

Культурные сценарии

Звонит в дверь человек, просит о чём-то пустяковом — воды попить или помочь хоть рублём, хоть старым тряпьем — а сам смотрит на вас пронзительным взглядом, и вы уже в полной его власти, делаете то, что он от вас захочет. Говорят, так цыганки могут ограбить, причём самое дорогое из тайных захоронок вы, зомбированная (или загипнотизированная), сами достанете и главной преподнесёте — той самой, с пронзительными глазами. Я такую историю много раз слышала. В Интернете гуляло страстное разоблачение компьютера: вы им пользуетесь и не подозреваете, что через виртуальное пространство к вам уже тянутся щупальца международного заговора против России и православия. Несколько дней поработаете — и превращаетесь в ярого сторонника рынка, экономических реформ, американского вмешательства в наши дела и экумениста. Текст у меня с удовольствием, посмеиваясь, скачивали знакомые программисты.

Зомбирование — излюбленная тема яростных националистических листов; им со сладким ужасом вторят всякого рода сектанты, да и просто люди при храмах, впрочем, как и неверующие. Воспользуемся этой прекрасной метафорой: разве не то же самое с нами делает культура — тоже сила как бы виртуальная, пронизанная столь действенными приказами и запретами, что мы выполняем их, нисколько не чувствуя себя „зомбированными“.

„Проявление этноцентризма — думать, что даже если у таитян нет слова, соответствующего английскому слову *sad* (грустный, печальный), они всё равно должны полагать, что для их эмоционального опыта „грусть“ — для которой у них нет названия — тем не менее более значима, нежели, например, чувства *toiaha* или *pe are a*, для которых у них есть названия (хотя в английском языке для них названия нет)“.

Анна Вежбицка

Есть множество мелких привычек, усвоенных нами с детства и без раздумий принятых как единственно правильное поведение. Они разные в разных местностях, и, пока локальные культуры существуют изолированно, всякое случайное столкновение их друг с другом неизбежно вызывает культурный шок (сестра жениха на следующий день после армянской свадьбы выскакивает из кухни с истошным криком: „Она русская! Она кладёт в котлеты картошку!“ — это в многонациональном городе Краснодаре в наше время).

Десятилетия и столетия жизнь прессовала отобранные почти по Дарвину оправдавшие себя мелкие привычки в плотную ткань быта, которую все мы продолжаем ткать автоматически, вплетая в неё привычки свои, детей и внуков. Правда, теперь всё чаще

мы расцветиваем её мелочами чужого опыта, подсмотренными у приехавших откуда-то соседей, увиденными по телевизору, вычитанными в книгах; да и быстро обновляемая бытовая техника ломает старые привычки. И всё же мы остаёмся их рабами в гораздо большей степени, чем полагаем.

И тут пытаются нас „зомбировать“, манипулируя рекламой, навязывая то, что нам нужно и не нужно, и есть уже настоящие „зомби“, больные люди, одержимые манией покупать всё, что им только что продемонстрировали. Но влияние рекламы много тоньше и глубже, чем кажется: призывая покупать именно такую, а не другую зубную пасту, она заодно демонстрирует и эталоны женской красоты, и образцы эротических полунамёков, и умение круто завернуть сюжет на полминуты, так что уже выросло поколение привыкших к короткому, „клиповому“ восприятию любой информации.

Политическая пропаганда устроена по прямому образу и подобию рекламы и действует так же — только предлагает вместо товаров и услуг светлые образы политических деятелей и их лозунги. Почему-то именно ей дозволено, кроме того, поносить и компрометировать конкурента, что рекламе запрещено законом — а всё-таки вещь, не живой человек. Видно, становление рекламы пришлось на те невинные времена, когда ещё можно было договориться о запрете каннибализма.

Есть ещё идеология — она действует куда тоньше, нежно и незаметно, зато и куда действенней. В значительной степени она опирается на общечеловеческие ценности, даже когда это не признаёт: кроме заповедей любой религии не красть, не убивать, не воровать и уважать родителей, освоенных и присвоенных атеистами, везде принято, например, любить родные места, уважать бескорыстие и готовность принести себя в жертву ради других людей. Но каждая локальная общность вносила в эти культурные нормы нечто своё, оформляла их по-своему, и потому в Париже церемония возложения венков к могиле неизвестного солдата несколько отличается от подобной же церемонии у нас, несёт иные смыслы, активизирует иные ассоциации и переживания. Американцы, вытягиваясь перед национальным флагом, отдают честь несколько иному комплексу ценностей, чем мы.

Но с детства усвоенные смыслы символов настолько само собой разумеются, что разницу никто не видит и не допускает мысли о её существовании. Может быть, поэтому все разговоры о национальном характере и национальных особенностях обычно столь абстрактны и приблизительны: никак не ухватишь то, что само собой разумеется.

