

UNIwersytet WArmińsko-MAzurski w Olsztynie
UNIVERSITY OF WARMIA AND MAZURY IN OLSZTYN

PRZEGLĄD

Wschodnioeuropejski

XI/2
2020

Wydawnictwo
Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego
w Olsztynie

Rada Programowa

Saule Abisheva (Almaty), Zbigniew Anculewicz (Olsztyn), Milosav Čarkić (Belgrad), Selim Chazbijewicz (Astana), Walery Demiankow (Moskwa), Jim Dingley (London), Victor Dönninghaus (Lüneburg), Włodzimierz Dubiczyński (Charków/Warszawa), Michaił Fiedosiuk (Moskwa), Michael Fleischer (Wrocław), Helmut Jachnow (Bochum), Andrzej de Lazari (Łódź), Piotr Majer (Olsztyn), Adam Maldzis (Mińsk), Rimantas Miknys (Wilno), Iwona Ndiaye (Olsztyn), Żanna Niekraszewicz-Karotkaja (Mińsk), Aleksander Nikulin (Moskwa), Alvydas Nikžentajtis (Wilno), Marek Melnyk (Olsztyn), Svetlana Mengel (Halle), Predrag Piper (Belgrad), Andrzej Sitarski (Poznań), Aleś Smalańczuk (Grodno), Klaus Steinke (Erlangen), Henryk Stroński (Olsztyn), Andrzej Szmyt (Olsztyn), Daniel Weiss (Zürich), Alexander Zholkovsky (Los-Angeles), Bogusław Żyłko (Gdańsk)



Adres redakcji

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Centrum Badań Europy Wschodniej
ul. Kurta Obitza 1, 10-725 Olsztyn
tel. ++48 602175802, fax ++48 89 5351486 (87)
e-mail: komunikacjam@uwm.edu.pl

<http://www.uwm.edu.pl/cbew/p.wschodnioeuropejski.html>

Tytuł angielski: EAST EUROPEAN REVIEW

Kolegium Redakcyjne

Aleksander Kiklewicz (redaktor naczelny), Roman Jurkowski (sekretarz naukowy),
Norbert Kasparek, Helena Pociechina, Dariusz Radziwiłłowicz, Marek Szczepaniak

Recenzenci

Adam Bezwiński (Bydgoszcz)	Michaił Kotin (Zielona Góra)
Károly Bibok (Szeged)	Ała Kożynowa (Mińsk)
Wiesław Boryś (Kraków)	Oleg Leszczak (Kielce)
Rustem Ciunczuk (Kazań)	Olga Michajłowa (Jekaterynburg)
Rafał Czachor (Polkowice)	Marta Pančíková (Ostrava)
Michaił Darwin (Moskwa)	Tacciana Ramza (Mińsk)
Michaił Dymarski (Sankt Petersburg)	Ludmiła Safronowa (Ałmaty)
Piotr Fast (Katowice)	Bożena Sieradzka-Baziur (Kraków)
Anna Gajdis (Wrocław)	Władimir Szajdurow (Sankt Petersburg)
Michał Głuszkowski (Toruń)	Kamilla Terminińska (Katowice)
Sergiusz Grinev-Griniewicz (Białystok)	Björn Wiemer (Moguncja)
Beata Grochala (Łódź)	Marina Zagidullina (Czelabińsk)
Małgorzata Grzegorzewska (Warszawa)	Anatolij Zahnitko (Donieck/Winnica)
Wojciech Kajtoch (Kraków)	Władimir Zaika (Wielikij Nowgorod)
Natalia Korina (Nitra)	Joanna Zawodniak (Zielona Góra)
Mariusz Korzeniowski (Lublin)	Arkadiusz Żukowski (Olsztyn)

Redaktorzy językowi

Język polski – Katarzyna Zawilska
Język angielski – Katarzyna Kokot-Góra
Język białoruski – Aleksander Kiklewicz
Język niemiecki – Alina Kuzborska
Język rosyjski – Helena Pociechina
Język ukraiński – Mirosława Czetyrba-Piszczako

Redakcja informuje, że wersją pierwotną czasopisma jest wydanie papierowe.
Czasopismo wdrożyło procedurę zabezpieczającą przed zjawiskiem ghostwriting:
<http://www.uwm.edu.pl/cbew/p.wschodnioeuropejski.html>

Strona internetowa czasopisma

<http://www.uwm.edu.pl/cbew/p.wschodnioeuropejski.html>

Zasady recenzowania

<http://www.uwm.edu.pl/cbew/p.wschodnioeuropejski.html>

Projekt okładki

Maria Fafińska

ISSN 2081-1128

Wydawnictwo UWM
ul. Jana Heweliusza 14, 10-718 Olsztyn
tel. ++48 89 523 36 61; fax ++48 89 523 34 38
www.uwm.edu.pl/wydawnictwo/
e-mail: wydawca@uwm.edu.pl

Nakład: 70 egz.; ark. wyd. 38,4; ark. druk. 32,5
Druk: Zakład Poligraficzny UWM w Olsztynie, zam. nr 292

SPIS TREŚCI

Wstęp	11
-------------	----

SPÓŁCZEŃSTWO, KOMUNIKACJA, MEDIA MASOWE

ОЛГА БУРДАКОВА, ЕЛЕНА НЫММ (Тарту) К вопросу о методологии исследования этнических стереотипов (на примере изучения образа эстонца в представлении русскоязычной студенческой молодежи Эстонии)	15
IZABELA LIS-WIELGOSZ (Poznań) Imagistyka społeczno-kulturowa w średniowiecznej Serbii, czyli o strategii budowania wizerunku serbskich panujących	31
OLEG LESZCZAK (Kielce) Obraz nauki i naukowca w aspekcie kulturowo-cywilizacyjnym: Polska – Ukraina – Rosja	47
АЛЕКСЕЙ ШЛЯКОВ (Тюмень) Образ номадизма в российской действительности	63
ЕВГЕНИЙ КАБЛУКОВ (Екатеринбург) Иосиф Сталин и Владимир Путин: практики конструирования образа политического лидера в дискурсе советских и российских медиа	73
MARINA ZAGIDULLINA (Chelyabinsk) Media aesthetic environment of image formation	85
KSENIA POSTERNYAK (Rostov-on-Don) The image-concept of Russia in the British mass media texts (2017-2019)	95
SVETLANA KUSHNERUK (Chelyabinsk) Negative image construal in the media	107
GANNA KRAPIVNYK (Kharkiv) Apocalyptic motifs and images in media texts on Brexit and Ukrainian elections	117
MAGDALENA KOLAŃSKA-STRONKA, OLEG GORBANIUK, MICHAŁ WILCZEWSKI (Zielona Góra, Lublin, Warszawa) From exploratory research to structural models: A multilevel lexical approach to studying the image of marketing objects	131
МАРИЯ ТОМСКАЯ (Москва) Сказочные образы как составляющая культурного программирования: гендерный аспект	145
ЖАННА СЛАДКЕВИЧ (Гданьск) Речевой имидж оппозиционного журналиста в прагмалингвистическом ракурсе	155
АННА УРЯДОВА (Ярославль) Историческая имагология: субъект и объект восприятия	167
АСЕЛЬ КОЖАХМЕТОВА (Алматы) Аксиологический компонент текстовой картины мира (на материале казахстанской прессы)	175

LITERATURA

ЕЛЕНА КАРПИНА (Бахмут) Образы православных и католиков в историческом романе Вс. С. Соловьёва «Княжна Острожская»	193
МОНІКА КАРВАСКА (Katowice) Obraz Rosji w blogach literackich pisarzy rosyjskich	205

ANNA HORNIATKO-SZUMIŁOWICZ (Poznań)	
„Вовча зоря” і „Сталінка”: про загублене покоління очима Євгена Пашковського та Олеся Ульяненка	217
Андрей Артёмов (Пльзень)	
Аксиология «русского» в прозе Ярослава Рудиша	227
MARTA ZAJĄC (Katowice)	
Wizerunek wschodnioeuropejskiego Żyda w literaturze i kulturze. Paradoxy i sprzeczności	239
ALINA KUZBORSKA (Olsztyn)	
Das Bild von Herkus Monte in der deutschen und litauischen Literatur und Kultur	251
MICHAELA PEŠKOVÁ (Пльзень)	
Взаимоотношение понятий «автоимидж» и «гетероимидж» (к вопросу восприятия социокультурных аспектов романов)	265
LYUDMILA SAFRONOVA, AYGERIM BEKMURATOVA (Almaty)	
Ethnocultural images in postcolonial publications in the Russian-language prose of the Korean diaspora	275
WOJCIECH KAJTOCH (Kraków)	
Postmodernistyczna powieść w oczach szkolnego polonisty	287

JĘZYK, TEKST, DISKURS

ALEKSANDER KIKLEWICZ (Olsztyn)	
Imagologia a konstruktywizm	305
Лариса Уткина (Москва)	
Образ Калининграда (Кенигсберга) по материалам британской прессы	329
IRINA OUKHVANOVA, NATALLIA YELSUKOVA (Kielce, Minsk)	
Integrative methodological platform to reconstruct macrounits of discourse in functioning: Belarusian case study	343
ОЛЬГА СЕВЕРСКАЯ, ЛЕВОН СААКЯН (Москва)	
Образ, имидж, репутация политика в языке и актуальном политическом дискурсе (опыт корпусного исследования)	357
JOANNA RYBARCZYK-DYJEWSKA (Kraków)	
Wizerunek uzdrowicielki syberyjskiej (Natalii Stiepanowej) w świetle krytycznej analizy dyskursu	373
Ирина Бакланова (Москва)	
Образ автора научного текста как предмет имагологии	385
MICHAŁ L. KOTIN (Zielona Góra)	
«Смена поколений» в русской поэзии XIX и XX вв.: опыт сравнительного текстологического анализа	395
MARTA NOIŃSKA (Gdańsk)	
Oficjalna strona internetowa jako narzędzie kreowania wizerunku głowy państwa w Polsce, Rosji i Wielkiej Brytanii	419
АНАТОЛІЙ ЗАГНІТКО, ЖАННА КРАСНОБАЄВА-ЧОРНА (Вінниця)	
Емотивний профіль гніву в українській фразеології	433
ПАВЕЛ ДРОНОВ, ЕВГЕНИЯ ИОНЕСЯН, МАРИЯ КОВШОВА (Москва)	
Образы страха в культурно-языковых сообществах (на материале славянских, германских, романских и кельтских языков)	445
МАРИЯ АЛЕКСЕЕВА, АННА ПАВЛОВА (Екатеринбург, Майнц)	
Непереводимость текста и безэквивалентность слов	455

IWONA NOWAKOWSKA-KEMPNA (Częstochowa)	
Wizerunek malowany frazeologią (na przykładzie języka ukraińskiego).....	471
MAGDALENA STECIĄG (Zielona Góra)	
<i>Lingua receptiva</i> in Europe: the map and the territory	487
СВЕТЛАНА СИМАКОВА, ИРИНА ТОПЧИЙ (Челябинск)	
Медиаэстетический компонент в спецпроектах издания «Аргументы и факты»	499

RECENZJE

ТЕТІАНА КОСМЕДА (Poznań)	
О. В. Радчук, Лингвокогнитивная репрезентация понятия «отсутствие» в русском языке. Харьков: Юрайт, 2019; 288 с.	511
ТОМАСЗ КОŚMIDER (Warszawa)	
Od konsolidacji do atomizacji – losy Łemków. Recenzja książki Anny Wilk, Łemkowie. <i>Między integracją a rozproszeniem (1918–1989)</i> . Warszawa: Neriton, 2019; 422 ss.	515

TABLE OF CONTENTS

Introduction	11
--------------------	----

SOCIETY, COMMUNICATION, MASS MEDIA

OLGA BURDAKOVA, JELENA NÖMM (Tartu) Approaches to Research Methodology of Ethnic Stereotypes (with the Example of the Image of the Estonian in the View of Russian-speaking Students of Estonia)	15
IZABELA LIS-WIELGOSZ (Poznań) Social-cultural representation in the medieval Serbia namely, on the strategies of creating the image of Serbian rulers	31
OLEG LESZCZAK (Kielce) The image of science and scientist in the cultural and civilization aspect: Poland – Ukraine – Russia	47
ALEKSEI SHLYAKOV (Tyumen) The image of nomadism in Russian reality	63
EVGENII KABLUKOV (Yekaterinburg) Joseph Stalin & Vladimir Putin: practices of the image construction of a political leader in the discourse of Soviet and Russian media	73
MARINA ZAGIDULLINA (Chelyabinsk) Media aesthetic environment of image formation	85
KSENIA POSTERNYAK (Rostov-on-Don) The image-concept of Russia in the British mass media texts (2017-2019)	95
SVETLANA KUSHNERUK (Chelyabinsk) Negative image construal in the media	107
GANNA KRAPIVNYK (Kharkiv) Apocalyptic motifs and images in media texts on Brexit and Ukrainian elections	117
MAGDALENA KOLAŃSKA-STRONKA, OLEG GORBANIUK, MICHAŁ WILCZEWSKI (Zielona Góra, Lublin, Warsaw) From exploratory research to structural models: A multilevel lexical approach to studying the image of marketing objects	131
MARIA TOMSKAYA (Moscow) Fairy tale images as a component of cultural programming: gender aspect	145
ŻANNA ŚLADKIEWICZ (Gdańsk) Linguistic image of an opposition journalist in the pragmatic perspective	155
ANNA URIADOVA (Yaroslavl) The historical imagology: subject and object of perception	167
ASSEL KOZHAKHMETOVA (Almaty) Axiological component of text world view (on the samples of Kazakhstani press)	175

LITERATURE

ELENA KARPINA (Bakhmut) The images of the Orthodox and the Catholics in the historical novel “The Princess of Ostrog” by Vs. S. Solovyov	193
MONIKA KARWACKA (Katowice) Image of Russia in literary blogs of Russian writers	205
ANNA HORNIATKO-SZUMIŁOWICZ (Poznań) “Vicha zorya” and “Stalinka”: The lost generation through the eyes of Yevgen Pashkovsky and Oles Ulyanenko	217

ANDREJ ARTEMOV (Plzeň)	
Axiology of “Russian” in the prose of Jaroslav Rudiš	227
MARTA ZAJĄC (Katowice)	
The cultural self-image of the East European Jew. Paradoxes and contradictions	239
ALINA KUZBORSKA (Olsztyn)	
The image of Herkus Monte in German and Lituianian literature and culture	251
MICHAELA PEŠKOVÁ (Plzeň)	
Relationship concept ‘autoimage’ and ‘heteroimage’ (Perception of the sociocultural aspects of novels)	265
LYUDMILA SAFRONOVA, AYGERIM BEKMURATOVA (Almaty)	
Ethnocultural images in postcolonial publications in the Russian-language prose of the Korean diaspora	275
WOJCIECH KAJTOCH (Cracow)	
Postmodern novel in the eyes of high school Polish literature teacher	287

LANGUAGE, TEXT, DISCOURSE

ALEKSANDER KIKLEWICZ (Olsztyn)	
Imagology and constructivism	305
LARISA UTKINA (Moscow)	
Image of Kaliningrad (Königsberg) in British media	329
IRINA OUKHVANOVA, NATALLIA YELSUKOVA (Kielce, Minsk)	
Integrative methodological platform to reconstruct macrounits of discourse in functioning: Belarusian case study	343
OLGA SEVERSKAYA, LEVON SAAKYAN (Moscow)	
Figure, image, reputation of politicians in the language and the actual political discourse (a corpus research experience)	357
JOANNA RYBARCZYK-DYJEWSKA (Cracow)	
The image of the Siberian healer in the light of critical discourse analysis	373
IRINA BAKLANOVA (Moscow)	
The image of the author of a scientific text as a subject of imagology	385
MICHAŁ L. KOTIN (Zielona Góra)	
Generation change in Russian poetry of the 19 th and 20 th centuries: a case study in comparative textual analyses	395
MARTA NOIŃSKA (Gdańsk)	
The official website as a tool for creating the image of the head of state in Poland, Russia and the United Kingdom	419
ANATOLIY ZAHNITKO, ZHANNA KRASNOBAYEVA-CHORNA (Vinnytsia)	
Emotive profile of anger in Ukrainian phraseology	433
PAVEL DRONOV, YEVGENIYA IONESYAN, MARIA KOVSHOVA (Moscow)	
Images of fear in language communities and cultures: the case of Slavic, Germanic, Romance, and Celtic languages	445
MARIA ALEKSEYEVA, ANNA PAVLOVA (Yekaterinburg, Mainz)	
The untranslatability of a text and the non-equivalence of words	455
IWONA NOWAKOWSKA-KEMPNA (Częstochowa)	
A picture painted in phraseology (on the example of Ukrainian language).....	471
MAGDALENA STECIAĞ (Zielona Góra)	
<i>Lingua receptiva</i> in Europe: the map and the territory	487
SVETLANA SIMAKOVA, IRINA TOPCHII (Chelyabinsk)	
Media aesthetic component in special projects of the “Arguments and Facts” edition	499

REVIEWS

ТЕТІАНА КОСМЕДА (Poznań)

О. В. Радчук, Лингвокогнитивная репрезентация понятия «отсутствие» в русском языке. Харьков: Юрайт, 2019; 288 с. 511

ТОМАСЗ КОŚMIDER (Warsaw)

From consolidation to atomization – the fate of Lemkos. Book review: Anna Wilk, Łemkowie.

Między integracją a rozproszeniem (1918–1989). Warszawa: Neriton, 2019; 422 ss. 515

WSTĘP

Niniejszy tom naszego czasopisma ma charakter tematyczny i jest poświęcony problematyce imagologicznej. Publikowane w nim artykuły nawiązują do referatów, wygłoszonych przez autorki i autorów z Polski i innych krajów europejskich na międzynarodowej konferencji naukowej „Wizerunek/image jako kategoria teorii komunikacji, antropologii kultury i semiotyki tekstu”, która odbyła się na UWM w Olsztynie 26-28 czerwca 2019 roku. Organizatorzy konferencji to: Centrum Badań Europy Wschodniej UWM oraz Uniwersytet Johannesesa Gutenberga w Moguncji.

Fenomen wizerunku oraz wizerunkowości zyskał ostatnio na popularności. Badaczki i badacze, reprezentujące/reprezentujący różne dyscypliny naukowe, zwracają się do wizerunku i obrazowania jako przedmiotu badań, w których centrum znajduje się człowiek i specyficzny dla homo sapiens sposób przetwarzania informacji. Kreowane w świadomości jednostek obrazy należą do zakresu tzw. zasobów niematerialnych, które decydują o funkcjonowaniu obiektu, zwłaszcza o związanych z nim preferencjach. Znaczenie takich zasobów w systemie społeczno-gospodarczym jest coraz większe, co tłumaczy modę na image studies, imagologię i komunikację wizerunkową.

Całość tomu została podzielona na trzy rozdziały tematyczne: 1) Społeczeństwo, komunikacja, media masowe; 2) Literatura; 3) Język, tekst, dyskurs. Zamieszczone w nich artykuły poruszają problemy wizerunku i komunikacji wizerunkowej z punktu widzenia psychologii społecznej, antropologii, kulturologii, literaturoznawstwa, medioznawstwa, lingwistyki kulturowej. Do najbardziej znaczących zagadnień należą: status, przedmiot i funkcje wizerunku/image'u w kulturze i komunikacji społecznej; narzędzia kreowania wizerunku w literaturze i mediach masowych; wizerunek/obraz jako element analizy zawartości tekstów; dyskursy wizerunkowe: funkcjonowanie, atrybucja, typologia; wizerunki w różnych obszarach i kontekstach kulturowych; społeczne i kulturowe aspekty oddziaływania wizerunku; aksjologiczne aspekty wizerunku i in. Obserwacje i analizy badawcze dotyczą różnych obszarów Europy Wschodniej, zwłaszcza kulturowej rzeczywistości Białorusi, Estonii, Litwy, Kazachstanu, Rosji, Serbii i Ukrainy. W niektórych artykułach akcent postawiono na badanie porównawcze: polsko-wschodniosłowiańskie, słowiańsko-germańskie i in.

Redakcja wyraża nadzieję, że zebrane w tym tomie teksty wniosą swój wkład w opracowanie istotnej, aktualnej problematyki nauk humanistycznych i społecznych zarówno w wymiarze krajowym, jak i międzynarodowym. Wszystkich zainteresowanych zachęcamy do lektury.

Aleksander Kiklewicz
redaktor naczelny

**SPOŁECZEŃSTWO, KOMUNIKACJA,
MEDIA MASOWE**

OLGA BURDAKOVA / ОЛГА БУРДАКОВА
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0435-280X>

JELENA NÕMM / ЕЛЕНА НЫММ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2920-1052>
Narva College of the University of Tartu

**К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ
ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ
(НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА ЭСТОНЦА
В ПРЕДСТАВЛЕНИИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ
СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЭСТОНИИ)**

**Approaches to Research Methodology of Ethnic Stereotypes
(with the Example of the Image of the Estonian
in the View of Russian-speaking Students of Estonia)**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: этностереотипы, методы изучения этнических стереотипов, межкультурная коммуникация, образ эстонца, русская культура

KEYWORDS: ethnic stereotypes, research methods of ethnic stereotypes, cross-cultural communications, image of Estonian, Russian culture

ABSTRACT: Ethno-cultural stereotypes are the result of comparing one's own culture, customs, traditions with that of strangers, identifying and fixing differences between the cultures of ethnic groups. Stereotypical images of different peoples exist even in the minds of those people who had no experience in communication with representatives of these ethnic groups. However, the results of the study of ethnic stereotypes of people who are in direct contact with this ethnic group and see it up close in comparison to people who evaluate it from a distance, often raises more questions than gives clear answers. The solution of these questions raises before the researcher a whole complex of methodological problems. The article will introduce a new methodological approach to reveal ethno-cultural stereotypes in the text culture and in our contemporaries' common sense perception. To distinguish between people's individual perception of a particular ethnos and collective stereotypes, the following qualitative and quantitative criteria are suggested: 1) bipolar orthonormal core axes of parameter distribution; 2) the significance of the axis; 3) the degree of consistency of parameters distributed on the axis; 4) the weighting coefficient of testee's reaction.

1. Образ и стереотип в имагологии и этнопсихологии

Представления об этносах в различных культурах изучаются как в этнопсихологии, так и в науке, именуемой имагологией. Если имагология имеет дело с анализом текстовой культурной традиции (см. Dyserinck 1966; Pageaux 1988; Leerssen 2007; Beller 2007 и др.), то этнопсихология работает с актуальным сознанием представителей той или иной социальной группы. Имагология использует термин *образ этноса*, тогда как в этнопсихологии прижился термин *стереотип*, который в 1922 г. вошел в научный оборот с легкой руки У. Липпмана (Lippmann 1922).

В бытовом употреблении стереотипом зачастую называют предвзятые представления и предрассудки. Отголоски такого понимания явления можно найти и в научной литературе: «Стереотип – это односторонний, связанный с преувеличением и, как правило, предубежденный взгляд в отношении группы, племени или класса людей» (Аберкромби и др. 2004, 470). В науке предпринимались попытки дать определение стереотипу, выделив дифференциальные признаки этого понятия. Сам Липпман считал, что стереотипы – это неточные, упорядоченные, схематичные, детерминированные представления о мире в сознании человека, и рассматривал преимущественно негативно окрашенные¹ стереотипы. Позднее исследователи подчеркивали, что стереотип, кроме когнитивного и поведенческого, содержит в себе эмоциональный (аффективный) компонент, который может нести не только негативную, но и позитивную окраску (см.: Андреева 2001; Стефаненко 2004, 285-286; Fiske 2000). Другими словами, «стереотип – это образ, полярный по знаку оценивания»² (Сикевич 1999, 112). Точность/неточность, истинность/ложность стереотипов до сих пор составляют предмет дискуссии; в начале XXI в. исследовательские коллективы ищут различные способы проверки существующих этнических стереотипов на истинность (см.: Realo et al. 2009; Allik et al. 2010; Tartakovsky et al. 2020).

Большинство современных исследователей этнических стереотипов вообще уклоняются от определения стереотипа (хотя при этом не отказываются от термина *стереотип*); используемые ими методы исследования позволяют говорить о том, что под стереотипами эта группа ученых, по-видимому, понимает как негативное, так и позитивное коллективное представление об этнической общности. Единственным критерием признания какого-то

¹ Многие, в т. ч. современные исследователи, отмечают, что при стереотипизации характеристик аутгруппы в фокус внимания обычно попадают негативные черты группы (Stein et al. 2019, 944).

² В последние десятилетия ведется изучение амбивалентных свойств стереотипа по шкалам «теплота» – «компетентность» (Yzerbyt 2005; Fiske et al. 2007; Yzerbyt 2016; Grigoryev et al. 2019).

представления стереотипом в таком случае является высокая степень согласованности мнений в группе (Brigham 1971; Triandis et al. 1982; Богомолова/Стефаненко 1991; Сушков 1988; Stephan et al. 1993; Madon et al. 2001).

При этом есть устоявшаяся социальная группа испытуемых – студенческая молодежь, которая удобна для проведения эксперимента и характеризуется относительной гомогенностью, а в результате позволяет накопить данные об одной социальной группе и проследить за изменением или стабильностью стереотипов у разных поколений студентов. Для решения этой задачи складывается арсенал экспериментальных методов сбора данных и выявления групповых стереотипов. В настоящее время все многообразие существующих методик можно свести к четырем основным типам:

1. методика приписывания качеств – респонденту предлагается закрытый список характеристик (большой по объему), из которого испытуемый должен выбрать качества, релевантные определенной национальности, или оценить каждое качество по заданной шкале (см.: Katz/Braly 1933; Gilbert 1951; Karlins et al. 1969; Madon et al. 2001; Stein et al. 2019 и др.);

2. методика семантического дифференциала – испытуемый работает с заранее заданными антонимическими парами, называющими качества, и оценивает степень выраженности каждого качества по предложенной семибалльной шкале (см.: Агеев 1990; Бороноев/Павленко 1994, 126-131; Хотинец 2002; Стефаненко 2008, 43-44; Новиков, Новикова 2019 и др.);

3. психосемантический метод «множественных идентификаций» – испытуемый примеряет на себя разные роли (я сам, моя мать, идеальная женщина, азербайджанка, русская, эстонка и т. д.) и оценивает вероятность той или иной модели поведения у этих людей в заданных ситуациях (см.: Бороноев/Павленко 1994, 136-139; Петренко 2010, 188-239 и др.);

4. методика ассоциативного эксперимента – респонденту предлагается дать реакции на стимул-этноним (см.: Богомолова/Стефаненко 1991; Сикевич 1999, 116-121; Завьялова, Рыжакова 2002; Хотинец 2002 и др.).

Возникает вопрос: можем ли мы назвать выявленные и описанные исследователями на основе этих методик представления стереотипами? И что может быть критерием для вычленения стереотипа из массива индивидуальных представлений? В исследовательской традиции в качестве такого критерия была принята согласованность во мнениях членов группы³. При этом доля согласованности определялась по-разному. Зачинатели традиции изучения этностереотипов, Д. Кац и К. Брэйли, считали достаточным совпадение во мнении 50% испытуемых, чтобы признать существование стереотипа

³ Согласно теории этнопсихологии, если индивидуальные представления членов какой-то социальной группы отличаются высокой степенью согласованности, то есть основания говорить о возникновении социальных стереотипов (Стефаненко 2004, 280).

(Katz/Braly 1933, 287). Современные этнопсихологи пороговым определяют уровень начиная с 75–80% испытуемых, дающих одинаковую характеристику представителю какой-нибудь этнической группы (Brigham 1971; Triandis et al. 1982; Богомолова/Стефаненко 1991, 4; Стефаненко 2008, 36; Сушков 1988). Обоснования этого количественного показателя в литературе не обнаруживаем⁴.

Не решена и проблема генезиса стереотипа, его устойчивости в культурной памяти в непосредственном контакте или в отдалении. Результаты изучения этностереотипов у людей, которые находятся в непосредственном контакте с этой этнической группой и видят ее «вблизи», и у людей, которые оценивают ее «на расстоянии», противоречивы.

С одной стороны, согласно предположению А. О. Бороноева и В. Н. Павленко, чем ближе к субъекту находится объект осмысления и оценки, тем больше дифференцирующих признаков ему приписывается⁵, и, соответственно, чем дальше объект от субъекта, тем менее дифференцирован образ объекта (Бороноев/Павленко 1994, 138). А это значит, что образ представителя той или иной национальности на расстоянии видится более определенным и однозначным, чем в непосредственной близости.

С другой стороны, нет однозначного соответствия между согласованностью стереотипных характеристик и наличием/отсутствием близкого контакта с описываемой группой. Как показал эксперимент Каца/Брейли, не только на расстоянии, но и при условии контактирования со стереотипизируемой группой степень согласованности приписываемых ей характеристик может быть достаточно высокой (до 84%) (Katz/Braly 1933, 286).

Так, у русских людей, проживающих в окружении эстонской культуры и условиях непосредственного контакта с эстонцами, в результате обобщений собственного опыта, очевидно, складываются индивидуальные представления о «типичном» эстонце. При этом неизвестно, какое место среди них занимают стереотипы об эстонцах, бытующие в культурной метрополии. Иначе говоря, разрушает ли личный опыт усвоенные в детстве стереотипы?

⁴ Не находим мы и объяснения тому, как определение этой доли (50%, 75–80%) связано с общим числом участников эксперимента. Так, Кац/Брэйли (Katz/Braly 1933, 282, 287; см. также Богомолова/Стефаненко 1991, 4) оперируют выборкой в 100 человек (студентов), но считают при этом стереотипными мнения, совпадающие у 50% опрошенных в одном случае и у 75–80% – в другом. Г. М. Гилберт (Gilbert 1951, 246), повторяя эксперимент Каца/Брэйли, расширил выборку студентов до 333 человек, а долю совпадений увеличил до 60–80%.

⁵ Людей, с которыми мы состоим в близких отношениях, вообще оказывается трудно оценить в рамках «объектной парадигмы», поэтому исследователи предлагают в этих случаях заменять методику оценки человека/представителя социальной группы по определенным параметрам (добрый/злой, умный/глупый, щедрый/скупой и т. д.) т. н. проективной методикой – оценкой того, как человек повел бы себя в конкретной заданной исследователем ситуации (Петренко 2010, 218).

Препятствует ли опыт индивидуального общения усвоению стереотипов культурной метрополии?

Решение этих вопросов поднимает перед исследователем серьезную методологическую проблему. Что может стать критерием для вычленения стереотипа из массива индивидуальных представлений?

В статье мы хотели бы сосредоточить внимание не столько на результатах исследования представлений о «типичном эстонце» в русской культуре (хотя об отдельных предварительных результатах уже можно говорить), сколько на возможных подходах к анализу фактов обыденного сознания и выявлению стереотипов.

2. Имагологическая традиция изучения образа эстонца в русской культуре

В статье Т. Гузаирова и Е. Нымм анализируются 45 текстов нехудожественной прозы (записки путешественников, статьи в периодике, статистические отчеты, словарные статьи, научные и научно-популярные очерки), в частности, фиксируются встречающиеся в текстах определения, приписываемые эстонцам как этносу (Гузаиров/Нымм 2007). Этот список ранжируется по частоте встречаемости характеристик. В результате были выявлены характеристики, признанные исследователями доминантными в образе эстонца: *угрюмый* (37)⁶, *мстительный* (34), *мужественный* (29), *вялый* (28), *ленивый* (24), *неподвижный ум* (21), *замкнутый* (18), *упрямый* (16), *настойчивый* (15), *хитрый* (14), *склонный к пьянству* (13), *миролюбивый* (12), *честный* (12) (Гузаиров/Нымм 2007, 108).

Другим источником изучения образа эстонца в русской культуре послужил анекдотический нарратив. Анализ не только вербальных характеристик образа, но и характера поведения героя-эстонца позволил сформировать список значимых характеристик анекдотического образа эстонца. Как показало исследование (Нымм 2006), в анекдотическом нарративе эстонец⁷ изображен националистом, глупым («тормозом»), медлительным, неэмоциональным, говорящим по-русски медленно и с характерным акцентом.

⁶ В скобках указывается количество упоминаний характеристики в проанализированных авторами статьи 45 текстах об эстонцах. Репрезентативными признавались характеристики, которые встречались в источниках не менее 12 раз (Гузаиров/Нымм 2007, 99-100).

⁷ Любопытно, что этноним «эстонец» в анекдоте выступает не только как название собственно эстонца, но и как заместитель названий «латыш» и «литовец» (анекдоты о литовцах не зафиксированы, анекдоты о латышах единичны), а образ эстонца оказывается собирательным для обозначения всех прибалтийских народов (Нымм 2006, 184).

При этом центральное место среди отмеченных характеристик занимает «медлительность», которая распространяется и на физическую активность, и на интеллектуальную и речевую деятельность.

Сопоставление стереотипов, закрепленных в фольклорной традиции и зафиксированных письменными источниками, свидетельствует о том, что для анекдота оказывается актуальным более узкий набор стереотипных характеристик эстонцев и две из них повторяют стереотипы, сложившиеся в письменной традиции конца XVIII – начала XX веков. Ср. такие характеристики эстонца в анекдотах, как *глупый* и *медлительный*, с одной стороны, и зафиксированные в текстах письменной традиции словоупотребления *неподвижный ум*⁸ и *вялый*⁹ – с другой.

Попробуем наметить возможный методологический подход к ответу на вопрос о том, усваиваются, сохраняются или разрушаются культурные стереотипы в условиях близкого контакта со стереотипизируемой группой.

Выборку нашего исследования составили русскоязычные студенты Нарвского колледжа Тартуского университета, которые в период с весны 2008 г. по весну 2011 г. слушали семестровый курс межкультурной коммуникации. В выборку вошло 224 человека, что составляет 55% от общего числа русскоязычных студентов-первокурсников Нарвского колледжа тех лет. Все они посещали в это время семинары по межкультурному общению и представляли все специальности, в рамках которых велось в те годы обучение в Нарвском колледже Тартуского университета (дошкольные педагоги, английские и эстонские филологи, специалисты по работе с молодежью, чиновники местных самоуправлений, предприниматели и руководители проектов). Большая часть опрошенных – жители русскоязычного региона Эстонии (Ида-Вирумаа).

В качестве метода сбора данных использовался направленный ассоциативный эксперимент, поле возможных реакций на стимул «типичный эстонец» было ограничено личностными характеристиками и числом реакций (до 10).

От 224 респондентов было получено 1956 реакций на стимул «типичный эстонец». Затем в ходе контент-анализа слова-реакции, называющие одни и те же понятия, но различающиеся по степени выраженности качества, были объединены в 115 семантических рядов, которые в свою очередь распределились по 19 тематическим классам (см. Приложение 1). На основе процессора таблиц Microsoft Excel была создана база всех словесных реакций, данных испытуемыми, с разметкой каждой реакции

⁸ Доминанта «неподвижный ум» объединяет встречающиеся в текстах определения *медленный ум, недомышленность, умственная ограниченность, глупый, недогадливый, несметливый, невпечатлительный* (Гузаиров/Нымм 2007, 109).

⁹ Доминанта *вялый* представляет следующий ряд: *сонный, неповоротливый, недейтельный, медленный, неловкий, неприспособленный, неизобретательный, апатичный, неподвижный*.

по порядковому номеру в цепочке реакций одного участника эксперимента, по принадлежности тематическому классу, семантическому ряду и по включенности в антонимические отношения с другими единицами базы. Эта многоаспектная разметка каждой единицы базы была преобразована в код, что позволило автоматизировать обработку данных.

3. Возможные подходы к анализу экспериментальных данных

Выбранная методика сбора материала дает заведомо избыточный массив данных. Возникает вопрос, как отграничить факт коллективного сознания от факта индивидуального? Мы предлагаем для процедуры оценки «коллективного» ввести следующие количественные и качественные показатели:

1. биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков;
2. значимость оси;
3. степень согласованности признаков, распределенных на оси;
4. весовой коэффициент реакции¹⁰.

3.1. Биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков

Работая с избыточным массивом данных, мы выделяем в нем стержневые оси, которые притягивают релевантные объекту признаки. Очевидно, эти стержневые оси должны быть биполярными и ортонормированными (т. е. не пересекающимися друг с другом). Выделив эти стержневые оси и определив значимость каждой из них, мы сможем реконструировать «каркас» образа «типичного эстонца» в сознании русскоязычного студента, другими словами, определить, какие параметры личности лежат в основе этого образа.

Полюса этих биполярных осей имеют «облачную» структуру. Участники нашего эксперимента давали свободно конструируемые ответы. Понятие о личностных характеристиках в нашем языковом сознании не столь определено, как понятие о каких-то объектах реальной действительности, которые имеют денотативную, референтную соотнесенность. Выявление личностных характеристик требует от человека не просто обобщения дифференциальных

¹⁰ Авторы выражают признательность кандидату физико-математических наук Дмитрию Сергеевичу Богданову и магистру искусств Наталье Николаевне Богдановой за участие в обсуждении идей исследования и неоценимую помощь в создании программного обеспечения для автоматической обработки данных.

признаков, а наблюдения за поведением человека и умозаключения на основании анализа (если только человек не усвоил это представление о характеристике той или иной национальности через внешний культурный канал). Перед испытуемым стояла задача облечь свое представление о личностных характеристиках эстонца в слова, которые в нашем языковом сознании обладают в известной степени диффузной, размытой семантикой¹¹. А это значит, что для называния какой-то личностной характеристики (или близких характеристик) человек мог подобрать разные словесные варианты.

Например, анализ ответов испытуемых позволяет выделить биполярную шкалу «ответственный — безответственный». На одном полюсе этой шкалы концентрируется «облако» реакций: *исполнительный* (21)¹², *обязательный* (4), *ответственный* (16), *организованный* (7), *усердный* (2), *сосредоточенный* (1), *усидчивый* (4), *ревностный* (1), *добросовестный* (10), *старательный* (3). Другой полюс притягивает меньшее количество реакций: *безответственный* (2), *необязательный* (5), *неорганизованный* (3).

83% полученных в ходе эксперимента реакций (1614 единиц) на заданный стимул («типичный эстонец») распределяются по 17 осям:

1. быстрый/медлительный
2. серьезный/легкомысленный
3. спокойный/вспыльчивый
4. умный/глупый
5. добрый/злой
6. честный/лживый
7. коллективист/индивидуалист
8. открытый/замкнутый
9. вежливый/грубый
10. уступчивый/упрямый
11. скромный/высокомерный
12. щедрый/скупой
13. ответственный/безответственный
14. пунктуальный/непунктуальный
15. трудолюбивый/ленивый
16. патриот/непатриот
17. толерантный/националист

Итак, давая характеристику «типичному эстонцу» испытуемые сосредотачивают свое внимание главным образом на качествах, которые определяют

¹¹ Примечательно, что и «абстрактный смысл стереотипа», как утверждает А. Киклевич, «выступает, скорее, как размытое семантическое пятно, т.е. множество семантических, не всегда отчетливых интерпретаций» (Kiklewicz 2011, 275).

¹² В скобках указано абсолютное количество реакций, данных на стимул разными испытуемыми.

взаимоотношения человека с другими людьми, отражают отношение человека к работе, к родине, описывают его темперамент, нравственные и интеллектуальные качества. На рисунке 1 представлены все биполярные ортонормированные оси в порядке убывания количества реакций, данных по каждой из осей (шкала отражает абсолютное количество реакций).

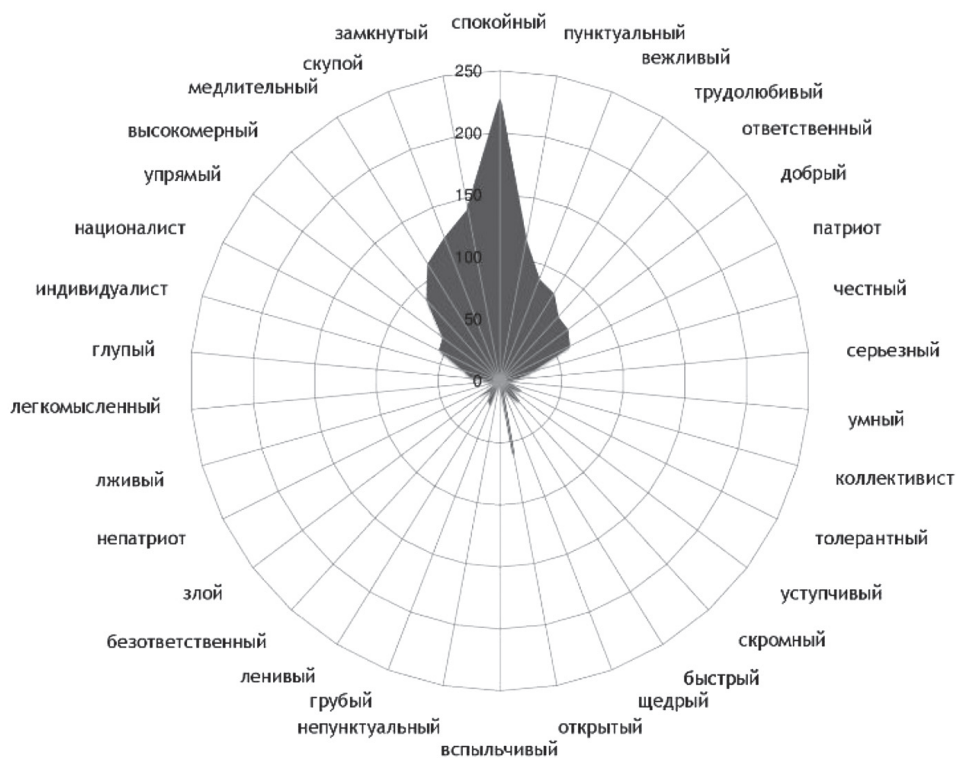


Рис. 1. Распределение реакций испытуемых на стимул «типичный эстонец» по биполярным ортонормированным осям

3.2. Понятие «значимость оси»

Возникает вопрос: какова значимость этих осей в структуре образа «типичного эстонца»? Другими словами, какие из этих осей формируют «каркас» этого образа? Под значимостью оси мы понимаем отношение количества реакций по данной оси к среднему количеству реакций, зафиксированных по всем осям. Значимыми можно считать оси, которые по этому показателю превышают единицу (это значит, что реакции по данным осям встречаются чаще, чем среднее количество реакций по всем осям).

В нашем случае 8 осей, очевидно, могут претендовать на роль значимых, т. е. структурообразующих в образе эстонца (по убыванию): оси *спокойный/вспыльчивый* (2,6), *открытый/замкнутый* (2,1), *щедрый/скупой* (1,32), *быстрый/медлительный* (1,27), *пунктуальный/непунктуальный* (1,21), *скромный/высокомерный* (1,16), *вежливый/грубый* (1,15), *трудолюбивый/ленивый* (1,05), которые в сумме покрывают 70% всех учтенных в анализе характеристик.

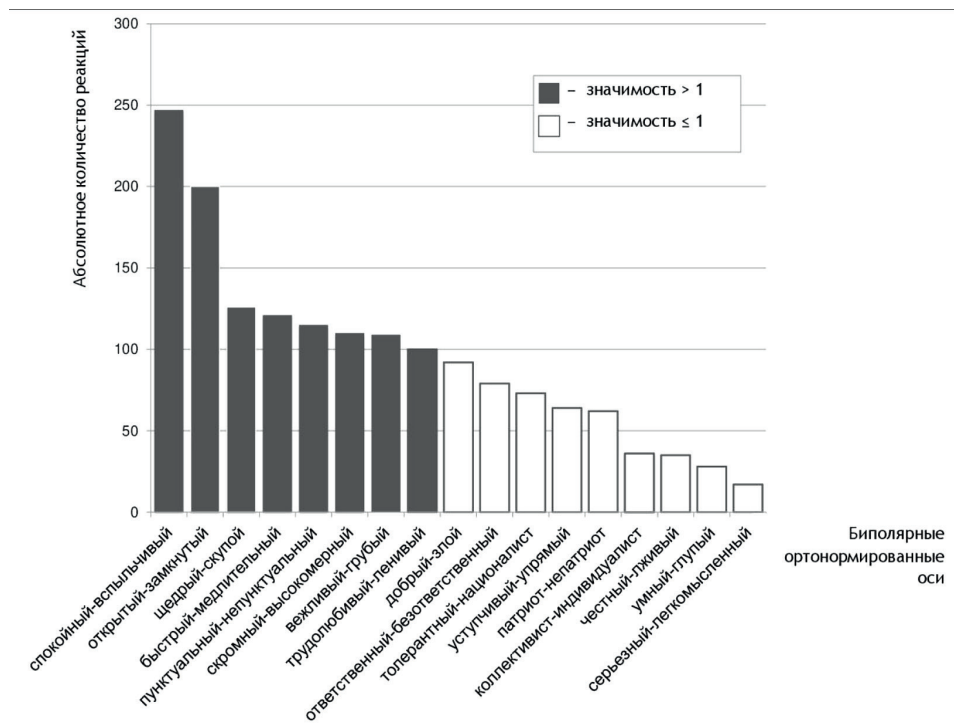


Рис. 2. Степень значимости биполярных ортонормированных осей

3.3. Степень согласованности признаков, распределенных по одной оси

Однако для вычленения стереотипных реакций параметр «значимость оси» нельзя признать достаточным, поскольку одна ось может объединять полярные (прямо противоположные) реакции испытуемых, что свидетельствует об отсутствии единства во мнениях респондентов. В дополнение к параметру «значимость» целесообразно ввести параметр «согласованность признаков, распределенных по оси». Например, явную рассогласованность признаков мы наблюдаем на оси *серьезный/легкомысленный*: 10 реакций, данных испытуемыми, распределяются вокруг полюса *серьезный*, 7 – притягиваются

к полюсу *легкомысленный*. Очевидно, здесь проявились индивидуальные представления, которые являются результатом личного опыта человека.

Напротив, высокая степень согласованности признаков (не менее 85% реакций на доминантном полюсе) наблюдается на 8 осях, где один полюс оказывается абсолютной или условной доминантой: *патриот* (100%), *пунктуальный* (99%), *скупой* (98%), *медлительный* (92%), *спокойный* (92%), *упрямый* (91%), *ответственный* (87%), *индивидуалист* (86%).

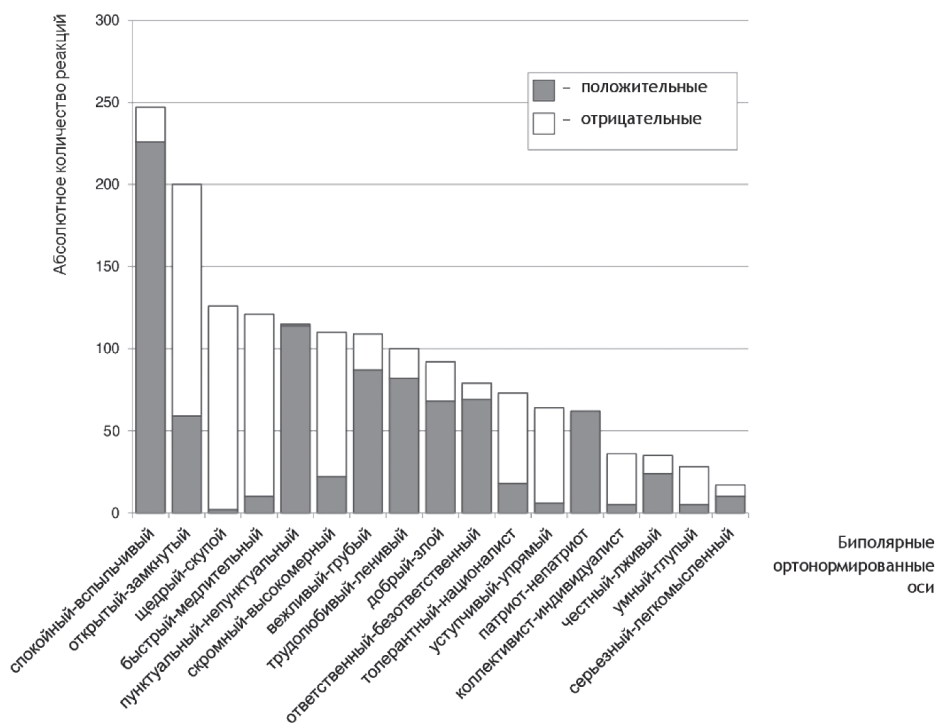


Рис. 3. Степень согласованности признаков на биполярных ортонормированных осях

Очевидно, для реконструкции образа эстонца в сознании испытуемых необходимо учитывать показатели по обоим описанным выше параметрам (значимость оси и степень согласованности признаков на оси).

В рассматриваемом нами примере такими значимыми и согласованными в образе «типичного эстонца» являются четыре характеристики: *спокойный*, *скупой*, *пунктуальный*, *медлительный*. Эти признаки, по-видимому, могут претендовать на роль стереотипных характеристик. Несколько из представленных на рисунке 4 ортонормированных осей, будучи значимыми, обнаруживают более или менее выраженную рассогласованность признаков (см. ось *открытый/замкнутый*).

