обобщенные, типичные характеристики смысла – то, что понимается однозначно всеми и известно всем. Эта группа свойств задает определенную потенциальную сферу применения текста культуры, а также несет в себе основную информацию об объекте беседы. С другой – это уникальные черты символа – то, что отличает его от других, позволяет искать в нем глубинный, скрытый смысл. Эти качества создают универсальность применения данного текста культуры в конкретных обстоятельствах в рамках сферы применения, очерченной первой группой свойств смысла. Восприятие объекта беседы отправителем, его дистанция с адресатом и т.п. отражается в данных чертах смысла. Текст культуры, его смысл находится между обобщенным «именем», определением и уникальностью сочетаний обстоятельств, состояний объекта беседы. В определенных текстах культуры соотношение этих свойств различно.

Уникальные черты содержания текста культуры влияют на основную информацию, «деформируют» ее. Они могут сформировать смысл абсолютно противоположный «типичному» смыслу, если уникальные черты противоречат типичным характеристикам текста культуры, несущим основную информацию, например, при использовании текста культуры в необычном для него контексте. Здесь возможны два варианта того, как поймут такого рода сообщение.

В первом случае, уникальные характеристики смысла подчеркивают либо конфронтруют с типичностью при этом, не выходя за рамки диапазона потенциальных отклонений от «здорового смысла». Тогда данное сообщение воспринимается как нечто оригинальное, индивидуализирующее собеседника, что позволяет снизить уровень его «анонимности», заметить, хоть и фрагментарно, какие-то его личностные качества. Во втором, уникальные черты выходят из данного потенциального диапазона. Тогда сообщение воспринимается как не имеющее смысла, или как банальность. С восприятием сообщения как банальности возрастает анонимность отправителя: не воспринимая уникального взгляда собеседника, мы типизируем его по стандартным схемам. При наличии проблемы

понимания сообщения, как соответствующего «здравому смыслу», типизация по стандартным схемам не возможна, и адресат начинает ее восстанавливать, посредством поиска причин не соответствия сообщения «здравому смыслу» [1, с. 101-102].

Благодаря вышеперечисленным трем качествам, текст культуры позволяет обмениваться большей информацией при меньшей затрате времени, необходимого для ее передачи, опосредует коммуникацию и способствует установлению пространственной, временной общности и типизации собеседника.

Символы оказывают влияние на обстановку беседы. Социально закрепленная информация об использовании символа сама становится новым обстоятельством ситуации, так как при интерпретации адресат учитывает все свое знание об этом символе и параллельно отвечает на вопрос, «почему собеседник использовал именно этот символ». Метафора не обладает высоким уровнем социальной закрепленности и санкционированности, в отличие от большинства символов. Ее основная цель – сообщение отправителем своей дистанции и восприятия. Контекстом метафоры являются используемые слова в высказывании и интонация. Индивидуализация каждого нового употребления метафоры, ее смысла, приводит к тому, что вырастает внимание собеседника к тому, как говорит отправитель сообщения. Если символ оказывает влияние на обстановку, то метафора влияет на модель говорения. По мнению Д. Дэвидсона, главной особенностью понимания метафор является то, что отправитель сначала продумывает то, что он хочет сообщить, а затем формирует контекст (подбирает схему, «как это сказать»). Адресат же наоборот идет от контекста к смыслу: «знание буквального лексического значения этих слов страхует нас от поиска буквального смысла» [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии / Г. Гарфинкель. – СПб.: Питер, 2007. – 335 с.
2. Дорофеева З.Е. Социология культуры и повседневность / З.Е. Дорофеева // Sociologist's Warehouse [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sociologist.nm.ru/articles/zlata_01.htm. – Дата доступа: 15.03.2009.
3. Дэвидсон Д. Что означают метафоры? / Д. Дэвидсон // Русский филологический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/davidson-90.htm>. – Дата доступа: 21.02.2009.