„Способ интерпретации людьми своих собственных эмоций зависит, по крайней мере до некоторой степени, от лексической сетки координат, которую даёт им их родной язык“.

Анна Вежбицка

Я уже рассказывала на страницах журнала о теории языковых универсалий, разработанной известной австралийской лингвисткой и культурологом Анной Вежбицкой. Она исходит из того, что есть лишь небольшая группа слов, обозначающих одно и то же на всех языках мира — так называемые универсалии, обозначающие

базовые понятия, без которых невозможно человеческое существование в любой культуре и в любое время. Всё остальное, по убеждению Вежбицкой, соответствует опыту данной языковой общности и не поддаётся прямому буквальному переводу: всегда остаются некоторые оттенки смыслов, часто весьма существенные, продиктованные разной языковой практикой. Именно выделение языковых универсалий дало исследовательнице инструмент для того, чтобы уловить и интерпретировать отличия одной языковой практики от другой.

„Я утверждаю, — пишет Вежбицка, — что естественный семантический метаязык, основанный на лексических универсалиях, представляет собой особый „культурный код“, или независимую от конкретного языка „культурную транскрипцию“, посредством которой можно описать, в частности, подсознательные аспекты культуры общества, что использование этого метаязыка может выявить как различия между культурами, так и природу вариативности и изменений внутри отдельной культуры; а на практическом уровне — упростить общение между представителями различных культур и изучение языков в культурном контексте“.

Среди всего прочего лингвистка изучала таблички в общественных местах, предлагающие что-то делать, а что-то, наоборот, не делать: не курить, не расклеивать объявления где попало, не ходить через лесок, принадлежащий кому-то („Частная собственность!“), и так далее. Мой старинный приятель, социолог, коллекционировал подобные объявления: „столик зарезервирован“, „посторонним вход запрещён“, „запасной выход“ и так далее — он понимал, что содержание и стиль таких табличек характеризуют общество, и мы часто сочиняли шуточные теории на эту тему.

Анна Вежбицка сравнила, как пользуются такими объявлениями в Германии и в англоязычных странах. Очевидно, она сравнивала именно языковые практики, а не те оттенки смыслов, которые, несомненно, присутствуют и в том, и другом языке и могут быть извлечены, если в этом возникнет потребность — да вот как-то не возникает. Культурные сценарии, которые каждый на свой лад реализуют немцы и англосаксы, обращаясь к согражданам с объявлениями о запретах и разрешениях, исследовательница изложила на метаязыке универсалий, что позволило сравнить эти сценарии.

„Супруга моего коллеги — одна из самых приятных, вежливых немок, которых я когда-либо встречал. И всё же, когда она сказала по-английски то, что она привыкла говорить в таких случаях по-немецки и что звучало бы по-немецки вполне вежливо, мои родители были неприятно поражены и подумали: „Кто она такая, чтобы говорить нам, что делать?“ Это очень прямой язык“.

Бретт Дин, австралийский скрипач,

живший и работавший

10 лет в Германии.

Характерная черта, поразившая в Германии одного англоязычного (американского) наблюдателя: „Везде расставлены знаки с инструкциями и запретами... Многоквартирные дома снабжены вывесками с указаниями для жильцов и посетителей, поведение в парках и на рабочих местах строго регламентировано. Даже на отгороженных детских площадках имеются ограничения, касающиеся возраста детей, игр, времени, когда дети могут играть на этих площадках... Куда бы ни пошёл человек в Германии, там непременно уже кто-то побывал и повесил знак“.

Это подтверждает и опыт самой Вежбицкой: „Для человека, приехавшего из англоязычной страны, частое использование слова „verboten“ („запрещено“) — одна из самых заметных особенностей облика немецких улиц. Объявления типа „Parken verboten“ („Парковка запрещена“), „Enkleben von Plakaten verboten“, „Bekleben verboten“, „Plakatieren verboten“ (все три приблизительно означают „расклеивать объявления запрещено“) встречаются на каждом шагу на улицах, а „Rauchen verboten“ („Курить запрещено“) — в общественных зданиях“.

Подобного рода запреты есть в любой стране мира. Нигде не разрешается курить в читальном зале библиотеки. Во всех странах нельзя парковаться где попало, это мешает нормальному движению и может перекрыть дорогу „скорой помощи“ или пожарным. Англоязычные страны тут ничем не отличаются от Германии.

Но дело совсем не в содержании всех этих объявлений, а в их стиле.