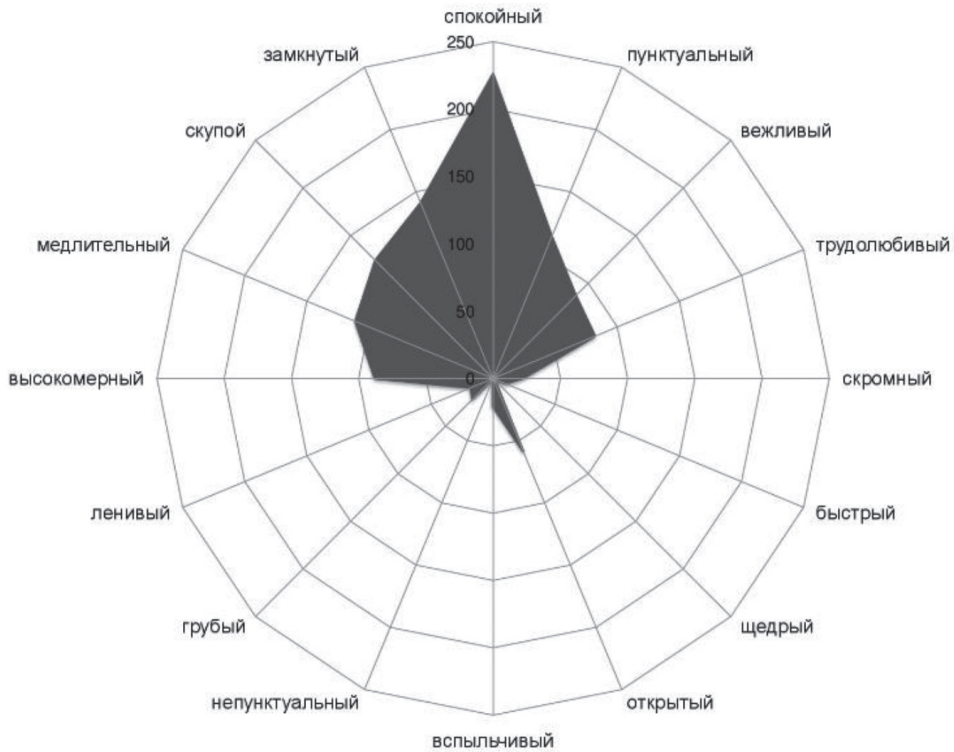


Рис. 4. «Каркас» образа «типичного эстонца»
(на основании параметров «значимость оси» и «согласованность признаков на оси»)

3.4. Весовой коэффициент реакции испытуемого на стимул

Описанный выше алгоритм анализа не принимает во внимание, какую позицию в цепочке реакций испытуемого на стимул-этноним занимала та или иная характеристика. Между тем можно было бы полагать, что наиболее стандартизованные реакции окажутся в числе первых, а случайные, надуманные – в числе последних.

Присвоим каждой реакции испытуемого весовой коэффициент по линейной шкале¹³: реакция 1 – коэффициент 10, реакция 2 – коэффициент 9, реакция 3 – коэффициент 8 и т. д. до 1.

¹³ При определении коэффициента может быть принята и не линейная шкала, но она потребует обоснования и наших дальнейших размышлений.

Анализ полученных данных с учетом трех параметров (значимость, согласованность и весовой коэффициент, т. е. позиция (ранг) слова-характеристики в цепочке реакций) принципиально не изменил «каркас» образа «типичного эстонца».

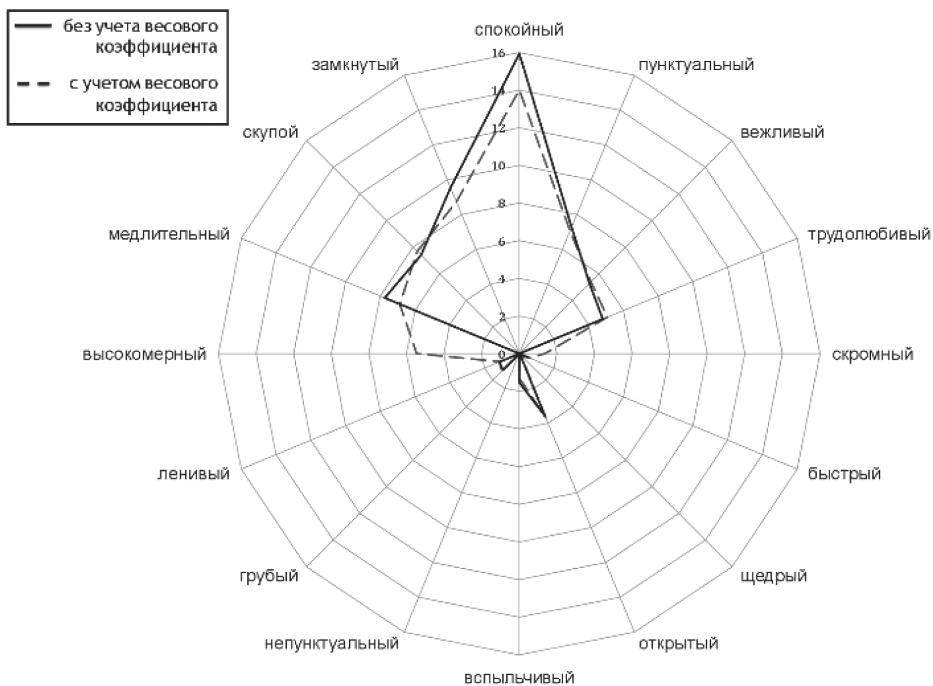


Рис. 5. Уточнение «каркаса» образа «типичного эстонца» (с учетом параметра «весовой коэффициент реакции»)

В целом учет весового коэффициента в анализе позволил более четко прорисовать «каркас» образа, в котором структурообразующими по-прежнему остались характеристики: *спокойный*, *медлительный*, *скупой*, *пунктуальный*. Попутно заметим, что среди них есть одна из трех характеристик, представленных в русской культуре метрополии (*медлительный*).

4. Выводы

Таким образом, четыре предложенных нами критерия (биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков; значимость оси; степень согласованности признаков, распределенных на оси; весовой коэффициент реакции) позволили на основании показаний русскоязычных студентов

Эстонии вычленили шесть характеристик, которые могли бы претендовать на роль стереотипов в локальной культуре. Мы не беремся пока интерпретировать, чем обусловлен достаточно комплементарный характер полученного списка личностных черт; нашел ли в нем отражение тот факт, что участники эксперимента были слушателями курса межкультурной коммуникации, и получили бы мы сходные данные в другой, менее подготовленной к межкультурному взаимодействию студенческой аудитории. Тем более мы не смеем пока утверждать, что при опросе других социальных и возрастных групп русскоязычных жителей Эстонии мы получим тот же «каркас» образа «типичного эстонца». Для подтверждения или опровержения этого, а в конечном итоге ответа на вопрос, существуют ли местные, «локальные» стереотипы, необходима более объемная репрезентативная, пропорциональная выборка (сформированная с учетом возраста, социального статуса, владения языками, частоты и уровня контактирования с эстонцами и т. п.) и большой по объему массив данных. На настоящем этапе для нас принципиально важным было найти возможные подходы к анализу характеристик, приписываемых этнониму, и протестировать предложенную методику на ограниченном пока материале.

Библиография

- АБЕРКРОМБИ, Н./ХИЛЛ, С./ТЕРНЕР, Б. С. (2004), Социологический словарь. Москва.
- АГЕЕВ, В. С. (1990), Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы. Москва.
- АНДРЕЕВА, Г. М. (2001), Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. Москва.
- БОГОМОЛОВА, Н. Н./СТЕФАНЕНКО, Т. Г. (1991), Образы американца и советского человека в восприятии московских студентов и на страницах молодежной прессы. В: Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 3, 3-11.
- БОРОНОВ, А. О./ПАВЛЕНКО, В. Н. (1994), Этническая психология. Санкт-Петербург.
- ГУЗАИРОВ, Т./НЫММ, Е. (2007), Представления о национальном характере эстонцев (по материалам русских источников конца XVIII – начала XX веков). В: *Studia humaniora et paedagogica collegii Narovensis II: Ethnic Images and Stereotypes – Where is the Border Line? (Russian-Baltic Cross-Cultural Relations)*. Narva, 99-113.
- ЗАВЬЯЛОВА, М. В./РЫЖАКОВА, С. И. (2002), Этнокультурные стереотипы у латышей и литовцев: образы «своего» и «чужого». На материале опроса школьников гг. Риги и Вильнюса. В: *Идентичность и толерантность*. Москва, 305-328.
- НОВИКОВ, А. Л./НОВИКОВА, И. А. (2019), Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты. В: Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 10 (4), 977-989.
- НЫММ, Е. (2006), Этностереотипы русских и эстонцев в анекдотах. В: Псковский региональный журнал. 3, 180-185.
- ПЕТРЕНКО, В. Ф. (2010), Основы психосемантики. Москва.
- СИКЕВИЧ, З. В. (1999), Социология и психология национальных отношений. Санкт-Петербург.
- СТЕФАНЕНКО, Т. Г. (2004), Этнопсихология. Москва.

- Стефаненко, Т. Г. (2008), *Этнопсихология: практикум*, Москва.
- Сушков, И. Р. (1988), Исследования приверженности к группе в условиях производственной организации. В: *Психологический журнал*. 9 (2), 144-148.
- Хотинец, В. Ю. (2002), О возможности отражения в этнических стереотипах типичных черт этнического характера. В: *Идентичность и толерантность*. Москва, 266-284.
- Шмелева, Е. Я./Шмелев, А. Д. (2002), *Русский анекдот: текст и речевой жанр*. Москва.
- ALLIK, J./MÖTTUS, R./REALO, A. (2010), Does national character reflect mean personality traits when both are measured by the same instrument? In: *Journal of Research in Personality*. 44 (1), 62-69.
- BELLER, M. (2007), Perception, image, imagology. In: Beller, M./Leerssen, J. (eds), *Imagology: the cultural construction and literary representation of national characters: a critical survey*. New York/Amsterdam, 3-16.
- BRIGHAM, J. C. (1971), Ethnic stereotypes. In: *Psychological Bulletin*. 76 (1), 15-38.
- DYSERINCK, H. (1966), Zum Problem der "Images" und "Mirages" und ihrer Untersuchung im Rahmen der vergleichenden Literaturwissenschaft. In: *Arcadia*. 1, 107-120.
- FISKE, S. T. (2000), Stereotyping, prejudice, and discrimination at the seam between the centuries: evolution, culture, mind, and brain. In: *European Journal of Social Psychology*. 30, 299-322.
- FISKE, S. T./CUDDY, A. J. C./GLICK, P. (2007), Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. In: *Trends in Cognitive Sciences*. 11, 77-83.
- GILBERT, G. M. (1951), Stereotype persistence and change among college students. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 46, 245-254.
- GRIGORYEV, D./FISKE, S. T./BATKHINA, A. (2019), Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model. In: *Frontiers in Psychology*. 10, 1-21.
- KARLINS, M./COFFMAN, T. L./WALTERS, G. (1969), On the Fading of Social Stereotypes: Studies in Three Generations of College Students. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 13 (1), 1-16.
- KATZ, D./BRALY, K. (1933), Racial stereotypes of one hundred college students. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 28, 280-290.
- KIKLEWICZ, A. (2011), Роль стереотипов в межкультурной коммуникации. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 259-283.
- LEERSSEN, J. (2007), Imagology: History and method. In: Beller, M./Leerssen, J. (eds), *Imagology: the cultural construction and literary representation of national characters: a critical survey*. New York/Amsterdam, 17-32.
- LIPPMANN, W. (1922), *Public Opinion*. New York.
- MADON, S./GUYLL, M./ABOUFADEL, K./MONTIEL, E./SMITH, A./PALUMBO, P./JUSSIM, L. (2001), Ethnic and national stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*. 27, 996-1010.
- PAGEAUX, D.-H. (1988), Image/Imaginaire. In: Dyserinck, H./Syndram, K. U. (eds), *Europa und das nationale Selbstverständnis: Imagologische Probleme in Literatur, Kunst und Kultur des 19. und 20. Jahrhunderts/Bonn*, 367-379.
- REALO, A./ALLIK, J./LÖNNQVIST, J. E. et al. (2009). Mechanisms of the national character stereotype: How people in six neighboring countries of Russia describe themselves and the typical Russian. In: *European Journal of Personality*. 23 (3), 229-249.
- STEIN, J.-P./LU, X./OHLERA, P. (2019), Mutual Perceptions of Chinese and German Students at a German University: Stereotypes, Media Influence, and Evidence for a Negative Contact Hypothesis. In: *Compare: A Journal of Comparative and International Education*. 49 (6), 943-963.
- STEPHAN, W. G./AGEYEV, V./STEPHAN, C. W. et al. (1993), Measuring Stereotypes: A Comparison of Methods Using Russian and American Samples. In: *Social Psychology Quarterly*. 56 (1), 54-64.
- TAJFEL, H. (1981), Social Stereotypes and Social Groups. In: *Intergroup Behavior*. Oxford, 144-167.
- TARTAKOVSKY, E./WALSH, S. D./LEBEDEVA, N. et al. (2020), Is there "smoke without fire"? Applying the theory of values to the study of motivational aspects of ethnic stereotypes: The case of Jewish stereotypes in Russia. In: *International Journal of Psychology*. DOI: 10.1002/ijop.12654.

- TRIANDIS, H. C./LISANSKY, J./SETIADI, B. et al. (1982), Stereotyping among Hispanics and Anglos: The uniformity, intensity, direction and quality of auto- and heterostereotypes. In: Journal of Cross-Cultural Psychology. 13, 409-426.
- YZERBYT, V./PROVOST, V./CORNEILLE, O. (2005), Not Competent but Warm... Really? Compensatory Stereotypes in the French-speaking World. In: Group Processes & Intergroup Relations. 8 (3), 291-308.
- YZERBYT, V. (2016), Intergroup stereotyping. In: Current Opinion in Psychology. 11, 90-95.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Список тематических классов, по которым распределены реакции, полученные на стимул
типичный эстонец

Темперамент человека

1. темперамент человека

Характер человека

2. общие черты характера
3. гуманистические характеристики
4. коммуникативные характеристики
5. черты характера, отражающие отношение человека к самому себе
6. черты характера, отражающие отношение человека к труду, к делу
7. черты характера, отражающие отношение человека к собственности
8. черты характера, отражающие нравственную сущность человека
9. черты характера, отражающие волевые качества человека

Человек как мыслящее и говорящее существо

10. характеристика интеллектуальных качеств человека
11. характеристика речевой деятельности человека

Человек как общественное существо

12. отношение к малым группам непосредственного окружения
13. отношение к большим социальным группам
14. отношение к стране, родине
15. отношение к обществу (общественному порядку)
16. образование, обучение
17. образ жизни
18. творчество

Внешность человека

19. внешний облик

IZABELA LIS-WIELGOSZ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8612-1118>

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

IMAGISTYKA SPOŁECZNO-KULTUROWA W ŚREDNIOWIECZNEJ SERBII, CZYLI O STRATEGII BUDOWANIA WIZERUNKU SERBSKICH PANUJĄCYCH

Social-cultural representation in the medieval Serbia namely, on the strategies of creating the image of Serbian rulers

WYRAZY KLUCZOWE: fenomen promocji i marketingu, praktyki komunikacyjne, strategie kreowania wizerunku, dynastia, panujący, średniowieczna Serbia, hagiografia, hymnografia, historiografia, ikonografia, architektura

KEYWORDS: phenomenon of promotion and marketing, communication practices, strategies of creating the image, dynasty, ruler, medieval Serbia, hagiography, hymnography, historiography, iconography, architecture

ABSTRACT: In the article, a phenomenon of promotion and marketing in the medieval Serbia was discussed, as well as the strategies of creating a specific, desired and functional image of the ruling dynasties. Due to this, the basic communication practices were recalled that is, a management of impression, building the so-called brand (social, political, cultural property of the dynasty, its family pattern), and also specifically conceived branding itself (that is, a management of consciousness and value of the dynastic brand), what ultimately proved that the lineage of social-cultural usage of images, along with the models and devices serving the politics of public relations is deeply rooted in the middle ages. The phenomenon of promotion and marketing in the medieval Serbia was presented on the basis of the medieval Serbian literature, hagiography, hymnography, historiography, and iconographic implementations were also included. The article presents images of rulers and dynasties prevailing in the historical, religious and ideological context, the phenomenon of promotion and marketing in the context of characteristic ideological structures, such as state and church tradition, imperial-monastic tradition, charismatic dynasty, sanctity of the ruling family, land and the Serbian nation e.t.c. The timeless phenomenon of promotion and marketing has been presented as a lasting component of shaping the culture model of the medieval Serbia.

Pojęcie imagistyki udatnie mieści się w granicach przynajmniej kilku dyscyplin naukowych, najszerzej zostało rozwinięte w psychologii, socjologii, politologii, medioznawstwie czy kulturoznawstwie; jednak jest ono obecne w znacznie rozleglejszym wymiarze, wielokrotnie pojawia się bowiem w ogólnej refleksji humanistycznej,

służy wszelakim odniesieniom w sferze społeczno-kulturowej komunikacji, opisom rzeczywistości w perspektywie imago- i komunikologicznej. Zasadniczo imagistyka koncentruje się na obrazach jako zaprojektowanych komunikatach, na operowaniu *a priori* ustalonym przekazem; traktuje więc o swoistym zarządzaniu myśleniem i wrażeniem; odnosi się do identyfikacji, rozpoznawalności skalkulowanych, zwykle metodycznie zaplanowanych i spodziewanych, nierzadko dostosowanych do społecznych oczekiwań i wyobrażeń, konstrukcji o charakterze medialnym. Najczęściej jest ona uznawana za odpowiednik czy bliskoznacznik *public relations* (PR), ujmowana w kontekście kształtowania stosunków danej organizacji, instytucji/firmy/jednostki z jej otoczeniem, publicznością, grupą docelową, wspólnotą interesów, społeczeństwem czy narodem¹. Utożsamiona z PR ma zatem wiele definicji, choć w podstawowym wymiarze jej zakres wyznacza trójdzielny schemat, na który składają się: właśnie dana organizacja/instytucja/firma/jednostka realizująca misję publiczną, szeroko rozumiane otoczenie oraz wzajemna relacja obu podmiotów determinowana zazwyczaj konkretnymi celami i potrzebami. W takim oto układzie zamkniętym następuje komunikacja motywowana działaniami danej organizacji/instytucji/firmy/jednostki, polegającymi na kreowaniu i podtrzymywaniu jej pozytywnego wizerunku; stanowi próbę skonstruowania jej publicznego wsparcia/poparcia poprzez informację, perswazję i akomodację; dąży do osiągnięcia współistnienia poprzez wzajemne porozumienie czy zrozumienie a nawet wyrozumiałość; zasadza się na planowanym, intencjonalnym, systematycznym i długofalowym wywieraniu wpływu na publiczność (zob. Słownik języka polskiego PWN; Bernays 1923; 1945; Black 1999; Pomykało 1995). Sumarycznie zatem można uchwycić sens imagistyki w kategoriach budowania pożądanego – korzystnego obrazu instytucjonalnego lub indywidualnego w danym, tj. docelowym środowisku; rozumieć jako rodzaj oddziaływania poprzez zaprojektowany wizerunek na konkretną rzeczywistość i wspólnotę.

Należy podkreślić, że wizerunek jako pewien kulturowy konstrukt jest od wieków obecny w systemie imago- i komunikologicznym, stanowi zarówno faktyczny obraz czy symbol, jak i wyobrażenie, odnosi się do jednostek i grup, instytucji, organizacji. Podlega określonej kreacji, stanowi efekt obranych technik relacyjnych, zwykle służy zbudowaniu pozycji, osiągnięciu sławy, uzyskaniu aprobaty czy wzmocnieniu reputacji (zob. Wójcik 1997, 44; Budzyński 2002, 9; Ociepka 2002, 24; Sampson 1996, 14-15 i in.). Jako taki *image* (łac. *imago*) należy deszyfrować w różnych aspektach zależnie od kierunku projekcji i celu, postrzegać w kategoriach psychologicznych, socjologicznych, marketingowych, komunikacyjnych, ale też szeroko pojmowanych ramach kulturowych (Czaplińska 2015, 12-14).

¹ „Imagistyka społeczna” przyjęła się na polskim gruncie terminologicznym jako synonim *public relations*, funkcjonuje równorzędnie z terminami, takimi jak „stosunki społeczne”, „stosunki publiczne”; natomiast nie istnieje ona w refleksji anglojęzycznej (zob. np. Czarnowski/Goban-Klas/Kadragic 1996, 16).

W zależności od obszaru działań pijarowych, którym najczęściej jest marketing polityczny, komunikacja społeczna lub zarządzanie, nadrzędnym celem może być kreowanie wizerunku danej organizacji/institucji/firmy/jednostki za pomocą przekazu na jej temat i przy użyciu konkretnych nośników/mediów; może to być operowanie lub manipulowanie informacją, co ma stworzyć wrażenie niezbędności i wyjątkowości istnienia tejże organizacji/ instytucji/firmy/jednostki, jej integralności z otoczeniem poprzez zbudowanie pozytywnego portretu i płaszczyzny zaufania; wreszcie strategiczne może stać się przewodzenie organizacji/institucji/firmie, aby zapewnić efektywny kontakt wewnątrz struktury oraz na zewnątrz z otaczającym ją środowiskiem. Przeważnie wszystkie te założenia wzajemnie się splatają czy też istnieją równolegle, a jako priorytetowe występują w poszczególnych modelach – zróżnicowanych sposobach uprawiania PR przez daną organizację czy też specjalistę. Mowa tu o przynajmniej kilku formach komunikowania, różnych pod względem celu, techniki i relacji pomiędzy uczestnikami. Rzecz o czterech najważniejszych modelach PR uznanych za klasyczne podejścia, a mianowicie o strategii budowania rozgłosu – tworzenia i dostarczania pozytywnych informacji o danej organizacji/institucji/firmie czy jednostce, upowszechnianiu informacji o niej – prowadzeniu korzystnej kampanii informacyjnej i promocyjnej; a także o schemacie dwukierunkowym asymetrycznym i dwukierunkowym symetrycznym, tj. ukazywaniu danej organizacji/institucji/firmy/jednostki w pożądanym przez publiczność świetle, uwypuklaniu cech odpowiadających upodobaniom społecznym, dbałości o interes wyłącznie jednej lub też obu podmiotów komunikacji. Zróżnicowaniu strategii imagistycznych odpowiada wielorakość stosowanych socjotechnik, implementowanych bezpośrednio i pośrednio środków oraz narzędzi działania i oddziaływania, spośród których najbardziej powszechne jest np. budowanie marki i wizerunku organizacji/institucji/firmy/jednostki (*employer branding*), budowanie świadomości marki (*branding*), identyfikacja wizualna organizacji/institucji/firmy/jednostki (*corporate identity*), figuratywny znak towarowy (*figurative trademark*), a także *lobbying*, relacje z mediami (*media relations*), *sponsoring*, *spin doctoring* itd. Zasadniczym i wspólnym elementem wszelkich zabiegów na polu pijarowym jest właśnie wykreowanie pozytywnego oblicza i zbudowanie silnej pozycji organizacji/institucji/firmy/jednostki, zarządzanie reputacją oraz jak najszerza i konkretnie ukierunkowana promocja; jednak jak zauważa Katarzyna Bikowska „mimo wielu definicji istotą PR pozostaje niezmiennie nawiązanie relacji (czy to ze środowiskiem zewnętrznym czy wewnętrznym), powstałych w wyniku zaplanowanej i skutecznej komunikacji, nawiązanej w celu rozpowszechniania pozytywnego wizerunku oraz podwyższenia reputacji danej organizacji” (Bikowska 2018, 75).

Oczywiście imagistyka społeczna, stanowiąca na polskojęzycznym gruncie synonim PR, to pojęcie zrodzone w XX-wiecznym dyskursie medialnym; jednak już nie tyle w aspekcie terminologicznym, ile fenomenologicznym, traktując jako zjawisko społeczno-kulturowe, można ją uznać za strategię znacznie starszą, wysoce

użyteczną i nieredukowalną wyłącznie do sfery współczesnej polityki, kultury, religii czy ideologii. Dlatego też warto odważyć się na jej ukazanie także w czasoprzestrzeni dawnej, średniowiecznej kultury, w obszarze ówczasnie dominujących mediów, choćby literatury, ikonografii czy architektury. Wszelako tego rodzaju pokusa opisywania dawnej rzeczywistości społeczno-kulturowej w perspektywie imagistycznej, bądź co bądź jak się zdaje niepozbawiona pewnej zasadności, wymaga jednak zastrzeżenia, choćby w aspekcie dokonanym i niedokonanym działań o charakterze pijarowym. Mowa tu o temporalnym wymiarze budowania szeroko rozumianej popularności i dobrego wizerunku, dokładnie o jego akcyjnym momencie, który w czasach współczesnych zwykle jest wyznaczany/determinowany przez lokowaną w bieżącej terażniejszości potrzebę zaistnienia, osiągnięcia rozgłosu/sukcesu; natomiast w epokach minionych był on krystalizowany w dwóch kierunkach – danej chwili w terażniejszości i przeszłości. Rzecz tu więc o dwóch rejestrach dawnej imagistyki, czyli o działaniu bieżącym o charakterze korzystnego, motywowanego konkretnym projektem/interesem, świadectwa oraz o aktywności *ex post*, w istocie stanowiącej wypadkową wyczynu pijarowego i upamiętniającego w służbie dokładnie tego samego celu. W dawnej rzeczywistości społeczno-kulturowej najczęstszym kierunkiem tego rodzaju działań była bliższa lub dalsza przeszłość, choć należy podkreślić, że wyidealizowany obraz czasu minionego wielokrotnie służył danej terażniejszości, zazwyczaj jako podwalina wizerunku aktualnie panujących w roli spadkobierców i kontynuatorów dzieła wielkich przodków – tzw. liderów.

W tym zakresie interesującym i nadzwyczaj czytelnym przykładem może być kultura staroserbska okresu panowania dynastii Nemanjiciów, przypadającego na XII-XIV wiek. W owym czasie ukształtował się bowiem model kulturowy poczytywany za właściwy, rodzimy, wzorcowy; symbolizujący tzw. czasy złote, stanowiący *de facto* najbardziej rozpoznawalną, oryginalną, hermetyczną i spójną strukturę w granicach *Slaviae Orthodoxae*, czyli dawnej prawosławnej wspólnoty słowiańskiej. W tym miejscu należy z całą mocą zaznaczyć, że niniejszy artykuł stanowi wyłącznie zarys problemu i pewną propozycję oglądu, kierunek operacjonalizacji badawczej, ukazując kluczowe węzły problemowe, komponenty owego modelu poświadczające jego odmienność i неповtarzalność, a także ma na celu wskazanie pewnych i możliwych – imagistycznych – tropów deszyfrujących ówczesną rzeczywistość. Intencjonalnie zatem wywód nie posiada funkcji szczegółowej prezentacji kulturowych, w tym literackich czy ikonograficznych, realiów serbskiego średniowiecza (zob. Радочић 1966; Кашанин 1970; Богдановић 1991; Gil 2005; Трифуновић 2009; Lis-Wielgosz 2013), a jedynie jest próbą implementacji i weryfikacji określonej w tytule perspektywy badania dawnej kultury za pomocą współczesnych narzędzi opisu.

Zasygnalizowana wyjątkowość kultury staroserbskiej okresu Nemanjiciowskiego, jak również następnych periodów, w których ukształtowane wcześniej tradycje odgrywały kluczową rolę, polega przede wszystkim na integralności i hierarchiczności

idei, motywów, konstrukcji przedstawieniowych, wzorów semiotycznych i kodów komunikologicznych. Ich komplementarność, koherencja i ustrukturyzowanie ewidentnie bowiem służy zbudowaniu swoistej opowieści fundacyjnej o charakterze imagologicznym, wyrażeniu szczególnej predestynacji, wybraństwa, potęgi i dziejowej roli serbskiej państwowości, Cerkwi, dynastii i etnosu. Wszelkie sfery działania, od politycznej, religijnej po społeczną i kulturową, stanowiły ówczesnie rodzaj organicznego układu zamkniętego, związane z nimi repertuary znakowe składać się miały na jedną, niezwykle hermetyczną i ewidentną notację identyfikacyjną. Mowa tu o kulturowej tożsamości odzwierciedlającej się w modelu, którego wyznacznikami i komponentami są ideologicznie nacechowane, a w swych podstawach imagistycznie sfunkcjonalizowane konstrukty, takie jak: prawosławie w świętosławskim wariacie wiążące wiarę i nację, harmonijne współistnienie władzy państwowej i cerkiewnej uzewnętrzniane w koncepcji *diarchii*, status charyzmatyczny dynastii panującej manifestowany w literacko-ikonograficznej postaci *świętej łoży*, tradycja świętości zwierzchników wyrażana w formule władczo-mniszej i władczo-martyrologicznej, a także adaptacja i instrumentalizacja literackiego systemu genologicznego (rozwińnięcie rodzimej odmiany hagiografii, hymnografii i historiografii), wzorców ikonograficznych (powstanie ikon indywidualnych fundacyjnych i fresków dynastycznych) oraz schematów architektonicznych (wznoszenie monasterów o przeznaczeniu funeralnym i kultycznym). W centrum staroserbskiego modelu kulturowego, który *expressis verbis* określić można mianem intencjonalnie budowanego programu imagistycznego, znajdował się ród Nemanjiciów i jego założyciel, a w zasadzie starannie wykreowany wizerunek – idealny, heroiczny czy wręcz mityczny, sakralny portret.

Owa słynna średniowieczna dynastia, władająca serbskimi ziemiami od XII do XIV wieku, stosunkowo rychło osiągnęła pozycję fundamentalną, w percepcji, świadomości zbiorowej jawiła się jako wybrana i charyzmatyczna, a jej założyciel wielki żupan Stefan Nemanja został wyniesiony do godności ojca-protoplasty, patrona, wielkiego przodka, protagonisty. Od samego początku, w najwcześniejszych narracjach hagiograficznych i hymnograficznych noszących wyraźne znamiona *spin doctoringu*, był on ukazywany jako Boży wybraniec i wielki przywódca – lider, którego portret miał być nieskazitelny, uwznioślony i arbitralnie naznaczony świętością. Przypomnieć należy, że *spin doctoring* lub też *spin* to pojęcia przynależne działaniom PR, najogólniej mówiąc oznaczające tworzenie dobrych czy lepszych historii/opowieści, interpretowanie i manipulowanie faktami, a także propagandę i reglamentowanie informacji, propagowanie korzystnego obrazu organizacji/institucji/jednostki w oczywistym celu uzyskania pożądanego efektu – wysokiego wskaźnika popularności społecznej, zaufania, pozytywnego postrzegania przez otoczenie publiczne itd. (zob. np. Esser 2008, 4783; Jowett/Heath 2005, 652; Jabłoński 2006, 171; Maguś 2015, 379-394).

W tym zakresie działania pijarowe autorów tekstów poświęconych założycielowi słynnego serbskiego rodu – Stefanowi Nemanji, których uznać można za tzw. specjalistów ds. wizerunku i marketingu politycznego czy właśnie swoistych *spin doctorów*, polegały przede wszystkim na zbudowaniu wrażenia pierwszeństwa i fundacyjnej pozycji bohatera. W dziełach pióra Sawy, Stefana Pierwoukoronowanego, Domentijana czy Teodosija intencjonalnie zdaje się przemilczany, a w najlepszym wypadku jedynie wzmiankowany, okres sprzed rządów wielkiego żupana, co w oczywisty sposób miało służyć jego ekspozycji w roli władcy protoplasty, ojca rodu i architekta niezależnej serbskiej państwowości. Wprawdzie Nemanja – w celu naturalnej legitymizacji władzy – występuje jako dziedzic, choć należy dodać nieznanych bliżej przodków, to z założenia jest prezentowany jako pierwszy, Boży wybraniec i wysłannik, budowniczy potęgi państwa, odnowiciel i bojownik o dobro/interes ludu i ziemi serbskiej. Przykładowo w utworze autorstwa Sawy mowa o nim:

Niechaj to wszystkim nam i innym wiadome będzie, że Bóg wiodący ludzi ku dobru i nie chcący upadku człowieka, naszego trzykroć błogosławionego pana i ojca, zwanego Stefanem Nemanją, uczynił władcą samodzielnym, nad całą ziemią serbską panującym. A on, przejąwszy ojcową spuściznę i umocniwszy ją z Bożą pomocą, mądrością przez Boga udzieloną uczynił wielkim to zmarniałe dziedzictwo. I za wsparciem Bożym mir i pokój zapanowały w państwie jego, gdyż zaprawdę wszyscy żyjący wokół niego bali się go i podziwiali, a państwo przez lat trzydzieści i siedem zachowane było i całe, i przez nikogo nie naruszone (Sava I Arcybiskup Serbski 1983, 7).

Natomiast w świadectwie Stefana Pierwoukoronowanego rzecz o tym jak Nemanja „zwyciężył nieprzyjaciół swoich jak Mojżesz Amaleka, krzyż Chrystusowy wytrwale przed oczyma nosząc i dzięki Niemu zwycięstwo odniósł nad wrogimi barbarzyńcami” (Stefan Nemanjić Pierwoukoronowany 1983, 25). Warto zauważyć, że przy widocznej zdawkowości informacyjnej na temat poprzedników wizerunek Nemanji jest tu strategicznie kształtowany wszak w odniesieniu do czasu uprzedniego, choćby poprzez ekspozycję aktu sanacyjnego i podkreślenie tryumfu nad konkurencją, mowa jest o tym, że wielki żupan „uczynił wielkim to zmarniałe dziedzictwo”, „zwyciężył nieprzyjaciół [...] zwycięstwo odniósł nad wrogimi barbarzyńcami”; to zaś można uznać za kluczowe hasło propagandowo-promocyjne, *notabene* występujące nader często we współczesnych kampaniach elekcyjnych, stanowiące zapowiedź – w starserbskim wypadku już dokonaną – wyswobodzenia spod niedobrego przywództwa i wydobycia danej wspólnoty/rzeczywistości z tzw. ruiny, odnowienia społeczno-kulturowego i ustanowienia określonego ładu aksjonormatywnego.

Nade wszystko jednak przemilczenie czy też reglamentacja faktów związanych z pochodzeniem Nemanji nadaje całej opowieści charakter fundacyjny, pozwala uwypuklić bezpośredni związek ze sferą *sacrum*, ukazać jego samego w kategoriach

woli i daru Bożego, wynieść na pozycję namiestnika – idealnego władcy i nauczyciela, dawcy chrześcijańskiego [vide: odnowionego i cywilizowanego wówczas] porządku, o czym traktuje wprost jeden z tekstów, w którym następuje zwrot do publiczności:

Jak go przeto nazwiemy? Czy władcą czy raczej nauczycielem? Umocnił bowiem i rozjaśnił serca wszystkich i nauczył nas, jak prawowierni chrześcijanie wiarę prawą w Boga chronić powinni. A sam wpiersw swoją osobą dał przykład dobrej wiary, a potem i innych nauczył, cerkwie oświęcił, klasztory zbudował, biskupów słuchał z rozkoszą, kapłanów szanował, mnichom szacunek wielki i miłość okazywał (Sava I Arcybiskup Serbski 1983, 7-8).

Co więcej w kolejnej partii tego utworu wyłania się wysoce pozytywny – społecznie nacechowany – wizerunek bohatera, pojawia ciąg wyliczeń mnogich przymiotów i zasług:

On – nie mających nadziei nadzieja, biednych obrona, głodnych żywiciel, on nagich w dom swój wprowadzał i odziewał, sieroty wychowywał, wdowom sprawiedliwość czynił, ślepych i chromych, i mdłych i głuchych, i niemych był matką prawdziwie, a po prostu mówiąc cały swój majątek jako pomoc rozdał, okazując się przez swą gościnność drugim Abrahamem, ten ziemski anioł i niebiański człowiek (Sava I Arcybiskup Serbski 1983, 8).

W oczywisty więc sposób portret władcy jest tu kreślony wielowymiarowo, jawi się on jako twórca nowego ładu politycznego i społeczno-kulturowego, a jednocześnie ukazuje jako postać społecznie wrażliwa i zaangażowana, hołdująca ideom społecznego solidaryzmu.

W roli protoplasty Nemanja występuje wielokrotnie, jak zauważa Konstantin Jireček – to on stoi na początku, na czele rzędu władców, jako praojciec, fundator i patron, a dodać można wręcz atlant Nemanjiciowskiej marki (zob. Jireček 192, 147). Wypada jednak przypomnieć, że zarówno w przekazie literackim, jak i ikonograficznym dość szybko Stefan Nemanja już jako święty Symeon występuje wraz z pierwszym serbskim arcybiskupem i świętym Sawą, tworząc – jak pisze Teodosije – „parę świętą: ojca wraz z synem, krzewicieli i obrońców wiary” (Teodosije 1983, 51). Obaj święci zwierzchnicy jako ojcowie założyciele stali się rozpoznawalnym, figuratywnym znakiem marki (bliskim *figurative trademark*), odsyłającym przede wszystkim do idei *diarchii* – harmonijnego współistnienia i równoważności władzy państwowej oraz cerkiewnej, ale również symbolizującym „dynastyczny korzeń” (zob. np. Korbut 2017). Z czasem w gronie fundatorów znalazł się również Stefan Pierwoukoronowany, a znak Nemanjiciowskiej marki został rozbudowany a następnie przekształcony w literacko-ikonograficzną konstrukcję drzewa genealogicznego – serbskiego krzewu winnego – *świętą łożę* stanowiącą adaptację biblijnej różdżki wyrastającej z pnia Jessego (Iz 11,1-5).

To zgoła *brandingowe* założenie jest w sposób analogiczny obecne w ikonografii, Nemanja w roli antecesora figuruje choćby na fresku w monasterze Mileševa, a w kompozycjach rodowych występuje zwykle z Sawą i królem Stefanem w pierwszym rzędzie, u podstaw serbskiego krzewu winnego w geście szeroko rozłożonych rąk symbolicznie podtrzymując całą rozległą konstrukcję rodową, czego przykładem są chociażby przedstawienia w monasterskich cerkwiach w Gračanicy, Dečanach czy Peci (zob. np. Маријановић-Душанић 1994, 60-64).

W zamyśle twórców – bez wątpienia specjalistów ds. wizerunku i marketingu politycznego, w przypadku staroserbskim także społeczno-kulturowego – zbudowanie marki, jej świadomości i identyfikacji zdaje się strategicznym działaniem, stąd też zrozumiała jest relatywnie szybki rozwój konstrukcji rodowodowej będącej wyobrażeniem szczególnego pochodzenia i wybraństwa, charyzmy i świętości pierwszego serbskiego rodu; a w późniejszym czasie stanowiącej fundamentalne odniesienie, dziedzictwo wielkości niesione przez kolejne dynastie panujące. Warto wspomnieć, że mowa tu o klasycznej, ukształtowanej w narracji hagiograficznej i hymnograficznej koncepcji rodowodowej, która z kolei w przekazie historiograficznym uległa intencjonalnej suplementacji i sublimacji poprzez pogłębienie – ekspozycję pokrewieństwa Stefana Nemanji z Konstancją, siostrą cesarza Konstantyna Wielkiego. Pomimo to w pierwotnym kształcie założeniem staroserbskiego projektu genealogicznego była przede wszystkim budowa właśnie silnej Nemanjiciowskiej marki, wyjściowo poprzez uwypuklenie aktu założycielskiego Stefana Nemanji, Sawy oraz afiliowanego Stefana Pierwoukoronowanego, dlatego też nieprzypadkowa wydaje się – wynikająca z wyraźnie dostrzegalnych działań *spin doctoringowych* – reglamentacja informacji o rządach poprzedników wielkiego żupana.

Zwykle więc prezentowany jest on u podstawy konstrukcji *świętej łoży*, sam nazywany „pięknym kwiatem z dobrego korzenia” czy wręcz „wielce płodnym korzeniem drzewa oliwnego/rajskiego zasadzonego prawicą Pańską”, z którego wyrastają następcy jako „chwalebne i różnorodne pędy, niczym rajske kwiaty” (Даничић 1865, 3; 1866, 4)². Natomiast kolejni władcy, których postaci jawią się jako wierne odwzorowanie lub nawiązanie do postaci ojca/ojców założycieli, tradycyjnie są nazywani następcami świętego korzenia, latoroślą swych prarodziców, konarami i jednorodnymi pędami, co ma podkreślać ciągłość i legitymizację władzy, poświadczając również niezmienność, rozpoznawalność i wciąż aktualną siłę Nemanjiciowskiej marki. Najpełniejszą i najbardziej plastyczną realizację osiągnęła idea dynastyczna w tekstach wielkiego promotora i doradcy (może i wizerunkowego) kilku kolejnych Nemanjiciów, arcybiskupa Danila II autora żywotowych tekstów poświęconych Stefanowi Urošowi I, Stefanowi Dragutinowi, Stefanowi Milutinowi i Jelenie (Данило II 1988).

² Tłum. I. L. W.; tak też dalej, jeśli nie podano inaczej.

Dynastia jako wiecznie zielone i płodne drzewo (Ps 92,13-15), funkcjonując na wzór pnia Jessego, staje się czytelnym znakiem trwałości i szczególnego przymierza z Bogiem. W taki oto symboliczny sposób idea władzy i genealogii jest rozwijana w utworach hagiograficznych, hymnograficznych oraz przedstawieniach ikonograficznych – kompozycjach zachowanych w wielu monasterach, m.in. w Gračanicy z ok. 1321, Peci z ok. 1334, Dečanach z 1350, Matejču z 1360 roku (Маријановић-Душанић 1994, 60-64). O trwałości tej konstrukcji przedstawieniowej świadczą późniejsze, to jest znacznie już oddalone czasowo, XVII-wieczne realizacje literackie autorstwa serbskiego patriarchy Pajsija Janjevca, który kreśląc portrety – pierwszego króla Stefana (świętego Simona) i ostatniego cara Uroša V, sięga do gotowych już rozwiązań, schematów ideowo-wyrażeniowych i wyobrażeniowych. I tak w żywocie prologowym świętego Simona pozycja tegoż władcy jest wyraźnie budowana w odwołaniu do motywu charyzmatycznego rodu – *świętej łozy*; serbski król jest wprost określany jako: „ten święty i czcigodny ojciec nasz Simon [co] wyrósł/wykiełkował z pobożnych rodziców, Symeona zwanego Nemanją i matki Anny” (zob. Srbljak Rimnički 1761; Srbljak Moskiewski 1765; Srbljak Belgradzki 1861; Трифуновић 1970). W tym miejscu warto dodać, że wymienienie Symeona i Anny przywołuje też formułę wszystkich cerkiewnych rozesań podczas liturgii, w których zwykle na zakończenie, po wspomnieniu wszystkich świętych miejsca i dnia, następuje odwołanie do rodziców Maryi, a tym samym tutaj drzewo Nemanjicjów niejako miałyby się wprost upodobnić do drzewa Jessego, co w perspektywie imagistycznej można odczytywać jako dodatkowe umocnienie Nemanjiciowskiej (cerkiewno-państwowej) marki przy pomocy tradycji biblijno-liturgicznej (zob. Charkiewicz 2012, 147-149).

Motyw szlchetnego, prawowitego pochodzenia i następstwa jest zresztą analogicznie wykorzystywany w tekście służby poświęconej ostatniemu z Nemanjicjów, przedwcześnie zmarłemu carowi Urošowi V, o którym mowa, że ten „z korzenia szlchetnego wyrósł”, że jawi się jako „siewu szlchetnego kwiat przepiękny”, „pędu szlchetnego kwiat” (Srbljak Rimnički 1761; Srbljak Moskiewski 1765; Srbljak Belgradzki 1861; Србљак 1970). W hagiograficznej opowieści o tym młodocianym władcy, dodatkowo pojawia się też utrwalona w przekazie historiograficznym strategia kreowania wizerunku za pomocą pogłębionego, znakomitego rodowodu. Zasadniczo w utwór zostaje wbudowany starszy rodosłów, który w roli przodków serbskiego cara sytuuje Konstancję, siostrę imperatora Konstantyna, przez co wyeksponowana jest nie tylko ciągłość władzy, lecz także właśnie zacne, zgoła mityczne pochodzenie (Руварац 1867, 213-232; zob. Мирковић 1936; Пайсије Патријарх 1993; Стојановић 1927, 1-39).

W perspektywie imagistycznej konstrukcja dynastyczna, określana mianem *świętej łozy*, może być odczytywana jako swoisty produkt i logo marki, lustro imagologiczne, w którym przeglądali się panujący z – powiązanych/spokrewnionych w ten czy inny sposób z Nemanjicjami – późniejszych rodów Lazarevicjów

czy Brankoviciów. W takim aspekcie owa konstrukcja nosi pewne znamiona tzw. *brandu*, w grę wchodzi bowiem świadomość marki rozumiana jako system wyobrażeń, z którym należy się identyfikować, który odpowiada podzielanym wartościom i pożądanym kierunkom rozwojowym. Jako marka, na którą składa się system znaków rozpoznawczych i charakteryzujących ideę świętości pierwszej dynastii, jako znak firmowy (*trademark*) rodu Nemanjiciów jest ona pierwszorzędnym symbolem niemalże serbskiego średniowiecza jako takiego, emblematem organizacji/institucji, holistycznie wyrażającym wielkość, godność, prawomocność, a także niepowtarzalność i wzorcowość, do czego nawiązywali w przeszłości i współcześnie wciąż nawiązują przywódcy polityczni i zwierzchnicy cerkiewni manifestujący tożsamość patriotyczną, a nierzadko wręcz nacjonalistyczną.

W konstrukcję *świętej łozy* silnie wpisuje się tradycja władczo-mnisza i władczo-martyrologiczna, obie w swym kształcie są bardzo charakterystyczne dla staroserbskiej przestrzeni społeczno-kulturowej i podejmowanych w niej działań imagistycznych. Obie wyrażały wyjątkowość, wybraństwo i świętość wszystkich bez wyjątku władców z dynastii Nemanjiciów, zaś następnym rodom służyły za fundamentalne odniesienie i uzasadnienie wielkości i sławy ich członków w roli następców, kontynuatorów dzieła liderów; występujących na pozycji prawowitych i jedynie słusznych dziedziców świętości przodków. Tradycję władczo-mniszą ukształtował zwyczaj nadawania kolejnym Nemanjiciom imienia Stefan (gr. *Στέφανος* oznaczający znak zwycięstwa i wieniec) oraz składania przez władców, zwykle przed śmiercią, mniszych ślubów i przyjmowania imion eksponujących ich wizerunki „ziemskich aniołów i niebiańskich ludzi”³. Natomiast już po odejściu ze świata byli oni jako święci władcy-mnisi lub władcy-męczennicy ceremonialnie wynoszani na ołtarze, wpisywani do kalendarza liturgicznego, opisywani w dziełach hagiograficznych i sławieni w utworach hymnograficznych, ukazywani w realizacjach ikonograficznych. Ich pochówek był teatralny i publiczny, zaprojektowany z rozmachem, realizowany jako *pompa funebris*; zaś czcigodne ciała nuże uznawane za cudowne relikwie, które obligatoryjnie spocząć musiały w ufundowanych przez nich samych monasterach, wznoszonych za życia jako przyszłe miejsca pochówku; i tak dla przykładu Stefan Nemanja jako święty Symeon najpierw spoczął w Chilandarze a potem w Studenicy, Stefan Pierwoukoronowany jako święty Simon w Žiży, Stefan II Uroš Dragutin jako święty Teoktist w miejscu zwanym Țurhjevi Stupovi, Stefan III Uroš jako święty Stefan Dečanski w Dečanach itd. (zob. Mirković 1920). Należy podkreślić, że wszystkie te monastery są budowlami monumentalnymi, lecz ich potęgę wyraża przede wszystkim praktyka fundacyjna, pochówkowa oraz kultyczna; to z nich emanowała sława i w nich utrwałała się pamięć o świętym – herosie, liderze zabiegającym o interes państwa, Cerkwi i ludu (serbskiego narodu).

³ Średniowiecznego mnicha zwykle określano mianem „ziemskiego anioła i niebiańskiego człowieka”.

Po dziś dzień najważniejsze, ściśle powiązane z dziejami państwa, Cerkwi i narodu, monastery są nie tylko ośrodkami kultu władców i hierarchów cerkiewnych, lecz także skarbnicami nienaruszalnych – świętych narodowych wartości, centrami kształtującymi świadomość i postawy patriotyczne, nierzadko miejscami nacjonalistycznej manifestacji, w serbskich realiach wyjątkowo wzmożonej, po wielokroć bowiem ujawniającej wręcz afektowaną religijność.

Poniekąd równoległą do praktyki władczo-mniszej jest tradycja władczo-martyrologiczna, w staroserbskiej przestrzeni kulturowo-społecznej równie silnie ugruntowana, stanowiąca komponent tożsamościowy i wyznacznik przed-Nemanjiciowskiej, Nemanjiciowskiej i post-Nemanjiciowskiej marki. Oczywiście jej uniwersalny sens wyraża się w odniesieniu do czasu Męki Pańskiej, przez co postać każdego naśladowcy – męczennika nabiera cech sakralnych, jawi się on jako inkarnacja najwyższych chrześcijańskich wartości, jednostka nobilitowana do miana „Bożego człowieka”. W przypadku staroserbskim męczeństwo ukazywać ma ponadto szczególną predestynację i predylekcję do indywidualnej, a potem też zbiorowej ofiary, poświęcenia w imię serbskiej wiary, ojczyzny, tożsamości. Co więcej, ma ono wymiar wyraźnie feudalny, występuje w koncepcji spajającej władzę i ofiarę, a jego zasadniczą projekcją jest figura władcy-męczennika, „Bożego namiestnika” i naśladowcy Męki Pańskiej. Takie właśnie znamiona noszą wykreowane wizerunki Jovana Vladimira (symbolicznie kojarzonego z rodem Nemanjiciów), Stefana Dečanskiego (należącego do rodziny), Lazara Hrebeljanovicia (skoligaconego przez żonę pochodzącą z bocznej linii tegoż domu panującego), ukształtowane w imagologicznym kluczu, zamierzone jako pogłębiające, suplementacyjne i wydłużające genealogię sławnej dynastii. Postaci te łączy godność władcza i męczeńska, ich świętość uwidoczniła korona ziemskiego hierarchy i nimb męczeńskiej ofiary. W perspektywie imagistycznej ich sylwetki zostały zaprojektowane jako symbole wyjątkowości i szczególnego potencjału do dokonywania fundamentalnych czynów, jako swoiste żagwie, ucieleśnienie idei „świadectwa krwi” utrwalające chrześcijaństwo na ziemiach serbskich, urzeczywistniające Tertulianowe przesłanie: *semen est sanguis christianorum*, tj. „krew męczenników jest nasieniem chrześcijan”, *vide* załączkiem również najważniejszych chrześcijańskich instytucji, takich jak Cerkiew i państwo. Co ciekawe, portrety świętych zostały dodatkowo spotęgowane i uplastycznione poprzez zaliczenie dwóch z wymienionych władców-męczenników do zgromadzenia świętych *kefaloforosów*, czyli „głównoszących”, co rudymetarnie jest ekspozycją głowy władcy-męczennika jako koronowanej figury i analogonu „Boskiej głowy” w kontekście chrystologicznym („Głową każdego męża jest Chrystus [...] Głową Chrystusa – Bóg”, 1 Kor 11,3), zaś subsydiarnie odwzorowaniem archetypu wyznaczonego przez postać Jana Chrzciciela, którego ścięta głowa stanowi najbardziej rozpoznawalny znak czynu ofiarnego. Motyw „odciętej głowy” stał się komponentem literackich i ikonograficznych przedstawień serbskich męczenników

– Jovana Vladimira i Lazara Hrebeljanovicia zamordowanych przez dekapitację⁴. Jednak w przypadku tych właśnie władców-męczenników mowa nie tylko o samym akcie dekapitacyjnym sytuującym się w bogatym kulturowym zbiorze topicznych odsłoi, lecz także o noszeniu – *podvigu* – dźwiganium męczeńskiego, a w jakimś sensie i wojennego trofeum, w obu odniesieniach ciężaru wyczynu heroicznego. Ich ikonograficzne przedstawienia wprost odzwierciedlają tradycję władczo-martyrologiczną, jawią się owi święci jako *kefaloforyczne* figury dwugłowe, wyrażające podwójnie uświęconą godność – Bożego namiestnika na ziemi i Bożego wybrańca na niebiosach, w kluczu władczo-ofiarniczym symbolizujące także antynomię upadku i tryumfu, stan doczesnej nietrwałości i wiecznego trwania, co posłużyło rychłemu skonstruowaniu specyficznej i niezmiennej sygnatury predystynacyjnej i predylekcyjnej serbskiej wspólnoty (potem serbskiego narodu), rychło wskazującej nadzwyczajną misję dziejową, projektującą się choćby w historiozoficznie skrojonej koncepcji mesjanizmu. W horyzoncie imagistycznym tradycja władczo-męczeńska z suplementarnym komponentem *kefaloforycznym* jawi się tedy jako efekt zamierzonej sublimacji, heroizacji i sakralizacji oraz permanentnie akcentowanego wybraństwa i potencjału oddania, które skądinąd określić można mianem czynnika wysoce frekwencyjnego także w nurcie władczo-mniszym; w obu wszak projekcjach służącego zbudowaniu wrażenia szczególnej integracji władców i całej wspólnoty ze sferą sakralną, impresyjnej więzi czy wręcz paktu uzewnętrzniającego się w konstrukcjach tak indywidualnego, jak i zbiorowego usankcjonowania i kwalifikacji.

