Ольга Евгеньевна Коханая

Московский гуманитарный университет

kokhanaya@mail.ru

**Национальный культурный код в сознании российской аудитории**

Рассмотрена необходимость комплексного изучения понятия «культурный код» с учетом достижений культурологии и текстологии, так как любой художественный текст является неотъемлемой составляющей национального универсума культуры. Концептуальную важность имеет выявление культурных кодов в российских СМИ, публикующих материалы о зарубежных культурных продуктах.

Ключевые слова:межкультурная коммуникация, социокультурные смыслы, текст, культурная память, глобализация, аккультурация.

Пониманию коммуникации между различными культурными системами как существенного элемента картины современного мира способствует процесс глобализации. Характерной чертой нашего времени является рост числа людей, которые находятся в контакте с культурами, отличными от их родной культуры. Такая ситуация требует решения практических задач аккультурации, культурной адаптации представителей одной культуры на территории существования иного культурного сообщества.

В основе мировосприятия каждого народа лежит своя система социокультурных смыслов, предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем [2: 81], отраженных в культурных национальных кодах, поэтому сознание человека не может не быть обусловленным этнически [4: 20]. Выразительными экспонентами культурно обозначенной информации являются устойчивые словесные комплексы как регулярные комбинации словесных знаков, которые являются стереотипными автономными лингвистическими образованиями с заданными по традиции значением и формой. Устоявшиеся словесные комплексы характеризуются прежде всего лексико-грамматической спаянностью в сочетании с контекстуальной предопределенностью использования и способностью автоматически воспроизводиться в речи. Актуализация этнокультурного компонента в таких словесных комплексах фиксирует национально значимую информацию, воспроизводит культурную память носителей языка.

Национальный язык, как код культуры, хранит и передает из поколения в поколение только те устойчивые соединения, которые прямо или косвенно соотносятся с эталонами, стереотипами и уникальной самобытностью национальной культуры － как материальной, так и духовной. Они не только хранят память о мотивации значения, но и закрепляют воспроизведение в их культурных коннотациях миропонимания носителя языка [5], а значит, являются репрезентантами базовых кодов культуры, усваивая которые коммуникант осознает свою причастность к этносу, становится носителем определенного психо- и этнотипа. Например, русскому (в широком смысле) человеку не нужно объяснять смысл бессмысленных для иностранца фраз «в ту степь», «ни в зуб ногой», «седьмая вода на киселе», «у нас в Рязани грибы с глазами». Система культурных кодов является основой группового сообщества, использует разные символы для самоидентификации. Корни кодов культуры восходят к первобытным представлениям архетипа человека, они совокупность знаков и символов, смыслов и их комбинаций, которые имеются в любом предмете культуры определенного национального лингвокультурного сообщества, что находит проявление в языке этноса, языковой картине мира [1: 16].

Как отмечает М. Б. Бергельсон, человек как носитель общечеловеческих универсалий и национально-культурных особенностей находится в центре межкультурной коммуникации, осуществляющей социокультурное взаимообогащение между народами, социализацию и аккультурацию, что оказывает влияние на формирование и укрепление культурно-этнографических общностей, обладающих не только этническим родством и культурной близостью, но прежде всего лингвистическими основами национальных языков.

Перспективными представляются исследования раскрытия феномена культурного кода как составляющих творческого литературного, журналистского процесса. И здесь «первостепенную значимость для журналистики имеет ее участие в формировании, транслировании и сбережении духовно-культурных ценностей» [3: 80]. Аудитория приобретает ценностно значимую информацию в повествовательной форме: либо через свой непосредственный опыт, либо через рассказанные в массмедиа истории, которые отражают культурные различия субъектов творчества. Антропологи, журналисты, литераторы, которые работают в «полевых условиях» и живут рядом с объектами изучения, несомненно, способны прочувствовать и испытать на себе их условия существования, что крайне важно для объективного осмысления культуры и быта и может быть использовано для репрезентации иных культур в медиаконтенте. Научный интерес представляет также разработка определенных методик выявления и анализа культурных кодов в российских СМИ, которые публикуют журналистские материалы об отечественных и зарубежных культурных продуктах.

Литература

1. Бурукина О. А. Метаотношения понятий «культурный код» и «коннотация» в «культурном переводе» // Международный журнал исследований культуры. 2019. № 2 (35). С. 16 –30.
2. Головин Ю. А., Коханая О. Е. Формирование нового медиапространства в эпоху социальных и технологических трансформаций // Челябинский гуманитарий. 2020. № 2 (51). С. 81–88.
3. Корконосенко С. Г. Социокультурная неполноценность предпринимательской модели журналистского образования // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения / отв. ред. А. А. Малышев. СПб., 2022. Т. 2. С. 79–81.
4. Леонтьев А. А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1993. С. 16–20.
5. Тер-Минасова С. Г. К вопросу о норме в языке и культуре. URL: <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubMinas.html>.