Английское слово „prohibited“, которое обычно используют, переводя с немецкого фразы типа „Ставить велосипеды запрещено“, „Проход запрещён“, „Несанкционированный вход и въезд запрещён“, не соответствует в точности немецкому verboten. Prohibited употребляется много реже, чем verboten: курить „запрещено“ только там, где это представляет реальную опасность для окружающих — у хранилищ горючих материалов, у автозаправок — и потому это слово часто соседствует со словом „опасно“. Во всех остальных случаях англоязычные чиновники избегают прямых запретов. Языковой конструкции „X verboten“ в английском соответствует другая: „No X-ing“, например, „No smoking“ или „No parking“ — это скорее правило, чем запрет.

Не слишком ли тонко: правило, запрет — какая разница? Разница есть. „И правила, и запреты сообщают, что люди не могут что-то делать, пишет Вежбицка, — но обосновывают это по-разному. Правила не устанавливаются одними людьми, чтобы быть предназначенными для других: действие этих правил распространяется и на тех, кто их создаёт. Они формулируются не с целью навязать свою волю другим. Часто они подчёркивают то, какое место попадает в сферу действия правила, а не то, на каких людей оно распространяется: „Здесь не курят“ (то есть место не для курения) сформулировано так, словно передаётся информация о месте, а не указание людям, что им делать. Объявление на стене университетской библиотеки „Quiet work area“ („Здесь не шумят“) сформулировано как информация о месте, в то время как соответствующие немецкие знаки обычно формулируются как директивы: „Ruhe bitte!“ („Спокойствие, пожалуйста!“) „Bitte leise sprechen!“ („Пожалуйста, говорите тихо!“).

В англо-саксонской логике частный человек ничего не будет запрещать другим частным людям. Prohibited в принципе не употребляется от имени частного лица — само слово подразумевает, что автор знака есть представитель официальной власти. В частной жизни может быть использовано forbid (не часто), но никак не prohibited. В немецком языке такого разграничения нет. Немцы сплошь и рядом вешают такие объявления прямо рядом с фамилиями жильцов в многоквартирных домах: „Reklamenwurf verboten!“ („Бросать (в ящик) рекламу запрещено!“), „Betteln und hausieren verboten!“ („Попрошайничать и торговать вразнос запрещено!“) — что приводит англоязычных людей в некоторое изумление.

Директивы в английском языке часто формулируются в виде псевдовопросов, как будто показывая, что адресат рассматривается как личность, самостоятельно определяющая свои действия. И дело совсем не в том, что англоязычные люди более вежливы: такой псевдовопрос может сочетаться с бранью, с непристойной лексикой — как в одной из современных австралийских пьес:

„Why dont you shut up?“ („Почему бы тебе не заткнуться?“)

„В повседневной жизни становится ясно, какую непрестанную борьбу бессознательно ведут немцы, чтобы уменьшить свои тайные страхи. У них есть и материальная, и психологическая потребность жить в рамках защищённости, уверенности“.

Бернард Нусс

Само обилие предписывающих и запретительных объявлений в немецкоязычных странах, по мнению исследовательницы, наводит на мысль о существовании такого общепринятого культурного сценария:

„Хорошо, если люди знают, что они должны делать.“

Хорошо, если люди знают, что они не могут делать.“

Хорошо, если кто-то скажет, что люди должны делать.“

Хорошо, если кто-то скажет, что люди не могут делать“.

В сценарии явно заложена идея власти, воли как официальных лиц, так и частных граждан запрещать и предписывать поведение другим и идея подчинения других подобным приказам и запретам.

Несколько иначе выглядит англосаксонский культурный сценарий, который также просматривается в языке объявлений, предлагающих людям что-то делать и от чего-то воздержаться. А. Вежбицка излагает этот сценарий на метаязыке (только поэтому мы и можем сравнить их):

„А. Каждый человек может делать то, что этот человек хочет делать, если с другими

людьми из-за этого не случится ничего плохого.

Б. Никто не может сказать: „Я хочу, чтобы люди делали что-то, люди должны сделать это из-за этого“.

В. Когда я хочу, чтобы другой человек что-то сделал, нехорошо говорить этому человеку что-то вроде „Я хочу, чтобы ты сделал это, я думаю, ты сделаешь это из-за этого“.

Хорошо сказать этому человеку что-то вроде „Я хочу, чтобы ты сделал это, я не знаю, сделаешь ли ты это“.

Этот сценарий пронизывает прежде всего идея личной независимости, убеждение, что в обычной жизни, в „нормальных ситуациях“ люди не имеют права приказывать друг другу, а власть — лишь в исключительных ситуациях, связанных с опасностью для жизни.

В Германии, кроме объявлений с „verboten“, для запрета что-либо делать есть ещё выражение „nicht gestattet“ (не разрешается). Оно распространяется в большинстве случаев на „нормальные ситуации“: обычно вы можете это делать, но в данном случае, в данном месте — не разрешено. Не разрешает кто-то, то есть опять за объявлением стоит чья-то воля и власть. Многие объявления начинаются с призыва „Achtung!“ („Внимание!“), обязательно с восклицательным знаком; англосаксу, по мнению А. Вежбицкой, это кажется слишком навязчивым — он ограничился бы объявлением „Обмен монет“: кому нужно, и так найдёт, а обязывать других читать это ни к чему.