Ad extremum refleksję o imagistycznych nurtach w przestrzeni stroserbkiej kultury warto dopełnić o bodaj najogólniejsze postrzeżenia na temat pijarowego instrumentarium. W obszarze działań imagistycznych sytuować można bowiem także sam literacki system genologiczny, typologię ikonograficzną i architektoniczną, widzieć w nich funkcjonalne narzędzia opisu zideologizowanego, zbiór socjotechnik intencjonalnie wykorzystywanych w służbie starannie zaprojektowanego obrazu panujących. Literatura, ikonografia czy architektura jawią się jako istotne nośniki sensu, narzędzia kreowania wizerunku dynastycznego, a tym samym kształtowania świadomości i tożsamości publicznej, wspólnotowej, narodowej. Zwykle ich rola, dobór i użyteczność są uwarunkowane przez szereg czynników zarówno zastanych, jak i projektowanych. Zależnie od okoliczności czasoprzestrzennych i możliwości strukturalnych danej kultury z bogatego korpusu owych mediów/nośników/komunikatorów uprzywilejowane i sfunkcjonalizowane zostają z zasady te spośród nich, które posiadają największy potencjał imago- i komunikologiczny. W przypadku kultury staroserbkiej można mówić o wyjątkowej i długotrwałej preferencji, a wręcz medialnej dominacji, dwóch wielkich działów piśmiennictwa,

⁴ Stefan Dečanski został zamęczony przez uduszenie, co w pewnym sensie stawia go w bliskości figur Vladimira i Lazara, choć nie jest on wprost zaliczony do świętych „głowonoszących” (zob. Жефарович 1986).

tj. hagiografii i hymnografii, które w początkowym stadium rozwoju systemu kulturowego do tego stopnia zawłaszczyły przestrzeń aktywności literackiej, że przez pewien czas nie znalazła w niej miejsca oryginalna twórczość historiograficzna, a kiedy już się pojawiła, zrazu nosiła ona widoczne znamiona dzieł żywotowych, posiadając wyraźnie biograficzny charakter (zob. Стојановић 1927). Jednak bez względu na meandry historycznoliterackiego toku, niezaprzeczalna wydaje się właśnie medialna wartość i potencjał ówczesnej literatury, a także ikonografii czy architektury staroserskiej, które zostały wytworzone oraz sfunkcjonalizowane wszak przez konkretne środowiska i ośrodki – państwo i Cerkiew, które również można uznać za swoiste nośniki, kluczowe, charakterystyczne dla tej czasoprzestrzeni kanały transmisji obrazu i ewokowanego wrażenia zbiorowego.

Należy podkreślić, że wszystkie te, pozostające ze sobą w stałym związku naracyjny, formy przekazu cechowała wysoka funkcjonalność i instrumentalizacja. W obszarze staroserskiej kultury występowały one jako uniwersalne przekazy lokalnych treści – wartości autotelicznych, budując specyficzny jej rdzeń, a tym samym decydując o istocie i niepowtarzalnym kształcie. Jako podstawowe i dominujące formy transmisji były zarówno budulcami struktury kulturowej, jak i dokumentami stanu wspólnotowej, a potem narodowej świadomości (zob. Gil 2000, 5-26; 2005, 43-63). Były odpowiedzialne za kształt i wewnętrzną komunikację, kompatybilność Nemanjiciowskiego – a potem też Lazareviciowskiego i Brankoviciowskiego – modelu i zarazem *brandu*.

Stanowczo ich zadaniem było uwiecznienie heroicznych postaci i wielkich czynów serbskich władców oraz zwierzchników cerkiewnych. Niewątpliwie temu służyły obszerne opisy świętego życia panujących (*hagios bios*), niezliczone ikony i freski przedstawiające wizerunki poszczególnych wybitnych jednostek zgodne z prezentującymi przez nie typami świętości (władcy-fundatora, władcy-mnicha, władcy-męczennika, hierarchy cerkiewnego), liczne przedstawienia ojców założycieli – Symeona i Sawy, a także monumentalne wizualizacje dynastyczne (genealogie Nemanjiciów) itd. (zob. np. Радојчић 1938, 357-360; 1966; 1934; Петковић 1995; Ђурић 1961; Маријановић-Душанић, 60-64). Wszystkie te literackie i artystyczne realizacje pośrednio i bezpośrednio związane z dziejami serbskiego państwa, Cerkwi, dynastii i wspólnoty stanowiły istotny element programu ideologicznego, a w pewnym sensie imagistycznego, zakładającego nie tylko upamiętnienie, lecz także nade wszystko sublimację, heroizację i sakralizację serbskich dziejów, zarządzających nimi wybitnych jednostek i percypującej je wspólnoty. W tej służbie pozostawały liczne monumentalne budowle cerkwi i monasterów, zwłaszcza te będące fundacjami kolejnych panujących (np. Arilje, Studenica, Mileševa, Žiča, Banjska, Visoki Dečani, Peć, Ravanica, Resava-Manasija i in.), które rychło stawały się ośrodkami kultu fundatora, a zarazem prężnymi centrami polityczno-społecznymi i kulturowymi, którymi zdają się być po dziś dzień (zob. Дероко 1953; Кораћ/Шупут 1998).

Podsumowując wywód na temat imagistycznych strategii kreowania wizerunku serbskich panujących, należy choćby najogólniej skonstatować ich świadomie zamierzoną aplikowalność, wytrawny charakter, wielowymiarową kreatywność, wielokierunkową sprawczość, a siłą rzeczy uwypuklić dawność i niezmienność. Niezaprzeczalna zdaje się wszak ich intencjonalna obecność w staroserbskim systemie kulturowo-społecznych praktyk, choć jeszcze wówczas jako takie nie nazwane i nieujęte w teoretyczne ramy jawiły się one jako wysoce użyteczne instrumentarium oddziaływania na rzeczywistość, świadomość zbiorową, a potem też pamięć w rejestrze tak komunikatywnym, jak i kulturowym (Assmann 2008; zob. też 1999). Dowodzi temu niezaprzeczalnie istniejący fenomen promocji i marketingu w średniowiecznej Serbii, bogaty i wyrafinowany zbiór strategii kreujących określony – pożądany i sfunkcjonalizowany wizerunek panujących dynastii oraz poszczególnych władców. Co więcej ów fenomen jest nie tylko potwierdzeniem pijarowej potencjalności i intencjonalności środowisk twórczych, artystycznych; wykazaniem głębokiego rodowodu społeczno-kulturowej taktyki imagistycznej i dawności modeli oraz narzędzi wykorzystywanych w szeroko pojętej działalności PR, lecz także sam staje się on czytelny właśnie w kontekście pijarowych praktyk komunikacyjnych, takich jak zarządzanie wrażeniem, budowanie tzw. marki (społecznej, politycznej, kulturowej własności dynastii, wzorca rodu) oraz specyficznie pojęty *branding* (zarządzanie świadomością i wartością marki dynastycznej) itd. W tym zakresie kluczowa okazała się zatem ekspozycja świadomie, na znaczącą skalę zakrojonej promocji i marketingu w średniowiecznej Serbii, wskazanie konkretnych i możliwych obszarów projekcji imagistycznych, takich jak literatura, ikonografia czy architektura, a także charakterystycznych struktur ideowych i ideologicznych, ukazanie faktycznych alternatorów tradycji państwowej i cerkiewnej, tradycji władczo-mniszej, kompozycji charyzmatycznej dynastii, motywu świętości rodu panującego, uświęcenia ziemi i wybraństwa serbskiego narodu itd. Fenomen promocji i marketingu został więc osadzony w porządku swoistej ponadczasowości, ukazany jako element bieżącego oddziaływania, lecz nade wszystko kreowania zbiorowej świadomości i pamięci, konstruowania modelu kultury średniowiecznej Serbii; zaprezentowany jako istotny komponent procesu komunikacji społeczno-kulturowej, jak się wydaje w niewielkim stopniu odbiegający od współczesnych zjawisk lokujących się w szerokich ramach imagistyki społeczno-kulturowej czy też aktywności PR, które wszak stanowią sygnaturę relacji publicznego podmiotu (dawniej władcy i hierarchy kościelnego – dzisiaj najczęściej polityka, choć w niektórych przypadkach wciąż hierarchy i monarchy) z jego otoczeniem wąsko lub szeroko pojmowanym (jako nacja, wspólnota wartości, unia interesów itp.). Nieśmiertelność i atrakcyjność praktyk imagistycznych skłania niemalże do wpisania ich w repertuar toposów kulturowych, zaliczenia w poczet stałych miejsc (łac. *loci communes*), potraktowania jako swoiste projekcje schematów percepcji i deskrypcji rzeczywistości komunikacyjnej, w której kluczowa jest troska o wizerunek, akceptację, zaufanie, ale też, czy nade wszystko, wiekopomną sławę.

Bibliografia

- ALTKORN, J. (1999), *Strategia marki*. Warszawa.
- ALTKORN, J. (2004), *Wizerunek firmy*. Dąbrowa Górnicza.
- ALTKORN, J./KRAMER, T. (1998), *Leksykon marketingu*. Warszawa.
- ASSMANN, A. (1999), *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München.
- ASSMANN, J. (2008), *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*. Warszawa.
- BERNAYS, E. L. (1923), *Crystallizing Public Opinion*. New York.
- BERNAYS, E. L. (1945), *Public Relations*. Boston.
- BIKOWSKA, K. (2018), *Public Relations 2.0 na przykładzie analizy profili bibliotek uniwersyteckich na portalu społecznościowym Facebook*. W: Jerzyk-Wojtecka, J./Piestrzyński, T. (red.), *Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką*. Łódź, 73-96.
- BLACK, S. (1999), *Public Relations*. Warszawa.
- BUDZYŃSKI, W. (1998), *Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy*. Warszawa.
- BUDZYŃSKI, W. (2002), *Wizerunek firmy. Kreowanie, zarządzanie, efekty*. Warszawa.
- BUDZYŃSKI, W. (2002), *Zarządzanie wizerunkiem firmy*. Warszawa.
- CHARKIEWICZ, J. (2012), *Miejsce świętych w liturgii Kościoła prawosławnego*. W: *Rocznik Teologiczny, ChAT* (Warszawa). 1-2, 113-151.
- CZAPLIŃSKA, P. (2015), *Strategia budowania wizerunku osób znanych*. W: Grzegorzczak, A. (red.), *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych*. Warszawa, 8-38.
- CZARNOWSKI, P./GOBAN-KLAS, T./KADRAGIC, A. (1996), *Public Relations, czyli promocja reputacji*. Warszawa.
- ESSER, F. (2008), *Spin doctor*. In: Donsbach, W. (red.), *The International Encyclopedia of Communication*, t. X. Oxford, 47-83.
- GIL, D. (2000), *Średniowieczna hagiografia serbska jako dokument stanu świadomości narodowej (zarys problematyki)*. W: *Pamiętnik Słowiański*. L, 5-26.
- GIL, D. (2005), *Prawosławie. Historia. Naród. Miejsce kultury duchowej w serbskiej tradycji i współczesności*. Kraków.
- JABŁOŃSKI, W. (2006), *Kreowanie informacji. Media relations*. Warszawa.
- JOWETT, G. S./HEATH, R. L. (2005), *Propaganda*. In: Heath, R. L. (ed.), *Encyclopedia of Public Relations*. London, 652-656.
- KORBUT, K. (2017), *Znak identyfikujący w komunikacji*. Kraków.
- KRAMER, T. (2000), *Podstawy marketingu*. Warszawa.
- LIS-WIELGOSZ, I. (2013), *O trwałości znaczeń. Siedemnastowieczna literatura serbska w służbie tradycji*. Poznań.
- MAGUŚ, W. (2015), *Spin doctoring – kontrowersje wokół zagadnienia*. W: Drożdż, M. (red.), *Media w dialogu – mur czy mosty*. Tarnów, 379-394.
- MIRKOVIĆ, V. (1920), *Pravoslavno monaštvo i manastiri u srednjovekovnoj Srbiji*. Sremski Karlovci.
- OCEPKA, B. (2002), *Public relations w teorii komunikacji*. Wrocław.
- POMYKAŁO, W. (red.) (1995), *Encyklopedia biznesu*, t. 2. Warszawa.
- SAMPSON, E. (1996), *Jak tworzyć własny wizerunek*. Warszawa.
- SAVA I Arcybiskup Serbski (1983), *Żywot świętego Simeona*. W: Naumow, A. E. (red.), *Dar słowa. Ze starej literatury serbskiej*. Łódź, 7-21.
- Słownik języka polskiego PWN*. W: <https://sjp.pwn.pl/sjp/public-relations;2573008.html> [dostęp 5 IV 2019].
- SRBLJAK BELGRADZKI (1861), *Srbljak (Pravila molebnaja svjatih serbskih)* (starodruk ze zbiorów Biblioteki Macierzy Serbskiej, sygn. R 19, Sr IV).

- SRBLJAK MOSKIEWSKI (1765), *Srbljak (Pravila molebnaja svjatih serbskih)* (starodruk ze zbiorów Biblioteki Macierzy Serbskiej, sygn. R 18 Sr IV).
- SRBLJAK RIMNIČKI (1761), *Srbljak (Pravila molebnaja svjatih serbskih)* (starodruk ze zbiorów Biblioteki Macierzy Serbskiej, sygn. R 18, Sr II).
- STEFAN NEMANJIĆ Pierwoukoronowany (1983), *Żywot świętego Simeona*. W: Naumow, A. E. (red.), *Dar słowa. Ze starej literatury serbskiej*, przeł. Wątor-Naumow, T./Naumow, A. E./Kotwiczowa, W. Łódź, 25-40.
- SZNAJDER, A. (1993), *Sztuka promocji, czyli jak najlepiej zaprezentować siebie i swoją firmę*. Warszawa.
- SZYMONIUK, B. (red.) (2006), *Komunikacja marketingowa. Instrumenty i metody*. Warszawa.
- TEODOSIJE (1983), *Służba świętemu Simeonowi*. W: Naumow, A. E. (red.), *Dar słowa. Ze starej literatury serbskiej*. Łódź, 51-53.
- WÓJCIK, K. (2001), *Public relations od A do Z, t. I*. Warszawa.
- БОГДАНОВИЋ, Д. (1991), *Историја српске књижевности*. Т. I: *Стара српска књижевност*. Београд.
- ДАНИЛО II (1988), *Животи краљева и архиепископа српских*. Службе, прир. Мак Данијел, Г./Петровић, Д., прев. Мирковић, Л./Богдановић, Д./Петровић, Д. Београд.
- ДАНИЧИЋ, Б. (wyd.) (1865), *Живот Светога Симеуна*. В: *Живот Светога Симеуна и Светога Саве*, написао Доментиган. Београд, 1-117.
- ДАНИЧИЋ, Б. (wyd.) (1866), *Живот краља Уроша*. В: *Животи краљева и архиепископа српских* написао архиепископ Данило и други. Загреб, 2-21.
- ДЕРОКО, А. (1953), *Монументална и декоративна архитектура у средњовековној Србији*. Београд.
- ДОМЕНТИЛАН (1988), *Живот светога Саве и Живот светога Симеона*, прев. Мирковић, Л., прип. Маринковић, Р., ССК у 24 књиге, књ. 4. Београд.
- ЂУРИЋ, В. Ј. (1961), *Иконе из Југославије*. Београд.
- ЂУРИЋ, В. Ј. (1974), *Византијске фреске у Југославији*. Београд.
- ЈЕФАРОВИЧ, Х. (1986), *Стематографија*, Факсимилно издание, комен. Василиев, А. Софија.
- ЈИРЕЧЕК, К. (1952), *Историја Срба*, I. Београд.
- КАШАНИН, М. (1970), *Српска књижевност у средњем веку*. Београд.
- КОРАЋ, В./ШУПУТ, М. (1998), *Архитектура византијског света*. Београд.
- МАРИЛАНОВИЋ-ДУШАНИЋ, С. (1994), *Владарске инсигније и државна симболика у Србији од XIII до XV века*. Београд.
- МИРКОВИЋ, Л. (прегл.) (1936), *Старе српске биографије XV и XVII века*. Цамблук. Константин. Пајсије, предг. Поповић, П. Београд.
- ПАЈСИЈЕ Патријарх (1993), *Сабрани списи*, прев. Богдановић, Д./Јовановић, Т. Београд.
- ПЕТКОВИЋ, С. (1995), *Српска уметност у XVI и XVII веку*. Београд.
- РАДОЛЧИЋ, С. (1934), *Портрети српских владара у средњем веку*. Скопље.
- РАДОЛЧИЋ, С. (1938), *Сликаство и књижевност у нашој уметности средњег века*. В: *Уметнички преглед*, 12. Београд, 357-360.
- РАДОЛЧИЋ, С. (1966), *Старо српско сликарство*. Београд.
- РУВАРАЦ, И. (wyd.) (1867), *Живот цара Уроша*. В: *Гласник Српског Ученог Друштва*, књ. IV, св. XXI (старога реда). Београд, 213-232.
- СТЕФАН Првовенчани (1999), *Сабрана дела*, предг. и прев. Јухас-Георгиевска, Љ., изд. на српскосл. Јовановић, Т. Београд.
- СТОЈАНОВИЋ, Љ. (1927), *Стари српски родослови и летописи*, *Зборник за историју, језик и књижевност српског народа*, Српска Краљевска Академија, књ. XVI. Сремски Карловци, 1-39.
- ТЕОДОСИЈЕ (1988), *Житија*, прев. Мирковић, Л./Богдановић, Д., припр. Богдановић, Д. Београд.
- ТРИФУНОВИЋ, Б. (2009), *Стара српска књижевност*. Основи, 3 прош. изд. Београд.
- ТРИФУНОВИЋ, Б. (red.) (1970), *Србљак. Службе. Канони. Акатисти*, књ. 3. Београд.

OLEG LESZCZAK

ORCID: <https://prcid.org/0000-0003-3358-8923>

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

WIZERUNEK NAUKI I NAUKOWCA W ASPEKCIE KULTUROWO-CYWILIZACYJNYM: POLSKA – UKRAINA – ROSJA

The image of science and scientist in the cultural and civilization aspect: Poland – Ukraine – Russia

SŁOWA KLUCZOWE: obraz nauki, kultura, cywilizacja, Polska, Ukraina, Rosja

KEYWORDS: image of science, culture, civilization, Poland, Ukraine, Russia

ABSTRACT: The purpose of the article is to show the dependence of the image on the cultural and civilizational factors determining it, i.e. from the system of stereotypes and conceptual representations that dominate in a particular society. As an example of such causation in the formation of a socially significant image, were chosen the science and the scientist, and Russia, Ukraine and Poland – as an example of cultural and civilizational space. In various cultural and civilization types science can be treated as secret or utilitarian knowledge, as sanctioned knowledge, as inspired knowledge, as a critical discourse or as a product and commodity.

1. Wprowadzenie do analizy kulturowo-cywilizacyjnej

Obiektem niniejszych rozważań jest kausalna motywacja działalności naukowej, tj. problem kulturowo-cywilizacyjnego wizerunku nauki i działalności poznawczej w społeczeństwie polskim, rosyjskim i ukraińskim. Każdy z nas, będąc osobą, tj. przedstawicielem podgatunku *homo sapiens sapiens*, jest jednocześnie nosicielem szeregu właściwości populacyjnych zarówno biofizycznych, jak i socjopsychologicznych. Jesteśmy przedstawicielami pewnego cywilizacyjnego, kulturowego, etnicznego, lokalnego funkcjonalnego kręgu społecznego, co znajduje odzwierciedlenie w systemie wartości i charakterze zachowań. Zarówno wśród Polaków, jak i wśród Rosjan czy Ukraińców są ludzie zafascynowani nauką lub przynajmniej z szacunkiem odnoszący się do naukowców i wiedzy naukowej. Ale we wszystkich tych wspólnotach narodowych jest niemało i takich, którzy mają do nauki, naukowców/uczonych i wiedzy racjonalnej stosunek odwrotny. Przy tym motywy i jednych, i drugich mogą być mocno zróżnicowane wewnątrz obu tych grup. Przyczyny takiego podziału

tkwią jednak nie tyle w etnicznej przynależności, ile w kulturowo-cywilizacyjnych wartościach, których zwolennikami są poszczególni przedstawiciele tych lub innych narodów. We współczesnym świecie trudno znaleźć „czyste” społeczeństwa pod względem kulturowo-cywilizacyjnego typu jego organizacji. W różnych miejscach i warstwach tegoż środowiska etnicznego mogą występować odmienne tego typu modele, jak również różnego typu hybrydy takich modeli.

Używając dwóch określeń – *uczony* i *naukowiec*, chcę podkreślić merytoryczną, poznawczą funkcję intelektualnej działalności (w pierwszym przypadku) oraz formalną, społeczną funkcję uczestnictwa w naukowej sferze doświadczenia ludzkiego (w drugim). Pierwsze określenie jest nazwą osoby jako badacza, drugie – raczej nazwą zawodu.

Mówiąc o systemowym zróżnicowaniu podejścia do nauki i aktywności poznawczej jako całości, musimy pamiętać o dwóch aspektach: kulturowo-cywilizacyjnym rozumieniu poznania jako odrębnego rodzaju działalności ludzkiej (generującym zupełnie odmienne obrazy nauki w różnych kręgach etnokułturowych) oraz podejściu do nauki w jej współczesnym, racjonalno-intelektualnym rozumieniu w różnych systemach kulturowo-cywilizacyjnych. Wizerunek nauki i naukowca zmieniał się wraz z kształtowaniem nowych systemów i modeli kulturowo-cywilizacyjnych.

W tej pracy interesuje mnie przede wszystkim to, dlaczego Polacy, Rosjanie i Ukraińcy (oczywiście nie wszyscy, lecz z punktu widzenia dominacji w tych społeczeństwach pewnych cywilizacyjnych postaw aksjologicznych) mają tak zróżnicowane podejście do nauki i naukowców. Nie chodzi mi o zdanie naukowców, lecz o podejście zwykłych obywateli. Często można usłyszeć argument, że niezadowolenie z nauki i naukowców wynika z ich niskiej pozycji społecznej, a ta jest wynikiem słabego finansowania. Czyżby tylko? Owszem 1,25% PKB przydzielany w Polsce na naukę w 2018 roku, to zdecydowanie za mało. Generalnie w rozwiniętych krajach na naukę wydaje się średnio 2% PKB. Sprecyzujmy, że 1,25% PKB to suma łączna. W tym zawarte jest 0,8 % na szkolnictwo wyższe i tylko 0,45% na *stricte* naukę. Interesujące wydaje się to, iż w Rosji w tymże 2018 roku wydatki na tzw. naukę „cywilną” wyniosły 2,52% PKB (z czego 2/3 na badania stosowane), a w Ukrainie – tylko 0,25% (wraz ze szkolnictwem wyższym – 0,6%). Zainteresowanie może budzić przymiotnik *cywilna* (*гражданская*) przy analizie finansowania rosyjskiej nauki. Trudno sprawdzić, jakie kwoty przeznaczają się na przemysł wojskowy. Wystarczy zauważyć, że w budżecie Rosji około 15% stanowi tzw. *rozdział ukryty*. Wysokość finansowania nauki może mieć wpływ na charakter, poziom i warunki badań, jednak nie przesądza o stosunku do nauki jako wartości w danym społeczeństwie. Wręcz odwrotnie. Ukraińska badaczka T. Petrushina przeprowadziła socjologiczną analizę na temat tego, co sądzą ukraińscy i zagraniczni naukowcy o przyczynach kiepskiego stanu ukraińskiej nauki. Większość respondentów (55%) zrzucała winę na finansowanie, lecz były wymieniane również inne poważne powody, np. „brak zapotrzebowania i zainteresowania ze strony państwa, gospodarki i biznesu”, „brak

integracji instytucji naukowych z biznesem”, „wąski pragmatyzm”, „nieracjonalne wykorzystanie kosztów i zła organizacja nauki”, „przestarzała baza techniczna”, „brak strategii rozwoju nauki i społeczeństwa”, „dogmatyzm”, „biurokracja”, „brak kryteriów oceny wyników badań” oraz „brak odpowiedzialności za wykonanie projektów badawczych”, „emigracja najlepszej kadry”, „niski poziom naukowej kultury i etyki”, „niski prestiż zawodu naukowca” (Petrushina 2017, 69-70). Wystarczy uważnie przyjrzeć się tej liście, żeby zrozumieć, że większość z tych zmor ukraińskiej nauki wcale nie wynika z braku finansowania. Do takich przyczyn można odnieść zarówno totalny brak zainteresowania nauką, niegospodarność, niską nauką kulturę i etykę, jak i brak kryteriów oceny wyników badań, brak odpowiedzialności, dogmatyzm czy brak strategicznej wizji. Tego wszystkiego nie da się naprawić zwiększeniem finansowania. Są to cechy natury kulturowo-cywilizacyjnej.

Finansowanie (i wysokość, i to, co jest finansowane) to nie przyczyna, lecz skutek takiego lub innego stosunku do nauki i naukowca w tym lub innym społeczeństwie (zarówno wśród władz i elit, jak i przedstawicieli tzw. nizin społecznych), czyli jest to wynik dominacji w danym społeczeństwie pewnego kulturowo-cywilizacyjnego typu organizacji społeczeństwa. To tutaj trzeba szukać odpowiedzi na pytania, dlaczego Ukraińcy tak zaniedbują swoją naukę, Polacy dbają nie tyle o poziom swojej nauki i wyniki badań, ile o tworzenie pozorów, iż są przedstawicielami nauki europejskiej, a Rosjanie intensywnie finansują tylko naukę strategiczną i badania stosowane. Używając etnonimów, mam oczywiście na myśli polskie, rosyjskie oraz ukraińskie władze.

Kulturowo-cywilizacyjny poziom socjalizacji osoby rozumiem jako najszerszy zakres wartości i zachowań, które jednoczą grupy wspólnot kulturowych, aż do całych warstw społecznych lub narodów, chociaż w żadnym wypadku nie zakładam hipostazy tych bytów systemowych. Wg swej istoty ontologicznej system kulturowo-cywilizacyjny jest zhierarchizowanym zbiorem wartości i zasad socjalizacji, będący funkcjonalnym makromodelem psychiki ludzkiej. Realnie (czyli ontologicznie) może istnieć tyle takich systemów, ile jest osób zaangażowanych w procesy socjalizacji w obrębie względnie trwałej realnej lub wirtualnej wspólnoty (przez wspólnotę wirtualną rozumiem społeczność opartą wyłącznie lub głównie na czynnikach informacyjno-semiotycznych, nieprzewidujących działań podmiotowo-manipulacyjnych i kontaktów bezpośrednich). Jednak z przyczynowego i teleologicznego punktu widzenia interesujące są nie tyle te zindywidualizowane obrazy świata, ile te analogiczne części psychospołecznych systemów osobowości, które jednoczą ludzi w społeczności i determinują ich światopogląd oraz zachowania społeczne. Dlatego typologizacja takich systemów wymaga maksymalnego uogólnienia zgodnie z pewnymi zasadami dedukcyjnymi. Jedną z takich zasad jest charakter odpowiedniego podmiotu postulowanego systemu kulturowo-cywilizacyjnego. Pod tym względem nie ma większego znaczenia, że prawdziwym nosicielem wartości i wzorców zacho-

wania zawsze jest pojedyncza osobowość ludzka. Ważne jest to, jakiego typu podmiot stanowi rdzeń pewnych wyobrażeń kulturowo-cywilizacyjnych, czyli jaka postać jest postulowana jako podmiot naczelny tego systemu kulturowo-cywilizacyjnego. Analiza klasyfikacji i typologii systemów cywilizacyjnych występujących w ogólnej antropologii, socjocybernetyce i historiozofii (A. Toynbee, F. Koneczny, P. Sorokin, S. Huntington, J. Kossecki, R. Piotrowski i in.) pozwoliła wyróżnić trzy takie podmioty – społeczność naturalna (ród, plemię, wspólnota lokalna lub nomadyczna), instytucja społeczna (państwo, Kościół, klasa, kasta, elita) oraz osoba ludzka (szczegółowo na ten temat zob. Leszczak 2014a). Na tym poziomie można wyróżnić trzy zasadniczo różne modele cywilizacyjne – naturalistyczny, instytucjonalno-transcendentny oraz antropocentryczny. Za drugie kryterium, o charakterze bardziej szczegółowym, można uznać stopień zależności podmiotu od czynników transcendentnych wobec jego doświadczenia osobistego (tradycje, bóstwa, instytucje, ale także instynkty i potrzeby naturalne), a w konsekwencji rolę osobistego czynnika woliwytwnego w kreowaniu doświadczenia społecznego. To kryterium działa na każdym z trzech poziomów podmiotowych, umożliwiając rozróżnienie dwóch kolejnych odmian w obrębie każdego modelu. Tak więc, na poziomie naturalistycznym można wyróżnić kulturowo-cywilizacyjny typ osiadło-naturalistyczny (nazwałem go *trybalistycznym* lub *tradycyjnym*) i koczowniczy, militarno-maskulinistyczny (niektórzy badacze nazywają go *turańskim*). Ten drugi jest o wiele bardziej woliwytystyczny niż pierwszy. Tutaj o wiele ważniejsza od tradycji pokoleniowej jest wola lidera lub impuls namiętności (czasem nazywany także *pasjonaryzmem*). W obrębie instytucjonalizmu można wyróżnić sakralno-transcendentny typ kulturowo-cywilizacyjnej organizacji społeczeństwa (tzw. *teokrację*) oraz typ hierarchiczno-transcendentny (*bizantyzm*, który z kolei ma dwie odmiany – etatystyczną i elitarną). Bizantyzm ma charakter hierarchii świeckiej, chociaż czasami jego zwolennicy są skłonni do hipostazowania, a nawet sakralizacji hierarchicznego ładu społecznego. Jest on jednak znacznie mniej transcendentny niż teokracja i odwołuje się do prawa stanowionego przez instytucjonalnego władcę lub zinstytucjonalizowane elity (woliwytystyczny rząd jest w nim wyrażony bardziej jawnie niż w teokracji, gdzie wola bóstwa jest tożsama z totalnie obowiązującą tradycją religijną). Wreszcie na poziomie modeli antropocentrycznych można wyodrębnić typ liberalno-demokratyczny (nazwijmy go umownie *europęjskim* bądź *łacińskim*) oraz typ liberalno-ekonomiczny (*amerykański* albo też *komercjalizm* lub *konsumpcjonizm*). Ta ostatnia odmiana systemu kulturowo-cywilizacyjnego jest znacznie bardziej zdeterminowana czynnikami ponadosobowymi niż europejska, ponieważ opiera się ona nie tyle na wolnej woli obywatela (czyli na wierze w najwyższą wartość godności ludzkiej i komunikację w społeczeństwie obywatelskim), ile na wolności ekonomicznych możliwości jednostek i zaspokojeniu ich pragnień konsumenckich przez bezosobowy rynek. Tak więc całą ogromną różnorodność modeli organizacji życia społecznego można

dość umownie sprowadzić do sześciu podstawowych systemów kulturowo-cywilizacyjnych: trybalizmu, turanizmu, teokracji, bizantynizmu, europeizmu i konsumpcjonizmu.

W każdym z nich rola i miejsce regularnego poznania naukowego oraz wizerunek osoby zaangażowanej w takie działania istotnie się różni.

2. Naturalistyczna wizja nauki

W społeczeństwach z przedinstytucjonalną dominacją kulturowo-cywilizacyjną (a do takich należy zaliczyć społeczeństwo rosyjskie i ukraińskie) wiedza może mieć wyłącznie charakter użytkowy, stosowany, a biorąc pod uwagę podejrzliwy stosunek do racjonalizmu i formalno-logicznych oraz abstrakcyjnych rozważań (zwłaszcza w nizinach społecznych i na peryferiach przestrzeni kulturowej), ma w dużej mierze również charakter intuicyjny i ezoteryczny. Naukowiec w takich społeczeństwach (a precyzyjniej, wśród nosicieli tego rodzaju systemu wartości) jest postrzegany albo jako mistrz rzemieślnik (szanowany za posiadanie wiedzy praktycznej), albo jako szaman, mag, czarnoksiężnik lub wiedźma, niezależnie od tego, czy to on/ona sam/sama postuluje ezoteryczne źródła swoich praktyk poznawczych, czy też jest to po prostu jedyny sposób, w jaki społeczeństwo może interpretować jego/jej wiedzę. W turanizmie naukowiec jest postrzegany dodatkowo jako teoretyk wojskowy, producent broni, logistyk lub uzdrowiciel. Jego rola i wartość w oczach opinii publicznej zależy od stopnia przydatności jego wiedzy dla podtrzymania siły i potęgi plemienia (narodu, kraju, państwa). W każdym razie nauka w takich społeczeństwach ma charakter czysto praktyczny i służy przede wszystkim dziedzinie gospodarczej (w trybalizmie) lub celom wojskowym (w turanizmie). W obu tych systemach cała wiedza – zarówno ezoteryczna, jak i odnosząca się do realnego życia ludzkiego – powinna być pożyteczna i służyć zaspokojeniu przede wszystkim potrzeb witalnych. Czy to oznacza, że opisany obraz nauki to historia wspólnot nomadycznych i zbieracko-łowickich? Bynajmniej. Tam, gdzie obecnie nauka jest podporządkowana militaryzmowi (na przykład kompleksowi wojskowo-przemysłowemu), a naukowiec jest utożsamiany z kowalem wykuwającym miecze, można odnotować pozostałości lub kontynuację tradycji turanizmu (było to charakterystyczne właśnie dla radzieckiego, a teraz dla rosyjskiego systemu kulturowo-cywilizacyjnego). Analogicznie tam, gdzie uczeni są odbierani jako swoiści „szamani” posiadający przepisy na życie i wiedzący, jak jest „naprawdę” i „w rzeczywistości” (co jest charakterystyczne dla dużej części społeczeństwa ukraińskiego i pewnej części społeczeństwa rosyjskiego), mamy prawo konstatować dominację systemu trybalistycznego. Stosunek do racjonalno-logicznej, metodologicznej wiedzy w obu tych systemach jest niezwykle podejrzliwy i lekceważący. Rosjanie czasem nazywają język nauki „ptasim językiem” (*птичий язык*). Nauka

we współczesnym społeczeństwie trybalistycznym często wygląda jak prywatny folwark „samych swoich”. N. Chernaya (2017), pisząc o stanie ukraińskiej nauki akademickiej, obrazuje ją właśnie w taki sposób: finansowane są „swoje instytuty”, liczne „martwe dusze” w zespołach badawczych, zdobywanie po znajomości środków budżetowych na badania, zatrudnianie w instytutach akademickich „posiadaczy” («*посидельцы*»), „którzy przez lata chodzą do pracy, żeby «posiedzieć sobie»” oraz „noblowych starców” («*аксакалы*»), „których nikt nie zwalnia przez wzgląd na ich dawne zasługi”. Charakterystyczną cechą trybalistycznego (a niekiedy i turanistycznego) systemu jest powstawanie różnego rodzaju pseudonauk i przenikanie elementów magicznego myślenia w badania *stricte* naukowe (zwłaszcza w zakresie nauk humanistycznych i społecznych). Dotyczy to zarówno stanu nauki na Ukrainie, jak i w Rosji:

Pseudonauka na Ukrainie rozkwitła i mocno zakorzeniła się we wszystkich urzędach. Kierownictwo podtrzymuje i promuje poglądy religijne, które faktycznie przekształciły się w państwowe oraz przeniknęły zarówno do szkół średnich, jak i do wojska. Horoskopy, jasnowidze, znachorzy-szarlatani wypełnili ekrany TV, natomiast światopogląd naukowy oraz ateizm są ze wszystkich stron zakłamywane, nie otrzymując poparcia w społeczeństwie (Loktev 2012).

Na rosyjskich forach internetowych można znaleźć liczne wypowiedzi, świadczące o tym, że sytuacja w tym społeczeństwie jest mniej więcej podobna. Można ją skwitować ironicznym wpisem jednego z internautów: „Medycyna na przykład wśród nauk ścisłych znajduje się na trzecim miejscu. Po chiromancji i astrologii”. Mieszanka racjonalizmu i ignorancji jest zupełnie normalnym zjawiskiem nie tylko w środowisku rosyjskiej czy ukraińskiej inteligencji, lecz także nie jest rzadkością w Polsce. Zatem można z pewnością powiedzieć, że trybalizm to wspólna cecha wszystkich trzech etnoprzestrzeni, zwłaszcza w świadomości masowej.

3. Wizerunek nauki w systemach instytucjonalistycznych

Wizerunek naukowca i nauki w instytucjonalnych typach doświadczenia kulturowo-cywilizacyjnego wygląda nieco inaczej (do tego typu po części można zaliczyć społeczeństwo polskie, w nieco mniejszym stopniu część społeczeństwa rosyjskiego). Podstawowa różnica polega tylko na tym, jakim instytucjom nauka i naukowcy służą oraz potrzeby jakich władz zaspokajają. W przypadku teokracji nauka i poznanie są postrzegane jako integralna część religii. Prawda postulowana przez naukowca nie może być sprzeczna z objawieniem religijnym, sam on zaś najczęściej jest osobą duchowną, rzadziej świecką, ale jednocześnie znajdującą się pod nadzorem Kościoła lub innego dogmatycznego centrum ideologicznego. To właśnie teokratyczny wizerunek naukowców-kapłanów reprezentuje ich jako wyjątkową kastę nosicieli tajemnej

wiedzy, czyja opinia jest uważana za prawdę ostateczną (czasem opartą na wizjach mistycznych), a sama nauka postrzegana jako coś niepojętego i niedostępnego dla zrozumienia niewtajemniczonych. Można się zgodzić z Martinem Heideggerem piszącym w „Czasie światooobrazu”, że w tym typie społeczeństwa „poznawanie nie jest badaniem, lecz prawidłowym rozumieniem miarodajnego słowa i autorytetów, które je głoszą. Dlatego w działalności poznawczej średniowiecza pierwszeństwo przypada roztrząsaniu słów i poglądów doktrynalnych rozmaitych autorytetów” (Heidegger 1997, 72).

W tym sensie społeczeństwo totalitarne (a czasem też autorytarne) pod wieloma względami przypomina teokrację (choć połączoną z turanizmem). Także tutaj badania naukowe muszą być weryfikowane przez ustalone dogmaty ideologiczne, a naukowcy podlegają całkowitej ideologicznej kontroli (oraz represjom *stricte* turańskiego typu). Taki typ społeczeństwa występował w nazistowskich Niemczech, faszystowskich Włochach czy stalinowskim ZSRR, a obecnie – w Korei Północnej.

Wiedza naukowa w teokracji służy dwóm celom: w wersji egzoterycznej służy racjonalnej legitymizacji ideologicznego zarządzania społeczeństwem, a w wersji ezoterycznej jest środkiem do tworzenia hierarchii wtajemniczonych w strukturze władzy religijnej. Naukowiec w teokracji jest sługą wyższego, często tajnego celu, gotowym „złożyć na ołtarzu” transcendentnej idei nie tylko racjonalizm i logikę, lecz także życie – zarówno własne, jak i innych ludzi jako „królików doświadczalnych”. Teokratyczny system istniał w Europie w średniowieczu, a dzisiaj tego typu model występuje w niektórych krajach z dominacją fundamentalizmu islamskiego oraz w środowiskach żydowskiej lub hinduistycznej ortodoksji. Taki sam typ społeczeństwa propagują niektórzy współcześni polscy ideolodzy religijni, głoszący podporządkowanie świeckiej władzy (i nauki) ideologii religijnej.

Moim zdaniem teokratyczny system kulturowo-cywilizacyjny wcale nie musi dominować w całym społeczeństwie. Jego rozmaite przejawy mogą występować wyrywkowo, w niektórych dziedzinach życia lub w niektórych warstwach społecznych. Współistniał i subdominował (obok bizantynizmu) w elitach Księstwa Moskiewskiego i carskiej Rosji. Szczególnie wyraźnie teokratyzm dominował w środowisku staroobrzędowców. Jak zauważa Sergiusz Romanowski, jego nawroty cechowały epokę panowania Aleksandra I, zwłaszcza po najeździe Napoleona, kiedy to car ogłosił, że teologia jest „podstawą edukacji”, wiedza jest „źródłem błędów”, a naukowcy, zresztą jak wszyscy ludzie myślący, „podważają podstawy ustroju państwowego” (Romanowski 2010).

Wizerunek nauki i naukowca zmienia się nieco w bizantynizmie (tj. świeckim systemie hierarchicznym), w którym naukowiec zamienia się w sługę „króla”, ludu i ojczyzny lub państwa (a później firmy), w swego rodzaju urzędnika państwowego, służącego i jednocześnie swoistego stróża „skarbcza wiedzy”. Dla takiej osoby nauka jest albo służbą administracyjno-biurową, albo pełnieniem „świętego” obowiązku wobec swojego pana, ojczyzny lub swojej kasty. Podobnie jak w teokracji w bizan-

tylizmie wiedza naukowa podlega monopolizacji władz i jest przez nie wykorzystywana jako środek zarządzania poddanymi lub jako nagroda dla najbardziej oddanych sług. Nie ma przy tym większego znaczenia, czy mówimy o etatystycznym bizantyzmie (z monopolem państwa, jak w ZSRR czy we współczesnej Rosji), o bizantyzmie elitarnym (z monopolem poszczególnych kast i korporacji, jak w Polsce) czy bizantyzmie komercyjnym (jak we współczesnych korporacjach międzynarodowych). To w tym typie organizacji społeczeństwa pojawia się koncepcja nauki państwowej, narodowej i korporacyjnej. Najwyższą nagrodą dla naukowca w bizantyzmie jest sława, miłość narodu i/lub łaska władz, tj. wysokie tytuły, stopnie, posady i nagrody. Jaskrawym przykładem bizantyńskiego wizerunku naukowca jest naukowa „tabela rang”: magister – doktor (kandydat nauk w Rosji i Ukrainie) – doktor habilitowany (doktor nauk) – profesor (nadzwyczajny lub zwyczajny w Polsce) – członek korespondent Akademii Nauk – rzeczywisty członek Akademii Nauk, a także stosowane w różnych krajach tytuły, na wzór: Zasłużony Działacz Nauki (i Techniki), Honorowy Akademik, Honorowy Profesor, Doktor Honoris Causa itp. Między innymi w bizantyńskim systemie można zaobserwować symbiozę nauki i władzy w postaci różnego rodzaju quasi-naukowych instytucji administracyjnych, które zarządzają działalnością naukową – różnego rodzaju CK, WKA (Wyższa Komisja Akredytacyjna), akademie nauk (zwłaszcza państwowe) lub ministerstwa nauki (szczególnie z funkcjami administracyjno-regulacyjnymi). Klasycznym przykładem bizantyzmu w Polsce jest Instytut Pamięci Narodowej, łączący funkcje instytutu badawczego i prokuratury. Całe dzieje nauki w Rosji od czasów Piotra I to „historia nieustannej walki oddanych swej sprawie umysłów z bezduszną biurokracją” (Романовский 2010). Jeszcze w 1918 roku wybitny rosyjski prawnik, jeden z liderów partii konstytucyjnych demokratów, Aleksander Izgojew, napisał o tradycyjnym rosyjskim etatystycznym bizantyzmie: „główne przestępstwo starego reżimu przeciwko nauce polegało na tym, że nie dopuścił on do zakorzenienia się tradycji naukowej, traktując naukowców jako urzędników władzy samodzierżawczej” (Izgoev 1991, 372). Rozwijając tę myśl Izgojewa, Romanowski (pisząc o Rosyjskiej AN) odnotowuje, że nauka w jej współczesnym – oświeceniowo-pozytywistycznym rozumieniu do Rosji „została importowana jako zwykły towar. Dlatego Akademia od momentu jej założenia stała się szeregową instytucją państwową, która funkcjonowała zgodnie z prawami rosyjskiej biurokracji” (Romanowski 2010).

Oba instytucjonalne systemy transcendentne – teokracja i bizantyzm – nie akceptują nauki jako racjonalno-krytycznego porządkowania doświadczenia zbiorowego i indywidualnego. Ale w przeciwieństwie do dwóch pierwszych systemów, w których wolnomyślny uczonej teoretyk może wywoływać pogardę i kpiny, w bizantyzmie i teokracji taki typ naukowca może być postrzegany jako realne lub potencjalne zagrożenie dla systemu instytucjonalnego, jako anarchista, niszczyciel fundamentów społecznych, heretyk itp. W takich społeczeństwach zawsze

występowały przejawy odgórnego kontroli nauki, takie jak cenzura i instytucjonalne prześladowania naukowców, zakazy badań (a wcześniej również palenie książek, czasem wraz z ich autorami). W systemie bizantyńskim wartościami nadrzędnymi są nie wiedza racjonalna i wykształcenie, lecz wiara i posłuszeństwo wobec władzy. W internecie natknąłem się na następujący wpis:

- (1) Dobrze, że są jeszcze mądrzy urzędnicy, którzy wyjaśnili, że patriotyzm i szacunek do panów, a nie poznanie powinny być główną cnotą obywatela. Głupi ludek stara się dać wykształcenie swemu małenstwu. Po co? Po co narażać dzieci na męki? Prości ludzie powinni tylko znać modlitwę i drogę do kościoła. I jeszcze polecić do lokalu wyborczego, zastosować się do demokracji i wybrać tych samych panów.

Mniej jaskrawym, można by rzec, łagodnym przejawem bizantynizacji wizerunku nauki jest symbioza nauki i edukacji. Edukacja, jako integralny element przygotowania do przyszłej działalności gospodarczej, niewątpliwie cieszy się owocami działalności naukowej, ale jej zadania i cele nie mają nic wspólnego z nauką jako poszukiwaniem racjonalnie udowodnionej wiedzy. Podporządkowanie nauki potrzebom edukacji (choćby wyższej) jest najprostszym sposobem zarządzania działalnością naukową ze strony różnego rodzaju organów administracji.

4. Osobowe pojmowanie nauki

Jakościowo nowa sytuacja powstaje w antropocentrycznych kulturowo-cywilizacyjnych typach organizacji społeczeństwa. W cytowanej wyżej pracy Heidegger w ten sposób puentuje istotę nowoczesności (którą można uważać za historyczny początek antropocentrycznego obrazu świata w Europie):

Zapewne, w ślad za wyzwoleniem człowieka nowożytność promuje subiektywizm i indywidualizm. Równie jednak pewne jest, że żadna wcześniejsza epoka nie stworzyła obiektywizmu dającego się porównać z nowożytnym oraz że nigdy przedtem to, co nieindywidualne, nie uzyskało znaczenia pod postacią kolektywności. [...] Nie to jest decydujące, że człowiek wyzwala się z dotychczasowych więzi do siebie, lecz to, że gdy człowiek staje się podmiotem, przekształca się w ogóle jego istota (Heidegger 1997, 76).

W europejskim systemie liberalno-demokratycznym (który zaczyna kształtować się w czasach oświecenia) nauka zamienia się w dyskurs krytyczny, zderzenie opinii, pluralistyczny tygiel, w którym jest miejsce dla każdego, lecz w którym niestety nie każdy potrafi się odnaleźć. Z jednej strony uczony jako reflektujący i swobodny od cenzury intelektualista już nie powinien służyć świeckim (bizantynizm) czy religijnym (teokracja) władzom, nie powinien być również skrępowany ludową tradycją (trybalizm) czy wolą wodza (turanizm), z drugiej zaś podejmując ryzyko

funkcjonowania w systemie europejskim, traci też monopol na wiedzę i prawdę (które mu gwarantowali jego mocodawcy w poprzednich modelach organizacji społeczeństwa). Z wybranego i oddanego posiadacza wiedzy tajnej staje się ekspertem, profesjonalistą, osobą prywatną bez niekwestionowanego autorytetu, której opinia wymaga jeszcze udowodnienia. W społeczeństwie obywatelskim uczony nie ma już żadnej innej władzy poza siłą logiki dowodów i osobistej reputacji w środowisku naukowym. Potencjał nauki i autorytet naukowca całkowicie zależą zarówno od stopnia twórczej wolności poznania, jak i od potrzeb poznawczych demokratycznej większości obywateli, tj. od ich ogólnego poziomu kulturowego i edukacyjnego oraz ich potrzeb duchowych. Właśnie idea tzw. cywilizacji europejskiej maksymalnie przyczynia się do rozwoju nauki dla samej nauki, czyli poznania jako takiego.

Fraza „nauka dla nauki” może stać się dla kogoś takim samym straszakiem jak hasło „sztuka dla sztuki”. Nie warto się jej bać. Zarówno jedna, jak i druga nie dotyczą izolowania nauki czy sztuki z ogółu ludzkiego doświadczenia (takich niedorzecznych pomysłów nie mieli chyba nawet najbardziej radykalni dekadenci czy scjentyści). Chodzi wyłącznie o typologiczny wyznacznik „naukowości” (jak i „estetyczności”), bez którego te formy doświadczenia wirtualnego nie mogą być ani wyróżnione spośród innych, ani zastosowane w celu identyfikacji i kwalifikacji poszczególnych ludzkich działań. Jeśli nie ustalimy, czym jest nauka jako taka, nigdy nie będziemy potrafili powiedzieć, czy pewne działania intelektualne są badaniami naukowymi, racjonalizacją gospodarczą, rozważaniami filozoficznymi czy może manipulacją ideologiczną. Nauka w społeczeństwie europejskim, emancypując się od polityki, ekonomii i filozofii, przestaje być „służącą” ideologii władz lub elit i staje się środkiem zaspokojenia własnych i społecznych potrzeb racjonalnego uporządkowania wiedzy. Technologia i badania stosowane w systemie europejskim zostają oddzielone od teorii i sfery badań podstawowych, a ideografia (zbadanie i opis faktów) od nomotetyki (zbadania i objaśnienia zasad). Powstaje nowy obraz nauki – jako narzędzia kształtowania ludzkiej duchowości racjonalnej. Romanowski w cytowanej już pracy wypowiedział bardzo interesującą myśl, która może być potraktowana jako swego rodzaju wzorzec ogólny: „nauka w Rosji zawsze była państwowa, lecz samo uprawianie nauki nie było uważane za działalność o wadze państwowej lub społecznej” (Romanowski 2010). Jest to wzorzec bizantynoturancyzmu. W konsekwentnym bizantynizmie zarówno nauka, jak i działalność naukowca powinny być traktowane jako sprawa państwowo-społeczna, w czystym zaś turancyzmie nauki w jej współczesnym racjonalistycznym rozumieniu jeszcze nie ma. Natomiast tenże wzorzec może być zastosowany również do społeczeństwa typu europejskiego. Nauka w tym systemie kulturowo-cywilizacyjnym nie powinna być państwowa czy korporacyjna, lecz jest wg swojej istoty właśnie działalnością pojedynczych lub zespolonych ze sobą naukowców. Jednakże sama ta działalność nie może i nie powinna mieć statusu sprawy prywatnej. Uczony w społeczeństwie europejskim powinien czuć zarówno społeczną doniosłość swej działalności, jak

i jej wsparcie ze strony państwa. Trudno powiedzieć, w jakim stopniu ten system wartości i taki wizerunek nauki już stał się codziennością w krajach europejskich, Kanadzie czy Australii (gdzie ten typ kulturowo-cywilizacyjny dominuje lub subdominuje). Europeizm jest modelem *in statu nascendi*, chociaż jego korzenie tkwią jeszcze w starożytnych Atenach, a początki – w ideałach oświecenia i Rewolucji Francuskiej.

Jeśli chodzi o interesujące nas obszary etnokulturowe, to warto nadmienić, że i w Polsce, i Ukrainie czy Rosji nauka w wydaniu europejskim stała się potężnym czynnikiem kulturowo-cywilizacyjnego przekształcenia tych społeczeństw, chociaż w różnym stopniu. Jak pisze Romanowski, to, że Rosja w czasach Piotra Pierwszego „otworzyła drzwi” dla zagranicznych fachowców, przyczyniło się do „europeizacji rosyjskiego życia, stopniowego przekształcenia rosyjskiego człowieka w rosyjskiego Europejczyka” (tamże). Warto jednak pamiętać, że odsetek owych „rosyjskich Europejczyków” we współczesnej Rosji nadal pozostaje mało widoczny. W swoim badaniu rosyjskiego etnicznego obrazu świata określiłem europeizm jako cechę marginalną (zob. Leszczak 2014b).

Na etapie kształtowania europeizmu jako modelu kulturowo-cywilizacyjnego powstają różne hybrydalne postawy, np. teokratyczno-liberalne pojmowanie nauki jako swobodnej indywidualnej twórczości służącej wyższym, transcendentnym celom (np. Prawdzie). Taką postawę w Rosji i na Ukrainie zajmuje duża część twórczej inteligencji. Można ją unaocznic wypowiedzią wybitnego uczonego W. Wernadskiego, który napisał w swoim dzienniku: „Szukam i odnajduję oparcie w sobie samym, w dążeniu do wieczności, która jest ponad wszelkimi narodami i wszelkimi państwami. Odnajduję to oparcie w pracy naukowej, w twórczości naukowej” (Vernadskiy 1994, 62).

Rozziew między naukowcami typu liberalno-demokratycznego (europejskiego) a liberalno-teokratycznego (transcendentnego) staje się widoczne, gdy patrzy się przez pryzmat sporu o społeczną odpowiedzialność naukowca. Karmin i Nowikowa poniekąd pokazują to zróżnicowanie, analizując postawę „neutralistyczną” i „odpowiedzialną”. Pierwsza polega na przekonaniu, że

problemy nauki powinny zostać oddzielone od religii, polityki, etyki i w ogóle od problemów społecznych i ideologicznych. Uczony powinien czynić swoje – badać, odkrywać, tworzyć opracowania, projektować, a to, w jaki sposób będą wykorzystywane efekty jego pracy, jest kwestią wykraczającą poza ramy nauki. Odpowiedzialność za rozwiązanie tej kwestii ciąży nie na nauce czy naukowcach, lecz na tych, kto ma prawo i władzę takie kwestie rozwiązywać (Karmin/Novikova 2008, 69).

Druga zaś postawa polega na idei, w której

uczony nie powinien neutralnie, bezstronnie patrzeć na to, w jaki sposób jest wykorzystywany dorobek naukowy. Nie może realizować zamówień społecznych w taki

sam sposób, jak żołnierz wykonuje rozkaz przełożonego. Naukowcy nie mają prawa przekładać odpowiedzialność za skutki swej działalności na społeczeństwo, rząd, firmy lub poszczególne osoby, które zamawiają i finansują ich pracę (tamże).

W zaprezentowanej opozycji tkwi szereg alogizmów i nieścisłości. Z jednej strony zostały pomieszczone kwestie funkcjonalnej i pragmatycznej istoty nauki w odróżnieniu od innych form działalności ludzkiej, z drugiej zaś – kwestie społecznej determinacji i teleologii badań naukowych. W pierwszej kwestii nie ma zasadniczej różnicy między tzw. neutralistami i antyneutralistami. Jedni i drudzy nie powinni uprawiać w nauce ani ideologii, ani polityki, ani moralizatorstwa. Zatem „neutraliści” (wg zaprezentowanego opisu) mają rację, że badania i wdrożenie wyników badań to kwestie zasadniczo odmienne i nie wolno ich mieszać. I jedni i drudzy powinni ponosić odpowiedzialność za jakość wykonanego przez nich badania, zwłaszcza jeśli zostało przeprowadzone na zamówienie i jeśli wzięli za to wynagrodzenie. Problem tkwi w tym, jakie badania przeprowadzać i jakie wyniki upubliczniać. Owszem, uczony w społeczeństwie demokratycznym nie powinien być zmuszany do badań, skutki których ewidentnie zagrażają ludziom (bezpośrednio lub w perspektywie). Zatem mają rację opisani powyżej zwolennicy „społecznej odpowiedzialności”, że uczony to nie żołnierz i powinien zdawać sobie sprawę, jakie mogą być (a w przypadku zamówienia – na pewno będą) skutki jego pracy. Jednak uczony, który zajmuje się badaniem nowych chemicznych związków czy fizyką jądrową, nie może ponosić odpowiedzialności za przedsiębiorcę, który zamiast wyprodukowania pożytecznej dla społeczeństwa substancji, produkuje zakazaną broń chemiczną, jak również nie może odpowiadać za władze, które zamiast promować budowanie elektrowni jądrowej, promują produkcję broni jądrowej. Każdy typ działalności ma własny zakres funkcji i własny zakres odpowiedzialności. Jednak w pewnym sensie zaproponowana przez rosyjskich badaczy opozycja postaw odpowiada przedstawionemu przeze mnie zróżnicowaniu między liberałami europejskimi i teokratycznymi (transcendentnymi). Pierwsi są świadomi swojej funkcji społecznej i mierzą swoje działania poznawcze sytuacją społeczną i warunkami kulturowo-cywilizacyjnymi, drudzy zaś skłonni są abstrahować od tych czynników ze względu na tzw. interes wyższy, jakim – w ich mniemaniu – jest służenie Prawdzie. Ma rację Łoktiew, że nauka to

przede wszystkim kwestia systemu ludzkich wartości, osobowościowej i zbiorowej moralności, poprawnego pojmowania świata, a także normalnego klimatu społecznego. Jeszcze jednym warunkiem rozwoju nauki jest możliwość zachowania (w masach ludzkich) poczucia własnej godności, żeby przynajmniej czasem kluczowe pytanie „Kto ma rację?” dawało odpowiedź merytoryczną [...] bardzo wiele w nauce opiera się na zaufaniu zarówno społeczeństwa do uczonego, jak i pomiędzy samymi uczonymi (Loktev 2012).

Jednak dopóki ignoranckie społeczeństwo potrzebowało naukowca jako wyroczeni (w systemach naturalistycznych), a władze widziały w nim producenta broni informacyjnej (w modelach instytucjonalnych), istniała możliwość adekwatnej do tych wymagań oceny jego pracy – poprzez uposażenie lub hołdy i zaszczyty. W społeczeństwie liberalno-demokratycznym okazało się, że ocena pracy uczonego jako swobodnego intelektualisty „produkującego” wiedzę teoretyczną jest bardzo trudna. O wiele łatwiej jest tutaj ocenić pracę artysty czy sportowca. Mogą oni być utrzymywani przez fanów, którzy kupują ich utwory lub płacą za własną rozrywkę. W nauce wszystko jest znacznie bardziej skomplikowane. Naukowcy tworzą swoje produkty intelektualne – teorie, koncepcje, opisy, wyjaśnienia – przede wszystkim dla innych uczonych, wzmacniając negentropię informacyjną i racjonalnie porządkując publiczne doświadczenie informacyjne, o czym społeczeństwo zwykle nie ma pojęcia i za co nie zamierza płacić. Oczywiście owoce badań naukowych można wykorzystać albo w życiu gospodarczym (tj. w celu osiągnięcia najlepszych efektów pracy), albo w życiu społeczno-politycznym (w celu zwiększenia efektywności relacji społecznych). Jednak w szeroko rozumianym wolnym rynku najłatwiej jest wykorzystać efekty badań naukowych przede wszystkim do maksymalizacji zysków lub do manipulowania świadomością publiczną.

Nic więc dziwnego, że przyszłość należy najprawdopodobniej do konsumpcjonizmu, który stopniowo przekształca naukę z narzędzia rozwoju duchowości racjonalnej w bezpośrednią siłę wytwórczą, do czego wzywał już Leonid Breżniew na XXV zjeździe KPZR, powołując się na Karola Marksa (który przypisywał taką funkcję tzw. powszechnej wiedzy społecznej). W konsumpcjonizmie, tj. społeczeństwie wolności gospodarczej i wartości konsumpcyjnych, pojawia się nieco inny obraz nauki niż w tzw. europejskim systemie kulturowo-cywilizacyjnym. W tym przypadku rola nauki zostaje całkowicie podporządkowana komercyjnemu i konsumenckiemu potencjałowi wytwarzanych przez uczonych informacji. W tym przypadku nauka faktycznie zamienia się z jednej strony w produkcję ekonomicznie wartościowych pomysłów, a z drugiej – w wolny rynek informacyjny. Nic więc dziwnego, że w konsumpcjonizmie nauka stopniowo przechodzi z jakościowych na ilościowe parametry oceny. Klasycznymi cechami społeczeństwa konsumpcyjno-informacyjnego są tendencje rozwoju ilościowych procedur naukometrycznych: tworzenie rankingów, ewaluacje, indeksacje itp. Twórczość naukowa, utraciwszy charyzmat szamańskich objawień oraz włodarza w osobie wodza, państwa, korporacji lub Kościoła, w konsumpcjonizmie (tj. w warunkach wolnorynkowych) wymyka się nie tylko spod kontroli ideologicznej, lecz także spod kontroli intelektualnej. Nauka w tym systemie kulturowo-cywilizacyjnym ma tylko jednego przełożonego, mistrza i żywiciela – tzw. niewidzialną rękę rynku, która często okazuje się „ręką” którejs z korporacji międzynarodowych.

Jednak wyzwolenie nauki z aparatu władzy we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym może okazać się jedynie obrazem medialnym, ponieważ w wielu

krajach (w tym w Rosji, na Ukrainie i w Polsce) naukometria została przejęta przez biurokratyczny aparat państwowy oraz elitarne korporacje naukowców i przedsiębiorców, a następnie z dużym powodzeniem zaczęła być wykorzystywana jako instrument panowania nad środowiskiem naukowym. Za pieniądze lub „po znajomości” można załatwić sobie publikacje w czasopismach i wydawnictwach wysoko punktowanych, istnieją również sposoby na podniesienie sobie wskaźnika cytowań bez prowadzenia dodatkowych badań. Istnieją firmy, które trudnią się tego typu płatnymi usługami. Sprowadzenie oceny działalności naukowej do liczby publikacji w czasopismach z ograniczonej listy i wyeliminowanie z tej oceny wszystkich innych form działalności naukowej (uczestnictwo i organizacje konferencji i seminariów, publikowanie czasopism i serii wydawniczych spoza listy, uczestniczenie w dyskusjach naukowych, prezentacje dorobku itp.) stwarzają jedynie pozory konsumpcyjnego charakteru takich zachowań (w konsekwentnym konsumpcjonizmie parametryzacji ilościowej powinny być poddane wszystkie bez wyjątku przejawy działalności naukowej, a sama ta parametryzacja powinna być podporządkowana zasadom wolnego rynku). Wszystko to jest typowym bizantyzmem, zmierzającym do administracyjnego podporządkowania sobie naukowców, a jednocześnie tworzenia dla nich wąskich ścieżek poruszania się, które łatwo można kontrolować. Ten obraz nauki i naukowca będzie niestety dominował we współczesnym doświadczeniu publicznym jeszcze przez długi czas. Obawiam się jednak, że jeśli coś go zastąpi w przyszłości, to może być to *stricte* konsumencki model nauki: w najlepszym przypadku jako fabryka do produkcji informacji, a w najgorszym – jako sklep, gdzie taki informacyjny towar będzie sprzedawany.

5. Zakończenie

Podsumowując, możemy powiedzieć, że w obrazie ludzkiego świata nauka zawsze jest prezentowana w postaci wyznaczonej przez kulturowo-cywilizacyjne modele społeczeństwa: albo jako praktyczna magia, doświadczenie życiowe i racjonalizacja produkcji (w modelu trybalistycznym i turańskim), albo jako ezoteryczna wiedza chroniona przez instytucje religijne oraz narzędzie ideologicznego manipulowania świadomością (w teokracji), albo jako skarbnica wiedzy przechowywanej przez elity lub państwo i jednocześnie narzędzie sprawowania władzy (w bizantyzmie), albo jako kreatywność intelektualna i dyskurs krytyczny (w społeczeństwie liberalno-demokratycznym), albo wreszcie jako produkcja, magazynowanie i sprzedaż zunifikowanego i znormalizowanego produktu informacyjnego (w konsumpcjonizmie). Wiedza naukowa również może być pojmowana w zróżnicowany sposób kulturowo-cywilizacyjny nawet w ramach jednej przestrzeni etnokułturowej: albo jako prawda ostateczna lub objawiona (w doświadczeniu magicznym w trybalizmie

i turanizmie lub doświadczeniu religijnym w teokracji), albo jako prawda sankcjonowana (przez władzę lub ideologów w bizantyzmie i teokracji), albo jako stosowane *know how* i skuteczny przepis na sukces (przede wszystkim w konsumpcjonizmie), albo wreszcie jako wiedza racjonalna i do udowodnienia (przede wszystkim w europeizmie i konsumpcjonizmie, ale także w bizantyzmie elitarnym).

Bibliografia

- CHERNAYA, N. [Черная, Н.] (2017), Украинская наука: вековой застой. In: <https://www.unian.net/science/1944639-ukrainskaya-nauka-vekovoy-zastoy.html> [dostęp 23 IX 2019].
- HEIDEGGER, M. (1997), Drogi lasu. Warszawa.
- HUNTINGTON, S. P. (1997), Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego. Warszawa.
- IZGOYEV, A. S. [Изгоев, А. С.] (1991), Вехи. Из глубины. Москва.
- KARMIN, A. S./NOVIKOVA, J. S. [Кармин, А. С./Новикова, Е. С.] (2008), Культурология. Санкт-Петербург.
- KONECZNY, F. (1935), O wielości cywilizacji. Kraków.
- KONECZNY, F. (1996), O cywilizację łacińską. Lublin.
- KOSSECKI, J. (2003), Podstawy nowoczesnej nauki porównawczej o cywilizacjach. Socjologia porównawcza cywilizacji. Katowice.
- LESZCZAK, O. (2014a), Krytyka doświadczenia etnicznego. Metodologiczne i kulturowo-cywilizacyjne wprowadzenie do badania etnicznych obrazów świata Rosjan, Polaków i Ukraińców. Katowice.
- LESZCZAK, O. (2014b), Rosyjski etniczny obraz świata w aspekcie kulturowo-cywilizacyjnym i lingwosemiotycznym. Toruń.
- LOKTEV, V. [Локтев, В.] (2012), ...I про науку в Україні можна забути. In: ZN.UA, 17 II 2012 [dostęp 23 IX 2019].
- PETRUSHINA, T. O. [Петрушина, Т. О.] (2017), Стан науки в Україні (за оцінками вітчизняних та зарубіжних експертів). In: Вісник НАН України. 11, 66-80.
- PIOTROWSKI, R. (2003), Problem filozoficzny ładu społecznego a porównawcza nauka o cywilizacjach. Warszawa.
- ROMANOVSKIY, S. I. [Романовский, С. И.] (2010), Наука под гнетом российской истории. In: https://royallib.com/read/romanovskiy_serгей/nauka_pod_gnetom_rossiyskoy_istorii.html#0 [dostęp 29 IX 2019].
- SOROKIN, P. A. [Сорокин, П. А.] (2006), Социальная и культурная динамика. Москва.
- TOYNBEE, A. J. (1988), Cywilizacja w czasie próby. Warszawa.
- VERNADSKIY, V. I. [Вернадский, В. И.] (1994), Дневники (1917-1921). Киев.

ALEKSEI SHLYAKOV / АЛЕКСЕЙ ШЛЯКОВ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4294-2704>
Industrial University of Tyumen

ОБРАЗ НОМАДИЗМА В РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

The image of nomadism in Russian reality

Ключевые слова: номадизм, движение, пространство, образ жизни

KEYWORDS: nomadism, movement, space, lifestyle

ABSTRACT: The article reveals the specific features of nomadism on the basis of an analysis of the work of poststructuralists, social philosophers. These include the increase in the speeds and frequency of movements of material and virtual objects; blurring the line between Home and work due to the proliferation of the Internet; short duration and simulative interpersonal contacts; a change in the topology of a social space designed according to the principles of a smooth and rhizome space in metropolis, which leads to a nonstop movement. It has been established that in Russian reality manifestations of nomadism can be found in the design and use of spaces of large cities, in the motorization of the population, the development of international and domestic tourism, as well as the emergence of the phenomenon of digital nomads.

1. Постановка проблемы и основные понятия

В последние десятилетия невозможно не заметить рост изменений, происходящих в единицу времени в различных областях социального бытия. Меняются регламенты, стандарты, требования, потрясают радикальные преобразования в политике и экономике. Образ жизни современного человека напоминает бесконечную гонку, конца которой не существует. Человек постоянно пребывает в безостановочном движении: из дома на работу, на работе, с работы домой. Даже параметры реализации личности в обществе такие, как «успех», «успеваемость», «успешность», этимологически связаны с усвоением скоростных режимов. Процессы глобализации, упразднившие национальные границы государств, позволяют беспрепятственно перемещаться не только в пределах одного государства, превращая территорию Земли в поле кочевания, а самого человека в кочевника. Развитие индустрии туризма, а также распространение сетевых гостиниц и ресторанов быстрого питания позволяют человеку безбоязненно покидать границы родной

страны и при этом ожидать, что везде можно чувствовать себя «как дома». Такое планетарное кочевничество в современной гуманитарной науке получило название *номадизм*.

В современной науке принято говорить о мобильности, подразумевающей социальные перемещения, что несколько сокращает область исследования (Сорокин 2005; Филлипов 2012). *Номадизм* подразумевает движение человека в социальном, в ландшафтно-территориальном и в виртуальном пространствах.

Термин *номадизм* в гуманитарных науках изначально обозначал кочевой тип хозяйственной деятельности, который в период индустриального общества рассматривался с позиций седентаризма, как отсталый (Хазанов 2008). Второе значение – глобальное кочевничество – термин *номадизм* приобрел в философии постструктурализма (Ж. Делёз, Ф. Гваттари) и в социальной философии позднего модерна (Ж. Аттали, З. Бауман, Ж. Бодрийяр, Э. Тоффлер). В отечественной науке обращение к исследованию *номадизма* обнаруживается в трудах А. К. Секацкого, А. В. Головнева и др.

Делёз и Гваттари разрабатывают концепт *номадизма* для описания акта сопротивления любым формам власти и принуждения. *Номадизм*, именуемый ими «машина войны», выступает в оппозиции к «машине Государства». Для *номадизма* война не является целью, в *номадизме* осуществляется процесс детерриторизации, ускользания и перераспределения потоков движения.

Война – лишь мерзкие отбросы машины войны: либо, когда она вынуждена приспособиться под аппарат Государства, либо, что еще хуже, когда она сама конструирует аппарат Государства, приспособленный лишь для разрушения (Делёз 2010, 378).

Помимо этого, Делёз рассматривает *номадизм* как процессуальность саму по себе, как бесконечный акт становления человека как машины желаний и тела без органов (Делёз 2007). Теоретики общества рассматривают *номадизм* как образ жизни человека нового тысячелетия:

Номадизм – термин для обозначения культуры потребления и определения стиля жизни в будущем тысячелетии. Развлечение и досуг будут посвящены идеалу путешествий; уже сейчас телевидение позволяет нам путешествовать во времени и пространстве, в реальном и придуманном мирах. Более того, мы можем это делать, не покидая своего уютного кресла, благодаря новым технологиям (Аттали 1993, 61).

Бауман рассматривает современного человека-номада как потомка паломника. *Номадизм* обнаруживается им в таких социальных проявлениях, как фланирование, игра, туризм, бродяжничество. Объединяющими свойствами,

позволяющими относить эти формы поведения к номадическим, Бауман называет фрагментарность и прерывность коммуникаций, неприятие любых «связывающих пут и долговременных отношений», установление жесткой дистанции с Другим, «исключение при взаимодействии с Другим этической составляющей», концентрация на эстетическом аспекте (Бауман 1995, 134).

Тоффлер отмечает рост антропотоков, при котором теряется значение «места», перемена места становится повседневной рутинной. По собранным им данным, около 1,5 млн. немцев провели отдых в 1967 в Испании, несколько сотен тысяч расположились на пляжах Голландии и Италии. Ежегодно в Швецию въезжает более 1,2 млн. иностранцев. Каждый год Швецию посещает более 1,2 туристов из Скандинавии. Каждый год США принимают более 1 млн. туристов, в то время как 4 млн. американцев совершает путешествие за океан (Тоффлер 2011, 34).

Если такие перемещения совершаются часто, то человек утрачивает чувство привязанности к дому и чувство долга. Источниками современного номадизма Тоффлер называет непропорциональное развитие экономики разных стран, а также развитие высоких технологий и сети интернет, стирающих границу между домом и работой. Необходимо отметить, что в период постиндустриального общества кочеванию подвергаются не только люди, но и вещи, и теории, и капитал, и ценности.

В общем случае, характерными чертами номадизма в постиндустриальном обществе можно назвать следующие: рост скоростей и частоты перемещений материальных и виртуальных объектов; стирание границы между домом и работой, обусловленное распространением сети интернет; кратковременность и симулятивность контактов; изменение топологии социального пространства, сконструированного по принципам гладкого и ризомного пространств в городах-мегаполисах, что побуждает к безостановочному движению. Мы предлагаем определять номадизм как социальную стратегию по обеспечению движения, ориентированную на разрыв с любой закрепленностью.

2. Пространственная среда города

Несмотря на то, что проект номадизма был ориентирован на перспективы развития западноевропейского общества, сегодня признаки номадизма можно обнаружить и в российской действительности в крупных городах. В современных российских городах все меньше остается мест уединения и покоя, а само пространство города-мегаполиса проектируется таким образом, чтобы способствовать беспрепятственному движению. Подобное уже происходило в западных мегаполисах: «В современном городе можно только работать или

развлекаться, но все сложнее делать то, что не сводится к 'убиванию времени' – пускать корни, растить детей, жить и умирать» (Лэш 2002, 95).

Проекты безостановочного движения разрабатываются в Москве (О разработке концепции... 1996), Тюмени (Тюмень 2018), Саратове (Free News Volga 2016) и других крупных российских городах. В рекомендациях Минстроя 1994 г. по проектированию улиц и дорог городов и сельских поселений Российской Федерации п.2.8 гласит о преимуществе безостановочного движения (Рекомендации... 1994). Безостановочное движение становится «главным трендом» проектирования дорог в крупных городах, по заявлению председателя правления «Автодора» С. Кельбаха (Коммерсант 2016). Подобные развязки и дороги отнюдь не способствуют достижению цели движения (скорейшему попаданию в пункт назначения), а лишь обеспечивают его бесперебойность, превращая само движение – в цель, а субъекта движения в номада.

О подобных путепроводах и их влиянии на человека писал Бодрийяр (1997, 110), отмечая, что они формируют атмосферу всеобщего безразличия, позволяя каждому индивиду двигаться по своей орбите, не пересекаясь и не встречаясь ни с кем, так как все движутся в одном направлении.

Таких пространств, не предусматривающих покой и замедление, в современных городах становится все больше, дороги наступают на парки, рекреационные зоны. Локальности, требующие движения, М. Оже (2007, 86) назвал «не-местами». В них нет историчности, и они оказывают десубъективирующее действие на человека, способствуя рассеиванию его идентичности. К таким «не-местам» Оже относит автострады, переходы метро, перроны вокзалов, порты. «Не-место» существует не для того, чтобы в нем быть, а для того, чтобы его преодолеть. Когда локус приобретает данное извне собственное имя и перестает «быть» для самого себя, возникает «не-место». Именование навязывает ему ряд предписаний, превращая пространство в канал перехода, а субъекта в дистанцированного от ландшафта потребителя информации.

В «не-месте» сосуществуют две самостоятельные реальности: реальность пространства, созданного с определенной целью (транспорт, транзит, торговля), и отношения, выстраиваемые человеком с этими пространствами (Оже 2007, 102). Эти отношения индивида с пространством «не-мест» устанавливаются с помощью текста (рекламных щитов, брошюр, инструкций по использованию, императивов и запретов). Еще в середине прошлого века постструктуралисты Р. Барт, Ж. Деррида прогнозировали пантекстуальность (превращение мира, культуры, в текст), элементы воплощения которой можно наблюдать сегодня в и российской действительности. Ряд локальностей, в которые мы попадаем, проезжая по автомагистрали, прогуливаясь по торговому центру, проходя по перрону вокзала, частично определяются текстом, который они нам предлагают. Этот текст состоит из указаний («Придерживайтесь правого ряда»), запретов («Запрещается провозить оружие»),

информирований («Следующая остановка – Индустриальный университет»). Как пишет Оже, «именно так устанавливаются правила движения, в которых субъектам уготовано только взаимодействие с текстами, написанными от лица ‘моральных инстанций’ или институтов» (2007, 104). Транспортные пути тоже ведут через рекламные билборды, сообщающие о достопримечательностях или событиях, избавляя человека от необходимости останавливаться, предлагая удовлетвориться считыванием текста.

В 2018 г. в России введено в эксплуатацию 275 км автодорог. Помимо этого, запланированы крупные строительные проекты, среди которых Скоростная автомобильная дорога Москва – Нижний Новгород – Казань (729 км), Восточный скоростной диаметр в Санкт-Петербурге, Скоростная дорога Джугба-Сочи, несколько обходных дорог (Астрахань, Барнаул, Рязань, Краснодар), а также федеральные трассы (Крупные российские проекты). Вместо экзистенциала Дом, выступающего значимой точкой оседлого существования, человеку предлагается Путь, призывающий к движению. Увеличение количества скоростных автомагистралей, не предусматривающих покой и остановки, приводят к возникновению «не-мест», которые производят рассеивание идентичности человека.

3. Автомобильность

Процессу номадизации, то есть доминированию движения над покоем, способствует и растущая в России автомобилизация. Количество личных автомобилей, находящихся в собственности в России, растет. По данным аналитического агентства «Автостат», в 2016 г. среднее по стране количество автомобилей на 1000 человек составило 285 (Рейтинг регионов... 2016). Конечно, эта цифра ниже, чем в США или развитых странах Европы, но она с каждым годом увеличивается. Дж. Урри пишет:

Как только политическое сдерживание автомобильности устранилось с распадом СССР, Москва оказалась подчинена системе автомобильности в той же мере, в какой ей подчинен Лондон или Нью-Йорк (2012, 26).

Как пишет А. Ганжа, в современном мире автомобиль позволяет быть мобильным в мобильной среде, в которой главное не быстрота достижения пункта назначения (парадокс современного крупного города в том, что пешеход, использующий общественный транспорт или метро, скорее преодолевает городские расстояния), а синхронизация с потоками городской жизни (Ганжа 2012, 292). Формирование пространства становится зависимым от движения и, в частности, от движения личного автомобиля. Автомобиль предлагает

свободу движения, устраняя формальные остановки, пересадки, а улица наделается функцией «делать движение возможным». Автомобиль становится не только предметом одежды субъекта, как считал Г. Маклюэн (2003, 247), но и продолжением его тела. Без него человек чувствует себя нагим, несовершенным, уязвимым. Автомобиль становится населением города, диктующим свои условия пространству. Пространство города должно отвечать требованиям этого мобильного агента. Оно постепенно изживает замкнутые локальности, которые не имеют связи с потоками людей, транспорта, финансов, информации. Пространство города ориентировано на обеспечение всеобщего транзита и служит «маршрутизации человеческой жизни» (Ганжа 2012, 308), превращая человека в кочующегономада.

Современные городские ландшафты проектируются для обеспечения автомобильности. Невозможно представить себе российскую новостройку в крупном городе, в которой не были бы учтены парковочные места, пути подъезда. Также парковочные места должны быть предусмотрены и у места работы, и у места отдыха (торговые центры). Возникает впечатление, что сооружение не имеет собственного бытия, а лишь вплетено в сеть дорог, оно уже не место, а узел столкновения и распределения потоков движения. Автомобилист в такой пространственной среде все ценности и нормы подчиняет единственной цели – обеспечению движения, все, что препятствует этому или замедляет его (пешеходы, полиция, животные, велосипедисты), становится объектом ненависти (Урри 2012, 251).

Присутствие автомобиля в жизни человека приводит к тому, что ставится под сомнение значимая точка координат оседлого существования – дом. Обживание автомобиля способствует его превращению в подвижный дом на колесах, упраздняя саму сущность Дома, заключающуюся в неподвижности, устойчивости. Наличие автомобиля позволяет изменить повседневные практики, сделать их независимыми от централизованного транспорта, от его графиков и расписаний. Обладание автомобилем упраздняет соотношение «центр-периферия» в пространственном восприятии, делая каждую точку пространства одинаково достижимой. Такое «а-центрированное, а-структурное» пространство, которое было описано Делёзом и Гваттари, получило название ризома, именно оно обеспечивает процессы детерриторизации-ретерриторизации и способствует номадизации. Сам человек, находящийся за рулем автомобиля, вплетен в ризомную сборку, составляя гибрид со своей машиной. В результате способ спатильности (опространствования) автомобилиста становится номадическим, исходящим не из экзистенциального опыта пешехода, для которого путь определяется неподвижными точками, а из переживаний движущегося за рулем субъекта, для которого точка отсчета принадлежит пути и движется вместе с субъектом.

4. Перспективы номадизации в России

Распространение номадизма в России можно спрогнозировать и по другим траекториям: 1) туризм, как международный, так и внутренний; 2) трудовая мобильность (академическая); 3) цифровые кочевники (фрилансеры, удаленные работники). По данным ФСБ РФ и органов, контролирующих пересечение государственной границы, в 2017 г. граждане России выезжали за ее пределы 41 989 261 раз, что на 24,13% больше, чем по итогам 2016 года, когда россияне выезжали за границу 33 827 420 раз (Выезд граждан... 2017). Обращение к анализу базы данных социологических исследований показал, что отдых за границей для россиян становится более доступным. По данным опроса, опубликованного О. В. Лысовой, (2012) о доступности отдыха за границей сообщили 77,4% респондентов; для 22,6% туристов отдых за границей является недоступным. На вопрос «Проводите ли Вы отпуск за границей, если да, то, как часто?» ответы распределились так: «два раза в год и чаще» – 17,6% респондентов; «раз в год» – 29,4%; «раз в два года» – 8,7%; «реже» – 13,3%. Конечно, финансово-экономические кризисы последних лет существенно повлияли на эти цифры в сторону уменьшения (вплоть до обнуления в 2009 г.), однако спад международного туризма привел к увеличению объемов внутреннего туризма (Джанджугазова 2015).

Неутолимая жажда новизны, желание погрузиться в экзотическое поле, которое при этом остается безопасным, является основным мотивом туристических поездок. Турист стремится к новым переживаниям, впечатлениям. Можно согласиться с мнением, что «по мере того, как туристские вылазки начинают потреблять все больше жизненного времени, когда туристский стиль поведения превращается в образ жизни, [...] становится все менее и менее ясно, которое из посещаемых мест есть дом» (Бауман 1995, 143). Если в традиционном обществе и на заре модерна путешествие было рискованной авантюрой, требующей как серьезных инвестиций, так и определенных личностных качеств (первые путешественники были представителями маргинальной среды), то сегодня оно относительно безопасно, комфортно и доступно массам. Гарантированный отпуск, возможность использовать его по частям, развитие транспортной инфраструктуры приводит к омасовлению туризма. Туристическая индустрия способствует возникновению у граждан «номадического импульса», выделяя в ландшафте России места, которые искусственно сакрализуются и мифологизируются, и предлагают некий «экслюзив» эмоций, впечатлений, переживаний. Провинция, которая не в силах предоставить комфортные условия для туристов, формирует в сознании потребителя бренд туристического продукта (Великий Устюг – резиденция Деда Мороза, Кострома – родина Снегурочки, Киров – родина бабы Яги). В погоне за привлечением туристов регион мимикрирует под

ожидания публики, воспринимая культурные особенности как способ заработка, тем самым разрушая свою местную идентичность. Возникают различные формы туризма на любой вкус: познавательный, рекреационный, гастрономический, экологический, экстремальный и даже космический. «Сидение дома» воспринимается как лень, как символ неудачника. Туризм постепенно становится образом жизни, а сама жизнь превращается в туристическое приключение, возникает страх привязанности к дому.

Способствует номадизации общества и мобильность трудовых ресурсов. По данным 2018г. число въехавших на территорию России трудовых мигрантов составило около 6 млн. человек. В основном потоки мигрантов идут из стран бывших союзных республик, среди которых лидирует Узбекистан (2.149.897 граждан Узбекистана, в том числе 1.766.100 мужчин и 383.797 женщин). ФМС России отмечает миграционный прирост 211878 человек (Федеральная служба... 2017). Отмечается, что лишь около 70% прибывших в России трудятся на законных основаниях, поэтому постоянно растет количество мигрантов, депортированных из страны. Наряду с этим необходимо отметить и поток трудовых ресурсов, выезжающих из страны в поисках лучшей доли. Количество выехавших из России граждан в 2017 г. составило 4 561 622 человек (Федеральная служба... 2017). Мы не обращаемся к социально-психологическим рискам, сложностям и противоречиям, которые связаны с миграцией, мы лишь обнаруживаем на территории России увеличение подвижности антропотоков, свидетельствующих о номадизации.

Реализация проекта Министерства науки и высшего образования РФ по международной академической мобильности способствуют увеличению подвижности антропотоков. Если количество россиян, выезжающих за рубеж по программе академической мобильности пока незначительно (за рубежом обучается лишь 0,8% российских студентов от общего числа студентов), то общая численность иностранных студентов по всем формам обучения в России растет и сегодня составляет 3,9%. В 2017 году их численность составила 240 924 человек, что больше на 16 654 человек по сравнению с предыдущим годом (Краснова 2017). Такие приезжие номады рассматривают территорию нашей страны как «транзитное пространство».

Еще один немаловажный аспект номадизации России – это появление нового вида кочевников – цифровых кочевников (англ. digital nomads). Получивший свое развитие в связи с распространением сети интернет и высоких технологий феномен связан с перемещением по всему миру и осуществлением трудовой деятельности удаленно. Для того, чтобы совершать цифровое кочевание, необходимо знание английского языка, мощный ноутбук, а также владение востребованными в сети навыками (программирование, дизайн, фотографирование). Статистических данных по учету данной категории населения нет, однако можно отметить, что все большее количество молодых

людей избирают для себя путь фриланса, который не привязывает к точке пространства, не требует соблюдения дресс-кода, не предъявляет жестких императивов расписания и поведения. Как правило, цифровые кочевники избирают для проживания регионы с благоприятным климатом. Наибольшей популярностью пользуются азиатские Таиланд, Гоа (Индия), Вьетнам, южноамериканские Эквадор, Перу, Боливия, европейские Эстония, Чехия, Польша, страны с относительно невысокими ценами на проживание и питание, а также безопасными социально-климатическими условиями. Характеризовать российский номадизм через появление цифровых кочевников проблематично, так как их российская идентичность достаточно размыта и подтверждается лишь заграничным паспортом гражданина РФ.

5. Заключение

Таким образом, номадизм как проект постмодерна по абсолютизации ценности движения и реализации свободы постепенно становится образом жизни и российских граждан. Конечно, в большей степени подвержены номадизации жители крупных российских городов-мегаполисов. Однако если рассматривать население малых городов и сельских регионов как потенциальных трудовых мигрантов, вынужденных в поисках работы переезжать в другие населенные пункты, регионы, то в этом тоже обнаруживаются проявления номадизма.

Библиография

- Аттали, Ж. (1993), На пороге нового тысячелетия. Москва.
- Бауман, З. (1995), От паломника к туристу. В: Социологический журнал. 4, 133-154.
- Бодрийяр, Ж. (1997), Город и ненависть. В: Логос. 9, 110-111.
- Выезд... (2017), Выезд за границу РФ. Официальные итоги 2017г. В: <http://www.atorus.ru/press-centre/new/42238.html> (доступ 17 IX 2018).
- Ганжа, А. (2012), Mobilis in mobili. Об особенностях формирования публичных пространств в г. Москве. В: Логос. 1 (85), 289-310.
- Головнев, А. В. (2009), Антропология движения (древности Северной Евразии). Екатеринбург.
- Делёз, Ж./Гваттари, Ф. (2007), Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения. Москва.
- Делёз, Ж./Гваттари, Ф. (2010), Тысяча плато. Капитализм и шизофрения. Кн. 2. Екатеринбург.
- Джанджугазова, Е. А./Первунин, С. Н. (2015), Российский туризм анатомия кризиса. В: Российские регионы: взгляд в будущее. 1, 116-129.
- Коммерсант... (2016), Коммерсант 17.06.2016. В: <https://www.kommersant.ru/doc/3014989> (доступ 12 X 2018).
- Краснова, А. Г. (2017), В погоне за академической мобильностью. W: Независимая газета. 27.12.2017. В: http://www.ng.ru/science/2017-12-27/10_7145_mobil.html (доступ 22 IX 2018).
- Крупные... (2018). Крупные российские проекты. В: [https://ruxpert.ru/Крупные_российские_проекты_\(строящиеся\)](https://ruxpert.ru/Крупные_российские_проекты_(строящиеся)) (доступ 25 IX 2018).
- Лысыкова, О. В. (2012), Российские туристы. В: Социологические исследования. 4, 136-143.
- Лэш, К. (2002), Восстание элит и предательство демократии. Москва.

- Маклюэн, Г. М. (2003), Понимание медиа: Внешние расширения человека. Москва.
- О разработке... (1996), О разработке концепции безостановочного движения автотранспорта по Садовому кольцу. 21.02.1996. В: <http://docs.cntd.ru/document/3608028> (доступ 12 X 2018).
- Оже, М. (2007), Не-места. Введение в антропологию гипермодерна. Москва.
- Рейтинг... (2016), Рейтинг регионов России по обеспеченности легковыми автомобилями. Автостат. 23.08.2016. В: <https://www.autostat.ru/press-releases/27115/> (доступ 21 IX 2018).
- Рекомендации... (1994), Рекомендации по проектированию дорог и улиц городов и сельских поселений. Москва.
- Секацкий, А. К. (2014), Шит философии. Санкт Петербург.
- Сорокин, П. (2005), Социальные мобильности. Москва.
- Тоффлер, Э. (2011), Шок от будущего. Москва.
- Тюмень... (2018), Тюмень. Сеть городских порталов. 26 июнь 2018. В: <http://tumen.holme.ru/news/5b31cf7b2930a017ca15a5fa/> (доступ 01 IX 2018).
- Урри, Дж.(2012), Мобильности. Москва.
- Федеральная... (2017), Федеральная служба государственной статистики. 2017. В: http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_107/Main.htm (доступ 14 X 2018).
- Филлипов, А. (2012), Парадоксальная мобильность. В: Отечественные записки. 5 (50), 8-23.
- Хазанов, А. М. (2008), Кочевники и внешний мир. Санкт-Петербург.
- Free News Volga... (2016). Free News Volga. Свободные новости. 7 (376) от 01.03.2016. В: <https://fn-volga.ru/newspaperArticle/view/id/4931> (доступ 30 IV 2018).

EVGENII KABLUKOV / ЕВГЕНИЙ КАБЛУКОВ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9112-4145>

Ural Federal University

ИОСИФ СТАЛИН И ВЛАДИМИР ПУТИН: ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ДИСКУРСЕ СОВЕТСКИХ И РОССИЙСКИХ МЕДИА

Joseph Stalin & Vladimir Putin: practices of the image construction of a political leader in the discourse of Soviet and Russian media

Ключевые слова: образ, имидж, дискурс, дискурсивная практика, медиа, Сталин, Путин

KEYWORDS: image, discourse, discursive practice, media, Stalin, Putin

ABSTRACT: The image of a political leader is considered as a discursive phenomenon, structured by a set of practices. Two practices bring together the images of Stalin and Putin: 1) use of specific nominations of a leader; 2) reproduction of laudatory slogans addressed to a leader. The gatekeeping practices and the content of leaders' images in considered discourses are fundamentally different. The modern Russian media select the most spectacular breaking news with the participation of Putin and construct the star image, well sold to the Russian consumer. Soviet media refuse any sensationalism, covering only official and routine events with the participation of Stalin. So the contradiction is revealed between the ordinary actions of the leader and the endless praise for Stalin as a deified father.

1. Теоретические основания и методика исследования

Образ Иосифа Сталина в советском публичном дискурсе традиционно рассматривают в контексте культа личности (см. например: Силади 1994; Davies 2004; Tucker 1979). За последние десять лет появилось значительное число публикаций (Cassiday 2010; Hassner 2008; Kablukov 2016; Mikhailova 2012; White 2008 и др.), в которых отмечается появление нового культа – российского президента Владимира Путина. Цель данной статьи – выявить, охарактеризовать и сравнить ключевые практики конструирования образа названных политических деятелей в соответствующих дискурсах: Сталина – в советских СМИ и Путина – в современных российских медиа. Материалом для анализа служат, с одной стороны, тексты всесоюзных газет «Известия», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Правда» 1930-

1953 гг., что соответствует периоду формирования культа личности Сталина во время его правления (см. Tucker 1979, 349), а с другой – тексты печатных и электронных общероссийских медиа (за исключением тех случаев, когда привлечение региональных СМИ оправдано задачами исследования), вышедшие в свет в 2000-2018 гг.

Настоящее исследование выполнено в русле дискурс-анализа, основанного на принципах социального конструкционизма и идеях М. Фуко, получивших, в частности, лингвистическую интерпретацию в работах Э. В. Чепкиной (2000; 2011). При таком подходе дискурс понимается как «социально обусловленная организация системы речи и действия» (Кемеров 1998, 249), а внимание исследователя сосредоточено на дискурсивных практиках – типичных способах конструирования смыслов или фрагментов действительности (ср. Фуко 1996, 118; Майданова 2011, 14). Изучение медиадискурса связано с анализом практик формирования объектов дискурса, то есть событий, персонажей и других элементов реальности, конструируемой СМИ. К числу этих практик относятся отбор объектов, обеспечивающий установление так называемой повестки дня (см. Дьякова 2005), а также номинация и описание этих объектов (см. Майданова 2011; Чепкина 2000; 2011). Также значимыми являются практики формирования субъектных позиций дискурса и практики конструирования истины. Отметим, что данный подход во многом коррелирует с критическими дискурсивными исследованиями в духе Т. А. ван Дейка, в которых медиадискурс рассматривается как «социальная институциональная практика», в том числе «практика производства и восприятия новостей» (ван Дейк 2013, 176; см. также: Демчук/Медведева/Федоров 2019; Пушкарева 2018).

Перейдем к дискурсивной интерпретации образа. Его лингвистическое изучение предусматривает возможность дуалистического подхода. С одной стороны, образ – это совокупность коммуникативных характеристик субъекта, которые выявляются при изучении его речевого портрета (Крысин 2001), языковой личности (Караулов 1987), лингвокультурного типажа (Карасик 2005) или идиостиля (Григорьев 1983). С другой стороны, образ – это совокупность характеристик, приписываемых объекту исследования в тексте, сверхтексте или дискурсе (Майданова 2006). Именно такой конструкт политического лидера, рассматриваемого в качестве объекта медиадискурса, находится в центре нашего внимания. При этом значимым оказывается не столько содержание этого образа-конструкта, сколько набор практик, регулирующих деятельность субъектов медиадискурса и обеспечивающих конструирование данного образа в данных социальных условиях. Ниже мы выявим ключевые практики конструирования образа Сталина в советском публичном дискурсе периода тоталитаризма и образа Путина в современном российском медиадискурсе, покажем сходства и различия этих практик, а также продемонстрируем содержательную специфику конструируемых образов.

2. Общие практики советских и российских медиа

Начнем с дискурсивных практик, сближающих два образа. Первая связана с использованием специфических номинаций, фиксирующих особый статус лидера. Вторая заключается в воспроизведении клишированных лозунгов-здравиц.

В период существования классических авторитарных режимов XX века сформировалась практика обозначения их лидеров посредством специфических номинаций: *вождь* в Советском Союзе, *фюрер* в национал-социалистической Германии, *дуче* в фашистской Италии. Перечисленные номинации утверждали исключительное положение лидера в политической системе страны и закреплялись не за должностью, а за конкретной личностью, что нетипично для институциональных дискурсов. Так, Гитлер подчеркивал: «Между прочим, я не являюсь главой государства в таком же смысле как диктатор или монарх, но я являюсь вождем немецкого народа» (цит. по: Арендт 1996, 485).

Как уже было сказано, в советской традиции для обозначения политического лидера использовалась номинация *вождь*, которая получила следующее идеологически нагруженное определение:

Руководитель и учитель коммунистической партии и трудового народа, являющийся выразителем его воли, стремлений, желаний; общественный деятель, способный поднять на высокий уровень политическое сознание и активность масс и правильно определить пути борьбы рабочего класса за полную победу и обеспечение интересов всех трудящихся; руководитель, организатор и вдохновитель построения социализма и перехода в коммунистическое общество (Чернышев 1951, 527).

Данная номинация последовательно использовалась для обозначения Сталина в период его правления:

- (1) Во главе партии стоит наш *вождь* и отец Иосиф Виссарионович Сталин (Известия. 21.10.1937. № 246).
- (2) Шлём Вам, нашему любимому *вождю*, свой сердечный фронтовой привет (Известия. 27.01.1943. № 21).
- (3) Народ чувствует своего *вождя* (Правда. 29.06.1945. № 154).
- (4) Дорогой друг, боевой товарищ, учитель и *вождь*! (Правда. 21.12.1949. № 355.).
- (5) Не бьется больше сталинское сердце, но никогда не померкнет светлое имя великого *вождя* в сердцах советских людей и трудящихся всего мира (Литературная газета. 12.03.1953. № 31).

Интересно, что эта неформальная номинация практически полностью вытеснила традиционное для журналистского дискурса обозначение персонажа

по должности, которое сохранялось лишь в публикуемых документах и информационных сообщениях, тяготеющих к официально-деловому стилю.

Перед президентскими выборами 2008 года в российском медиадискурсе также оформилась практика использования специфической номинации для обозначения Путина:

- (6) «В стране есть *национальный лидер* – президент России...», – отметила Валентина Матвиенко (Вести. Россия. 01. 1.10.2007).
- (7) Главное – это то, что Путин останется безусловным *национальным лидером* (Однако. Первый канал. 04.10.2007).