Лингвистка обратила внимание и на то, что чаще всего глаголы в немецких объявлениях употребляются в инфинитиве, а не в императиве — форме вежливого обращения: тем самым, как она считает, из обращения к согражданам исключается всякая возможность ответной реплики, диалога. Инфинитив „авторитарен“; часто он опять-таки сопровождается восклицательным знаком, как бы предполагая кого-то, кто приказывает и способен испытывать эмоции — гнев, например. В англосаксонской культуре в подавляющем большинстве подобных случаев обошлись бы простой информацией.

„Шиллер назвал Ordnung (порядок) „благом, дарованным небесами“, благодаря которому возникла цивилизация. Эти слова венчают длительный процесс развития, в течение которого немцам последовательно прививалась любовь к порядку. За последние три тысячелетия эта добродетель прочно укоренилась в германском сознании„.

Бернард Нусс

Если сопоставить этот анализ объявлений на немецких улицах и в подъездах домов с впечатлениями многих людей, приезжавших в Германию, живших и работавших там годами, вывод будет просто напрашиваться: культурная генетика сохранила в Германии тяготение к авторитаризму. Однако возможно, что такое тяготение составляет лишь часть общего устремления немецкой культуры к Ordnung (порядку), одной из высших её ценностей.

Вот общее впечатление американцев, побывавших в Германии:

„Время и пространство в Германии пропитаны духом строгого порядка (Ordnung). Этому идеалу ... подчинены семейная жизнь и бизнес, правительство, свободное время, школьная жизнь. Женщина хочет содержать свой дом и воспитывать своих детей в порядке (in Ordnung); рабочие места на заводе также должны быть в порядке (in Ordnung). Кабинет учителя, вся человеческая жизнь должна быть в порядке. Понятие Ordnung — неотъемлемая часть стереотипа, создаваемого иностранцами о Германии, это то, что их поражает в немцах. Подчинение времени и пространства порядку — одно из величайших достижений германского общества“.

Таких свидетельств много; достаточно вспомнить изумлённые рассказы русских солдат, крестьян в шинелях, попадавших в Германию во время любой из европейских войн. Достигается этот самый Ordnung всеобщим признанием необходимости дисциплины и законной власти не только там, где без них не обойтись, но и в повседневной частной и общественной жизни. Вот слова самого немца, культуролога Нусса:

„Для представителей немецкой культуры воля — основной элемент социальных отношений. Она необходима для гармоничного функционирования общества. Подчинение воле другого лица всегда расценивается не как ограничение личных свобод или ущемление достоинства, но как необходимый акт повиновения. В целом спокойное функционирование германского общества, при котором редко встречается агрессивное поведение, является следствием того, что люди подчиняются воле других. То, каким образом люди заставляют других подчиняться своей воле и сами подчиняются воле других, определяет иерархическую структуру общества, в которой каждый находит своё место“.

Всё это, я думаю, редко осознаётся носителями культуры — так человек, попавший под влияние гипноза, не понимает, что действует и говорит по чужому приказу. Нормы и ценности культуры формируют повседневную среду, в которую каждый из нас приходит с рождением, в которой растёт и складывается как личность. В неё он со временем введёт своих детей, к ней будет приучать внуков...

Именно так воспроизводилось традиционное общество: из поколения в поколение сотни, тысячи лет. Сейчас многое изменилось, особенно для жителей мегаполисов: кажется, привычки, нормы, ценности меняются прямо на глазах.

Как выяснилось, действительно кажется. Социологи и культурологи отметили, что в последнее время в Германии языковые практики начали меняться: дистанция между людьми уменьшается, братское „du“ всё чаще сменяет отчуждённо-формальное „Sie“ даже в отношениях студента и преподавателя, всё реже, обращаясь к человеку, называют его положение в иерархии (Professor Hoffner), ограничиваясь универсальным „господин“ (Herr Hoffner). Во всём этом специалисты видели „антиавторитарные настроения“ среди немецкой молодёжи. Однако среда, в которой они живут и которая не вызывает у них сомнений в своей естественной правильности, как показало исследование А. Вежбицкой, не изменилась — по крайней мере пока.

Говорят, люди подвержены гипнозу в разной степени. Есть даже такие странные люди, которые не подвержены ему вообще. Их не так уж много, но они есть.

Если бы мы могли только воспроизводить уже бывшее, мир перестал бы развиваться. Но сдвиги столь медлительны, а наши ожидания, что жизнь вот-вот изменится, столь нетерпеливы, что кажется — мы по-прежнему заколдованы, загипнотизированы, зомбированы....