Очевидно, номинация «национальный лидер», связанная не с должностью, а с конкретным человеком, появилась тогда неслучайно: она использовалась для того, чтобы Путин мог сохранить накопленный им политический капитал, не передав его в ходе рокировки – вместе с должностью – новому президенту Дмитрию Медведеву. Интересно, что частотность использования этой номинации вновь возросла в канун следующих президентских выборов, в ходе которых была осуществлена зеркальная рокировка (см. Kablukov 2016, 168сл.):

- (8) «Безусловно, возглавить общероссийский Народный фронт должен *национальный лидер* Владимир Путин [...] », – заявил 7 мая заместитель секретаря президиума генсовета «Единой России» Юрий Шувалов (Комсомольская правда. 07.05.2011).
- (9) В канун Дня Победы глава российского правительства, председатель «Единой России» и просто *национальный лидер* Владимир Путин предложил создать Общероссийский народный фронт (Лента.ру. 09.05.2011).

Советский дискурс выработал также набор лозунгов-здравниц (см.: Левин 1988), воспроизводимых на массовых мероприятиях в адрес политического лидера и утверждающих его величие, а также демонстрирующих согласие субъекта высказывания с исключительным властным статусом данного лидера и солидарность с олицетворяемой им идеологией. Чрезвычайная активность и клишированность этих лозунгов выявляют организованный, ритуальный характер поклонения, что сближает почитание советского вождя с религиозным культом. Выделяется три типа лозунгов-здравниц, прославляющих Сталина:

- (10) *Да здравствует* гений человечества, верный продолжатель дела Маркса-Энгельса-Ленина – великий Сталин! (Известия. 21.10.1937).
- (11) Высокий юноша, волнуясь, кричит: – Товарищу Сталину – ура! И все, кто находится на площади, подхватывают его возглас. И долго, восторженно гремит «ура» в честь великого организатора и вдохновителя победы (Известия. 09.05.1945).

- (12) *Слава* великому вождю и учителю трудящихся и всего прогрессивного человечества, гениальному зодчему коммунизма товарищу Сталину! (Комсомольская правда. 15.10.1952).

Как видно из приведенных примеров, первый и, вероятно, наиболее частотный тип представляет собой «приветственное восклицание с пожеланием успеха, процветания, благополучия» (Кузнецов 2000, 361), второй предполагает использование междометия *ура*, выражающего «воодушевление, восторженное одобрение» (Кузнецов 2000, 1395), а третий связан с использованием возгласа *слава*, обозначающего *хвала! честь!* (Кузнецов 2000, 1205). Интересно, что все эти лозунги могут присутствовать в одном тексте и, как правило, передают реакцию аудитории на стимул, связанный со Сталиным.

Современный российский медиадискурс спорадически воспроизводит описанную советскую практику использования лозунгов-здравниц для восхваления Путина, причем самой популярной формулой по-прежнему остается *Да здравствует!*, ср.:

- (13) Да здравствует Крым, да здравствует Россия, *да здравствует Путин!* (Крым Медиа. 27.02.2015).
(14) Потому что мы – за сильное государство, за Дагестан, за Россию, за Путина. Да здравствует Дагестан, да здравствует Россия, *да здравствует Путин!* (РИА Дагестан. 25.02.2015).

Эти примеры из текстов региональных информагентств показывают, что подобные лозунги редко попадают в повестку федеральных СМИ. Впрочем, бывают и исключения, к примеру, известное выступление Рамзана Кадырова:

- (15) Мы публично заявляем об этом на весь мир, чтобы всем было ясно и понятно – да здравствует наша великая Родина Россия! *Да здравствует наш национальный лидер России Владимир Путин!* Аллах Акбар! (Лента.ру. 29.12.2014).

Возгласы *Ура!* и *Слава!* в адрес Путина появляются в СМИ чрезвычайно редко:

- (16) Президента России Владимира Путина встретили криками «*ура*» у входа в зал Госдумы (Газета.ру. 08.05.2018).
(17) Морскому и авиационному парадом предшествовала поздравительная речь президента России Владимира Путина, которая завершилась громогласными: «*Слава России!*» и «*Слава Путину!*» (РИА Новости. 09.05.2014).

3. Отбор событий и конструируемый образ

Фундаментальные различия советского тоталитарного и современного российского медиадискурсов выявляются при анализе практик отбора событий с непосредственным участием лидера страны, попадающих в повестку дня, а значит, формирующих «информационный образ актуальности» (Калмыков 2005, 8). Советский медиадискурс включал лишь официальные события с участием вождя, причем эти события носили рутинный или плановый характер. Таким образом, практически полностью исключалось конструирование сенсационных событий, позволяющих объекту культа проявить конкретные экстраординарные качества и способности. В результате все исключительные характеристики вождя не демонстрировались в реальном времени, скажем, в форме репортажа, а приписывались Сталину «задним числом» в любых журналистских текстах, прямо или косвенно связанных с советским лидером. Субъектами высказывания при этом могли быть как журналисты и внештатные корреспонденты, так и персонажи журналистских материалов: эксперты и «простые люди».

Рассмотрим примеры таких событий. Во-первых, это встречи советского лидера с политическими деятелями, представителями творческой интеллигенции и т.п.:

- (18) 28 марта Председатель Совета Народных Комиссаров СССР тов. И. В. Сталин в присутствии Народного Комиссара Иностранных Дел тов. В.М. Молотова принял Посла Великобритании г. А. Керра. Беседа продолжалась свыше двух часов (Правда. 29.03.1942).

Перед нами полностью воспроизведенная хроникальная заметка, тяготеющая к официально-деловому стилю и констатирующая лишь факт встречи названных лиц. Более яркие события часто представлены в жанре репортажа, но при этом также лишены признаков сенсационности:

- (19) 9 часов вечера. На трибуне появляются товарищ Сталин, его ближайшие соратники тт. Молотов, Маленков, Ворошилов. [...] Великий вождь встает со своего места и ровным, мерным шагом направляется к трибуне. Навстречу ему поднимается могучая овация. Зал встает, дрожат стены Кремлевского дворца от раскатов «ура». [...] Проходит минута, две, три... Оvation, как горная лавина, нарастает все больше и больше. Она прекращается лишь тогда, когда верх, наконец, берет желание поскорее услышать сталинское слово (Комсомольская правда. 15.10.1952).

Данный репортаж с заключительного заседания XIX Съезда КПСС содержит не только ритуальные славословия в адрес вождя, но и фрагменты его речи,

которая к тому же полностью опубликована на первой странице указанного номера «Комсомольской правды».

Совершенно по-другому конструируется образ Путина. Во-первых, российский лидер становится главным героем многочисленных и чрезвычайно ярких событий настоящего, связанных с исполнением должностных обязанностей и позволяющих проявить неординарные качества и способности. Это и полет в командировку на боевом самолете, и инспекция недавно построенной автотрассы за рулем автомобиля «Лада Калина», и другие события, конструируемые в духе сенсационности (см. Kablukov 2016, 170ссл.). Во-вторых, современный российский медиадискурс включает такие события с непосредственным участием Путина, которые можно отнести к общественной жизни страны, например: исполнение песни на благотворительном концерте, полет на дельтаплане для спасения выводка журавлей, шествие в колонне «Бессмертного полка». Все эти события наглядно демонстрируют личные качества российского лидера: сострадание и готовность прийти на помощь, а также близость к народу. Третье отличие от советского дискурса связано с отбором событий, повествующих о личной жизни главы государства. С одной стороны, в официозных СМИ сохраняется табу на освещение семейной жизни Путина, с другой, в повестку дня попадают события, показывающие, как он проводит свободное время: добывает на рыбалке гигантскую щуку, совершает конную прогулку, демонстрируя при этом голый торс, делает зарядку вместе с Медведевым... – материалы обо всех этих частных и, казалось бы, не предназначенных для широкой публики, а потому сенсационных эпизодах попадают в СМИ не с помощью папарацци, а по вполне официальным каналам и, следовательно, являются элементами целенаправленно формируемого имиджа.

4. Обожествляемый отец vs звезда массовой культуры

Образ Сталина в советской прессе – это образ обожествляемого отца, закрепляющий две ипостаси – человеческую, демонстрирующую близость Сталина-отца и всех его чад, и божественную, выявляющую непреодолимую дистанцию между вождем и народом. Отметим, что архетип отца тесно связан с феноменом вождизма: «Вождь массы – все еще праотец, к которому все преисполнены страха, масса все еще хочет, чтобы ею управляла неограниченная власть, страстно ищет авторитета; она, по выражению Ле Бона, жаждет подчинения» (Фрейд 2017, 86). При этом «отождествление как вождя, так и нередко главы государства с «отцом нации» или, по крайней мере, присвоение правителям «отцовских» функций онтологически производны от идеи Небесного отцовства» (Краснов 2008, 28).

Образ Сталина-отца конструируется в медиатекстах эксплицитно, посредством соответствующей номинации и включения в текст других лексем из тематической группы «семья»:

- (20) Да, здравствует наш *родной, любимый отец*, великий Сталин! (Правда. 13.09.1937).
- (21) Во главе партии стоит наш вождь и *отец* Иосиф Виссарионович Сталин (Известия. 21.10.1937).
- (22) *Осиротели* трудящиеся мира. Ушел великий гений, *любимый отец*, к которому все обращались за советом, помощью (Литературная газета. 12.03.1953).

Обожествление отца предполагает наделение его «божественной, сверхъестественной силой; признание божеством» (Кузнецов 2000, 678). При этом советский медиадискурс приписывает Сталину характеристики, соответствующие христианским представлениям о боге, согласно которым это «предвечный бессмертный Дух, Всевышний Творец, обладающий всемогуществом, абсолютным совершенством и абсолютным знанием, сотворивший мир и управляющий им и являющий людям любовь, милосердие и всепрощение» (Скляревская 2000, 37):

- (23) Товарищ Сталин – *учитель* всех наших маршалов, генералов, офицеров, бойцов и сержантов (Правда. 29.06.1945).
- (24) Великий Сталин – *творец* нашего счастья, *создатель* социалистической индустрии нашей страны (Вечерняя Москва. 08.03.1953).
- (25) Ушел *великий гений*, любимый отец, к которому все обращались за советом, помощью, ушел *тот, кто был первым и наивысшим судьей* наших дел, тот, чье одобрение было для нас счастьем (Литературная газета. 12.03.1953).

Для характеристики Сталина здесь используются лексемы «творец» и «создатель», которые также употребляются в христианстве как имена Бога (Кузнецов 2000, 1230, 1309). Также Сталин предстает как наивысший судья и учитель, обладающий высшей мудростью и монополией на истину.

Интересно, что при этом советский медиадискурс не стремится избежать явных параллелей с христианской традицией почитания и описания бога:

- (26) Его изображение – в рабочем доме, в крестьянской хате, в красноармейской казарме. «Если Сталин верит в массы, – писал Анри Барбюс, – то и массы верят в него... Человек, чей профиль изображен на красных плакатах – рядом с Карлом Марксом и Лениным, – это человек, который заботится обо всем и обо всех, который создал то, что есть, и создает то, что будет. Он спас. Он спасет». Наши люди знают, что их вождь во имя дела и блага народа всегда был готов отдать все свои силы, все свои способности, а если понадобится, всю свою кровь, каплю за каплей (Правда. 29.06.1945).

В данном фрагменте не только показано замещение иконы, которая некогда была и в доме, и в хате, и в казарме, портретом нового бога, но и устами Анри Барбюса закреплено представление о Сталине как о создателе всего сущего и спасителе. После цитаты журналист вновь обращается к евангельским мотивам, говоря о готовности Сталина принести себя в жертву во имя народа (разница лишь в том, что Христос, согласно евангельскому сюжету, действительно принес себя в жертву, причем в прямом смысле слова, а Сталин, как говорится здесь, лишь пребывает в состоянии вечной готовности сделать это).

Перейдем к образу Путина в современном медиадискурсе. Мы перечислили три типа событий с его непосредственным участием, попадающих в повестку российских СМИ и участвующих в формировании образа звезды, балансирующей между тождественностью и самостью (см. Рикер 2008, 17; Ильина 2012, 60). Начнем с событий, связанных с исполнением должностных обязанностей:

- (27) Неожиданно для всех Владимир Путин вылетел сегодня из Сочи в Краснодар. Едва спустившись с трапа, он принимает новое решение: лететь в Чечню. Бегом поднимается обратно в самолет, чтобы переодеться в летную форму. Он полетит в Грозный не на своем премьерском лайнере, а на боевом истребителе-перехватчике «Су-27» (Новости. Первый канал. 20.03.2000).

В этом репортаже конструируется образ супергероя, неизменными атрибутами которого являются опасная миссия (Путин летит в Чечню, чтобы «лично поблагодарить десантников 331-го полка за отличную службу и проводить в Кострому») (см.: Сооган 2009, 77сл.) и особый костюм (в данном случае летная форма), «несущий в себе послание о его образе. Обязательное наличие костюма задает состояние личностной раздвоенности супергероя, являющейся формальной границей между двумя его *альтер эго* – «обычным» человеком без костюма и супергероем в костюме» (Беляев 2013, 37).

В то же время при конструировании событий общественной жизни Путин предстает в образе «простого человека»:

- (28) «Я думаю, что мой отец так же, как и миллионы простых солдат, был просто простым солдатом. Они все имели право пройти по этой площади. [...] И я очень счастлив тому, что и мой отец со мной сейчас, и в руках у меня его портрет. И сотни других, и тысячи других простых людей, простых солдат, тружеников тыла могут сейчас появиться на Красной площади, пускай и в фотографиях в руках своих близких. Они это заслужили», – сказал принимавший участие в шествии Президент Владимир Путин (Новости. Первый канал. 11.05.2015).

В этом репортаже, посвященном шествию «Бессмертного полка», президент идет в одной колонне с другими жителями столицы и так же, как они, несет фотографию своего отца – обычного участника Второй мировой.

Конструирование образа звезды не ограничивается профессиональной и общественной деятельностью персонажа, а непременно предполагает внимание к его частной жизни:

- (29) Сеанс подводной охоты в таежном озере снимал не только оператор со стороны. К снаряжению президента тоже прикрепили камеру, чтобы получить съемку от первого лица. [...] В здешних озерах и реках она (рыба. – Е. К.) водится в изобилии, но добычу легко упустить. Президенту удача улыбнулась дважды. Одна щука притаилась на песчаном дне, другая – возле густых подводных зарослей (Новости. Первый канал. 5.08.2017).

Репортаж рассказывает об отпуске, в ходе которого Путин демонстрирует прекрасную физическую форму: он весьма успешно занимается подводной охотой, плавает в холодных водах тывинских рек и, стоя по колено в воде, удит рыбу. Визуальный образ президента формируется одеждой в стиле «милитари», причем на некоторых кадрах Владимир Путин вновь появляется с голым торсом. Все это подтверждает выводы исследователей, согласно которым при формировании образа российского лидера активно эксплуатируются военный и сексуальный аспекты, что приводит к милитаризации образа Путина и России в целом (Foxall 2013; см. также: Goscilo 2012).

5. Выводы

Как показывает наш материал, выделяются лишь некоторые частные практики конструирования образа политического лидера, сближающие советский тоталитарный и современный российский медиадискурс. Это практики использования специфических номинаций и лозунгов-панегириков. Однако в советском дискурсе обе названные практики были активны permanently, в то время как в российском одна актуализируется ситуативно, а вторая периодически, что выявляет ее рудиментарный характер.

Ключевые отличия связаны с практиками отбора связанных с лидерами событий, а также номинации и описания Сталина и Путина. Так, современный российский медиадискурс, функционирующий в условиях относительно свободного рынка и декларируемой демократической системы, отбирает эффектные события с участием Путина и тем самым формирует образ звезды, который можно продать массовой аудитории, в то время как советский медиадискурс периода тоталитаризма, напротив, исключает такие события с участием Сталина, поскольку

в сталинской культуре с ее «складом ума» даже и мысли возникнуть не может о том, что она имеет дело с потребителями, что надо что-то продать и что те, для кого этот товар изготовлен, могут решать, купить его или не купить (Силади 1994, 157).

Советские СМИ старательно избегают материалов, позволяющих «задокументировать» образ Сталина (отсюда столь малое количество газетных репортажей, фотографий и кинохроники с его участием в качестве главного действующего лица), подменяя их бесконечным славословием в его адрес, так что складывается впечатление, будто он вездесущий, но в то же время неуловимый сверхчеловек, точнее, обожествляемый отец, не поддающийся документальной фиксации.

Библиография

- Арендт, Х. (1996), Истоки тоталитаризма. Москва.
- Беляев, Д. А. (2013), Концепт «супергерой» как локальный вариант модели сверхчеловека в актуальном пространстве массовой культуры. В: Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер.: Философия. Социология и социальные технологии. 2, 35-42.
- Григорьев, В. П. (1983), Грамматика идиостиля: В. Хлебников. Москва.
- Демчук, М./Медведева, А./Федоров, В. (2019), Использование медиаэстетического компонента в современном неинституциональном публицистическом интернет-дискурсе. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. X/1, 347-356.
- Дьякова, Е. Г./Трахтенберг, А. Д. (2005), Установление повестки дня: теория и технология. Екатеринбург.
- Ильина, О. В. (2012), Практики конструирования образа персонажа в прессе: между тождественностью и самостью. В: Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1. 2, 60-64.
- Кармыков, А. А./Коханова, Л. А. (2005), Интернет-журналистика. Москва.
- КАРАСИК, В. И./ДМИТРИЕВА, О. А. (2005), Лингвокультурный типаж: к определению понятия. В: Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы. Волгоград, 5-25.
- КАРАУЛОВ, Ю. Н. (1987), Русский язык и языковая личность. Москва.
- КЕМЕРОВ, В. Е. (ред.) (1998), Современный философский словарь. Лондон и др.
- Краснов, М. А. (2008), Глава государства: рецепция идеи «отцовства». В: Общественные науки и современность. 6, 27-38.
- Крысин, Л. П. (2001), Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета. В: Русский язык в научном освещении. 1, 90-106.
- Кузнецов, С. А. (ред.) (2000), Большой толковый словарь русского языка. Санкт-Петербург.
- Левин, Ю. (1988), Заметки о семиотике лозунгов. В: Wiener Slawistischer Almanach. 22, 69-85.
- МАЙДАНОВА, Л. М. (2006), Образ власти в современных медиатекстах. В: Известия Урал. гос. ун-та. Сер. 1. 40, 147-157.
- МАЙДАНОВА, Л. М./Чепкина, Э. В. (2011), Медиатекст в идеологическом контексте. Екатеринбург.
- Пушкарева, И. (2018), О лингвоаксиологическом исследовании регионального медиадискурса. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. IX/1, 239-249.
- РИКЕР, П. (2008), Я-сам как другой. Москва.
- Силади, А. (1994), Тоталитарные культуры XX века: религия и рынок. В: Общественные науки и современность. 3, 151-166.
- Скляревская, Г. Н. (2000), Словарь православной церковной культуры. Санкт-Петербург.

- ФРЕЙД, З. (2017), *Массовая психология и анализ человеческого «Я»*. Санкт-Петербург.
- ФУКО, М. (1996), *Археология знания*. Киев.
- ЧЕПКИНА, Э. В. (2000), *Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000)*. Екатеринбург.
- ЧЕПКИНА, Э. В./ЕНИНА, Л. В. (2011), *Журналистский дискурс: анализ практик*. В: *Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1. 2*, 76-85.
- ЧЕРНЫШЕВ, В. И. (ред.) (1951) *Словарь современного русского литературного языка*. Т. 2. Москва и др.
- CASSIDAY, J. A./JOHNSON, E. D. (2010), Putin, Putiniana and the question of a post-Soviet cult of personality. In: *Slavonic and East European Review*. 88/4, 681-707.
- COOGAN, P. (2009), The definition of the superhero. In: *A comics studies reader*. Jackson, 77-93.
- DAVIES, S. (2004), Stalin and the Making of the Leader Cult in the 1930s. In: *The Leader Cult in Communist Dictatorships*. London, 29-46.
- FOXALL, A. (2013), Photographing Vladimir Putin: Masculinity, Nationalism and Visuality in Russian Political Culture. In: *Geopolitics*. 18/1, 132-156.
- GOSCILO, H. (2012), Putin's performance of masculinity. In: *Putin as Celebrity and Cultural Icon*. London etc., 180-207.
- HASSNER, P. (2008), Russia's transition to autocracy. In: *Journal of Democracy*. 19/2, 5-15.
- KABLUKOV, E. (2016), The Practices of Construction Vladimir Putin's Personality Cult in Modern Russian Media Discourse. In: *Slavia časopis pro slovanskou filologii*. 85/2, 166-181.
- МИХАЙЛОВА, Т. (2012), Putin as the Father of the Nation. In: *Putin as Celebrity and Cultural Icon*. London etc., 65-81.
- TUCKER, R. C. (1979), The rise of Stalin's personality cult. In: *The American Historical Review*. 84/2, 347-366.
- VAN DIJK, T. A. (2013), *News as discourse*. London etc.
- WHITE, S./MCALLISTER, I. (2008), The Putin Phenomenon. In: *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. 24/4, 604-628.

MARINA ZAGIDULLINA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4799-1230>

Chelyabinsk State University

MEDIA AESTHETIC ENVIRONMENT OF IMAGE FORMATION

KEYWORDS: media aesthetics, image, imagery, bodyness, “oddly satisfying”, ASMR, haptic culture

ABSTRACT: This paper is devoted to the “nature of image” in the new media environment. The author re-conceptualizes the image as a basis of textual, visual and audial culture. Two factors of this revision are explained: (1) the facilitation of the complex creation and consumption of communicative unities, or artifacts (complexes of video, audio, texts and other forms), (2) the ability to capture a massive interest for new forms of imagery in social networks and the internet (a research evidence of this interest). The theory of the image, presented in the writings of Jean-Luc Nancy, is applied to the actual facts of communicative exchange allowing to identify some new directions for the development of media aesthetic phenomena. The main empirical material of the article is the growing mass interest in video and audio clips, such as *#oddlysatisfying* and ASMR. The author uses this material to confirm Nancy’s idea on the concentration of image formation in an “invisible” zone (beyond the representation of the object itself: the image is interlined, it is between sounds, it is behind pictures).

1. Introduction

The media aesthetic component of modern communication represents (theoretically) the intersection of aesthetic perception (of the world) and technesis (Hansen 2000) of the media environment, which supplies the “food” for the aesthetic “hunger”. Following Carsten Strathausen, the concept of “media aesthetics” combines technical, aesthetic and physical (bodyness). Strathausen offers a review of research approaches to “new media” and re-thinking of the aesthetic dimensions of the relationship between art and reality (Strathausen 2009). In his opinion, Manovich and Zielinski represent two main directions in media archeology (“genealogical” and actually “archaeological”), defining the main tasks needed to theorize the “novelty” of modern communication. Zielinski goes into media history discovering ruptures in culture and building his explanation of the new media on the epistemology of these ruptures (Zielinski 2006). Manovich shows that all the “new” (digital) culture painstakingly accumulates the previous cultural heritage (by re-organizing it in new vibrant and fully unstable matter), this is why “new media” are “meta-media” (Manovich 2001; 2002).

Manovich suggested that the nature of an image changes dramatically when a spectator (or a listener, or a reader) becomes a user. The user does not just look at the image, the user consumes it actively going in-depth into the image itself. Thus, the most significant “novelty” of the new media is related to the shift from the “regard” to the aesthetic consumption of “image-interfaces” and “image-instruments” (Manovich 2001, 189, see also Strathausen 2009, 61). This is why “bodyness” of communication does matter (Strathausen emphasizes that the word “digital” originates from the Latin word “digitus” – a finger, and this reminds us about our first (evolutionally-speaking) digital tools, see Strathausen 2009, 61).

Mark Hansen, following Bourdieu’s “practical mimesis”, noticed that embodied practices (experienced through mimetic reproduction) cannot be “translated into language”. The social role of these “mimetic skills” will be increasing in the future due to the development of technologies (Hansen used the expression “mimetic faculty”) transforming the logocentric culture (how things were organized during the long historical period of writing) into a technocentric one, where the verbal discourse will be marginalized (Hansen 2000, 52).

Hans Ulrich Gumbrecht hypothesized in his book “Production of Presence” (within the framework of the so-called “new materiality”) that physical aura is important in communication, and therefore all “mediums” strive for its (this aura’s) capture, preservation, emanation (Gumbrecht 2004). For Jean-Luc Nancy, the image is interesting not as a “phenomenon”, but as an “actor”, which interacts not only with the perceiving consciousness, but with the whole temporal and spatial environment (Nancy 2005). The image should be considered, according to Nancy, not discursively, but performatively. It always produces excessive meaning (excessiveness, for Nancy, is an important feature of communication and culture in general – see Nancy 1996; 2007). The performativity of the image, thus, should be considered as the “pleasure from the image”, and not via the framework of discursive practices and discourse analysis (i. e. verbalized interpretation of the image).

For Nancy, it is important that no participant in an aesthetic exchange is a “disembodied ocular” which simply “reads the image”, but is instead “corpus sensitivus” (Nancy 2008). The image, in his opinion, is a union of “form” and “power” that drives this form (he calls it the “Eros” of form and force, their “marriage”). This Eros of the image is not comprehended cognitively, but is perceived impulsively, by those parts of the body that respond to this effect (be it “goosebumps” on the skin, or sexual arousal, or excitement, which are exactly the waves that overwhelm the “corpus sensitivus”).

Thus, a number of researchers are discussing the embodiment of communication (in the direct meaning of this word – as “flesh of communication”) in different aspects. This “bodyness” raises question not only over the development of such forms of communication exchanges (they are not “institutionalized” yet

in the history of culture), but also over their consolidation in non-written and non-textual cultural patterns.

It is important to understand the nature of the image in present-day communications. In the past, it was associated with imagination and textual, visual, musical (generally – artistic) information analysis. Nowadays, the image is formed within our “mimetic faculty”, as Hansen defines this ability. The influence of physicality (associated with facial expressions, gestures, states, movements, different physical reactions, technical operations) is included in explanations of image’s nature. At the same time, it is significant that proponents of this “new imagery” would like it to be institutionalized as a new “domain” (“a house”) of culture.)

The article proposes to illustrate the intuitions of theoreticians in the field of the philosophy of the image referring to audio and video, representations of a-narrative haptic and sonorous effects. These artifacts are combined in “oddly satisfying” and ASMR videos on Instagram and YouTube.

2. #oddlysatisfying: a media hybrid of psyche, corpus and techne

The hashtag #oddlysatisfying first appeared in the Reddit.com forums in the early 2010’s and became quickly quite popular (Faramarzi 2018). This tag (usually) marks short videos representing innumerable ordinary actions that produce, nevertheless, a “sticking” effect to the viewer (e.g. when it’s impossible to stop watching these the “hypnotizing videos”). There are two main groups of “oddly satisfying” videos: (1) those with a tactile content and with muscular sensations, (2) those with sounds (noises) such as produced when glass is scratched with a coin, or when noisily chewing crispy food, etc.

Approximately at the same time as #oddlysatisfying the so-called ASMR community appeared (see the history of this community and the main sources on the topic: <https://asmruniversity.com/>, Dr. Craig Richard). ASMR stands for “Autonomous Sensory Meridian Response”. The ability to create so-called “ASMR-triggers” (which aim to cause a pleasant tingling sensation in the viewer/listener’s head, to provide goosebumps, etc. – this feeling was called “oddly satisfying” or even “ASMR”) was quickly recognized as a specific art, and bloggers who dedicated their work to ASMR were entitled “ASMR-artists”.

The principal topics of ASMR and #oddlysatisfying are: whispering, gentle and quiet voices, slow soft speech (the voice timbre is quite important), special types of muffled whispers; crunching plastic or paper packaging, manipulating cellophane, bursting cellophane film-balls, tapping with nails or objects on different surfaces, lightly scratching plastic, wood and other surfaces with nails or with other objects, chewing, smacking, tongue clicking, breathing, blowing into a microphone (there is a whole series of videos dedicated to choosing the “right” 3D microphone for

ASMR), etc. All these actions can be combined in any order and can interface with a “personal attention” for the user technique (the ASMR artist uses his camera as if it were the viewer himself/herself, unwittingly involved in the action). The number of such videos can reach several millions views (for example, the popular blogger ‘Gentle Whispering’ had 21 million views for her 15-minutes video recorded in 2013, see <https://www.youtube.com/watch?v=RVpfHgC3ye0>).

ASMR and #oddlysatisfying communications have been studied from a standpoint of biology, medicine, and social behavior. However, it seems significant to consider this phenomenon with respect to imagery. The user (a viewer, listener, observer) is chained to an obscure video plot that does not have the usual narrative structure. But she / he is fully involved and takes pleasure, the user’s state can be characterized by Kant’s expression of “disinterested delight”. These artifacts can be considered as “media aesthetic images” which are perceived by the “corpus sensitivus” (rather than by “disembodied oculars”).

3. How user’s corporeality can be converted into an image

All art forms are addressed to human perception, and therefore to the body. But in the case of #oddlysatisfying, this physicality is included in the process of creating an image. The user’s body, his/her sensations, the signals, vibrations, “goosebumps” she/he feels – are not accessory or just “random accompaniments” of perception, they are the desired purpose of viewing, listening, or – in general terms – perceiving these types of artifacts.

For example, many of the popular #oddlysatisfying videos are manipulations of slimes (“silly-putty” – like shapeless masses). Why are millions of users ready to watch rather long (more than 10 minutes) videos, where on the screen, sometimes without any accompaniment of music or voice, blogger’s hands squash and “knead” slime, stretch it, twist, squeeze, poke it with their fingers producing a “clicking” noise? How does the user’s body get involved in the process of this contemplation, and how does it become part of the image created during the perception of such a video?

Pleasant tactile and muscular sensations considered as aesthetic experiences have never been in the zone of attention of researchers. David Parisi devoted his recent book on how haptics can be conveyed by media (he describes the history of a media invention that could do precisely that; see Parisi 2018). In the case of “slime-mania”, a simple and “ordinary” media is used (just video), it is not a special complex machine producing tactile sensations. In ASMR videos, the artist works with the camera as if it were the user, she/he brings her/his face very close to the object she/he is filming, and runs her / his fingers across the screen – but it is also just video, produced in a “personally attentive” manner. Tactile sensations are recreated in the

imagination of the viewer, and they become the image itself (the nature of the image is non-figurative sensations). In order for this image to arise, the user's physical involvement is necessary. This image of tactile sensation is not anthropomorphic nor is it subject-like. It is a physical experience. The image is exactly a physical reaction and a "cultivated pleasure". Interestingly, the creation of such an image is perceived precisely as an art form, as a talent by the viewers (according to users' comments on popular video slimers or ASMR-artists).

4. Relax as art

Calmness and peace can be valued as daily needs. However, as noted by Boris Groys, art becomes art the moment it is excluded from everyday life and "exposed" that is to say publicly displayed for viewing (listening, perception – see Groys 2008). In this sense, the significant public interest in ASMR and #oddlysatisfying videos shows that relaxation becomes a desirable state that requires from the user certain skills (a specific workout). To be "hypnotized" in front of a screen on which unfolds a strange plot, seemingly boring due to thousands of repetitions (the action is without beginning nor end, with whispering, or slime manipulation) can be considered as a condition for the public emergence of this new type of image – a "dance of sight" (Nancy). Of course, here, some will talk of depression and insomnia as the true "plagues of the 21st century". But, without going deep into mass psychology of the urbanized world, one should reflect upon the fact that the relaxation methods are moving into the field of art, skill, talent and attempts to find new methods with the help of media aesthetics. There is a new open research field: the "ergonomics" of viewing such videos, their involvement in people's everyday life (whether they watch the videos "at any time", or "at night", etc.). This article is not about digital ethnography, it seeks to understand how the feeling of relaxation and tranquility is converted into an image (and whether it is "the image of something" or the new specific features of the image nature).

5. "Techne": world without words and music

According to Bruno Latour, non-humans and humans equally participate in everyday life, and "sociality" has no intrinsic meaning (because "sociality" is not a specific domain of the world, it is world itself, where all subjects must be considered as an "ensemble"). This is why everything is "social", everything is included in a complex of connections). Latour insists on the need to "un-discourse" philosophy, offering to go from an "everything is language" position to an understanding of equality of language among a number of other forms of culture. The philosophical discussion

around technesis (see: Heidegger 1977; Simondon 1958; Kittler 1999; Latour 2005; Hansen 2000 and many others) focuses on the symbolic place of technical objects in the construction of the world and their relationship with the “non-technical” (natural, human) world. However, #oddlysatisfying allows us to consider technesis in the form of creative and object-free interactions: the technical objects and the actions achieved with them become, for the user, part of an ensemble creating a “new image”, devoid of specific features, placed in an area of “self-sufficient state”. If meditation and relaxation used to be associated with music, now music is excluded and the “ready-to-use imagery” associated with it (which expresses sadness, longing, joy, bravura, calmness, etc.) is replaced by noises (whispers, including unintelligible murmuring, smacking, crunching, rustling, etc.). The interpretation of these noises is woven into the “new figurativeness”, creating a space of co-creativity between the user and the artist.

“Vital impulse” (Bergson 1998 [1911]) applied by Gilbert Simondon to the process of creating technical objects (namely, the embodiment, the acquisition of “technical flesh” and “soul”; Simondon 1958), is also applied to explain such a complex technical form as the creation of ASMR artifacts or #oddlysatisfying videos. The pragmatism and functionalism of the “technical realm” are no more and no less than the pragmatism and functionalism of “the organic, vital, spiritualized” world (Kurtov 2014). At the same time, all technical objects included in the #oddlysatisfying ensembles lose their “technical task” and turn into tools from which the artist can extract new harmony. The “dance of sight” (“music of sight”), according to Jean-Luc Nancy, is formed here (when viewing images) without the participation of music or words.

For example, ‘Gentle Whispering’ uses an oil diffuser – a device for flavoring air with heated oil – in one of her plots. The artist works with a technical object which just performs its ordinary function (which is to diffuse the heated oil’s scent: the viewer cannot smell it, she/he can only see the vapor), however, in the context of the video, this technical object becomes part of the “hypnotic action”: it “flies” in front of the viewer’s eyes, wrapped-up in steam, participating in the creation of the illusion of tactile sensations (touches of warm soft air on the viewer’s skin). Working with such diffuser is like playing a musical instrument, and the result is a “disinterested delight”, obtained both mentally and physically. At the same time, the blogger offers her viewers a hike into a 38-minute video: “...we’re going to enjoy some relaxing hand movements 0-08:30, wooden brush sounds 08:31, hair brushing 12:10, smell some essential oils 18:34, humming steamy oil diffuser 26:00” (<https://www.youtube.com/watch?v=B8jUVci17vE>). This diffuser produces a low hum, and for nearly 10 minutes spectators can listen to this “technical noise” (rather than music or words). Nancy, theorizing the “art of listening”, writes about the “music of mutual image” (“listen to what you see”). In the creation process of #oddlysatisfying artifacts, the topic of silence and specific noises is essential

to the design of a tactile-sonic image. “The technical” at the same time turns out to be a source of a significant noise on a par with a person. It confirms Latour’s thesis on the indistinguishability of humans and non-humans in actor-network ensembles.

6. Conclusion

Nancy believes that, even before its reflective understanding, the image creates a sensation of meeting with something pleasant, beautiful (Nancy 2005). However, perception is an area of training and development (one can talk about a “well-read” reader, an “experienced” spectator, a “good” listener – they are all advanced art consumers who have a solid cultural base that helps them learn more from reading books, listening to music or watching movies than “non-advanced” readers, viewers or listeners can). In the field of #oddlysatisfying, an a hierarchy of “advancement” has also formed. Users explore their own capabilities to obtain physical sensations from media artifacts, and they also constantly expand their search for #oddlysatisfying: what other everyday ordinary actions can cause desired sensations. Thus, one can see the “altruism” of experiences with “bodyness” (corporeality), that are related to the “a-sexuality” of these practices. In contrast to sexual culture that is firmly rooted in the depths of centuries, there is no task here to initiate or cause a sexual pleasure with its culmination. The absence of a climax such as an orgasm brings #oddlysatisfying closer to “disinterested delight” and to the perception of works of art that excite, cause various psychosomatic reactions, but are not fundamentally connected with Eros (see: Nancy 2013).

The haptic experience, demonstrated in the videos, is characterized by its infinity, by the absence of a “plot”. Therefore, one can talk about the “anti-narrative turn” in these video forms. However, in this case, the problematization of the image in the temporal (non-static – as in a movie, for example) arts becomes more complicated: this is a timeless repetition, without beginning nor end, of actions that are intended to create an image in consciousness (and closely intertwined with the physical body of the perceiver, that is, the state of the latter). How to separate the “physical state” from the aesthetic experience, which aspect of the physical sensation of pleasure is aestheticized – these are the questions. Following Lev Manovich, one can confidently speak about the very fact of such aestheticization (see also Böhme 2016).

Roland Barthes in his work “S / Z” (1970, see Barthes 1990) proposes an analysis of the narrative (the action story of Honoré de Balzac) in an a-narrative manner – these are “text walks” which aim at making the reader slowly and deeply enjoy Balzac’s story. At the end of Barthes’s “walks” there are no conclusions nor general output.

This approach (comparable to that of Russian literary critics at the beginning of the twentieth century – see Gershenzon 1908) provides a key to the “new figurativeness” in modern communication: the “slow approach” of everyday life

is a way toward “disinterested delight” (which is not aimed at achieving a “completed” objective, at reaching a “final” meaning or discovering an “absolute” truth, etc.). In the cultural practices of present-day communications, one can find many examples of the “slowness turn” (for example, “slow food”, “slow reading”, “slow running” and so on). All these practices can be viewed as a response to the challenge of increasing speed of life, which has become a universal value. Consequently, a historically significant philosophical theme such as “stopping time” (Goethe, *Faust*: “Beautiful moment, do not pass away!”) is gaining in importance. In #oddlysatisfying or ASMR “hypnotizing” videos, the conditions for “everyday routine disruption” are present.

Undoubtedly, meditation can also be considered as a widespread psychosomatic technique of aiming at the same effect. But, unlike the “religions of experience” (such as Buddhism and others), which widely practice meditation, ASMR and #oddlysatisfying videos do not turn viewers into trances, sacral states of introspection, enlightenment, purification, but to their own sensations and physicality, almost erasing the line between the “psyche” and the “corpus”. They offer users to raise their physical sensations to the level of an aesthetic experience (“disinterested delight”), which implies that they include their physical state in the “new imagery”.

Acknowledgement

Supported by RSF, 18-18-00007.

References

- BARTHES, R. (1990), *S/Z*. London.
- BERGSON, H. (1998/1911), *Creative Evolution*. New York.
- BÖHME, G. (2016), *Ästhetischer Kapitalismus*. Berlin.
- FARAMARZI, S. (2018), The odd psychology behind oddly satisfying slime videos. In: *Wired*. <https://www.wired.co.uk/article/oddly-satisfying-videos-explained-psychology-youtube> [access 15 VI 2019].
- GERSHENZON, M. (1908), Severnaya lyubov' A. S. Pushkina [The Northern Pushkin's Love]. In: *Vestnik Yevropy*. I, 275-302.
- GROYS, B. (2008), From Image to Image File – and Back: Art in the Age of Digitalization. In: Groy, B. *Art Power*. Cambridge MA, 83-92.
- GUMBRECHT, H. U. (2004), *Production of Presence. What Meaning Cannot Convey*. Stanford, CA.
- HANSEN, M. (2000), *Embodying technesis : Technology beyond writing*. Ann Arbor.
- HEIDEGGER, M. (1977), The Question concerning Technology. In: Heidegger, M. *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York, 287-317.
- KITTLER, F. A. (1999), *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford, USA.
- KURTOV, M. (2014), Genezis graficheskogo pol'zovatel'skogo interfeysa. K teologii koda [The Genesis of a Graphical User Interface. To theology of code]. Sankt-Petersburg.
- LATOUR, B. (2005), *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford.
- MANOVICH, L. (2001), *The Language of New Media*. Cambridge, Mass.
- MANOVICH, L. (2002), *Black Box, White Cube*. Berlin.
- NANCY, J-L. (1996), *The Muses*. Stanford.
- NANCY, J-L. (2005), *The Ground of the Image*. New York.

-
- NANCY, J-L. (2007), The Image: Mimesis & Methexis. In: *theory@buffalo*, XI, 9-26.
- NANCY, J-L. (2008), *Corpus*. New York.
- NANCY, J-L. (2013), *Corpus II*. New York.
- PARISI, D. (2018), *Archaeologies of Touch: Interfacing with Haptics from Electricity to Computing*. Minneapolis.
- SIMONDON, G. (1958), *Du Mode d'Existence des Objets Techniques*. Paris.
- STRATHAUSEN, C. (2009), New Media Aesthetics. In: Koepnick, L., McGlothlin, E. (eds), *After the Digital Divide? German Aesthetic Theory in the Age of New Media*. New York, 52-66.
- ZIELINSKI, S. (2006), *Deep Time of the Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*. Cambridge, Mass.

KSENIA POSTERNYAK

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5227-878X>

Southern Federal University

THE IMAGE-CONCEPT OF RUSSIA IN THE BRITISH MASS MEDIA TEXTS (2017-2019)¹

KEYWORDS: linguistic imagology, linguistic conceptology, British media discourse, image-concept of state 'Russia'; nominative field of the concept, structure of the concept, nominative, metaphorical, value, associative components of the concept

ABSTRACT: The subject of this article are the linguistic means used to form the image-concept "Russia". Corpus content analysis on the wide range material of the British print and electronic press for 2017-2019 is the base for constructing the nominative field with the core and near, far and final peripheries of image "Russia". The conceptual analysis revealed verbal means used for expansion of the concept volume and its component layers- metaphorical, nominative, evaluative and associative. These devices create the negative image-concept of state Russia in British public consciousness.

1. Introduction

The jubilee year since the end of the Second World War is a good reason to look at the 75 years global confrontation of different degrees of tension from a linguistic point of view. The information and cognitive wars waged by the states between each other have revealed the important role of language in the sphere of influence on the public consciousness of both its own people and the peoples of other states. The image of another state, forming in the minds of any nation, is the subject of a study of linguistic imagology, which studies the possibilities and devices of the influence of language as a means of ideological and political struggle.

Within the framework of imagology, the scientists try "to find reasons and a scientific explanation for creating negative images and stereotypes about other peoples and countries" (Zemskov 2011, 2). K. E. Boulding (1959, 7) underlined that the people whose decisions determine the policies and actions of nations do not respond to the "objective" facts of the situation, whatever that may mean, but to their "image" of the situation". Therefore, it is necessary to remember the importance of "the impact of national images on the relations among states, that is, on the course of events in international relations".

¹ The reported study was funded by RFBR, project number 19-31-27001.

Another science, linguoconceptology, within its paradigm considers the “image” to be “the primary stage in the formation of a concept, its concrete sensory content, and then a coding tool, a sign of a more and more complicated multidimensional concept as it becomes more intelligible” (Boldyrev 2019, 50). The volume of the concept is constantly increasing due to the acquisition of new features, like a snowball, which is constantly being enveloped in new layers (ibidem, 30). The deep interconnection and mutual influence of the image and the concept, as mental entities, will help, from our point of view, to reveal the principles of formation of the image – concept of “Russia” in the concept sphere of British public consciousness and the set of linguistic means that the British media use in this process.

2. Literary review

The scientific literature on the “Concept” and “Image” is vast and inexhaustible. But the integrative approach to these two phenomena is not yet in the focus of research by the broad masses of linguistic scientists, although we have discovered scientific works that we can rely on in our article and use in achieving our goal and solving our scientific problems.

First of all, it is worth noting that at the turn of the 20th and 21st centuries the notion of “concept” firmly entered the Russian science of language and partly replaced the “image” in the sense in which A. A. Potebnya understood it. Currently, the notion of “concept” reflects all representations: scientific, and non-scientific, and pre-scientific, existing in the minds of native speakers of an object of reality (Serebrennikov/Kubryakova 1988, 3). Linguists have not yet come to a unified definition of this phenomenon, but the majority agreed that it is a mental unit, a quantum of knowledge, a culturally marked verbalized meaning. Due to the unclear distinction between the “concept” and the “image” in many works devoted to the study of concepts, there is a divergence in the use of these terms. In some works, they are used as identical, synonymous ones. Nevertheless, in the process of studying the concept as a linguistic, psychological, social phenomenon, scientists were convinced that the image and the concept are different terms, although hierarchically correlated. L. B. Nikitina substantiated the use of the complex term “image-concept” from the point of view of anthropocentric semantics, proposing to use the term “image” only when a separate fragment of the world is displayed in the language. For example, the image of man, nature, etc. However, in the transition from the reflective capabilities of the language to the global mentality system, this term is clearly not enough. “Whenever we talk about the linguistic image of an object or phenomenon of reality, we mean the linguistic embodiment of the semantic universal (mental essence) – concept. The notion of “concept” incorporates the concept of “language image” (Nikitina 2011, 98). The three components

of the image: subjective-sensual, nominative, and emotional-evaluative (reflection, comprehension, and evaluation) coincide with the main components of the concept (metaphorical, nominative, evaluative) in accordance with the definition of V. I. Karasik (2002, 12). The image and the concept convey the same deep meaning, and the way of representing this meaning is different: the image is continuous, undivided, and the concept is discrete, analytical (Tarasova 2018). Considering that the object of our study is “the image-concept of another state”, we took into account the opinion of S. E. Khalitova (2010, 134), who correlated the notion of “concept” with the imagological concept of “image” on the basis of their common view on the subject of research “from the outside”, from the standpoint of national culture. I. V. Borisenko (2008, 26) expressed the opinion that the imagological image as a fact of national identification can be correlated with the concept, “clot” of culture, as “private” with “general”, as sensual, emotional and axiological with a more nominative, logical, cognitive”. From the point of view of E. V. Lobkova (2005, 45-46), the “image-concept” as a single integrative mental phenomenon includes objective, rational components that are the result of a person’s knowledge of his external and internal world, and subjective (metaphorical, associative, evaluative, emotional) meanings that reflect the peculiarities of a person’s interpretation of cognizable things and phenomena”.

Summarizing the opinions of linguists, we will try to formulate our own definition of the “image-concept of a state”, which we will use in our work analyzing its formation in the nominative sphere of British society by the British mass media. Therefore, an image-concept of a state is a twofold mental verbalizable formation that includes a linguistic foreign national image, as a result of the initial reflection of another state and related subjective meanings (metaphorical, nominative, evaluative, associative), reflecting perceptual characteristics or persuasive interpretations of another state.

An important role in shaping the image of a “different” country in the human mind is played by past experience, value orientations, established principles, rules, as well as stereotypical representations and myths. Concepts can change their meaning, significance and importance in different periods of the history and development of society. They add new features that increase the nominative field of the concept, which is understood as “the totality of the language means objectifying the concept in a certain period of development of society” (Popova 2007, 66). The nominative field of the concept consists of a nuclear, which contains direct nominations of the concept itself, and different levels of the periphery, which include various language means of expressing the concept, revealing the content of the concept and its relation to it in different communicative situations.

3. Data and methodology

The purpose of this article is a linguistic analysis of the ways of forming the image-concept of “Russia” in the modern British media discourse. The study was conducted on the wide range material of the British print and electronic press for 2017-2019: The Guardian (48), The Times (28), The Daily Telegraph (27), The Financial Times (21), The Independent (12), The Daily Mail (4), The Daily Star (1), The Conversation (1), The National Interest (1), The Sun (1), The Standpoint (1), The New European (1), The Week (1); journals: The Express (3), The Economist (7), The Spectator (6), The New Statesman (6), Prospect magazine (3), Opendemocracy (4), Calvertjournal (1); сайты *bbc.com* (3), *gov.uk* (3), *wired.com* (1), *intellinews.com* (1), *aeon.com*(1), *news.sky.com* (1) and British analytical centre Chatham House (1). In these publications, 193 articles on Russia were identified and analyzed.

In our study, we applied several scientific methods, including corpus content analysis based on the AntConc program developed by Dr. Anthony Lawrence. The corpus approach gave us the opportunity to carry out a quantitative analysis of all the linguistic means used in the indicated media material and organize them according to the field principle: from the nuclear to the near, far and final periphery. The method of field structuring helped to identify the mechanism for the formation of a foreign image-concept of another state and quantitatively to prove the significance of certain aspects in the image-concept “Russia” formed by the British media. Using conceptual analysis of the aggregate of linguistic means of expression, we determined the content and structure of the image-concept of Russia, which includes the nominative, evaluative, metaphorical and associative components, confirming the paradigm that not a word expresses a concept, but a concept is expressed by many words and idioms.

4. Results

In the process of content analysis of 193 articles of modern British media discourse, we assembled a corpus of linguistic means with a total volume of 181 813 words from all parts of speech, including prepositions and conjunctions. The results of our quantitative calculations do not include lexemes that occur less than 4 times in the available language material. That indicator immediately testifies to the belonging of these words to the final periphery of the nominative field of the image-concept “Russia”, although it is possible they had a brighter and more emotional character. If we take into account the definition of the nuclear of the concept as “a certain strong point of consciousness” around which associative vectors are grouped (Karasik/Slyshkin 2001, 77), then 1552 word usage of the representative lexeme “Russia” testify to its explicit belonging to the core of the image-concept. We placed ‘Russian’ (958)

and ‘Russians’ (146) tokens in the nuclear zone, as well as some substitutes of the key-lexeme as ‘Moscow’ (425), ‘Kremlin’ (247), ‘bear’ (26), ‘Russian State’ (25), ‘Russian Federation’ (11), ‘Putin’s Russia’ (5), ‘Mother Russia’ (5), which together comprise 1848 occurrences and form the nominative component of the image – concept of “Russia”.

The usage of this nomination as ‘Moscow’ and ‘Kremlin’ is customary practice in press to make it clear where Russian (or politics of other countries) is concentrated. For example: Washington, Paris, Brussels, as the city where the European government meets, the White House as the place where the US president is located.

- (1) It’s a battle for hearts and minds – and it’s part of a wider propaganda war between Moscow and the West unfolding on the continent (Telegraph, 2019, September 14).
- (2) But increasingly, Kremlin tactics work... (Times, 2019, September 23).

The nomination “Putin’s Russia” identifies Russia with Putin since the events of 2014. It indicates some kind of close connection between the head of state and the country he leads.

- (3) An atmosphere of hate infects society: reporting on the environment in Putin’s Russia (un-earthed.greenpeace.org, 2017, October 27).
- (4) How dangerous is Vladimir Putin’s Russia? (Financial Times, 2018, March 19).

It is worth noting that the “dictator” token appears 15 times in the texts, ruler -11, thus confirming the degree of certain attitude towards the leader of our state.

In some articles, the authors replace the official name of our state with the traditional symbol – a bear.

- (5) A century on, Finland has learnt to tame the Russian bear 100 years after independence, Helsinki sees neighbour as both a threat and opportunity (Financial Times, 2017, December 6).

As it is known, for the formation of certain associations, the creators of texts deliberately regularly use the name of one concept in micro contexts together with the names of other specific concepts. For example, the names of the state and lexemes belonging to certain semantic fields, such fields as “aggression”, “friendliness”, “poverty”, etc. As a result of this use, the name of the state begins to cause associations with the corresponding concepts. The semantics of these associations helps to form either a positive or a negative attitude towards the state (Boeva-Omelechko/Posternyak 2015).

During a comparative-quantitative analysis of the frequency of the use of lexemes of various kinds, we were able to identify three groups of lexemes, unequal in their quantitative composition and estimated connotations, characterizing

the image-concept “Russia”. The first, largest group consists of words relate to the themes of war, weapons, threats, murder, fear, spy mania, “annexation”, and sanctions and had an evident negative connotation.

The biggest block of this group, “War and Armament” concludes 57 tokens that were found in the text 1986 times. For example: war/wars (370), military (217), nuclear(102), defense (100), attack (90), army (89), forces (86), threat (86), threats (29), weapons (66), weapon (21), troops (56), missile (38), armed (44), soldiers (42), missiles (32), enemy (37), enemies (23) bomb/bomber/bombers/bombs/bombing (53), attacks (27), shot (26), battle (23), warfare (23), etc.

The block “Fear, threats, killings, destructive events” consists of 30 tokens that was used 338 times. For example, kill/killer/killing (45), deaths/death (33), fear (32), dangerous (24), died (24), murder (21), aggressive (21), crucial (16), assassination (15), terrorism (12) etc. The words of these two blocks were frequently correlate with the events in Syria and involvement of Russia in the conflict there.

The block “Espionage” amounted to 18 tokens, used 839 times: security (140), intelligence (119), defense (100), KGB (67), investigation (53), spy (40), FSB (35), FBI (29), conspiracy (25), GRU (17), spies (13), espionage (11), smersh (12). Considering the resonance in the British press about the events related to the poisoning of the Skripals and Litvinenko, it is not surprising that the number of uses of lexemes on this subject was high: Salisbury (70), Skripal (36), poisoning (32), Novichok (27), Litvinenko (13).

The British press continues to worry about events in the Ukraine. This block ‘Crimea and Ukraine’ includes lexemes (23) related to problems in the South-East of Ukraine and the return of Crimea to Russia, as well as sanctions against Russia related to them: Ukraine (256), Ukrainian (78), Crimea/Crimean (113), sanctions (91), separatist/separatists (30), interference (29), intervention (29), meddling (25), Donbas (21),confrontation (21), invasion (19), aggression (18), separatist/separatists (30), Donetsk (15), Luhansk (13), isolation (15), peninsula (14), ceasefire (11), escalate (10), expansion (10). Total word usage on this block is 821.

The issues of democracy and internal policy, the confrontation between the authorities and internal opposition in Russia are always in the focus of close attention from British journalists. This block of the first group includes 17 words and 665 word usage: democracy/democratic/democracies/democrats (115), regime (60), opposition (65), crisis (59), protests, protesters (77), violence(52), Navalny (50), liberal(46), ideology(17), Gudkov (11), propaganda (42), arrested/arrests/arrest (55), nationalist/nationalism (36), patriotic/patriotism (24), parade (19), riot (15), pussy (8), repression (14), racism (14), crackdown (12), persuade (6), prison (6), accusation (5).

Thus the tokens of the first group consisted of 128 tokens with negative connotation are used 4649 times in total. Therefore, we put this group of words in the *near periphery* of the nominative field of the “Russia” concept.

The second group of tokens is distinguished by the fact that they can have both positive and negative connotations. This group includes words that reflect the history of Russia and its sporting life (41). The block 'History' includes many historical terms and names, the total number of which is 32 words, which were used 1286 times. Quite a lot of attention in the press of Great Britain in the last period is given to the history of our country, which remembered ambiguously.

Analysts often mention former political leaders of Russia or the Soviet Union. Moreover, based on the number of usage, we can estimate what Soviet leader leave more trace in minds of the British: Stalin (61), Gorbachev (53), Yeltsin (44), Lenin (34), Brezhnev (20), Khrushchev (18).

Journalists recalled the tsarist times: tsar/tsarist (38), empire, imperial (45), monarchy (11) and times of revolution: Bolshevik/Bolsheviks (28), revolution (62), revolutionary (11), communism (16), communist (27), capitalism (10); as well as the times of the Soviet Union: soviet (300), former (159), union (119), perestroika (8), glasnost (5), USSR (37).

Sport is reflected in media in two ways. On the one hand, the doping problems of Russian sports and the World Cup in Russia are condemned, and on the other, football games and Russian football players are discussed. On the topic "Sport" we found 9 tokens with a common usage of 206: football (68), Anikeyev (23), athletes (21), Spartak (21), sport (21), WADA (17), doping (16), Olympics (12), Malofeyev (12).

The 41 tokens of the second group have been used 1492 times. Accordingly, this group was placed in the zone of *the far periphery*.

The third group of tokens includes words related to issues of culture, science, education and positive events in public and international life, because they occupy a very small amount of our sample compared to the above group. It should be noted that these sections mainly reflect positive information about Russia and are not connected by negative events. The theme "Culture and Science" is reflected in 15 tokens with common usage 221: culture/cultural (71), art (21), Shchukin (18), scientists/sciences (29), education (17), comedy (13), scene (11), actors (10), architecture (10), artist (6), Lungin (6), artistic (5).

We also selected lexemes reflecting positive phenomena and events in the public life of Russia and its position in the world. We found 16 words with their usage in the number of 495: good (75), better (62), independent (49), friends (41), human (38), talk (37), diplomatic (34), efforts (34), summit (29), independence (24), trust (24), agreement (23), justice (19), agreements (18), dialogue (17), disarmament (5).

The third group includes 31 tokens with a positive connotation, and they were used in the analyzed articles a total of 716 times and we placed this group in the zone of *the final periphery*

To sum up the results of the concept 'Russia' nominative field forming, we can see the initial image of Russia that may be reflected in the public mind the British society while reading the press of that country. This first image has more negative

features then positive ones, because *the near periphery* is occupied by blocks of words relate to war, death, threats, murder, fear, spy mania.

Such an evaluated component, revealed during the quantitative analysis of the corpus of linguistic means, can be confirmed with the help of concrete examples in articles where the image-concept «Russia» is represented by utterances including epithets with negative connotations.

- (6) It has taken only 80 days for the sad truth to become apparent to the new president and much of his team: however much they might hope for better relations, Russia under Putin is not a reliable partner (Times, 2019, September 23).

We know the peculiarities of the British press, which usually avoids excessive emotionality and harsh assessments, but can use neutral lexicon to give it a positive or (more often) negative assessment. But the repeated mention within one or even several texts of the fact that Russia is a large state, the usage of such neutral-evaluative adjectives as “big”, “vast” opposed to “tiny” states creates a sense of threat emanating from Russia. Moreover, the reader begins stably to associate Russia with aggression, although nobody explicitly says about it.

- (7) Russia’s land may be vast but its economy is only the size of South Korea’s (FT, 2019, April 28).

However, recently, it was noticed that such a neutral position of the British press began to move towards a more open expression of feelings and emotions. Analysts can openly warn that when dealing with Russia, one must remember its rich resources that it can spend on potentially offensive weapons.

- (8) [...] doing an economic deal with Russia that is going to mean Russia is *richer* and more able to spend money on weapons that could potentially be used in an *offensive* way (New Statement, 2019, May 17).

The Guardian analyst saw in the fact of hosting the World Cup in Russia only a symbol and a flashy, fake demonstration of Russia’s “greatness” for the world and for domestic consumption, but not a reason for peace and cooperation and an indicator of achievements in the country’s development.

- (9) The World Cup would also carry symbolic value. I think the original idea was a demonstration of *Russia’s greatness* for both the outside world and a domestic audience (Guardian, 2018, April 8).

Moreover, even recognizing the positive moments of openness that the guests of the World Cup saw in Russia the authors warn that these ‘intoxicating sensations’ will soon end.

- (10) For all the refreshing openness of this World Cup, and the *intoxicating sensation* of a night-time walk down Nikolskaya Street, there is good reason to remain wary of what comes next (Telegraph, 2018, June 23).

In the structure of the image-concept of “Russia”, the figurative-metaphorical component played an important role. It becomes visible during the conceptual analysis of texts and the identification of various types of metaphors. *The anthropomorphic type of metaphors* correlates with the nominative side of the concept, because it give the concept a name of another category of objects. For example, the English media discourse sometimes uses the metaphor “Mother Russia” to create ironic implication.

- (11) The Russians are using the fear of Islamism as an excuse to crack down on all religious activity that refuses to bow the knee to *Mother Russia* (Guardian, 2017, March 9).

A journalist from the online magazine standpointmag.co.uk, analyzing Putin’s statement about the preservation of traditional family values in Russia, asserted perhaps with a great deal of English irony.

- (12) Russia has become the only *defender of Christian values* (standpointmag.co.uk, 2017, June 29).

An objective look at Russian investments in the British economy allowed the Guardian newspaper to recognize that their country has some kind of benefit from Russian residents in Britain. They have also the memory of the fact that during the Second World War Russia and Britain were allies.

- (13) ‘The UK, for its part, has benefited from Russian investments and from the contribution to its society made by many resident Russians. British and Russians *fought shoulder to shoulder* in the two great wars of the last century’ (The Guardian, 2018, April 17).

In consequence of this, the author has to admit:

- (14) Like it or not, Russia and the UK *need each other* – and will have to talk (Guardian, 2018, April 17).

Theatrical metaphors are widely used by British journalists and publicists. Russia is represented not only as one of the leading actors but as an extremely important actor on the world stage that conducts military operations hiding behind politics:

- (15) Over the past several years, the international community has witnessed the return of Russia as an important global actor (standpointmag.co.uk, February 20, 2019).
- (16) Russia is trolling us. This is warfare disguised as political theatre (Guardian, 2018, September 15).

Moreover, Ukraine and Syria are represented as theatrical hobbies of Russia:

- (17) We are all familiar with its (Russia's) principal theatres of involvement – Ukraine and Syria (www.gov.uk, 2017, February 2).

The same applies to *game metaphors*. In connection with the events in Syria, Russia is considered as card player.

- (18) *Russia's military gamble* in Syria is paying off handsomely (Economist, 2019, May 16).

Game metaphors associated with different types of games are quite common: military, computer and card ones. Namely, British journalists claim that

- (19) Putin's war of words with the West escalated into war games (express.co.uk, 2018, March 31).

An important role in creating the image of Russia in the British media discourse belongs to *zoomorphic metaphors*. An image of bear represented Russia in Western European cultures since the period of XVI-XVIII centuries,

- (20) How the west underestimated the *Russian economic bear* (Independent, 2019, June 17).

In 2018, in the British political mass media discourse a new zoomorphic metaphor is appeared, comparing Russia with unpredictable and dangerous gorilla.

- (21) The former British ambassador to Moscow Sir Roderic Lyne counselled against further tit-for-tat diplomatic measures, saying: 'It is not sensible to mud-wrestle with a *gorilla*' (Guardian, 2018, March 17).

The list of types of metaphors of the British media not long ago was replenished by a new type *artifact metaphor*: Russia – a house.

- (22) Russia is the *house that Vladimir Putin built* – and he'll never abandon it (FT, 2017, March 27).

A metaphor comparing Russia with a creaky ship and its creak with traditional Russian propaganda, which is not worth to believe is close to the British, as representatives of a maritime power.

- (23) Vladimir Putin's Russia is *a creaking ship*. Don't fall for the propaganda (Guardian, 2018, 25 July).

Associative component of the concept 'Russia' is sometimes represented with utterances containing words 'center (4), superpower (4), empire (22)'. According to British journalist of 'The Economist', Russia has become a center of diplomacy:

- (24) Moscow has turned into a center for Middle Eastern diplomacy (Economist, 2019, May 16).

The columnist of 'the Economist' newspaper admitted that currently Russia is the only Christian country which national church has an increasing influence on its armed forces.

- (25) Yet there is one historically *Christian land* where, albeit after a 70-year communist interlude, the national church enjoys huge, growing and largely uncontested influence over the armed forces. *That country is Russia* (Economist, 2019, May 29).

Unfortunately, the positive features and events of Russia are rarely reflected in British media discourse. It takes up a small amount of information field of Great Britain and do not contribute much to creating the positive image of Russia. In most cases, British journalists remain true to themselves and their stereotypes, although they criticize Russia for this.

- (26) Russia is a nation in decline, stuck with a Cold War KGB mindset – the West must treat it as such (Telegraph, 2017, April 10).
(27) It is important to see Russia for what it is: a country with deep social and economic problems and in long term decline (Telegraph, 2017, April 10).
(28) Russia is a nuisance to its neighbours, but lacks the cash and the clout to be a global superpower (The Times, 2019, September 23).

5. Conclusion

Thus, the combined linguistic analysis of UK media resources for 2017-2019 allows us to expose and to track the formation device of the image-concept "Russia" on the way of nominative field constructing and adding layers of nominative, metaphorical, value and associative components. With the help of these linguistic tools

the British analysts and journalists have formed the primary image of 'Russia', adding to it the new features and expanding the mental essence – the concept 'Russia'. So in the British public mind the image-concept 'Russia' is created in the form of a huge-scale, aggressive country, with rich resources used to create offensive weapons aimed at neighboring European states, as well as secretly or manifestly interfering in the affairs of other countries. President V. V. Putin built this country with the help of dictatorship and is not going to leave his post, despite the protests of the democratically-minded opposition. He tries to preserve Christian and family values, cultural achievements but his propaganda is not worth to believe. The results of our study also show that only a few comments were written objectively and unbiased. The smaller part of the publications is neutral and positive. These articles mainly concern the cultural and religious sides of the image-concept of "Russia".

The scheme of analysis offered in this article can be applied to the investigation of image-transformations of other states. It can be used in the courses for linguists, journalists and politicians.

Reference

- BOULDING, K. (1959), National Images and International Systems. In: *The Journal of Conflict Resolution*. University of Michigan. 3 (2), 120-131.
- BOYEVA-OMELECHKO, N. B./POSTERNYAK, K. P. (2015), Lingvisticheskiye sredstva sozdaniya negativnogo obraza Rossii v britanskom mediadiskurse 2014-2015 gg. In: *Izvestiya Yuzhnogo Federal'nogo Universiteta. Filologicheskkiye nauki*. 3, 124-131.
- BOLDYREV, N. N. (2011), Kontsept i znacheniyе slova. In: Stenin, I. A. (ed.), *Metodologicheskkiye problemy kognitivnoy lingvistiki: Nauchnoye izdaniye*. Voronezh, 25-36.
- BORISENKO, I. V. (2008), *Natsional'nyy obraz Rossii: filosofsko-kul'turologicheskyy analiz*. Rostov-na-Donu [dissertation].
- KARASIK, V. I. (2002), *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs*. Volgograd.
- KARASIK, V. I./SLYSHKIN, G. G. (2001), *Lingvokul'turnyy kontsept kak yedinita issledovaniya*. In: *Metodologicheskkiye problemy kognitivnoy lingvistiki*. Voronezh, 75-79.
- KHALITOVA, S. Ye. (2010), *K voprosu o sootnoshenii ponyatiy kontsept i obraz*. In: *Vestnik KazNU. Seriya filologicheskaya*. 6 (130), 130-134.
- LOBKOVA, Ye. V. (2008), *Obraz-kontsept lyubov' v russkoy yazykovoy kartine mira*. Omsk [dissertation].
- NIKITINA, L. B. (2011), *Yazykovoy obraz-kontsept: o prirode slozhnogo termina*. In: *Vestnik Chel'yabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 24 (239). *Filologiya. Iskusstvovedeniye*. 57, 97-99.
- POPOVA, Z. D. (2007), *Semantiko-kognitivnyy analiz yazyka*. Voronezh.
- SEREBRENNIKOV, B. A./KUBRYAKOVA, Ye. S./POSTOVALOVA, V. I. (1988), *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke: Yazyk i kartina mira*. Moskva.
- TARASOVA, I. A. (1994), *Kognitivnaya poetika: predmet, terminologiya, metody*. Moskva.
- ZEMSKOV, V. B. (2011), *Rossiya «na perelome»*. *Vvodnaya stat'ya. Na perelome: Obraz Rossii proshloy i sovremennoy v kul'ture. literature Yevropy i Ameriki (konets XX – nachalo XXI vv.)*. Moskva.

SVETLANA KUSHNERUK

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4447-4606>

South-Ural State Humanitarian Pedagogical University

Chelyabinsk State University

NEGATIVE IMAGE CONSTRUAL IN THE MEDIA¹

KEYWORDS: image, construal, representational structure, discourse-world, information war, media discourse, British media, mass media language

ABSTRACT: This present paper upholds discursive aspects of image construal in British news media. The term negative image construal is introduced within the framework of World Modelling Theory, developed by the author to explore discourse in terms of representational structures. The objective is to reveal news content that contributes to negative image construal. Discourse-world of information war is characterized as a conceptually complex representational structure, textualized in the British media. It is argued that negative country image of Russia is profiled against a background of discourse-world of information war. This enables media managers to evaluate Russia as adversary of the West. The materials are taken from the “News on the Web” corpus, covering the period of 2010-2018.

1. Image: scope of the notion

The complexity of image results from an interplay of different semantic categories that comprise it (Image 2019). These include visual (color, exterior, symbols, pictures, designs), mental (dreams, memories, ideas), verbal (tropes, descriptions), communicative (speech acts, interaction), cultural (norms, traditions, prejudices), and ideological (geopolitics) elements that constitute a mental construct in the heads of the audience. Image can be studied at an individual level (politician, entertainer, celebrity, athlete) or at a corporate level (group image, ethnic minority image, country image). In the latter case, image is “the alienation of personal attributes for semiotic purposes” (Hartley 2002, 107).

An impressive compendium of works analyzing images ascribed to various ethnicities and nationalities has been presented within imagology. The discipline studies “the origin and function of characteristics of other countries and peoples, as expressed textually, particularly in the way in which they are presented in works

¹ The article is written within the research work on the topic “World-modelling in media discourse against the backdrop of global challenges: cognitive, pragmatic and ideological aspects” (№ MK-20-04-13/5, 13.04.2020, contract owner Mordovian State Pedagogical Institute named after M. E. Evseviev).

of literature, plays, poems, travel books and essays” (Beller/Leerssen 2007, 7). M. Beller formulates the objective of imagology: “It is the aim of imagology to describe the origin, process and function of national prejudices and stereotypes, to bring them to the surface, analyze them and make people rationally aware of them” (2007, 11-12).

Initially limited to literary representations, the scope of imagology has become broader in recent years due to divergent studies that use notions such as *image*, *imagotype*, *ethnotype*, *stereotype*, *prejudice*, *national value*, *national character* (Dudziak 2011; Hurcombe 2016; Kiklewicz 2011; Pocheptsov 2004 etc.). The present research is based on an assumption that images, which have cultural and political consequences, have intensive coverage in mass media. Most people’s scope of experience is naturally very limited and their knowledge of foreign countries comes mainly from mass communication. Images are formulated, perpetuated and spread in media discourse. The media are the strongest image shapers:

There can be no doubt that mass media influence the way a country’s people form their images of the people and governments of other countries, because it is the mass media that disseminate the greater part of the information about foreign countries (Kunczik 2016, 7).

The created media picture of reality determines the way people think of other countries. Contemporary British mass media project a highly negative country image of Russia. It has recently become more pronounced in a vast majority of media texts, saturated with information war theme.

2. Media pictures of reality: decision making and image construal

The world is too vast, complex and often out of sight to be processed by an individual directly. Mental representations, engendered by mass media, are decisive in understanding the world as they enable making pictures of different fragments of reality beyond people’s reach. Due to the media, man is “learning to see with his mind vast portions of the world that he could never see, touch, smell, hear, or remember” (Lippmann 1998, 29).

The process of world-modelling in the media includes journalists (broader terms *media subjects*, *gatekeepers*, *managers of the media*) as key personnel involved in the decision-making flows of news production. They are “powerful agents” of discourse (Van Dijk 2014, 49), since they have access to information and channels of its distribution. Media managers select, define and present concepts that they consider newsworthy, people perceive what has been textualized and eventually start attributing to the world the characteristics regularly evoked by the media.

A. Kiklewicz stipulates two aspects of the choice of information for the audience on the part of the media subject – representational and social. They specify selection and representation of information in news production. Metaphorically, the recipients get a dissected product, which has previously undergone psychological and axiological processing (“препарированный продукт, прошедший предварительную психологическую и аксиологическую обработку”) (Kiklewicz 2015, 181). The social aspect of the choice of information suggests that the media manager’s position is never neutral: selection and dissection of information are employed as means of realization of social attitudes (“селекция и препарирование информации используется им как средство реализации социальных установок”) (ibidem, 182).

Sharing these ideas, I emphasize that media managers also govern image construal processes. The notion of *image construal* postulates an active role of the agent of discourse in structuring and organizing information about people or countries in the media. The concept *construal* emerged in R. Langacker’s research (1987, 487) to denote a relationship between a speaker or hearer and a situation that they portray and conceptualize, and later received more academic attention (Taylor/MacLaury 1995).

Under image construal I mean the process and result of media representation of a country or nation taken collectively. Image construal is essentially *text-driven*, i.e. media texts prompt which areas of knowledge should be activated in order to induce certain mental representations on the part of the readers. Negative image construal is salient and striking as soon as I draw cross-cultural comparisons. I give evidence of how one and the same state of affairs is represented in British and Russian media. I take random selection of interpretations of the 2014 events in Crimea. It is described as “the 2014 annexation of Crimea” (The Daily Mail, 28.02.2019), “Russia’s invasion of Crimea in 2014” (The Telegraph, 27.02.2019), “Russia’s seizure of Crimea” (BBC News, 26.02.2019), “Putin’s annexation of Crimea” (The Guardian, 09.04.2015), “Russian-occupied Crimea” (<https://www.stopfake.org/>) in British media. In Russian media the reader finds “Crimea’s reunification with Russia”, “the accession of the Republic of Crimea to the Russian Federation” (<http://en.kremlin.ru/>).

I do not take responsibility of assessing the adequacy / inadequacy and reliability / unreliability of the reporting process in the above cases. I focus on discursive mechanisms of negative image construal and account for its representation in British media. I use terms *country image* and *national image* synonymously as “the cognitive representation that a person holds of a given country, what a person believes to be true about a nation and its people” (Kunczik 2001, 9).

I have incorporated the gestalt perception principle into the exploration of image construal in the media. Some elements of discourse are intentionally foregrounded

or profiled by media managers and some structures serve as a reference space for the characterization of what is profiled. Profiling is closely associated with figure/ground terms, meaning that

the perception of an overall shape comes about by dividing the perceptual field into a more prominent part, the figure, and a less salient part called the ground. It is against this ground that the figure moves, is moved or stands out (Dirven/Ibanez 2010, 17).

In the following section I demonstrate that discourse-world of information war serves a discursive reference space against which negative country image stands out.

3. Discourse-world of information war: country image profiling

Investigation of negative image construal relies on an approach proposed within World Modelling Theory. It is a branch of discourse studies that takes into account cognitive, communicative and social factors. It integrates ideas of European and Russian cognitive linguistics, pragmatics, and discourse analysis to explain the characteristics of mental and linguistic representations of reality in discourse for the purposes of communication (Kushneruk 2018). World Modelling Theory initially draws on Text World Theory (Canning 2017; Gavins/Lahey 2016; Tincheva 2018; Trimarco 2015; Werth 1999). It also uses advances of theories that highlight ideological influence of discourse in terms of mental representations (Boldyrev 2017; Chilton 2004; van Dijk 2006).

World Modelling Theory is developed by the author to explore discourse in terms of representational structures. In language, media and communication, representations are:

words, pictures, sounds, sequences, stories, etc., that ‘stand for’ ideas, emotions, facts, etc. Representations rely on existing and culturally understood signs and images, on the learnt reciprocity of language and various signifying or textual systems. It is through this ‘stand in’ function of the sign that we know and learn reality (Hartley 2002, 202).

Representational structures is a generic term I use to denote mental constructs of different degrees of conceptual complexity (namely discourse-world and text-world), objectified in discourse, which relate to the processes and results of world representation for the purposes of communication. I interpret them as conceptually-complex, rich, discourse-level structures, textualized in mass media. Specifically, they are “cognitive entities simulating a reality”. (Tincheva 2018, 298). In this paper I limit myself to the notion of discourse-world.

Under discourse-world I generally mean a projected reality that presents a dynamic system of meanings, created by agents of discourse (media managers)

and interpreted by readers under the influence of a wide range of extra-linguistic factors – cultural, pragmatic, psychological, ideological, etc. Discourse-world as a representational structure can be reconstructed and assessed on the basis of a large number of texts, that are thematically, communicatively, or functionally connected.

The term *discourse-world of information war* (henceforth DW of information war) denotes a complex representational structure revealed in British media discourse that is encoded by media managers and decoded by readers in an aggregate of texts, united by the theme of information war (Kushneruk 2018a). The quantitative factor has to be a reliable indicator of its existence. DW of information war has proved palpable due to corpus approach. The News on the Web corpus contains about 7.4. billion words of data from web-based newspapers and magazines from 2010 to the present time (News 2019). I have used keywords *information war* and *information warfare* to single out DW of information war in British media texts. 219 contexts of use have been found through the 2010-2018 period. I have further analyzed syntagmatic relations of word-combinations *information war* and *information warfare* with lexemes *Russia*, *Russian*, *Kremlin*, *Moscow*, *Putin*.

DW of information war serves a background space, against which negative image of Russia becomes salient. The following characteristics help to visualize a complex representational structure textualized in British media discourse and to understand what news content contributes to negative country image. Discourse representation is in accord with news values or professional codes used in news production. They involve selection, construction and presentation of information in the interests of a powerful elite. What news about Russia is privileged over other in British media? It has been revealed that a highly negative country image is shaped by the following news content.

A) News content directly representing Russia as initiator of information war that has marked an era of global confrontation ('Russian', 'Putin's information war', 'new Cold War', 'cyber cold war', 'shadow war'). Russia is imputed an image of aggressor. The scope of information war is regularly characterized by epithets ('worldwide', 'massive', 'acute', 'intense', 'propagandistic', 'hybrid', etc.):

- (1) Based on what we know about Russian information warfare, the Twitter accounts run by the country's 'troll army', based in a nondescript office building in St Petersburg, are unlikely to be automated at all. (The Guardian, 07.01.2018).
- (2) Russia vs the West: Is this a new Cold War? (BBC News, 31.03.2018).

B) News content that metonymically names key actors of information war ('Moscow', 'Kremlin', 'Putin', 'pro-Moscow puppet groups', etc.):

- (3) The report cited evidence that the Kremlin waged 'information warfare on a massive scale' after the shooting down of Malaysian Airlines' jet MH17 over Ukraine

in 2014. (<https://themarketmogul.com>, 05.01.2018). It's all part of a new Russian strategy and information war. There is an attempt by Putin to create a new Cold War (The Herald, 17.03.2018).

C) News content focusing on key subjects (opponents) on the battlefield of information war. Regular oppositions include Britain – Russia, USA – Russia, Russia – Lithuania, Russia – Czech Republic, Russia – Sweden, Russia – European countries, the West – Russia:

- (4) Mr Laughland said the Syrian conflict had made the 'information war' between the West and Russia more acute than ever. (The Independent, 18.10.2016). Speaking to Newsnight on Friday she also spoke of her joy at hearing her cousin's voice but also said she is 'scared' by being caught up in the information war between Britain and Russia (The Daily Mail, 07.04.2018).

D) News content representing theatre of information war – real and virtual space where information war is conducted ('online', 'social media sites', 'pro-Russia news channels', 'Russian media', 'Russian web-sites', etc.):

- (5) But then there's increasing evidence that our public arenas – the social media sites where we post our holiday snaps or make comments about the news – are a new battlefield where international geopolitics is playing out in real time (The Guardian, 01.11.2016).
- (6) Moscow has flooded pro-Russia news channels and social media platforms with more than 20 conspiracy theories about the Salisbury attack to deflect attention from Britain's assertion that Moscow is to blame (The Times, 06.04.2018).

E) News content describing active means of information war ('information operations', 'cyberattacks', 'cyber espionage', 'hacking operation', 'fake news', 'propaganda', 'disinformation', etc.) and its troops and soldiers ('secret Russian government labs', 'botnets', 'cyber actors', 'human trolls', 'troll factory', 'troll farms', 'troll armies', 'cyber criminals', 'hackers', 'spies', 'spy agencies', 'cyber army', etc.):

- (7) The Kremlin officially denies all knowledge of the troll factory and questions its existence (The Daily Mail, 12.11.2017).
- (8) Fake news and botnets: how Russia weaponized the web (The Guardian, 02.12.2017).
- (9) The frequency of information warfare in all its manifestations, including fake news and cyberattacks, is now becoming better known (The Daily Mail, 14.12.2017).

F) News content pointing out objectives of information war waged by Russia ('to shape viewpoint', 'to create trouble', 'to fan the flames of division', 'to destabilize', 'to interfere', 'to meddle in politics', 'to stir up anger', 'to disrupt western way of life',

‘to divide the West and break its unity’, ‘to undermine democratic process’, ‘to spread disillusionment’, ‘to cause chaos’, etc.):

- (10) It’s very clear that the Russian state is engaging in black propaganda and fake news that seeks to spread disillusionment and chaos (The Herald, 17.03.2018).
- (11) Information warfare: Is Russia really interfering in European states? (BBC News, 30.03.2017).
- (12) NATO believes Moscow is involved in a deliberately ambiguous strategy of information warfare and disinformation to try to divide the West and break its unity over economic sanctions imposed on Russia following its 2014 annexation of Crimea (The Express, 13.11.2017).

G) News content that appeals to readers’ emotions, stirs strong feeling of danger and insecurity because of Russian threat:

- (13) Indeed, the immediate Russian threat may come from its information warfare and cyber campaigns directed against the West. That’s a battle that has already been joined. And it is one the West is equally ill-prepared for (BBC News, 28.06.2017).
- (14) The Kremlin is rehearsing aggressive scenarios against its neighbors, training its army to attack the West. The exercise is also part of information warfare aimed at spreading uncertainty and fear (The Express, 20.09.2017).

H) News content that ‘anchors’ on the opinion of experts in national security and international affairs. The readers’ attention is drawn to a reduced number of characteristics that are considered newsworthy and contribute to creating hardened prejudices, which rationalize and confirm the demeaning image of the country as a mixture of state with a criminal world.

- (15) Keir Giles, an expert in Russian information warfare at Chatham House, said the line between the Russian government, Russian business and the Russian criminal world was blurred. “The bottom line is these attacks would not be coming from Russia without Russian state collusion – if they wanted to stop it they could,” he told The Independent (The Independent, 21.04.2018).

The list above is by no means exhaustive. At present British media managers are trying to reach out to hearts and minds of their readers, proliferating malevolent characteristics that cultivate negative country image of Russia as a hindrance to the cultural and civilizational development of the West.

4. Conclusion

Media pictures of ontologically same fragments of the world differ greatly in different countries, being subject to a variety of geopolitical factors that specify views on controversial matters. It's neither good, nor evil. Globally, it's the question of the point of view and ethnocentrism. Linguistics and imagology are well beyond politics. It's not a discourse analyst's priority to assess ethnic-political relations or a pathology of international political situation that naturally determines media pictures of the world. A scholar is like an on-looker who contemplates on the given discursive reality – a discourse of representation – analyzes and systematizes facts, and draws conclusions relating to structuring information, language and the context of its usage.

My concern was to concentrate on mental and linguistic aspects of image in media discourse. By looking at the problem of negative image construal in British media, I have employed the heuristics of World Modelling Theory that analyses discourse in terms of representational structures. The notion of discourse-world has proved adequate in cognitive-discursive research of media communication. Corpus-based approach has made it possible to amass enough examples to reveal discourse-world of information war as a complex mental construct, regularly objectified in British media in an aggregate of texts, united by the theme of political confrontation. Out of many linguistic possibilities for signaling negative image construal, syntagmatic relations of word combinations *information war* and *information warfare* have been analyzed. News content contributing to projection of negative country image has been systematized. It has been shown that discourse-world of information war serves a background against which negative country image of Russia is profiled. The image features an extremely negative axiological modality established through negative evaluation. Russia is represented as a key ideological and political adversary of the West. This state of affairs has developed out of strained international relations between major political players and a lack of spirit of understanding on the global arena. Further investigation of image construal in transnational perspective might provide a relevant frame for better understanding and improving global relationship.

References

- BELLER, M./LEERSSEN, J. (eds) (2007), *Imagology. The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*. Amsterdam/New York.
- BOLDYREV, N. N. (ed.) (2017), *Interpretatsiya mira v yazyke*. Tambov. [Болдырев, Н. Н. (ред.) (2017), *Интерпретация мира в языке*. Тамбов.]
- CANNING, P. (2017), *Text World Theory and real world readers: from literature to life in a Belfast prison*. In: *Language and Literature*. 26 (2), 172-187.
- CHILTON, P. (2004), *Analyzing Political Discourse*. London.

- DIRVEN, R./IBANEZ, F. J. R. (2010), Looking back at 30 years of Cognitive Linguistics. In: Tabakowska, E./Choinski, M./Wiraszka, L. (eds), *Cognitive linguistics in action: from theory to application and back*. Berlin/New York, 11-70.
- DUDZIAK, A. (2011), Stereotypes and National Values in an Intercultural Advertising discourse. A Case Study: Slavonic Campaigns of Danone's Actimel Brand. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 245-258.
- GAVINS, L./LAHEY, E. (eds) (2016), *World-Building: Discourse in the Mind*. London.
- GEE, J. P. (2008), *Social Linguistics and Literacies: Ideology in discourses*. London/New York.
- HARTLEY, J. (2002), *Image*. In: *Communication, cultural and media studies. The key concepts*. London/New York.
- HURCOMBE, E. (2016), The Making of a Captain: the Production and projection of a political image on the Tony Abbott Facebook page. In: *Communication, Politics and Culture*. 49 (1), 19-38.
- IMAGE (2019), *Image*. In: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/image> [access 22 February 2019].
- KIKLEWICZ, A. (2011), Rol' stereotipov v mezhkul'turnoy kommunikatsii. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 259-283.
- KIKLEWICZ, A. (2015), Politicheskaya propaganda v sovremennykh rossiyskikh SMI: epistemologicheskii aspekt. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/2, 179-199. [Киклевич, А. (2015), Политическая пропаганда в современных российских СМИ: эпистемологический аспект. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/2, 179-199.]
- KUNCZIK, M. (2001), *Globalization: News media, images of nations and the flow of international capital with special reference to the role of rating agencies*. Singapore: IAMCR Conference, 17 VII 2000.
- KUNCZIK, M. (2016), *Images of nations and international public relations*. New Jersey.
- KUSHNERUK, S. L. (2018), Razvitiye teorii kognitivno-diskursivnogo miromodelirovaniya za rubezhom i v Rossii. In: *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*. 4, 115-125. [Кушнерук, С. Л. (2018), Развитие теории когнитивно-дискурсивного миромоделирования за рубежом и в России. В: *Вопросы когнитивной лингвистики*. 4, 115-125.]
- KUSHNERUK, S. L. (2018), Mediareal'nost' informatsionno-psikhologicheskoy voyny (na materiale britanskikh gazet i novostnykh saytov). In: *Politicheskaya lingvistika*. 4 (70), 47-54. [Кушнерук, С. Л. (2018), Медиареальность информационно-психологической войны (на материале британских газет и новостных сайтов). В: *Политическая лингвистика*. 4 (70), 47-54.]
- LANGACKER, R. W. (1987), *Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. 1. Stanford.
- LIPPMANN, W. (1998), *Public Opinion*. With a New Introduction by Michael Curtis. New Brunswick/London.
- NEWS (2019), *News on the Web*. In: <https://www.english-corpora.org/now/> [access 12 II 2019].
- РОСНЕПТОВ, G. G. (2004), *Imidzhelogiya*. Moskva. [Почепцов, Г. Г. (2004), *Имиджелогия*. Москва.]
- TAYLOR, J. R./MACLAURY, R. E. (eds) (1995), *Language and the Cognitive Construal of the World*. Berlin/New York.
- TINCHEVA, N. (2018), Discourse world-profiling expressions: Contrasting data from British and Bulgarian political speeches. In: https://www.researchgate.net/publication/331198543_DISCOURSE_WORLD-PROFILING_EXPRESSIONS_CONTRASTING_DATA_FROM_BRITISH_AND_BULGARIAN_POLITICAL_SPEECHES [access 05 III 2019].
- TRIMARCO, P. (2015), *Digital Textuality*. London.
- VAN DIJK, T. (2006), Discourse, context and cognition. In: *Discourse Studies*. 8 (1), 159-177.
- VAN DIJK, T. (2014), *Diskurs i vlast': Rerezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii*. Moskva. [Дейк, Т. А. ван (2014), *Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Москва.]
- WERTH, P. (1999), *Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse*. London.

GANNA KRAPIVNYK

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1641-987X>

H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

APOCALYPTIC MOTIFS AND IMAGES IN MEDIA TEXTS ON BREXIT AND UKRAINIAN ELECTIONS

KEYWORDS: media texts, apocalyptic motifs and images, Brexit, explicit and implicit verbalisation, media discourse

ABSTRACT: The paper provides the linguistic analysis of verbalising apocalyptic motifs and images in the media texts, devoted to the topical processes of Brexit and Ukrainian elections. It was confirmed that these motifs and images serve as a tool for influencing the recipients and noted that the consideration of the linguistic realization of images and motifs in the texts of media resources refers to the rapidly developing field of media linguistics. The word families, enriching Ukrainian and English with the neologisms related to the above extra-linguistic processes were singled out. The semantic fields of the considered images and motifs were described. Suggestions for further research were outlined.

1. Introduction

Today's information space is overloaded with information that flows in ever increasing volumes. Some scholars already raise the concern that media have become indeed powerful due to the language means they use (Matheson 2013, 14). To appeal to the audience, it is necessary to continuously and serially create breaking news and report on developing stories as well as use stylistically marked and expressive language means. These perpetual mass culture text production and consumption inevitably raise the threshold of people's emotional sensitivity, thus making mass culture people one-dimensional (term introduced by H. Marcuse) and unable to properly analyse the information received simply due to its intensity and redundancy.

Nearly any media text is polyphonic and offer addressees a multi-level, wide space for interpretations, high accessibility and easy comprehension. H. Pocheptsov (2001, 41) notes that a communicator uses "global structures to rely on, which are to include such components as Death, Life, Fear, etc.". These images are apocalyptic by nature and may be further subdivided into socio-political, economic, religious, environmental, planetary, etc.

It is apparent that media texts including apocalyptic motifs are an integral part of the modern mass culture. The *Anatomy of the Mass Culture* was studied by V. Lebedev (2010), who considered the mass culture globally and locally. Apocalyptic and post-Apocalyptic motifs are determined by the historic, socio-political and cultural context of a particular period. It is important to mention that authors often “use apocalyptic motifs to highlight the shortcomings of our present society and envision an improved community” (Renner 2012, 203). Furthermore, apocalyptic phenomena resemble a disease a body resists to and, in most cases, recovers with or without treatment. The analogy of the socio-political situation and the state of health is often drawn by various authors. For instance, as early as in 1897 V. Solovyov (2010, 521) wrote that the chronic disease of the mankind is the international hostility manifesting in wars.

In Christian mythology, the apocalyptic idea is primarily related to the Book of Revelation. Using the end-of-the-world motifs in various texts, people seek to respond to the numerous existing, emerging, and imaginary threats that cannot be fully controlled. Media themselves create textual myths of catastrophic nature, meeting the social need to reveal conspiracy, clarify challenges and predict the future. These texts may either provoke fear and anxiety or create the therapeutic effect of catharsis.

Since this study primarily focuses on the verbalization of the apocalyptic motifs and images, it is tightly related to the field of media linguistics, which is interdisciplinary by nature (Corner 1995). Moreover, there is clear understanding that the language of mass media is diverse and depends on the media where it is used. It also interacts with other semiotic systems (*ibidem*, 62). The terminology of media linguistics is also interdisciplinary and combines the terms of the major humanitarian subjects – linguistics, sociology, psychology, journalism, cultural studies, etc. (Dobrosklonskaya 2008). Any media text reflects the journalist’s language personality, their world outlook and perception, intellectual level and cognitive skills. Besides, media texts show universal features, including words, sounds, and visuals (snapshots, photos and videos) (Yatsimirs’ka 2007, 268).

2. Background

Apocalyptic motifs and images are a part of the wider field of eschatological motifs. The term eschatology (from Greek words *έσχατος* (‘last’) and *λογος* (‘thing’, ‘teaching’)) may be defined as “the doctrine of the last things. It was originally a Western term, referring to Jewish, Christian, and Muslim beliefs about the end of history, the resurrection of the dead, the Last Judgment, the messianic era, and the problem of theodicy (the vindication of God’s justice)” (Encyclopaedia Britannica 2019). Therefore, the concept is globally mythological, found in various cultures,

frequently showing “inter-civilization conflicts and controversies on the lines of divides between cultures” (Hungrington 2003, 281). Unlike Christian mythology, “in religions outside the biblical tradition, there is no “end” but rather a cyclic pattern of cosmic destruction and rebirth” (Encyclopaedia Britannica 2019). These motifs and images also include millenarian (broadly, the expectation of a period of complete peace and abundance) and messianic ones (the advent of the Saviour of the mankind). The New International Version dwells on a New Heaven and a New Earth... “for the first heaven and the first earth had passed away” and “for the old order of things has passed away” (Revelation 21, 1-4), thus confirming that the apocalypse pattern implies a survival-initiation procedure, an escape to the new world or environment.

Apocalyptic motifs are an important element of the media discourse due to the timeless interest in the topic of the global catastrophe and the time after it. It is to be mentioned that “post-apocalyptic works are generally driven by anti-technology, anti-urban, and anti-modernity themes. The premise of these stories is that the modern world became so corrupted due to technological advancement and growing materialism that it destroyed itself” (Singal 2019). Media texts report and analyse the events that either have already happened or are anticipated. If reporting is mainly factual, the analysis may as well be speculative and manipulative aiming at influencing the target audience in the author’s preferred way. For instance, in the 2017 article entitled “It’s the End of the World (Again)” H. Wilhelm discusses Trump’s and Trump-induced apocalyptic rhetoric worldwide (Wilhelm 2019).

A. McQueen has been working on apocalyptical rhetoric in political discourse for many years. The researcher has published a number of studies on the topic, including “Political Realism in Apocalyptic Times” (McQueen 2017). As K. Chesley (2017) mentions, she noted, in particular, that D. Trump was just one of American politicians who involved apocalyptic images to achieve success and gain trust of the voters since apocalyptic rhetoric has been part of mainstream U.S. political history. She adds that including the redemption element is very comforting for the audience, as politicians convince that “terrible things that are happening to you are not random or meaningless. They’re the necessary prelude to a new and better world in which goodness will be rewarded and evil vanquished. What is more, the scholar mentions that the “doomsday mindset casts political conflicts as battles between “good” and “evil,” “us” and “them”, “salvation” and “destruction” (cit. by Chesley 2017).

In this respect, it is appropriate to mention the structure of the eschatological myth where the world first plunges into the chaos. The above image of the final battle can be regarded as a major archetypal story in the eschatological systems, as the crucial fight between righteous people and gods, on the one part, and demons, evil monsters and people supporting dark forces, on the other part. The concept of battle is multifaceted and involved moral, physical, economic, legal and other

aspects. For instance the BBC News analyst P. Barnes suggests that “If there is no new deal... there is likely to be a legal battle”, however, with a possibility of “cancelling Brexit” (Barnes 2019). Various aspects of battles can be found in the Ukrainian texts, too. For instance, after the first presidential election round “розгорілася справжня битва” / “Кожен пост у стилі ми – воїни світла, а вони – населеніє – це чергова цеглинка у монумент перемоги Зе” (Strakh i nenavist’ 2019).

These notions blur the perception of the unacceptable and raise the threshold enough to tolerate such phenomena as wars, massacres, tortures and other to reach the goals. I. Chernus (2007) studied the topic referring to the USA in detail and noted that America needs a figure of a strong and powerful foreign enemy to compete, fight, win and eventually survive.

Apocalyptic theme is very broad semantically and relates to a number of cultural mythological motifs and images (renovation, resurrection, experiencing and surviving the catastrophe, hope, salvation, and change). Apocalyptic images include those of fear, battle, war, cataclysm, destruction, hero (Saviour) and some others.

It is to be noted that apocalyptic thinking has been very typical of many countries worldwide. In this paper we will discuss media texts devoted to two major political processes in the United Kingdom and Ukraine, namely, Brexit and Ukrainian presidential elections, which have been widely covered and coloured apocalyptically in British and Ukrainian media, respectively. The empirical material for this study included the Guardian newspaper and the BBC website news and analytical articles devoted to Brexit (25 articles from each source dated March-June and end of August-September 2019) and correspondent number of news and analytical articles from Tyzhden (Український Тиждень) and the BBC Ukrainian service websites (the period of February-April 2019). The work involved such scientific research methods as linguistic, stylistic, and cultural analysis, systematic selection, and comparative methods.

3. Results and discussion

Both countries, the UK and Ukraine, have faced serious socio-political challenges to tackle. These instantly entailed media hype that once started and has been ongoing for quite some time. Media “branding”, naming, and name-calling, is decisive, because words are the symbols that facilitate communication, perception and interpretation of the world (Barden 2012, 125). Therefore, it is vital to find out why it is said that the language of Brexit “betrayal” as well as the language of Ukrainian media on “зрада або перемога” is so toxic and poisoning for politics, and dangerous for the society in general.

The virtually and ideologically created image of the Britain's exit from the European Union as a process with grave consequences has often been deemed disastrous and disruptive, isolating and existential. It is indeed existential since this doctrine, originating from the catastrophes of the western civilization with world wars and other disasters, opted for human crises where the extreme is death (e.g. "How Brexit is causing the strange death of British conservatism" (Freedland 2019). This withdrawal is to initiate a new life that may or may not be better than the one within the EU family. Brexit apocalyptic nature can be confirmed by the Encyclopaedia Britannica, which states that "eschatological themes thrive during crises, serving as consolation for those who hope for a better world or as motivation for a revolutionary transformation of society" (Encyclopaedia Britannica 2019).

These potential attitudes are relevant to the Ukrainian disruptive situation with the presidential campaign in 2019, too, where the very landscape of the actual ongoing military conflict, economic crisis, corruption and forthcoming elections implied the rise of apocalyptic motifs and images.

The media hype around the process and the expected event has been so significant that the image of Brexit has acquired the whole semantic field. The BBC website has even set up a dedicated guide to Brexit jargon (BBC Brexit: Jargon-busting guide 2019) and explainers (video, textual and infographics) with the terms related to the matter. The lexical units directly related to the event include the Brexit word family (Brexit, Brexodus, ex-Brexit, post-Brexit, pro-Brexit, Brexiter), as well as semantic neologisms (exit, Exodus, divorce (bill), referendum, pro-European, pro-EU, pro-remain, Leavers, Remainers, Remoaners, divergence, out-and-out remain position, withdrawal etc.).

It is relevant to dwell upon the studies of the neologism *Brexit*. The term was coined in May 2012 following an analogous formation *Grexit*, regarding Greece, though the latter has not become as popular and rooted as British exit. The linguistic and media researchers have attended to the issue, which has been reflected in their respective works. For instance, the early development of the term involving corpus study and lexico-grammatical approach was carried out by L. Fontaine. The author discusses different aspects of the structure, combinability and modality of the new term noticing that "BREXIT, for now, remains a hypothetical construct since at the time of writing, it has not happened" (Fontaine 2017). People involved in the political process and related to the coinage and penetration of the neologism into the English language, culture and, in particular, media discourse, believe that partially that was due to the catchiness of the newly-created blended word (Christine 2019). The issue of Brexit has been discussed and analysed beyond the English-language linguistic community. Thus, T. Pristaiko, regarding the use of the lexeme *Б р е к с и т* in the Russian language, shows that this neologism has not only become well-established in the language but it has also been productive in derivation, the final element gaining the status of a suffix in the Russian language (Pristaiko 2019, 169).

Another research paper into Brexit and related English neologisms states that “a multitude of other creative coinages appeared as a result, many of them using Brexit either as a model, a source word, or merely as inspiration for other creative coinages” (Lalić-Krstin 2018), points to the rapidness of the transition of the word Brexit from a pure neologism to a household term.

As often mentioned, mass media prevent message recipients from reasoning and “think for” a modern person (Pocheptsov 2001, 288). The lexical units under analysis shape the Brexit landscape and raise certain emotions and attitudes to it.

Neutral meaning or positive connotation was identified in 14 lexical items: soft Brexit, Brexit supporter, Brexit campaigner, Brexit policy, Brexit saga, Brexit spectrum, managed Brexit, (re)negotiated Brexit, (the way) we address Brexit; Brexit solution, Brexit talks, Brexit secretary, cancelling Brexit.

Here “managed” and “(re)negotiated”, “do”, and “deliver” mean that the leaving process will be under control, and it will resemble a game which requires players to make their choice. The government’s vision of the possible scenarios and their management was laid out and publicized in the so-called newly-coined semantic neologism “yellowhammer” in the following meaning: “‘Operation Yellowhammer’ – the name for the government’s contingency plan to prepare for leaving the European Union (EU) without a deal” (Brexit: What does Yellowhammer 2019).

The lexical and phraseological units with negative connotation are more numerous (49 items) and can be roughly subdivided into several thematic groups.

- dead end: “Brexit deadlock”, “Brexit impasse”, “Brexit extinction”, “How Brexit is causing the strange death of British conservatism”, “no-deal Brexit would be “political suicide””, “[Johnson] warns the Tory party will “kick the bucket” if there are further delays”, “MPs line up against threat of “ludicrous” no-deal Brexit” (cited from The Times, 12.06.2019);

- time-related: “moment of truth”, “Brexit extension” “Brexit delay”, “post-Brexit immigration plan/immigration system after Brexit/Firms desperately need a timetable for these next few months”, But he can still avoid asking for a Brexit delay (Jenkins 2019), Brexit deadline, “Brexit day”, “transition period”;

- instability and paralysis: “vortex of Brexit”, “paralyzing uncertainty”, “disorderly Brexit”, “uncertainty over Brexit”, “avoid a paralysis over Brexit”, “Brexit uncertainty”;

- crisis: “hard Brexit”, “no-deal”/“no-deal Brexit”/“no-deal departure”/, “no-deal scenario” / “anti-no-deal political and media alliance” / anti-no-deal Brexit alliance / no-deal exit / no-deal disaster, “[Turkey has become] a victim of Brexit” before its start, “no-deal Brexit would mean “Our economy is completely trashed”, “Brexit has precipitated this crisis”, “Brexit has broken us”, “Brexit is not the cause of Britain’s political breakdown a symptom”, [Turkish people say that] “pro-leave politicians sought to terrify by telling lies about Turkey”, unlock Brexit, Brexit nightmare,

compromise deal, campaign to remain, official remain campaign, Stronger In, Brexit drought (about alcohol for Christmas), “Get Brexit done”;

- people: “Casualty of Brexit”, “Mr No-Deal” (coined by D. Tusk), “Remainer plot”, Brexit extremists, EU’s chief negotiator vs “prime minister’s lead Brexit negotiator”, and “Brexit-weary voters”.

In Ukraine, the elections also involved the creation of neologisms, though, less extensive than in Britain (the electoral events are of a regional scale, unlike Brexit, which is both national and global). Thus, the recent coinages included those explicitly or implicitly referring to then presidential candidate V. Zelensky (24 items): Камікад-Зе, Зе Корпоратив, Зе команда, зеленіти, Зея, казус Зеленського, Зе-Загроза, Зе, Зе!Президент, Зе!Life, Зе-школа, УкраїнаЗе, Зеленський-іграшка, Голобородько, маріонетка, ширма, лідер «приколістів», Слуга народу, агент, проект, гіперпопулістський проект Зе, віртуальний, голограма, український Макрон. The word family, based on the surname of the presidential candidate, was mainly formed by using shortening, compounding and blending (13 units). The neologisms referring to the name of President Poroshenko include 5 items: Порох, порохобот, ПП, кондитер, Банкова. All the above recent lexical coinages contribute to the verbalization of the apocalyptic motifs and images in the media texts considered in this work.

The analysed texts reveal that the international perception and assessment of Brexit is not purely positive: “It is like a meteor has hit Great Britain” (Poyrazlar 2019). “France’s president, Emmanuel Macron, said he wanted to avoid Brexit “polluting” the EU after 31 October” (Henley 2019). It can be even ironic in the description of the seeming willingness to step over a barrier (here a doorway): “The French EU minister, Natalie Loiseau, has called her new cat Brexit. “He wakes me up every morning meowing to death because he wants to go out,” she says. “And then when I open the door he stays put, undecided, and then glares at me when I put him out” (Younge 2019).

The image of Brexit as an apocalyptic event includes the explicit naming of it, which can be found in a number of texts under analysis, where the contexts are as follows: “If the apocalyptic scenarios for no deal...” (O’Hagan 2019), “Brexit may feel apocalyptic – but radical new ideas are taking root” (Harris 2019). Quite explicitly, but not literally, it can be alluded from PM’s comparing the decision to exit as “do or die” (Kraemer 2019). J. Corbyn’s remark about the government and its head also looked rather gloomy, resembling a popular apocalyptic subgenre in fiction: “[he] said the country now had ‘a zombie prime minister and a zombie government”” (Brexit: What does Yellowhammer 2019). Ukrainian texts also mention the word “zombie” referring to the future president’s voters: “...весь зомбований електорат завіє від обурення...” (Malko 2019b). MPs similarly referred to the parliament struggling with Brexit: “This Parliament is a dead Parliament” (Parliament suspension 2019).

Ukrainian texts contain the following elements that explicitly represent the image of Apocalypse. Firstly, these were rhetoric questions, actualizing the idea of the threshold, life before and after: “Що залишиться після виборів” (Krapuvenko 2019). A similar headline can be found in a BBC text under analysis, too: “What happens now?” (Barnes 2019). Secondly, the situation is openly called catastrophic: “Слабкість перед лицем зухвалої агресії РФ мають катастрофічні наслідки” (Slabkist` pered lytsem 2019). This word was used in a text from the Guardian, too: “it’s fair to say that the predicted catastrophe hasn’t really happened” (O’Hagan 2019). Providing the global overview of the first-round results, the Tyzhden journalist quotes expert O. Motyl, who, doubting Zelensky’s ability to deal with the military conflict and manage the country, notes that in the film, where the future Ukrainian leader played the part of the President of Ukraine, the imaginary world was an alternative that is stylistically post-apocalyptic. In particular, syntactic patterns allude to the Book of Revelation: “В альтернативному всесвіті Крим і Донбас не окуповані. Немає війни. Немає смерті” (Vovchuk 2019a).

The other ways of representing the apocalyptic text elements are more implicit. Thus, the Brexit “saga” is still futuristic being at the stage of eschatological expectations, and its narrative is developing and prospective. The image created in the Brexit media texts is from living before, anticipating and warning about the upcoming event, where the no-deal Brexit will stand for various challenges, including economic recession, fall and disruption. In particular, the government’s Yellowhammer says that “Trade between Northern Ireland and the Irish Republic will be ‘severely disrupted’” (Brexit: What does Yellowhammer 2019). The Ukrainian texts under consideration contain a link to the British EU leaving process: “... що мало б лежати в основі інтеграції України в об’єднану Європу, щоб потім не сталося ‘Укрекзігу’” (cit. in Kramar 2019).

The British public vote for leaving the EU was to a certain degree preventive, caused by the fear of migrants, associated with the Biblical lines on the final apocalyptic battle and the inflow of strangers (“Satan will be released from his prison / and will go out to deceive the nations in the four corners of the earth – Gog and Magog – and to gather them for battle. In number they are like the sand on the seashore” (Revelation 20, 7-8)). Warnings and demands for preventive measures are frequently voiced in Ukrainian texts under analysis, e.g. “Парламент. Виставити запобіжники” (Malcko 2019b) / “Дуже скоро день, коли він (Zelensky – G. K.) погодився стати кандидатом в президенти, видаватиметься йому найжахливішим у житті, а мрія прокинутися, щоб його безконечний кошмарний сон нарешті закінчився, переросте в параною” (Malcko 2019a).

The British status quo is inevitably harmful and dangerous, and the current objective is to “minimise the harm Brexit might do” (Balls 2019). At the same time, going through the no-deal exit, may well entail casualties of Brexit, which are already perceived as a “palpable risk” (Henley 2019b). The Labour stick to the

out-and-out remain position in addressing the exit and even organized the official remain campaign, Stronger In.

The Ukrainian situation was similarly described by journalists. For instance, the prospective young candidate is presented as a danger and potentially harmful factor for the country: “Ця чиста віртуальність може трансформуватися в якого завгодно монстра. На такому тлі чинний президент теж не ідеальний, але прогнозованіший” (Malko 2019b). The risks of having a new president are shown numerous contexts: “Болото української політики... поглине його, і будь-які поривання мобілізувати професійний та середній клас на моральний хрестовий похід, швидше за все, розваляться...” (Vovchuk 2019a).

A most powerful apocalyptic image is that of the fear (in broad meaning). This feeling often encourages people to move ahead and get united or makes them rigid and forces to stop. Brexit was the result of the extensive campaign in electronic and conventional media channels. The techniques applied were mainly subjective, manipulative and populist, aimed to shape desired public opinion. The apocalyptic event itself along with the effect of the information flow played their role in the rise of public concerns and fear, partially of something which is not real, but imaginary, a simulacra (in J. Baudrillard terms). The image of Brexit, analysed herein, is partly a simulacra, too, since it has tangible, realistic and objective aspects along with the created over-speculated ones.

The existential fear is often related to loneliness and isolation, and the fact that Britain is located on islands contributes to the development of the above image, especially being strengthened and deepened by the “divorce” process. For instance, the Guardian states that “we will keep exploring the themes that divide and unite the continent, offering our readers a global perspective on these important events” (Henley 2019b). Even if there is no actual isolation, the virtual image created by mass media is threatening. Moreover, actual figures show that the British are trying to escape the country, or, at least have an opportunity to do it later, if necessary. This is statistically proven by the growing numbers of the British being granted Irish passports (Flanagan 2019). The problem of the Irish border, termed as the “backstop”, has turned out to be complicated and hard to address, being referred to as the “Irish backstop riddle” (Henley 2019b).

The image of fear is represented, particularly, in the so-called text strong positions, e.g. “Europe isn’t the enemy – demonising us is undermining Britain” (Luyendijk 2019). As it is evident in the heading above, the image of fear is verbalized by word “demonizing” referring, in turn, to the word “enemy”, which is a compulsory image for the hero-enemy binary opposeme. A similar situation was observed in the Ukrainian texts running that, for instance “...Буткевич вважає хибною стратегію прихильників Порошенка щодо демонізації виборців Зеленського / Пан Буткевич прогнозує, що Україну і далі чекає ‘накручування ненависті’, що призведе до поразки Порошенка” (Strakh i nenavist’ 2019).

The motif of destruction, in the British circumstances experiencing and surviving Brexit, in Ukrainian – experiencing and surviving presidential and further parliamentary elections in 2019, is represented in the articles under consideration by such lexical units as “Brexit day”, “divorce bill”, “некерований хаос”, “територія анархії”, “інструменти боротьби й дестабілізації, корупція... створює відчуття розчарування” and others. The contexts related to these motifs may be divided into the groups of 1) metaphoric comparison, 2) conceptual verbalization of destruction, 3) warnings, 4) despair, and 5) reconstruction. The first group includes such comparisons as “a meteor” that “has hit Great Britain” (Poyrazlar 2019), and B. Johnson’s claim that the May’s deal is dead (Barnes 2019). The second group is represented, inter alia, by the following contexts: “...lives have been immediately disrupted by Brexit...” (O’Hagan 2019) or in a longer quote that also involves the image of the war: “Britain is no longer just riven [...] but fully entrenched in a culture war”, or an outline of the destructive battle followed by the post-apocalypse: “When we join battle on those lines, we leave no room for anything in between or any obvious route to heal afterwards.” (Henley 2019b), while the cataclysm itself is described as “the asset-stripping of British industry”, organised by “the architects of a broken and divided nation” (O’Hagan 2019). The third group of omens and warnings is verbalized in such sentences: “The real consequence of a no-deal Brexit is not short-term shock – it’s a long recession” (O’Hagan 2019). As the exit day is looming closer on the horizon, British media have been issuing “daily warnings of social and economic catastrophe [...] The crescendo of these warnings was the government’s own Operation Yellowhammer documents [...] which foretold instant disruption to medical and food supplies and imports from the EU” (O’Hagan 2019). In this case, semantic overlapping with the motif of isolation and the images of fear is obvious. The article also runs that “the consequences for working-class communities across the country will be devastating and long lasting” (O’Hagan 2019). Furthermore, certain despair is seen in semantic deterioration of the meaning of the word Brexit as in the article from the Guardian. “Since 2016 Brexit has been transformed from the modest and endlessly beneficial readjustment promised by the pro-leave campaigners [...] to a revolutionary project in which national harm might have to be accepted in pursuit of sovereignty” (Harris 2019). According to J. Harris, the British have already been tired of this prolonged and destructive process, and thus he calls them “Brexit-weary voters” (Harris 2019). In turn, the scornful attitude to Zelensky’s voters and their choice was verbalized in a variety of ways, e.g. “корисних ідіотів та ліваків, сколотити інфантильну дебільну більшість” (Strakh i nenavist’ 2019). The motifs of destruction and despair are featured in Ukrainian texts as well: “Народне розчарування станом економіки та продовженням існування корупції за Порошенка високе...” (Vovchuk 2019a).

However, both British and Ukrainian articles also admit the presence of hope amidst the mess and chaos of the present situation, and describe the motif

of reconstruction: "...I also started to feel pangs of optimism [...] a sense of an embryonic leftwing politics that might at last speak to a future..." (Harris 2019) and believes that the current gloom will be replaced by new and young ideas: "But ... Brexit has blown the lid off conventional notions of political possibility, allowing the left's grassroots to start offering grounds for optimism [...] flickering light to keep us going" (Harris 2019). Ukrainian expert's opinion is laid out in Tyzhden. It runs that the fundamental change in the Ukrainian leadership "може дати вікно можливостей для перезавантаження російсько-українських відносин" (Vovchuk 2019a). Another Tyzhden journalist admits that "попри певну конфронтацію поглядів жителів Донбасу та інших українських регіонів, одностайною є думка про важливість встановлення миру та повернення окупованих територій" (Ryaboshtan 2019).

4. Conclusion

The above analysis of the apocalyptic motifs and images media texts demonstrated that they are effective and powerful in influencing text recipients. The study showed that end-of-the-world semantic elements are varied and culturally multi-layered. Therefore, they are still sufficiently expressive and culturally deep to impress the audience. However, this research is not exhaustive and it is worth further studying such essential apocalyptic images as those of the hero and war, as well as developing post-apocalyptic motifs, dedicated to the renewal of life and creation of new communities after the cataclysm.

References

- BALLS, K. (2019), Boris Johnson may not get an election. But he can still avoid asking for a Brexit delay. The Guardian. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/sep/06/prime-minister-war-rhetoric-trade-negotiations> [access 25 IX 2019].
- BARDEN, N./WILLIAMS, T. [Барден Н./Уильямс Т.] (2012), Слова и символы. Язык и коммуникация в терапии. Харьков.
- BARNES, P. (2019), Brexit: What happens now? BBC News. In: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-46393399> [access 25 IX 2019].
- Brexit: Jargon-busting guide to the key terms. BBC News. 26 September 2019. In: <https://www.bbc.com/news/uk-43470987> [access 27 IX 2019].
- Brexit: What does Yellowhammer say about no-deal impact? BBC News. 20 September 2019. In: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-47652280> [access 22 IX 2019].
- CHEARNUS, I. (2008), Apocalypse Management. Eisenhower and the Discourse of National Insecurity. Stanford.
- CHESLEY, K. (2019), Stanford political scientist studies apocalyptic political rhetoric. Stanford News, 29 December 2017 [access 15 VI 2019].
- CORNER, J. (1995), Documentary television: the scope for media linguistics. In: AILA Review. Applied Linguistics Across Disciplines. 12, 62-67.

- CHRISTINE, R. (2019), How Brexit changed the English language. BBC website. 14 March 2019 [access 25 IX 2019].
- DOVROSKLONSKAYA, T. H. [Добросклонская, Т. Г.] (2008), Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва.
- Encyclopaedia Britannica (2019), Encyclopaedia Britannica. In: <https://www.britannica.com/topic/eschatology> [access 25 IX 2019].
- FLANAGAN, E. (2019), Brexit 'causing' more British nationals to become Irish, BBC News, 2 June 2019. In: <https://www.bbc.com/news/world-europe-48435872> [access 25 IX 2019].
- FONTAINE, L. (2017), The early semantics of the neologism BREXIT: a lexicogrammatical approach. *Functional Linguistics*. 4. doi:10.1186/s40554-017-0040-x.
- FREEDLAND, J. (2019), How Brexit is causing the strange death of British conservatism. *The Guardian*. 7 June 2019. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jun/07/brexit-strange-death-british-conservatism> [access 09 VI 2019].
- HARRIS, J. (2019), Brexit may feel apocalyptic – but radical new ideas are taking root. 30 September 2019. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/sep/30/brexit-apocalyptic-radical-new-ideas-progressive-thinking> [access 01 X 2019].
- HENLEY, J. (2019a), The Guardian Brexit weekly briefing: May resigns and Tories and Labour are savaged at EU polls. 28 May 2019. In: <https://www.theguardian.com/politics/2019/may/28/brexit-weekly-briefing-may-resigns-tories-and-labour-savaged-at-eu-polls> [access 25 IX 2019].
- HENLEY, J. (2019b), Brexit weekly briefing: no evidence of progress on deal – despite claims. *The Guardian*. In: https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/24/brexit-weekly-briefing-no-evidence-of-progress-on-deal-despite-claims?utm_term=RWRpdG9yaWFsX0JyZXhpdEJyaWVmaW5nLTE5MDkyNA%3D%3D&utm_source=esp&utm_medium=Email&utm_campaign=BrexitBriefing&CMP=brexitbriefing_email [access 27 IX 2019].
- HUNTINGTON, S. (2003), *Stolknovenie tsyvylyzatsyy*. Moskva. [Хантингтон, С. (2003), Столкновение цивилизаций. Москва.]
- JENKINS, S. (2019), The prime minister revels in war rhetoric, but could end up its victim. *The Guardian*. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/sep/06/prime-minister-war-rhetoric-trade-negotiations> [access 15 IX 2019].
- KRAMAR, O. [Крамар, О.] (2019), Український маніфест. In: <https://tyzhden.ua/World/226041> [access 23 V 2019].
- KRAPYVENKO, D. [Крапивенко, Д.] (2019), Що залишиться після виборів. In: <https://tyzhden.ua/Society/228326> [access 27 VI 2019].
- KRAEMER, D. (2019), Can no-deal Brexit be stopped? In: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-48519746> [access 10 IX 2019].
- LALIĆ-KRSTIN, G./SILAŠKI, N. (2018), From Brexit to Bregret: An account of some Brexit-induced neologisms in English. *English Today*, 34 (2), 3-8. DOI: 10.1017/S0266078417000530.
- LEBEDYEV, V. (2010), [Лебедев, В.] (2010), Анатомія масової культури. Харків.
- LUYENDIJK, J. (2019), Europe isn't the enemy – demonising us is undermining Britain. *The Guardian*. 29 September 2019. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/sep/29/europe-isnt-enemy-undermining-britain-tories-nasty-party> [access 29 IX 2019].
- MALKO, R. [Малко, Р.] (2019a), Камікад-3е. In: <https://tyzhden.ua/Politics/228722> [access 20 V 2019].
- MALKO, R. [Малко, Р.] (2019b), Парламент. Виставити запобіжники. In: <https://tyzhden.ua/Politics/228993> [access 2 IX 2019].
- MATHESON, D. (2013), *Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Исследования медиа и культуры*. Харьков.
- MCQUEEN, A. (2017), *Political Realism in Apocalyptic Times*. Cambridge. DOI: 10.1017/9781316588307.
- O'HAGAN, E.M. (2019), The real consequence of a no-deal Brexit is not short-term shock – it's a long recession. *The Guardian*. 20 August 2019. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/aug/20/real-consequence-no-deal-brexit-long-recession> [access 21 IX 2019]

- Parliament suspension: Angry Commons exchanges as MPs return to work. BBC News. 25 September 2019. In: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-49826524> [access 27 IX 2019]
- РОСНЕПТОВ, Н. Н. [Почепцов, Г. Г.] (2001), Теория коммуникации. Москва.
- POYRAZLAR, E. (2019), How Brexit is playing into Erdogan's hands in Turkey. The Guardian, 5 June 2019. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jun/05/brexit-erdogan-turkey-eu-democracy> [access 15 IX 2019].
- ПРИСТАЙКО, Т. С. [Пристайко, Т. С.] (2019), Что в Брексите тебе моём... (лексема БРЕКСИТ в зеркале языковой игры). Дніпро.]
- RENNER, K. J. (2012), The Appeal of the Apocalypse. In: *Literature Interpretation Theory*. 23, 203-211.
- РЯВОШТАН, І. [Рябоштан, І.] (2019), Повернення Донбасу очима українців. In: <https://tyzhden.ua/Society/226765> [access 22 V 2019].
- SINGAL, P. (2017), Major Themes in Post-Apocalyptic British Fiction. *International Journal of Research*. In: <https://internationaljournalofresearch.com/2017/03/16/major-themes-in-post-apocalyptic-british-fiction/> [access 22 V 2019].
- Slabkist'... (2019), Слабкість перед лицем зухвалої агресії РФ мають катастрофічні наслідки. In: <https://tyzhden.ua/News/226866> [access 01 IX 2019].
- SOLOVYOV, V. S. [Соловьев, В. С.] (2010), Оправдание добра. Москва.
- Strakh (2019), Страх і ненависть у Фейсбуку: як українці сваряться через вибори. In: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47784858> [access 19 V 2019].
- VOVCHUK, K. H. [Вовчук, Х.] (2019a), Світові ЗМІ про вибори президента України: шанси головних кандидатів і майбутні відносини з РФ. In: <https://tyzhden.ua/World/226279> [access 25 V 2019].
- VOVCHUK, K. H. [Вовчук, Х.] (2019b), Світ про результати першого туру виборів президента України: нове політичне обличчя та стійкий лідер. In: <https://tyzhden.ua/World/22865> [access 30 V 2019].
- WILHELM, H. (2019), It's the End of the World (Again). *National Review*. In: <https://www.nationalreview.com/2017/03/donald-trump-media-apocalyptic-rhetoric-unhealthy-unsustainable/> [access 22 V 2019].
- YAТSІMІRS'KA, M./DRAGAN, N. [Яцимірська, М./Драган, Н.] (2007), Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). Львів.
- YOUNGE, G. (2019), Brexit is not the cause of Britain's political breakdown a symptom. In: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/mar/21/brexit-political-crisis-britain> [access 27 VI 2019].

MAGDALENA KOLAŃSKA-STRONKA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2521-2950>

University of Zielona Góra

OLEG GORBANIUK

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9830-8537>

University of Zielona Góra

The John Paul II Catholic University of Lublin

MICHAŁ WILCZEWSKI

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7650-5759>

University of Warsaw

FROM EXPLORATORY RESEARCH TO STRUCTURAL MODELS: A MULTILEVEL LEXICAL APPROACH TO STUDYING THE IMAGE OF MARKETING OBJECTS¹

KEYWORDS: structural model, image, marketing object, lexical research, multilevel approach

ABSTRACT: The key problem in studies of marketing objects (e.g., brands, political parties) is the lack of agreement on the universal dimensions through which such objects are perceived, as well as on methodologies allowing their identification. As a result, researchers often use structural models (and instruments) that lack ecological validity. We offer a solution to that problem by presenting a methodology that draws on lexical research and which has allowed researchers to establish universal dimensions of personality perception in psychology. By discussing the theoretical and methodological tenets of the multilevel lexical approach to exploring images of marketing objects, we also overcome another problem of neglecting the hierarchical structure of the phenomena and data.

1. Introduction

The image of marketing objects is an important phenomenon both from a scholarly and practical perspective because numerous studies prove that it is related to preference, loyalty, and consumer brand engagement (Poiesz 1989). A coherent image allows the development of groups of loyal customers of the brand (Haynes/Lackman/Guskey 1999) by supporting, expanding, and strengthening the brand's impact over time (Keller 1993). The image also allows consumers to distinguish the brand or other marketing object against other brands or objects on the market (Keller 1998).

¹ This paper was supported by the National Science Centre, Poland [grant no. 2017/25/N/HS4/02510].

The concept of the image of marketing objects (e.g., brands, brand users, political parties, politicians) is understood differently by different scholars (Dodni/Zhinkhan 1990), which often leads to conceptual chaos, prevents comparative research, and often causes confusion among readers. In this article, we will apply a broad and one of the more accepted definitions of image as general knowledge of a marketing object (Keller 1993).

The definitional confusion in the literature causes problems with the conceptualization and operationalization of the image of marketing (and other) objects. Despite the widespread belief that brand image (Plummer 1985), brand user image (Kressmann et al. 2006), or political party image (Smith 2009) are multidimensional constructs, there is lack of agreement among researchers on the universality of the structure of perception of marketing (and other) objects. Specifically, it is not clear which dimensions of object perception are universal and which are rather culture-specific, and what methodology could best serve to determine such a universal structure. The lack of well-established consensual universal structural models and measurement tools prevents comparative research. Moreover, researchers often apply models and tools that have not been tailored to study the specificity of a particular object (e.g., using models constructed for measuring brand personality to measure political party image), which inhibits our understanding and systematic accumulation of knowledge about the determinants of image, as well as its impact on the attitudes, preferences, and behavior of image recipients.

In this paper, we want to address the above issues by proposing a way of conceptualizing the image of a marketing object, drawing on the methodological framework of psycholexical research. We will also lay out the principles and steps for building structural models by means of an analysis of a lexicon of people's associations with a marketing object. We argue that analysis of this kind may serve as a universal basis for a taxonomic agreement among researchers.

2. Criteria for the “goodness” of structural models

The solution to problems related to the measurement of marketing object images lies in building appropriate structural models. H. Eysenck (1991) laid down eight fundamental criteria for a model, which remain valid also in relation to marketing objects. First of all, such a model reflects the social importance of variables or factors. This means the descriptions of marketing phenomena proposed by the model should not only be of theoretical importance, but they should also be practical.

The second important aspect of a good model is its predictive power and the validity of the variables or factors the model comprises. In other words, the model

should include dimensions that explain and predict people's behavior, for example, shopping behavior, voting decisions, choosing destinations, and so on.

The third criterion is concerned with the comprehensiveness of the set of variables or factors that form a model. The adequacy of such a model needs to be verified with respect to the range of phenomena to be described.

Fourth, the reliability and cross-time stability of the model requires that the researcher verifies the presence of the dimensions established in people's perception of an object. Importantly, the capacity of the dimensions to explain and predict the behavior of image recipients should also be assessed over time.

Fifth, the model should allow generalizability across various types of data. This criterion is often overlooked in research involving marketing objects within one brand or product category, which prevents a wide range of generalizations. Another important issue is the capacity of a structural model to discern multilevel or hierarchical data. Structural models should allow for generalizations at different levels: object-level (e.g., differentiations between brands, i.e., their aggregated images) vs. person-level (differentiations of consumer opinions about the brand).

Sixth, one of the key elements of the taxonomic consensus is that the structural model achieves generalization across cultures and languages. This criterion may be satisfied by identifying universal and culture-specific dimensions across countries using methodologies that yield comparable results (Saucier/Hampson/Goldberg 2000).

By the seventh criterion, a model should lay out the causal basis for the variables or factors established. For example, it should account for the creation and conditioning of the image of a politician, party, brand, and so on, in the recipient's mind.

Finally, the model should be based on a theory that is plausible and internally logically consistent. The theory allows testable deductions and hypotheses meant to explain and predict both known and yet unknown phenomena (cf., Eysenck 1991, 774). This criterion is fulfilled by attribution theory, which explains the process of assigning dispositions to perceived objects, thereby offering an appropriate theoretical basis for research on images of marketing and other (e.g., political) objects (Gorbaniuk 2011).

3. Key problems in image research

In terms of challenges associated with the conceptualization and measurement of marketing object images, the researcher's most important tasks in image research include the choice of an exploratory method that will enable identification of the relevant dimensions through which an image is perceived, taking into account the subjectivity of such perception. Exploratory research is aimed at identifying all significant aspects of object perception and, at the same time, establishing

the proportion and importance of the dimensions identified. Moreover, exploratory research results may serve as a reference point for comparative studies, thereby allowing researchers to create culture-specific models of marketing object perception and search for culturally universal dimensions of such perception.

Importantly, the researcher should pay careful attention to solving the problem of different levels, as their model should explain the variance resulting from both individual differences and from differences between marketing objects (e.g., brands, political parties). In order to do so, the researcher may draw on structural models used in the psychology of individual differences, which are employed to study similar phenomena. Such models have been developed through psycholexical research and achieved taxonomic effects distinguished by a high degree of agreement among researchers.

4. Structural models of individual differences in psychology

F. Galton (1884) pointed to the lexicon of natural language as the basis for the systematization of individual differences. Over 50 years later, his idea resulted in a classification of individual differences in English (Allport/Odbert 1936) and exerted a considerable impact on contemporary psychology. Until the 1980s, structural models of personality varied enormously in psychology. This diversification prevented the accumulation of knowledge. To overcome this limitation, researchers turned back to the beginning of lexical research, and L. Goldberg (1981) reformulated the foundation of the modern methodology of lexical research in psychology, that is, the “lexical assumption.” The lexical assumption assumes that: (1) the most important differences between individuals have been coded in a natural language; (2) the more important a certain difference is, the higher number of terms the users of a given language have invented to define it (e.g., through synonyms and antonyms); (3) in order to determine the key dimensions through which people perceive differences (between people or objects), the structure of the comprehensive lexicon that is used to describe such differences needs to be analyzed (Gorbaniuk /Ivanova 2018).

After formulating the methodological basis of the lexical approach, Goldberg (1982) synthesized the results of his predecessors’ research (Fiske 1949; Norman 1963) and conducted his own in-depth research (Goldberg 1990; 1992). As a result, he determined five basic personality traits described by the English lexicon, the so-called Big Five (extraversion, emotional stability, conscientiousness, agreeableness, and intellect), thereby developing a Five-Factor Model of personality (McCrae/Costa 1985; 1987).

The subsequent creation of a questionnaire for the measurement of the five personality traits based on the results of lexical and psychometric studies quickly

popularized the Big Five in the academic and non-academic environment, which initiated a series of similar studies of other languages in the 1990s, which confirmed the universal nature of the traits included in the Big Five (Hendriks et al. 2003; Peabody/De Raad 2002). The results of those studies and the broad acceptance of the personality models developed through lexical research by the academic world indicate that this approach meets the majority of the criteria for the goodness of structural models (Saucier/Srivastava 2015). Furthermore, the knowledge of human beings expressed through language appears to be the common denominator of cross-cultural research. It allows (at least periodically) agreement among researchers on the structure of personality traits, which contributes to the intensification of research in various countries on the basis of compatible models and tools for measuring the traits (Gorbaniuk/Ivanova 2018).

Because psycholexical studies draw on comprehensive lexicons of individual differences, they are highly replicable. Researchers work on the same initial lexicon of descriptions of individual differences, in which the proportion of terms describing different traits is naturally balanced according to their adequate representation in the natural language. The methodology of psycholexical research allows cross-language comparisons and, thus, investigations into traits that are universal (common) and specific (different) for a given language or culture. Accordingly, such research enables a consensus on the issue of culturally universal models of personality and cross-cultural/national comparison of the results of studies that employ this model. Apart from all the positive consequences for the development of psychological research, psycholexical methodology may be used to advance methodologies of other disciplines (e.g., applied linguistics, media and political research) that explore the ways people perceive reality and various objects.

5. Attempts to apply solutions from psychology to conceptualize brand image

A groundbreaking attempt to transfer a personality model to marketing research has been made by J. L. Aaker (1997) who developed a model of brand personality that measures brand-related human traits. The model exemplifies an eclectic combination of the lexical approach (Goldberg 1990) with the psychometric approach (Costa et al. 1991) to marketing research; both approaches have been developed simultaneously in the psychological trait theory. It can be assumed that differences in the perception of brands can be explained in a similar way as differences between people (hence the use of personifying instructions that present a brand as a person).

Through research on an American population, Aaker (1997) identified five dimensions that differentiate mostly preferred personified brands: competence; excitement, sophistication, sincerity, and ruggedness. She also developed scales for

their measurement. Her research has triggered a plethora of studies, which made her model and tool extremely popular (9,870 citations at the end of August 2019).

However advantageous the very presentation of a tool for measuring brand image is, plenty of publications question Aaker's model. In a study reanalyzing the generalizability of brand personality structure, J. R. Austin, J. A. Siguaw, and A. S. Mattila (2003) found that the structure does not adequately describe the diversity of consumer opinions about the brand, but is limited to describing the dimensions of differences between the aggregated brand images. Hence, the model cannot predict consumer behavior – which is indicative of the ecological fallacy. There are also many critical voices questioning the theoretical and methodological value of the model in relation to product and service brands (Ambrose/Valette-Florence 2010; Austin/Siguaw/Mattila 2003; Avis/Forbes/Ferguson 2012; Bosnjak/Bochmann/Hufschmidt 2007; Gorbaniuk 2011).

Given the above shortcomings, Aaker's model appears to be unsuitable for exploring heterogeneous marketing objects such as brand users, countries, cities, parties, etc., because it does not reflect the specificity of the perception of those objects. Additionally, the model does not meet most of the criteria of "goodness" of structural models and does not solve the problem of the multilevel structure of the brand image (Gorbaniuk 2011). Therefore, it is necessary to develop new culture-specific models that will meet the postulated criteria, which is possible through exploratory research.

6. Taking the lexical approach to explore the structure of an image

Lexical research exemplifies exploratory research that requires a minimal number of assumptions and is not constrained by any theory (De Raad 1998); the only limitation is imposed by the adopted definition of the personality-descriptive term understood as a property that differentiates between people. The lack of restrictions resulting from the adopted theory should be considered as an advantage of the lexical approach (De Raad 1998) because it allows the researcher to go beyond current taxonomies and answer the question of whether or not such taxonomies are exhaustive.

Lexical studies should be regarded as comprehensive because they allow for collecting a complete lexicon of descriptors of individual differences (e.g., in terms of perceiving marketing objects). A typical study of the lexicon's structure comprises two stages: (1) *qualitative* – the researcher identifies a pool of descriptors, that is, lexemes used to describe differences between people or objects (e.g., image descriptors) or their representative sample through a qualitative analysis of a lexicon of natural language using the most comprehensive and up-to-date universal dictionaries; (2) *quantitative* – the researcher identifies the structure

of the lexicon of perceived differences based on the descriptions collected at the first stage through questionnaire surveys in which the users of a given language (from 300 to 1,000 persons) describe themselves or a given object using the descriptors (e.g., of the brand image); next, the researcher categorizes the list of descriptors through exploratory factor analysis (EFA), which identifies groups of strongly correlated lexemes (e.g., positively – synonyms, negatively – antonyms).

As shown above, taking the lexical approach to study the structure of the image of marketing objects requires two key stages of research. The first stage aims to identify a lexicon of a marketing object, that is, a set of associations with a given object that is important from the perspective of marketing research (e.g., brand, political party, country, etc.). According to Eysenck's (1991) goodness criteria of structural models, the study should include the full population or a representative sample of stimuli (categories, brands, politicians, political parties, countries, etc.) whose image will be described by the respondents, to ensure the extrapolation of the results to different types of data. Such studies should also be conducted on a representative sample of image users by means of, for example, an individual interview during which the users describe the stimuli (marketing objects). Next, a morphemic-semantic analysis of the users' associations with the stimuli is performed, along with the registration of association frequencies, to prepare an abbreviated list of associations (100-150) representative for the lexicon used to describe the image of a given object.

The list of associations is further used as a questionnaire in a quantitative study of the image structure, carried out on the sample of image users and using a representative sample of marketing stimuli. Next, multilevel EFA should be performed. Depending on the research aim, EFA allows the researcher to determine (1) the structure of perception, which is important to predict human behavior, or (2) the structure of differences between aggregated images, which may be used to position marketing objects.

7. Development of structural models based on lexical structures

After determining the structure of people's perception of a marketing object, a theoretical analysis of the content of the dimensions established should be performed. The analysis is aimed at giving the dimensions a theoretical status because the lexical structure alone is not considered a theoretical model – it needs to be interpreted in light of psychological theories (see, e.g., Lee/Ashton 2004; 2006).

In the next stage, a confirmatory study is performed to test the validity of the factor structure of the model and tools used for building it. Based on the results, short scales to measure image dimensions (at least 4-5 items per dimension) are developed. Next, the internal consistency of the scales (that measure the dimensions)

should be assessed and, complying with Eysenck's criteria (1991), the measurement stability and the measurement invariance should be tested at various measurement levels, for various objects within a given category, between categories and between countries (Cieciuch/Davidov/Schmidt et al. 2016).

Further, the predictive/explanatory power of important phenomena or behaviors is measured. For instance, in the case of brand image or political party image, one can predict the preferences or behaviors of brand users and the electorate, respectively.

The psycholexical research methodology has recently been employed to develop structural models of the image of marketing objects in lexical studies of, among others: brand image structure (Gorbaniuk 2011); brand user image (Gorbaniuk et al. 2012; Gorbaniuk/Dudek 2016; Gorbaniuk/Kolańska/Wilczewski et al. 2017); company image (Gorbaniuk/Razmus/Firlej et al. 2017); political party image (Gorbaniuk/Kusak/ Kogut et al. 2015); politicians (Gorbaniuk/Razmus/Slobodianyuk et al. 2017) and countries (Gorbaniuk/Omiotek 2011).

8. Testing the cultural universality of the lexical structures of marketing objects

The next step in building universal models of the image of marketing objects is testing their universality across cultures and languages. Psycholexical research allows for identifying culturally universal (etic) and culturally specific (emic) dimensions of the image (Saucier et al. 2000; Gorbaniuk/Ivanova 2018). The etic approach consists of importing the existing framework into a new culture to determine its adequacy (e.g., the Big Five scales translated into another language). However, the fact that a given model has been replicated in etic studies does not mean that the factors from that model exhaust the whole studied phenomenon, but only that people in other cultures think about the phenomenon in terms of such *a priori* dimensions.

In turn, the emic-type structure of the image can be identified in exploratory studies into the differences in lexical structures in each (national) culture or language. By comparing the lexical structures, it is possible to identify the traits that are common for all (national) cultures or languages (De Raad et al. 2010; 2014) or a group of languages (Ashton et al. 2004), and the traits unique to a language. The effects of cross-cultural comparisons allow the researcher to determine the scope of the universality of the existing models. They also provide guidelines for building new models; they may be regarded as a starting point in developing culture-specific models of personality (Gorbaniuk/Ivanova 2018). When talking about universal dimensions, the repetition of the full procedure (see below) in different countries allows for the identification of culturally universal dimensions and culturally specific dimensions of the image structure.

To date, the etic approach has been dominant in marketing image research because of a five-factor brand personality model (Aaker 1997), which has been used for the measurement of marketing objects. The model has been applied across national contexts by simply using translated versions of the instrument. As already mentioned, Aaker's model is far from universal in research into brand personality, not to mention research into the image of other marketing objects. There is an unfortunate tendency in marketing for following popular models in the literature, regardless of their ecological validity, which is indicative of low scientific skepticism.

From the perspective of marketing practice, it is beneficial to apply culture-specific models because of their validity – the consumer is not a universal person, but an individual functioning in a specific cultural environment. Therefore, it is reasonable when researchers and practitioners (marketers) use culturally and objectively relevant psychometric tools in their research. It would, hence, be a good practice to supplement the existing instruments (e.g., questionnaires), as well as develop new culture-relevant instruments. These could advance the research methodology for the measurement and identification of universal dimensions of the image of marketing (and other) objects across countries.

9. Conclusions

This article presented a lexical approach to exploring the perception of marketing object images. In order to develop an ecologically accurate structural model of the image of a marketing object (or any other perceived object, e.g., media, political) through exploratory research, which meets the strict requirements that we laid out in this article, we suggest that the following exploratory (1-11) and confirmatory (12-17) steps should be followed:

1. Theoretically define the scope of the image of the object in question.
2. Determine a representative sample of stimuli for the population of marketing objects (e.g. brands, countries) or include the entire population of objects (e.g., all political parties recognizable in a country). The greater the differences between the stimuli, the larger the sample of stimuli should be.
3. Define a representative sample of the “carriers” of the image of the object in question (e.g., consumers, tourists, voters), being guided by the power of the test and taking multilevel measurements into account.
4. Build a lexicon of a given object through interviews with a sample of image carriers, using the free association method.
5. Test the compliance of the lexicon built with the theoretical definition of the object in question and – if possible – categorize the lexical material by previously trained judges (Gorbaniuk 2016), which will ensure the reliability of the categorization.

6. Develop an abbreviated list (containing at least 100 items) of the image descriptors of the object in question, based on their frequency in the lexicon. The structure of the listed descriptors should proportionally reflect the key categories of the lexicon.

7. Define a representative sample of image stimuli and carriers, following the methodological requirements of multilevel analyses (repetition of steps 2 and 3). To comply with EFA requirements, the sample should usually involve over 300 respondents.

8. Conduct a quantitative study on a sample of image carriers who describe a given marketing object using the previously developed list of descriptors.

9. Identify a structure of differences in the descriptions of the same marketing object (level 1) and the structure of differences between marketing objects (level 2) using multilevel EFA.

10. Verify, by means of multiple regression analysis or canonical analysis, the explanatory value of the identified structure as a whole, as well as the individual dimensions. The analysis should take into account the respondents' behaviors/attitudes toward the marketing object: the verified dimensions should be relevant to generate useful explanations within a given field of the social sciences (e.g., percentage of explained variance of attitude, preferences or choices).

11. Evaluate the theoretical value of the dimensions established based on the existing literature, and determine the composition of the structural model or several alternative structural models to be tested.

12. Operationalize the dimensions (latent variables) that make up the structural model(s) by identifying the best diagnostic indicators (explicit variables). The items that yield the greatest discriminatory power should be used (i.e., the items that correlate strongly with a given dimension and weakly with other dimensions). Optimally, at least three indicators/items for each dimension should be selected.

13. Conduct a confirmation study based on a representative sample of stimuli and a new representative sample of image carriers (see steps 7 and 8). Either a multilevel or a unilevel confirmatory factor analysis should be performed, depending on whether or not the structural model is meant to describe, respectively, differences between objects or differences between people in the perception of marketing objects. The best model should be chosen according to the model fit indices.

14. Assess the configural and metric invariance of dimensions/scales, considering the key object categories (e.g., product categories) and subject categories (e.g., gender, place of residence, level of income). The results allow the researcher to assess the generalizability and limitations of the model developed.

15. Calculate the psychometric indices of each scale that operationalizes the relevant dimension in the model by (1) rejecting the items with the least discriminatory power and (2) assessing the internal reliability of the scales, which should be equal or higher than .70. The final scale should contain at least three

or four items. When testing several competitive models, the one that exhibits the highest internal reliability should be chosen.

16. Assess the stability of the measurement of the image of the same marketing object(s) on the same sample at an interval of 10 to 20 days.

17. Verify the predictive validity of the model in terms of the behaviors of the image carriers relevant to a given field by, first, a measurement of the image of the object and, second, a measurement (at a later time) of behaviors.

If the tests performed in steps 13-17 yield unsatisfactory results, the model should be modified based on the exploratory research conducted in steps 1-12. Next, the tests should be repeated following steps 13-17 until satisfactory psychometric indicators have been obtained.

Lexical research provides researchers with tools for systematic and methodologically consistent exploration of individual differences and systematization of our knowledge about them. It also offers the researchers studying marketing objects (as well as other objects) a chance to reach an agreement on the scientific taxonomy and on the ways of systematic research into the image of a given marketing object. Importantly, lexical research allows predictions of people's behaviors and attitudes toward the object.

We hope that the researchers and practitioners interested in studying images will find the method and procedure presented in this paper useful in creating new models and tools for measuring images. We are aware of certain limitations the method entails (e.g., its time-consuming nature), as well as of the popularity of other models, which do not necessarily meet the academic/methodological criteria. Nonetheless, believing the presented approach to studying images stands out because of its methodological rigor, we encourage researchers to use it in their systematic investigations across various disciplinary and cultural/national contexts.

Bibliography

- AAKER, J. L. (1997), Dimensions of brand personality. In: *Journal of Marketing Research*. 34 (3), 347-356.
- ALLPORT, G. W./ODBERT, H. S. (1936), Trait-names. A psycho-lexical study. In: *Psychological Monographs*. 47 (1), i-171.
- AMBROISE, L./VALETTE-FLORENCE, P. (2010), The brand personality metaphor and inter-product stability of a specific barometer. In: *Recherche et Applications en Marketing*. 25 (2), 3-28.
- ASHTON, M. C./LEE, K./PERUGINI, M. et al. (2004), A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholexical studies in seven languages. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 86, 356-366.
- AUSTIN, J. R./SIGUAW, J. A./MATTILA, A. S. (2003), A re-examination of the generalizability of the Aaker brand personality measurement framework. In: *Journal of Strategic Marketing*. 11 (2), 77-92.
- AVIS, M./FORBES, S./FERGUSON, S. (2014), The brand personality of rocks: A critical evaluation of a brand personality scale. In: *Marketing Theory*. 14 (4), 451-475.

- BOSNJAK, M./BOCHMANN, V./HUFSCHEIDT, T. (2007), Dimensions of brand personality attributions: A person-centric approach in the German cultural context. *Social Behavior and Personality: An International Journal*. 35 (3), 303-316.
- CIECIUCH, J./DAVIDOV, E./SCHMIDT, P. et al. (2016), Assessment of cross-cultural comparability. In: Ch. Wolf/Joye, D./Smith, T. W./Fu, Y.-C. (eds), *The SAGE handbook of survey methodology*. Thousand Oaks, CA, 628-646.
- COSTA, P. T. JR./MCCRAE, R. R./DYE, D. A. (1991), Facet scales for agreeableness and conscientiousness: A revision of the NEO Personality Inventory. In: *Personality and Individual Differences*. 12 (9), 887-898.
- DE RAAD, B. (1998), Five big, Big Five issues: Rationale, content, structure, status, and cross-cultural assessment. In: *European Psychologist*, 3 (2). 113-124.
- DE RAAD, B./BARELDS, D. P./LEVERT, E. et al. (2010), Only three factors of personality description are fully replicable across languages: A comparison of 14 trait taxonomies. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 98, 160-173.
- DE RAAD, B./BARELDS, D. P./TIMMERMAN, M. E. et al. (2014), Towards a pancultural personality structure: Input from 11 psycho-lexical studies. In: *European Journal of Personality*. 28, 497-510.
- DODNI, D./ZINKHAN, G. M. (1990), In search of brand image: A foundation analysis. In: *Advances in Consumer Research*. 17 (1), 110-119.
- EYSENCK, H. J. (1991), Dimensions of personality: 16, 5 or 3? Criteria for a taxonomic paradigm. In: *Personality and Individual Differences*. 12 (8), 773-790.
- FISKE, D. W. (1949), Consistency of the factorial structures of personality ratings from different sources. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 44 (3), 329-344.
- GALTON, F. (1884), Measurement of character. In: *Fortnightly Review*. 36, 179-185.
- GOLDBERG, L. R. (1981), Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In: *Review of Personality and Social Psychology*. 2 (2), 141-165.
- GOLDBERG, L. R. (1982), From ace to zombie: Some explorations in the language of personality. In: Spielberg, C. D./Butcher, J. N. (eds.), *Advances in Personality Assessment*, Vol. 1. Hillsdale, 203-234
- GOLDBERG, L. R. (1990), An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 59 (6), 1216-1229.
- GOLDBERG, L. R. (1992), The development of markers for the Big Five factor structure. In: *Psychological Assessment*. 4 (1), 26-42.
- GORBANIUK, O. (2011), *Personifikacja marki: perspektywa psychologiczna i marketingowa*. Lublin.
- GORBANIUK, O. (2016), Wykorzystywanie procedury sędziów kompetentnych w naukach społecznych i możliwości jej oceny psychometrycznej za pomocą narzędzi dostępnych w STATISTICA. In: Jakubowski, J./Wątroba, J. (eds), *Zastosowanie statystyki i data mining w badaniach naukowych*. Kraków, 5-20.
- GORBANIUK, O./DUDEK, M. (2016), Właściwości psychometryczne kwestionariusza do pomiaru wizerunku konsumenta. In: *Psychologiczne Zeszyty Naukowe*. 1 (1), 1-16.
- GORBANIUK, O./IVANOVA, A. (2018), The language as a source of knowledge about individual differences. In: *Nauka*. 4, 7-26.
- GORBANIUK, O./KOLAŃSKA, M./WILCZEWSKI, M./IVANOVA, A. (2017), A lexical study of comparisons with typical brand users of goods. In: *Applied Linguistics*. 22 (2), 29-44.
- GORBANIUK, O./KUSAK, K./KOGUT, A. et al. (2015), Dimensions of political party "personality" perception. In: *Journal of Political Marketing*. 14 (1), 35-63.
- GORBANIUK, O./OMIOTEK, M. (2011), Taksonomia leksykalna skojarzeń i struktura dyspozycji przypisywanych krajom. In: *Psychologia Społeczna*. 6 (4), 330-350.
- GORBANIUK, O./RAZMUS, W./FIRLEJ, K. et al. (2017), Measuring corporate personality: A critical review and new insights. In: *Journal of Brand Management*. 24 (5), 423-438.

- GORBANIUK, O./RAZMUS, W./SLOBODIANYK, A. et al. (2017), Searching for a common methodological ground for the study of politicians' perceived personality traits: A multilevel psycholexical approach. In: *Journal of Research in Personality*. 70 (4), 27-44.
- GORBANIUK, O./TOCZYŃSKA, M./OSIAK, A. et al. (2012), Taksonomia leksykalna skojarzeń i struktura postrzegania konsumentów marek. In: Górnik-Durose, M./Zawadzka, M. (eds), *W supermarkecie szczęścia. O różnorodności zachowań konsumenckich w kontekście jakości życia*. Warszawa, 159-186.
- HAYNES, A./LACKMAN, C./GUSKEY, A. (1999), Comprehensive brand presentation: Ensuring consistent brand image. In: *Journal of Product & Brand Management*. 8 (4), 286-300.
- HENDRIKS, A. J./PERUGINI, M./ANGLEITNER, A. et al. (2003), The five-factor personality inventory: Cross-cultural generalizability across 13 countries. In: *European Journal of Personality*. 17(5), 347-373.
- KELLER, K. L. (1993), Conceptualizing, measuring, managing customer-based brand equity. In: *Journal of Marketing*. 57 (1), 1-22.
- KELLER, K. L. (1998), Brand knowledge structures. In: Keller, K. L. (ed.), *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Upper Saddle River, NJ, 86-129.
- KRESSMANN, F./SIRGY, M. J./HERRMANN, A. et al. (2006), Direct and indirect effects of self-image congruence on brand loyalty. In: *Journal of Business Research*. 59 (9), 955-964.
- LEE, K./ASHTON, M. C. (2004), Psychometric properties of the HEXACO Personality Inventory. In: *Multivariate Behavioral Research*. 39 (2), 329-358.
- LEE, K./ASHTON, M. C. (2006), Further assessment of the HEXACO Personality Inventory: Two new facet scales and an observer report form. In: *Psychological Assessment*. 18, 182-191.
- MCCRAE, R. R./COSTA, P. X. (1985), Updating Norman's 'adequate taxonomy': Intelligence and personality dimensions in natural language and in questionnaires. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 49 (3), 710-721.
- MCCRAE, R. R./COSTA, P. T. (1987), Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 52 (1), 81-90.
- NORMAN, W. T. (1963), Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 66 (6), 574-583.
- PEABODY, D./DE RAAD, B. (2002), The substantive nature of psycholexical personality factors: A comparison across languages. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 83 (4), 983-997.
- PLUMMER, J. T. (1985), How personality makes a difference. In: *Journal of Advertising Research*. 24 (6), 27-31.
- POIESZ, T. B. C. (1989), The image concept: Its place in consumer psychology. In: *Journal of Consumer Psychology*. 10 (4), 457-472.
- SAUCIER, G./HAMPSON, S. E./GOLDBERG, L. R. (2000), Cross-language studies of lexical personality factors. In: *Advances in Personality Psychology*. 1, 1-36.
- SAUCIER, G./SRIVASTAVA, S. (2015), What makes a good structural model of personality? Evaluating the Big Five and alternatives. In: Mikulincer, M./Shaver, P. R. (eds), *APA handbook of personality and social psychology, Vol. 4: Personality processes and individual differences*. Washington, DC, 283-305.
- SMITH, G. (2009), Conceptualizing and testing brand personality in British politics. In: *Journal of Political Marketing*. 8 (3), 209-232.

MARIA TOMSKAYA / МАРИЯ ТОМСКАЯ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0740-6698>
Moscow State Linguistic University

СКАЗОЧНЫЕ ОБРАЗЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Fairy tale images as a component of cultural programming: gender aspect

Ключевые слова: якутская сказка, культурное программирование гендерного поведения, мужские и женские образы, гендерные стереотипы

Keywords: Yakut fairy tale; cultural programming of gender behavior; male and female images; gender stereotypes

АБСТРАКТ: The paper considers male and female images in the Yakut fairy tales as a component of cultural programming of gender behavior in a tribal society. The analysis of the Yakut fairy tales reveals that the main male characters whole being integral are represented as a rule by three types – in the image of heroes, hunters and poor men. Female images are more diverse, among them there are girls of the Upper World and udagans (shaman women), endowed with magical powers and the gift of transformation; girls of the Middle World, who can be both passive and active characters; the third group of female images is represented by old women, who are often embodied in the collective image of the old woman Simekhsin. The results of the analysis suggest that the masculine images correspond to the stereotypical male behavior patterns in the patriarchate society, while the feminine images may deviate from the accepted gender stereotypes for various reasons.

1. Введение

Статья посвящена гендерному аспекту якутских сказочных образов как компоненту культурного программирования поведения в родоплеменном обществе. Прежде всего, представляется необходимым остановиться на понятии программирования, которое определяется, с одной стороны, как «система создания и регулирования некоей сферы деятельности на основе разработки программы соответствующих действий, приводящей к достижению конкретных целей»; с другой – как «процесс и искусство создания программы, представляющей собой форму связывания идеальной и социокультурной действительностей, своеобразный способ перехода из одной

в другую» (цит. по: Зыкова 2018, 27). Если мы имеем в виду культурное программирование, то оба определения подходят как нельзя лучше, поскольку культура, неотъемлемой частью которой является язык, есть, по сути, мощная система ценностей, прошедших тысячелетнюю апробацию, и, одновременно, процесс конструирования реальности в соответствии с запросами и потребностями социума. В подтверждение этому уместно сослаться на определение культуры Г. Хофстеде, который рассматривает ее как коллективное программирование сознания, которое отличает членов одной группы или типа людей от других (Hofstede 2011). Архетипические и мифологические представления играют при этом роль базиса, на котором покоится вся система культуры.

Исходя из вышеизложенного, видится целесообразным рассмотрение проистекающих из архетипов мифологических образов, к коим относятся и сказочные образы, в качестве одной из составляющих культурного программирования, представляющих собой одновременно и продукт, и источник этого программирования, поскольку во втором своем качестве они могут оказывать влияние на представителей того или иного культурного сообщества.

Сказки составляют «базисный пласт культуры», они входят в культурную память человечества и принадлежат к константным текстам культуры (Фадеева 2014), поскольку в них проявляется архетипическое противопоставление понятий добра и зла, выраженное в антиномическом построении системы ценностей любого народа. Бинарность рассматривается как структурообразующий принцип мышления и бытия человека на этапе архетипического осмысления объективной реальности, которое затем становится базисом для формирования развернутого мифологического восприятия действительности (Зыкова 2010), раскрывающегося в многочисленных и разнообразных мифах, находящих отражение в сказках того или иного народа. Тем самым сказки как одна из самых устойчивых форм передачи информации и знаний являются не только культурным наследием, которое усваивается индивидуумом уже на ранних этапах жизни, но и текстами, отражающими менталитет и сферу знаний народа, его суждения о действительности. Многочисленные исследования показывают определенное сходство сюжетных линий сказок народов, населяющих различные регионы и континенты, что свидетельствует о некоем культурном трансфере. Однако при этом наблюдаются отличия, которые сформировались под влиянием конкретной культурной среды, системы ценностей, норм и правил поведения.

Сказочные образы, работая преимущественно на бессознательном уровне и являясь при этом символическими образами, становятся моделью поведения для человека. Таким образом, ценности и представления, касающиеся роли и места женщины и мужчины в обществе, и связанные с ними гендерные

стереотипы и социальные установки регулируются на глубинном ментальном уровне общественного сознания, передающемся из поколения в поколение.

2. Гендерные знания в контексте культурного программирования

Гендерные представления, являясь продуктом культурной традиции и социальных отношений, закреплены как в общественном, так и в индивидуальном сознании, что позволяет рассматривать их как когнитивный феномен и приписать мужественности и женственности статус концептов (Кирилина/Томская 2005). Гендерные концепты образуют определенные пропозиции, которые как формат репрезентации, как некие инвариантные единицы, структурируют гендерные знания представителей той или иной культуры (Гриценко 2005), что становится источником для формирования гендерных стереотипов.

Гендерные стереотипы, в свою очередь, могут также рассматриваться как когнитивный «механизм», позволяющий быстро и без особых усилий получить доступ к гендерному знанию. Более того, они сами интерпретируются как особая форма хранения знания, а, определяя ожидания представителей той или иной культуры, гендерные стереотипы становятся источником суждений и оценок, поскольку содержат «разделяемое большинством членов социума знание о характерных признаках поведения женщин и мужчин, о качествах, которыми должны обладать женщины и мужчины и т. п.» (Eckes 2004, 165). Тем самым гендерные стереотипы (как и другие виды стереотипов) относятся, с одной стороны, к индивидуальному знанию, а, с другой – образуют ядро согласованного, разделяемого большинством носителей той или иной культуры, понимания типичных черт и характеристик, приписываемых мужчинам и женщинам. Наряду с согласованностью, как отмечает Т. Эккес (Eckes 2004), гендерные стереотипы обладают двумя компонентами, которые отличают их от других видов стереотипов, – это дескриптивный и прескриптивный компоненты. Дескриптивный компонент охватывает представления о том, каковы женщины и мужчины, т. е. индивидам приписываются те или иные качества только на основании их половой принадлежности, что является продуктом культурной традиции и социальных отношений. Прескриптивный компонент касается представлений о том, какими должны быть женщины и мужчины, или как они должны вести себя – и это становится источником формирования моделей поведения для мужчин и женщин. Это соотносится также с амбивалентностью сказочных образов как продукта и источника культурного программирования.

Гендерные знания функционируют как прагматические пресуппозиции, при восприятии гендерно маркированной или гендерно релевантной языковой формы они мгновенно «извлекаются» из памяти путем активизации

ассоциативных цепочек. В этом процессе особую роль играют так называемые имплицатуры, благодаря которым устанавливается опосредованная связь между использованием определенных языковых средств и созданием определенного вида гендерной идентичности (Гриценко 2005).

Рассмотрим, каким образом это функционирует на примере сказок якутской культуры.

3. Сказочные образы в процессе культурного программирования

Интенсификация исследований, в центре которых находится человек и характерные для него способы переработки информации, приводит к возрастанию интереса к категории образа (имиджа), относящейся к сфере нематериальных ресурсов, имеющих, однако, значение для функционирования объекта в той или иной среде (Kiklewicz 2019).

В этой связи обращение к константным текстам культуры, оперирующим традиционными образами, в том числе сказочными, представляется не только целесообразным, но и мотивированным, поскольку они как символические образы регулируются на уровне коллективного бессознательного.

Несмотря на то, что система образов мужских и женских персонажей якутских сказок строго регламентирована и во многом имеет сходство с другими культурами, наблюдаются некоторые особенности, обусловленные условиями жизни народа, связанными с природной средой, типом хозяйствования, историческим южным происхождением этноса.

Главным богатством якутов являлись лошади. Несмотря на то, что в хозяйстве якутов уже с XVIII в. преобладает рогатый скот, поклонение коню наблюдается повсеместно. В якутской мифологии культу коня отведено особое место, при этом четко прослеживается связь с древним мифом о солнечном происхождении божественного коня. В некоторых мифологических источниках говорится, что «вначале была лошадь, от которой произошло животное наполовину лошадь, наполовину человек., и от последнего уже родился человек» (Гоголев 1993, 19).

Образы конного и рогатого скота выступают зооморфными символами Неба (Верхнего мира) и Земли (Нижнего мира), которые в свою очередь олицетворяют мужское и женское начало. Эта связь прослеживается почти во всех значительных обрядах, отраженных в сказочном тексте: так, во время скотоводческих празднеств (*ысыах*) Небу приносили в жертву лошадь светлой масти, Матери-земле – корову; в погребальных обрядах мужчину хоронили с любимым конем, женщину – с коровой (Томская 2018).

Отсюда конный скот (*сылгы сүөһү*) и рогатый скот (*ынах сүөһү*) метафорически называют «мужской» скот (эр киһи сүөһү) и «женский» скот (*дьахтар*

сүөлү) и часто наделяют антропоморфными характеристиками. Это находит отражение и в зооморфных метафорах: сравнение девушки с кобылой, а парня с жеребцом считается позволительным, даже красивым, тогда как сравнение с коровой является оскорблением, например, слово *ынах* (букв. *корова*) часто употреблялось как бранное *баба* по отношению к мужчине (Томская 2005).

Обратимся к персонажам сказок, но прежде необходимо отметить, что якутские сказки часто называются по имени первого упоминаемого персонажа. По его сложному имени, вынесенному в название сказки, можно узнать о его характере, внешнем виде и статусе. Так, в сказке «Старушка Бэйбэрикээн с пятью коровами» имя персонажа происходит от слова *бэйбэрий* (букв. *ходит семенящими быстрыми шагами*), обычно этой лексемой описывают походку детей или полных коротконогих пожилых людей с добрым нравом. Кроме того, возраст героини подтверждается лексемой *эмээхсин* (букв. *старуха*). Наличие лишь пяти коров свидетельствует о небогатом имуществе старушки. При этом старушка Бэйбэрикээн олицетворяет земную мать чудесной девушки. Тем самым имя выступает как социальный знак, который отражает не только черты характера и внешнего вида, но и указывает на определенную социальную роль (Томская 2016).

Как показал анализ, главные мужские персонажи якутских сказок представлены, как правило, тремя образами, которые могут служить базовой моделью мужского поведения:

1) **Б о г а т ы р ь** (славный богатырь Эрбэштэй-Бэргэн, семь раз на кончике большого пальца оборачивающийся; Тесто-богатырь; Богатырь ростом в шесть кулаков; Богатырь-Орел; Богатырь Тигяняй в беличье дошке и др.) – один из ранних сказочных персонажей, заимствованный из героического мифа и свидетельствующий об этимологической связи архаического эпоса и сказки, обозначаемой как героическая (Мелетинский 2019). Сюжет этих сказок восходит к мифологическому сюжету, повествующему о подвигах богатыря и обретении им счастья. Действия и поведение богатыря – героя сказки полностью соответствует модели гегемонной маскулинности (термин Р. Коннелл): он мужественный, бесстрашный, он преодолевает все препятствия на своем пути, борется с чудовищами и одерживает победы, спасает красавицу и завоевывает свое счастье. В сюжете данных сказок отражен постепенный переход от матриархата к патриархату, который произошел, по мнению некоторых этнографов, в результате накопления собственности и передачи ее по наследству (Морган 1935; Мелетинский 2019).

2) **О х о т н и к** (Хардыт Бэргэн; Славный Юджюйэн и др.) – переходный мужской образ, появившийся, видимо, после переселения якутов на Север, заимствован из фольклора тунгусов. Как и предыдущий персонаж, обладает силой, выносливостью, смелостью, т.е. теми качествами, которые необходимы для выживания в суровых климатических условиях. Его поведение также

соответствует модели гегемонной маскулинности. В сюжетах этих сказок появляются мотивы разложения родоплеменного общества, появления малой семьи (Мелетинский 2019).

3) Б е д н я к (Эрэйдээх Буруйдаах (бедный-несчастный); От Сагынньах (Травяная доха); Парень-сирота; Парень-калека; упрямый Симинэс с бородавкой на затылке и др.) – персонаж, промышляющий охотой, а чаще рыболовством, как правило, не имеющий скота, в первую очередь конного – мерила богатства, или имеющих лишь пару-другую коров или быков. К этим персонажам примыкают бедные старики, которые в процессе повествования благодаря житейской мудрости и волшебным помощникам избавляются от своих врагов и обретают богатство. Сказка предполагает, что герой проходит определённые испытания (ср. обряд инициации), и, изменяясь, становится другим. Если в начале сказки он выступает как Эрэйдээх Буруйдаах (бедный-несчастный), то в конце обязательно становится богатым и счастливым. Выход на первый план героя изначально обездоленного, униженного, преследуемого, по мнению Е. М. Мелетинского, свидетельствует о победе патриархата и о переходе от минората к майорату, что и отражается в сказках в виде сюжета о дележе наследства в пользу старшего брата (Мелетинский 2019). Несмотря на униженное положение героя, модель его поведения по-прежнему традиционная, соответствующая типу «гегемонная маскулинность», благодаря которой он и добивается, в конце концов, успеха и процветания. В этот период происходит окончательное формирование волшебной сказки как жанра.

Таким образом, практически все мужские персонажи следуют стереотипному образцу поведения – быть добытчиком, защитником, доминировать везде, подчинять себе окружающих и т.п., что впрочем имеет достаточно простое объяснение – в силу природных, социальных, экономических предпосылок при любом другом варианте мужского поведения герой не имел бы шансов на выживание и поставил бы под удар благополучие рода.

Что касается женских образов, то здесь наблюдается некоторое разнообразие, среди них можно выделить следующие типы.

Д е в у ш к и В е р х н е г о м и р а наделены магической силой и даром перевоплощения, часто это у д а г а н к и (шаманки), которые выступают в роли невесты или чудесной супруги. В их образе переплетаются обыденные и сказочные черты, к последним относится, например, отсутствие имени, чудесное «рождение» из травы, апеллирующее к древнему мифу о растительном царстве, гибель и второе «рождение». Женидьба на девушке-стерхе (белом журавле) является своего рода отсылкой к пережиткам тотемических представлений людей раннего родового строя – матриархата. Как правило, эти персонажи, оставаясь безымянными, призваны помогать героям-мужчинам.

Д е в у ш к и С р е д и н н о г о м и р а могут быть как пассивными (Кюнь Туналынгса (Солнце Ясное), Юрюмеччи Куо (Прекрасный мотылек) и др.),

так и активными персонажами (охотница Энгкээбил). Как правило, героини чаще пассивны, их главной характеристикой является красота. Образы сказочных женщин в народном представлении необыкновенно красивы (ср. рус. «Ни в сказке сказать, ни пером описать»):

- (1) Подняла девушка голову, десять пальцев, что десять горностаев, от лица отняла. Светло стало в юрте, будто три солнца взошло – так лицо ее сияло. Горло было и вовсе прозрачным: темное проглотит – словно соболь пробежит, светлое – белая бабочка забьется. Такой красавицей была девушка! (Славный богатырь и злая Нэгэй-Тугут, Сивцев/Ефремов 1990, 59).

Традиционная якутская сказочная формула описания женской красоты встречается также в героическом эпосе. Эта исконная, древняя формула уходит корнями в тюркский фольклор. Представление прозрачности красавицы почти уникально – в тюркских сказках, за исключением туркменской, подобное уже не встречается. По-видимому, эта формула была забыта, а у якутов она сохранилась в силу их изолированности от влияния других культур (Томская 2016).

Активные женские персонажи немногочисленны, однако среди них необходимо упомянуть охотницу Энгкээбил, которая, не соответствуя стереотипам женственности, следует маскулинной модели поведения, причем в ее крайнем проявлении:

- (2) Энгкээбил в самые юные годы в муже не нуждалась и не думала, что, постарев-ослабев, будет в нем нуждаться. Она была, оказывается, прославленной на весь свет охотницей, не пропускающей ни быстрокрылых, летающих в небе, ни быстроногих, бегающих по земле. Поэтому в доме-очаге, в богатстве-достатке не нуждалась; сквозь черный лес проходя, реки в брод переходя – других двуногих вперед не пропускала; ни лесную, ни водяную живность не жалела, всех подряд истребляла (Энгкээбил и Сээкэрэ, Сивцев/Ефремов 1990, 306).

Старушки, которые часто воплощаются в собирательном образе старушки-скотницы Симехсин (старушка Бэйбэрикээн с пятью коровами, старушка Таал-Таал, старушка Нии-Нии, старушка Тэллэй, старушка Хаахый-Хаахый, старушка Эчийкээн и др.). Уже из имен следует, что это один из самых уязвимых слоев якутского социума: пожилые, бедные, бездетные, как правило, комичные персонажи. Однако, несмотря на профанность образа, в сказках они выполняют весьма важные социальные функции, а именно информирующую и регулирующую. Благодаря им сохраняется баланс в родоплеменном обществе, передаются информация и знания. Они воплощают раннюю форму родоплеменного общества – матриархат, косвенно отсылая к архетипу Матери-земли. Недаром эти старушки – скотницы, присматривающие за рогатым скотом – зооморфным символом Матери-земли.

Таким образом, женские образы обладают большей символической составляющей, они воплощают природные, хтонические силы, актуализируя в тексте сказки архетипическое и мифологическое мышление и мировосприятие родоплеменного общества якутов.

Сказочный вымысел приобретает новые качества, если мы будем исходить из того, что «сказка сохранила следы очень многих обрядов и обычаев: многие мотивы только через сопоставление с обрядами получают свое генетическое объяснение» (Пропп 1986, 119). Как показывает анализ, в большинстве якутских волшебных сказок находят отражение отголоски анимизма, тотемизма, солярный культ, скотоводческие обряды, обряд инициации, этапы свадебного обряда, погребальные обряды и др. Обряды как элементы культуры, апеллируя к бессознательному, также программируют поведение представителей этой культуры.

Отражая историю народа, этнографию, религию, историю форм мышления, поэтики, сказки несут колоссальную информационную составляющую, передаваемую из поколения в поколение. Однако нельзя недооценивать и еще один аспект сказок – заложенную в них устойчивую систему ценностей, которая служит реципиенту в дальнейшем «ориентиром для классификации поступков окружающих его людей, а также способствует формированию оснований для этических поступков в реальной жизни» (Гусейнова 2014, 79).

4. Заключение

Как показал анализ якутских сказок, главные мужские персонажи, которые, в целом, характеризуются цельностью и монолитностью, представлены, как правило, тремя типами в образе богатырей, охотников и простых бедных людей. Мужские образы манифестируют переход от матриархата к патриархату и соответствуют стереотипной модели поведения мужчин в патриархатном обществе – гегемонной маскулинности. В то время как женские образы могут отклоняться от принятых гендерных стереотипов. Наряду с пассивными красавицами в сказках действуют активные девушки, обладающие скорее маскулинными качествами, а также магической силой. Кроме того, важное место в сказках занимают старушки-скотницы, олицетворяющие архетип Матери-земли, который отсылает к ранним формам родоплеменного общества – матриархату.

В процессе культурного программирования гендерным стереотипам отводится важная функция, которая заключается в том, что они рассматриваются как когнитивный «механизм», позволяющий быстро и без особых усилий получить доступ к гендерному знанию.

Рассмотрение проистекающих из архетипов сказочных образов и мотивов в качестве составляющей культурного программирования представляется целесообразным, поскольку, формируя модели позитивно оцениваемого социумом поведения, в том числе гендерного, они могут оказывать влияние на представителей того или иного лингвокультурного сообщества.

Библиография

- ГОГОЛЕВ, А. И. (1993), Якуты (проблемы этногенеза и формирования культуры). Якутск.
- ГРИЩЕНКО, Е. С. (2005), Язык. Гендер. Дискурс. Нижний Новгород.
- ГУСЕЙНОВА, И. А. (2014), Этические основания бытовой сказки: образец для подражания. В: Zaorska, M./Grabowski, A. (red.), *Bajkowe fascynacje humanistów*, 4. Olsztyn, 72-80.
- ЗЫКОВА, И. В. (2010), Культура как информационная система: Духовное, ментальное, материально-знаковое. Москва.
- ЗЫКОВА, И. В. (2018), Перцептивное «программирование» значения языкового знака: методология изучения. В: Вопросы когнитивной лингвистики, 3. Тамбов, 27-40.
- КИРИЛИНА, А. В., ТОМСКАЯ, М. В. (2005), Лингвистические гендерные исследования. В: Отечественные записки, 2. Москва, 112-132.
- МЕЛЕТинский, Е. М. (2019), От мифа к литературе. Москва.
- МОРГАН, Л. Г. (1935), Древнее общество, или исследование линий человеческого прогресса от дикости через варварство к цивилизации. Ленинград.
- ПРОПП, В. Я. (1986), Исторические корни волшебной сказки. Ленинград.
- СИВЦЕВ, Д. К. (Суорун Омоллоон)/ЕФРЕМОВ, П. Е. (сост.) (1990), Якутские сказки. Пер. с якут. Шуртаков, С. И./Федоров, В. Н. Якутск.
- ТОМСКАЯ, М. В. (2005), Социокультурное табуирование: гендерный аспект (на материале якутского языка). В: Культурные табу и их влияние на результат коммуникации. Воронеж, 138-149.
- ТОМСКАЯ, М. В. (2016), Якутская волшебная сказка: универсальное и национальное (на примере анализа сказки «Старушка Бэйбэрикээн с пятью коровами»). В: Zaorska, M./Grabowski, A. (red.), *Naukowcy w poszukiwaniu magicznego pierwiastka*, 9. Olsztyn, 215-222.
- ТОМСКАЯ, М. В. (2018), Вербализация культуры номадов в текстах якутской волшебной сказки. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2, 253-262. [ТОМСКАЯ, М. В. (2018), Verbalizatsiya kul'tury nomadov v tekstakh yakutskoy volshebnoy skazki. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2, 253-262.]
- ФАДЕЕВА, Г. М. (2014), Ироническая референция к сказке в современных СМИ. В: Zaorska, M./Grabowski, A. (red.), *Bajkowe fascynacje humanistów* 4, Olsztyn, 60-71.
- ЕСКЕС, Т. (2004), Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden, 165-176.
- НОРСТЕДЕ, Г. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. In: *Online Readings in Psychology and Culture*, Unit 2. In: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8>. DOI: 10.9707/2307-0919.1014 [accessed 12 XII 2019].
- КІКЛЕWICZ, А. (red.) (2019), Wizerunek/Image jako kategoria teorii komunikacji, antropologii kultury i semiotyki tekstu. Olsztyn.

ŻANNA SŁADKIEWICZ / ЖАННА СЛАДКЕВИЧ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7237-5328>

Uniwersytet Gdański

РЕЧЕВОЙ ИМИДЖ ОППОЗИЦИОННОГО ЖУРНАЛИСТА В ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКОМ РАКУРСЕ¹

Linguistic image of an opposition journalist in the pragmatic perspective

Ключевые слова: речевой имидж, оппозиционные медиа, стратегия, тактика, модель реконструкции

KEYWORDS: speech image, opposition media, strategy, tactics, reconstruction model

АБСТРАКТ: The paper presents the linguistic image of an opposition journalist in the pragmatic perspective, i.e. taking into account the dominant image-making communicative strategies. The author defines the concept of a personal image and presents a model for describing a linguistic image. The strategic and tactical organization of the linguistic image of an opposition journalist is analyzed on two levels: communicative and textual (content). The communicative component is realized through a wide range of self-representative, phatic and fasciation strategies aimed at attracting the target recipient and involving him emotionally in the implementation of the discursive principle of dialogism. The content component is implemented through the strategy of discrediting and tactics of nomination, intensification, reductionism, fragmentation, as well as modeling the socio-political reality in the temporal aspect. As a result, the image of a categorical critic, an expert, an intellectual and truth-teller is created.

В последние десятилетия проблема формирования имиджа человека, фирмы или территории выходит на авансцену гуманитарных исследований междисциплинарного характера. Совместные усилия PR-технологов, маркетологов, психологов, лингвистов и специалистов других областей науки привели к становлению имиджологии как дисциплины. Языковеды изучают имиджевый дискурс в различных перспективах: жанровой (Клинк 2014; Кривонос 2002), аксиологической (Мельничук 2014; Grabowska 2014), семиотической (Чумакова 2013; Modrzejewska 2016), стратегической (Романова 2009; Kowalczyk

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда. Проект «Механизмы смыслообразования и текстуализации в нарративных и перформативных дискурсах и практиках» (№ 18-18-00442) реализуется в Балтийском федеральном университете им. И. Канта.

2011) и др. В русле последнего направления целесообразным представляется рассмотрение тактико-стратегической организации речевой деятельности не только ведущих политиков (Матвеев 2010; Cichosz 2007; Kochan 2016), но и журналистов, формирующих общественное мнение и профилирующих идеологическую позицию значительного сегмента электората. Целью данного исследования является реконструкция речевого имиджа оппозиционного журналиста в прагмалингвистической перспективе, т.е. с учетом доминирующих имиджевых коммуникативных стратегий.

1. К вопросу об имидже. Речевой имидж и модели его анализа

Смысловая многогранность понятия «имидж» (от фр. или англ. *image* < лат. *imago* образ, подобие) имплицитно подразумевает сложность его научного определения и раскрытия отличительной сущности в ряду смежных понятий: *образ, языковая личность, роль, ампула, маска, речевой портрет и репутация* (см.: Сладкевич 2019).

В противоположность *образу*², понимаемому как «продукт стихийно сложившегося восприятия» (Сидорская 2015, 66), имидж конструируется в соответствии с четко сформулированными целями, характеризуется некоторой степенью стереотипизации и представляет собой «наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности» (Почепцов 2001, 188), о котором уместно говорить лишь тогда, когда появляются субъекты его восприятия (Романова 2009, 109).

В отличие от *языковой личности*, объемной содержательной структуры, тождественной самой сущности человека говорящего (Караулов 1987, 38-70), речевой имидж – более поверхностное образование, внешняя часть языковой личности, находящаяся под контролем говорящего субъекта и сознательно формируемая в соответствии с его коммуникативными задачами. Создание *речевого портрета* – комплекса речевых предпочтений говорящего в определенных условиях для реализации конкретных намерений – в узком смысле соотносится с особенностями речевого поведения человека, в широком – с языковой личностью носителя определенного языка (Романова 2009, 117).

Понятия *имидж* и *роль* соотносятся по ключевому критерию – коммуникативному поведению. Роль понимается как «поведение, определяемое названием, социальным статусом, выполняемой функцией в системе социальных отношений, ожиданиями окружающих» (Дмитриева 2007, 10). Избранной роли как линии коммуникативного поведения соответствует опре-

² Отметим, что в польском языке лексема „wizerunek” семантически является более объемным и амбивалентным понятием, включающим в себя как значение имиджа, так и образа (Wójcik 2001).

деленная речевая маска. Имиджевая маска коррелирует с критерием естественности-искусственности речевого поведения субъекта (Осетрова 2012, 27) и креацией говорящим иллюзорного автопортрета, смоделированного в соответствии с ожиданиями получателей (Grzelak 2017, 13).

Таким образом, что имидж представляет собой образ субъекта, целенаправленно конструируемый в публичном пространстве с целью достижения определенных прагматических целей, личностный имидж – это «долговременная инициативная коммуникативная роль, которую играет человек» (Романова 2009, 117). Перельгина (2005, 31-32) указывает на внутренние противоречия, свойственные имиджу: его способность оказывать воздействие на поведение воспринимающих субъектов и одновременно его зависимость от содержания социальных представлений субъектов перцепции; наличие рациональных и эмоциональных компонентов в процессе создания и восприятия имиджа; гибкость имиджа и его относительную устойчивость и др. Можно заключить, что имидж является амбивалентным и поливалентным понятием, включающим в себя комплекс значений симулятора, т.е. обличия, которое «надевается на себя» говорящим для решения коммуникативных задач и – ответно – «надевается» реципиентами на говорящего.

Личностный имидж функционирует как «знаковый заменитель, отражающий основные черты человека» (Почепцов 2006, 54), связанный с идеей дублирования (Ильин 2018, 16) и складывающийся в представлении обществу на основании заявлений и практических дел личности. Речевой имидж является одной из составляющих понятия «персональный имидж» (наряду с внешним, поведенческим, социальным и др.).

С опорой на модель описания речевого имиджа, предложенную Осетровой (2012, 28-32), применительно к гипертексту аналитической передачи оппозиционного журналиста, остановимся на двух векторах: содержательном и коммуникативном (риторическом). Такая модель коррелирует с представлениями о важнейших ипостасях медиаимиджа журналиста: автор – человек социальный и автор – человек частный. Социальная грань речевого имиджа публициста заключается в том, что он «обязательно касается социальных вопросов или рассматривает частные проблемы, но с социальных позиций» (Солганик 2006, 204), частная же является отражением индивидуальных черт его личности и идиостилия.

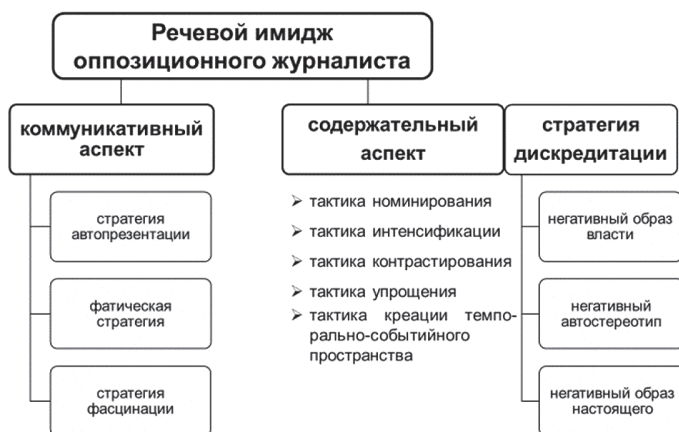
2. Речевой имидж оппозиционного журналиста

Медiateкст часто персонифицируется, а имя журналиста становится товарный знаком. Авторское отношение к теме интегрирует текст и объясняет выбор речевых и неречевых средств убеждения.

Мария Лондон — новосибирский журналист, известный своими либеральными взглядами, непревзойденным журналистским слогом и отвагой. С 2012 года она становится ведущей аналитической передачи «Кстати о погоде» на канале «Регион-ТВ», которая благодаря Интернету приобрела чрезвычайную популярность не только в России, но и за рубежом. Название проекта его основатели связывают с тем, что прогноз погоды остается самой рейтинговой передачей телеэфира. Ядром программы с хронометражем в три с половиной минуты, является резкий комментарий на злободневные темы, а в конце звучит краткая информация о погоде. Ведущих четверо, но именно участие Марии в передаче – событие. В 2015 году новосибирский Союз журналистов признал М. Лондон человеком года, а двумя годами позже передачу, критикующую власть, закрыли. Несмотря на это, проект продолжает жить в Интернете, а некоторые из его выпусков набирают миллионные просмотры.

Программа напоминает лучшие образцы журналистики 90-х годов: классическая аранжировка, отсутствие спецэффектов, броских картинок и gif-анимаций, телеведущая, одетая в ретро-костюм, бескомпромиссным тоном сообщает о произошедшем в стране и открыто выражает свою оценку. Передача сродни, с одной стороны, авторской колонке³ в печатных изданиях, с другой – фельетону и наконец – жанру видеоблогов, с чем можно связать ее популярность в Сети: молодежь видит что-то свое, а зрители старшего поколения вспоминают о знаменитых телеведущих прошлого.

Журналист, работающий в таком формате, – не пассивный фиксатор событий, а аналитик с определенной гражданской позицией. Структуру его речевого имиджа, с учетом двух аспектов: коммуникативного и текстового, – схематически можно представить следующим образом:



³ Авторская колонка «становится свидетелем эпохи и одновременно оригинальным художественным произведением, в котором поднимаются самые злободневные вопросы, отражаются самые злободневные проблемы современного человека» (Маевская 2011, 273).

2.1. Коммуникативная составляющая имиджа Марии Лондон

Коммуникативная составляющая имиджа⁴ журналиста реализуется за счет актуализации широкого спектра автопрезентативных, фатических и фасцинативных стратегий, направленных на привлечение целевого адресата, его эмоциональное вовлечение и реализацию дискурсивного принципа диалогичности. Для публициста с а м о п о д а ч а – это часть профессионального успеха, от нее зависит достижение коммуникативного успеха: установление «контакта» с адресатом, завоевание читательского доверия и в итоге донесение своих идей до реципиента, модификация его мировидения в перспективе, заданной говорящим. Чтобы заслужить доверие аудитории, оратор должен предстать перед ней как человек высочайших моральных качеств: здравомыслящий, обладающий житейской мудростью и высокой нравственностью. Комплексная автопрезентация достигается за счет реализации нескольких тактик и комбинирования разноуровневых имиджевых знаков: тактик лаконичного приветствия, апелляции к личному опыту, героизации «своего круга», экспликации журналистом собственных чувств и взглядов, тактики размежевания с оппонентом. Значимым вектором коммуникативной составляющей медиаимиджа является ф а т и ч е с к а я с т р а т е г и я, реализуемая посредством тактики обращения к адресату и тактики солидаризации, сближения с ним. Стратегия фасцинации понимается как «свойство текста очаровывать адресата» (Карасик 2009, 24). В гипертексте Лондон эмоциональное фасцинирование и притяжение адресата достигается сочетанием различных стилистических доминант, а в частности за счет конвергенции речевой агрессии и укрупнения иронического принципа изложения. При реализации стратегии фасцинации журналист позиционирует себя как интеллект, увлекающий аудиторию своими познаниями и мастерством слова. В этой связи имиджевыми знаками являются интертексты, риторические средства художественной выразительности и стилевые маркеры.

Тактика позиционирования себя как эрудита реализуется посредством широкого использования в речи интертекстом – фрагментов содержательной структуры текста, вовлеченных в межтекстовые связи. Интертекст является емкой родовой единицей по отношению к цитатам, парафразам, реминисценциям и коррелирует с явлением *text placement*, т.е. инкорпорированием одного текста в другой (Киклевич 2018, 176)⁵:

⁴ В силу ограничений объема статьи опустим подробный анализ данной составляющей.

⁵ Большое число реминисценций отличает и новейшую аналитическую передачу Марии Лондон «Картина маслом» (НТН-24, 2019). Стилизация студии отправляет к советскому периоду: на заднем плане отчетливо видны узнаваемые советские плакаты, а на экране последовательно «набираются на машинке» цитаты классиков, коррелирующие с излагаемой повесткой дня.

- (1) Уже приезжали правозащитники, выясняли, тепло ли девице, выяснилось, не очень, матрас тонковат [реминисценция восходит к сказке «Морозко»].
- (2) Кстати о погоде. Все настолько озаботились погодой в Сирии, что совсем забыли: важней всего погода в доме. И она у нас так себе [реминисценция восходит к песне из репертуара Ларисы Долиной].

Появляясь в речи Лондон в трансформированном виде, интертекстемы выполняют игровую функцию и активизируют культурный бэкграунд реципиента:

- (3) Даже ФЦИОМ при всём старании не смог подтвердить версию Минздрава, что «жить стало лучше, жить стало здоровей» (29.11.2017) [использована фраза, произнесенная И. В. Сталиным в 1935 г. на Первом всесоюзном совещании стахановцев].

Тактика позиционирования себя как мастера отточенного слога проявляется через использование средств художественной выразительности, при этом фасцинирующую роль выполняет интерстилевое варьирование. Возвышенная лексика в текстах Лондон сочетается с единицами маргинальных пластов языка:

- (4) Всё смешалось в доме российском. Кандидат в президенты, аки царевна-лягушка, рукавами машет – электорат подарками закидывает. Министры мантру «Народ счастлив» поют. А средства массовой информации, рухнув в патристическую эйфорию крайней стадии, трубят о существенном улучшении качества жизни россиян – понеслась, родимая! (22.12.2017).

Такого рода стилистический диссонанс книжного и просторечного используется журналистом для экспликации своего отношения к происходящему как к чему-то, не уместяющемуся в рамки здравого смысла. К маркерам сниженного стилистического регистра относятся просторечия, жаргонизмы, варваризмы (*красава, поперло, продвигают под шумок, раскатают по полной, хоть стой, хоть падай* и др.).

2.2. Содержательная составляющая речевого имиджа Марии Лондон

Содержательная составляющая речевого имиджа реализуется набором когнитивных стратегий, прежде всего д и с к р е д и т а ц и и субъектов федеральной и региональной политической власти как ведущей стратегии, реализуемой тактиками номинирования; интенсификации признака (утрирования); редукционизма (упрощения) и фрагментаризации, а также моделирования соци-

ально-политической действительности в темпоральном аспекте⁶. Журналисту, работающему в подобного рода аналитическом формате, присуща «особая предвзятость» в освещении событий, особый авторский взгляд (Каминская 2017, 369). Ему необходимо не только осмыслить новость, но и донести ее до реципиента, встраивая в общий событийный и идеологический контекст и выполняя тем самым социальные функции по организации общественного диалога.

Тактика интенсификации негативных черт реферруемой действительности:

- (5) Врачей нет, больниц нет, лекарств нет, служба скорой помощи практически разрушена, обращаться не к кому и не за чем» (13.12.2017).

Для оппозиционных медиапроектов характерно эксплицитное выражение недовольства властью в отношении соблюдения прав и свобод человека, проводимой внешней и внутренней политики, неэффективности реагирования на социальные, экономические, медицинские, образовательные проблемы граждан:

- (6) Как тут не вспомнить знаменитую фразу шефа жандармов царской России Плеве: «Чтобы удержать революцию, нам нужна маленькая победоносная война». Проще говоря, правительство, размахивающее кувалдой на чужой, заведомо более слабой территории, хочет отвлечь внимание от собственной страны, от провала своей же внутренней политики... У политической элиты России процесс отточен до совершенства (27.12.2017).

Сам говорящий субъект позиционируется как эксперт, сочетающий в себе критикующую, интеллектуальную и остроумную личность, превосходящую критикуемый объект духовно и нравственно. Изначально заданный статус интеллектуального превосходства позволяет ведущей выносить оценку и высказывать обвинения. Оппозиционные журналисты эксплицируют негативный национальный автостерейп (Каминская 2017, 370), построенный на развенчании идеологизированного образа своего народа. В текстах Лондон появляется отрицательно окрашенный совокупный автообраз, вбирающий в себя бихевиорально-ментальные недостатки русских – воровство, идеи великодержавности, неумение извлекать уроки из прошлого:

- (7) Будда якобы утверждал: «Тот, кто не понял своего прошлого, вынужден переживать его снова». В русском варианте – это история про старые грабли. Наступать на них в святой уверенности, что новые окажутся хуже – вечная забава большинства россиян (27.12.2017).

⁶ В связи с ограничениями объема описание некоторых тактик опустим.

Такого рода высказывания имплицитно подразумевают большое количество споров среди пользователей веб-ресурсов.

Тактика номинирования объекта критики. Оппозиционные медиа обычно транслируют либеральные ценности, акцентируют права отдельного человека, необходимость развития социальной структуры общества и резко критически оценивают деятельность субъектов политической власти и управляющего звена. С целью деструкции медиаимиджа представителей политической элиты используются номинативные ресурсы, в т.ч. официальные и неофициальные антропимы политиков. Интерпретационный потенциал онимов наиболее выразительно проявляет себя в конфликтном стилистическом ряду:

- (8) Министр здравоохранения, Вероника наша Игоревна, отчиталась перед депутатами Государственной Думы, рассказав далёким от народных чаяний парламентариям о молочных реках и кисельных берегах отечественного здравоохранения. [...] Министрша Скворцова вещала, депутаты, загипнотизированные, как бандерлоги, внимали, невзирая на данные аудиторов Счётной палаты. [...] Молодец, доктор в пятом поколении Вероника Скворцова! Так снизить нагрузку на государство, разрушив всю систему здравоохранения, ещё никому из предыдущих министров не удавалось. Но наша девушка и на этом деструктиве не затормозила (13.12.2017).

Высокая концентрация языковых средств интерстилевого номинирования объекта подчеркивает его негативную оценку и позволяет говорящему дистанцироваться от объекта критики. В речи оппозиционного журналиста активно проявляет себя адгерентная оценочность, т.е. не закреплённая в значении слова оценка говорящего по отношению к данному референту, актуализируемая данной лексемой в конкретном контексте. Так, приемом, направленным на депрециацию образа противника, может служить именование его по должности, им не выполняемой. Такая «размытость» профессионального статуса оппонента выполняет функцию коммуникативного индикатора его профессиональной некомпетентности:

- (9) Пара застольных цитат от тамады Рогозина (07.12.2017).
(10) Непотопляемый товаровед Сердюков опять на коне и в свете софитов (10.02.2017).

Тактика контрастирования соотносится с бинарным характером постижения человеком действительности. Дихотомии внешнего мира формируют структуру нашего мышления, кристаллизующуюся в процессе социализации, в результате чего устойчивые контрастные ассоциации являются мощным речевоздействующим средством:

- (11) Бряца оружием, мы пугаем Европу байкерами. А старики ветераны сидят в российских областях в завалившихся избах. Без воды, туалета и средств к существованию (07.05.2017).

Контрастное оценочное номинирование позволяет разграничить сферы «своих» и «чужих» и выразить журналисту свою позицию:

- (12) Я не понимаю, кто эти двое: байкер в шапке и секретарь с часами? Кто это такие, чтобы высказываться в адрес Константина Райкина, уже давно ставшего, вслед за Аркадием Райкиным, Лией Ахеджаковой, Олегом Басилашвили, неотъемлемой частью российской культуры? (27.10.2016).

Стратегия креации темпорально-событийного пространства. В медийно-политических текстах чрезвычайную важность приобретают категории прошлого (как элемент исторической памяти), настоящего – в его процессуальности, а также будущего – в качестве ориентира для достижения некоего идеала либо потенциального результата принимаемых сегодня решений.

В аналитических текстах Марии Лондон представлено лишь недавнее прошлое – те моменты, которые свидетельствуют об ошибочных решениях руководства страны, приведших к сегодняшней тяжелой ситуации. Футуральная перспектива в гипертексте Лондон выражена слабо: не были зафиксированы семантические модели будущего – ни окрашенные позитивно и соотнесенные с мифологемой благополучия, ни проекции апокалиптического характера. В связи с агональным характером оппозиционного медиатекста в нем доминирует представление настоящего, последовательно выдержанного в мрачных тонах. В приведенном ниже фрагменте абсурдный, с точки зрения журналиста, характер решения Министерства здравоохранения подчеркивается анафорой, контрастной конструкцией и ресурсами экспрессивного синтаксиса (парцелляция):

- (13) И медицина-то у нас впереди планете всей! И ничего, что люди мрут, как мухи, в коридорах больниц и поликлиник. И образование-то на невиданном подъеме! И ладно, что школьники и студенты не знают самого элементарного и по-русски пишут с трудом. Бог с ними, со школьниками! Возьмём Министерство обороны. Что не учение – то палат по своим. А МВД? Борцы с коррупцией погрязли в многомиллиардных коррупционных скандалах по самое не могу. Отлично заканчиваем год – куда ни плюнь, везде провал с позором (27.12.2017).

3. Заключение

Речевое поведение Марии Лондон детерминировано ролью оппозиционного журналиста, требующей привлечения особых средств экспрессии: она отличается бескомпромиссностью, негативной оценочностью, аналитичностью, ироничностью, богатством и выразительностью, проявляющимися в образном словоупотреблении, высокой интертекстуальной плотности и интерстилевом варьировании. Речь Лондон последовательно выстроена, структура текста уложена в продуманную композиционную форму, доказательность совмещена с повышенной экспрессией, а аргументация подтверждена убедительной экземплификацией. Имидж оппозиционного журналиста характеризуется проявлением речевой агрессии, отступлениями от литературной нормы, широким применением антитезы, синтаксического параллелизма и ресурсов экспрессивного синтаксиса. Коммуникативная «рамка» имиджевого облика Лондон маркирована агрессивно-обличительной тональностью. В общей характеристике ее речевой манеры сочетаются два начала – интеллектуальный посыл, реализованный в языковых приметах книжности, и эмоционально-экспрессивная свобода речи журналиста. В результате реализации авторепрезентативных, фатических, фасцинативных, дискредитативных стратегий и стратегии креации темпорально-событийного пространства выстраивается имидж категоричного оценщика, эксперта и интеллектуала-правдоруба.

Библиография

- ДМИТРИЕВА, О. А. (2007), Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века. Автореферат диссертации. Волгоград.
- Ильин, М. В. (2018), Образ: исходные когнитивные схемы и этимоны. В: Метод: Московский ежегодник из обществоведческих наук. 8, 12-24.
- КАМИНСКАЯ, Т. (2017), Экспликация ценностей в российском медиадискурсе: колумнист и адресат. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VIII/2, 367-375.
- КАРАСИК, В. И. (2009), Абсурд в политической риторике. В: Шейгал, Е. И. (ред.), Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы. Волгоград, 22-35.
- КАРАУЛОВ, Ю. Н. (1987), Русский язык и языковая личность. Москва.
- КИКЛЕВИЧ, А. (2018), «Обработать напильником...». Анализ одного прецедентного текста. В: *Przegląd Rusycystyczny*. 4/164, 175-198.
- КЛИНК, Е. И. (2014), Коммуникативное моделирование жанра имиджевой статьи: на материале газетно-журнальных текстов на русском языке. Автореферат диссертации. Екатеринбург.
- КРИВОНОСОВ, А. Д. (2002), PR-текст в системе публичных коммуникаций. Санкт-Петербург.
- МАЕВСКАЯ, А. (2011), Колумнистика в глянцевах журналах. В: *Вестник СПбГУ*. 9/2, 273-281.
- МАТВЕЕВ, К. С. (2010), Речевой имидж как средство создания благоприятного образа политика. Москва.
- МЕЛЬНИЧУК, А. С. (2014), Имидж политиков: ценностный аспект. В: *Акмеология*. 1/49, 61-68.
- ОЛЬШАНСКИЙ, Д. В. (2003), Политический PR. Санкт-Петербург.
- ОСЕТРОВА, Е. В. (2012), Речевой имидж. Красноярск.

- Перельгина, Е. Б. (2005), Восприятие и изменение имиджа как феномена intersubъектного взаимодействия. В: Российский психологический журнал. 2, 26-43.
- Почепцов, Г. Г. (2001), Паблик рилейшнз для профессионалов. Москва.
- Почепцов, Г. Г. (2006), Имиджология. Москва.
- Романова, Т. В. (2009), Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика. В: Политическая лингвистика. 1/27, 109-117.
- Сидорская, И. В. (2015), «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ. В: Капитанова, Л. А., Фролов, В. В. (ред.), Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. Псков, 64-84.
- Сладкевич, Ж. (2019), Персональный имидж: к вопросу об определении понятия. В: Вестник МПГУ. 4 (36), 68-80.
- Солганик, Г. Я. (2006), Синтаксическая стилистика. Москва.
- Чумакова, Е. В. (2013), Эмблематические лексико-фразеологические способы конструирования имиджа политика. В: Политическая лингвистика. 2/43, 129-131.
- SICHOSZ, M. (2007), (Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP. Toruń.
- GRABOWSKA, M. (2014), Aksjologia w kreacji wizerunku polskiego polityka, czyli co o wartościach i wartościowaniu mają nam do powiedzenia rywale polityczni toczący bój na słowa na polskiej scenie politycznej. W: Bujak-Lechowicz, J. (red.), Człowiek wobec mediów. Szczecin, 37-49.
- GRZELAK, E. (2017), Imagologia – narzędzie kreacji innego w przekazie elektronicznym. W: Porównania. XX, 9-23.
- KOCHAN, M. (2016), Językowy wymiar wizerunku osób publicznych. W: Budzyńska-Daca, A./Kampka, A./Molek-Kozakowska, K. (red.), Retoryka wizerunku medialnego. Warszawa, 153-193.
- KOWALCZYK, K. (2011), Uwarunkowania, strategia i taktyka kampanii Bronisława Komorowskiego w wyborach prezydenckich 2010 r. w Polsce. W: Studia Politologiczne. 19, 199-223.
- MODRZEJEWSKA, E. (2016), Ile twarzy Andrzeja Dudy? O retoryce wizerunku medialnego z okładek tygodników. W: Budzyńska-Daca, A./Kampka, A./Molek-Kozakowska, K. (red.), Retoryka wizerunku medialnego. Warszawa, 107-152.
- WÓJCIK, K. (2001), Public Relations. Wiarygodny wywiad z otoczeniem. Warszawa.

ANNA URIADOVA / АННА УРЯДОВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0091-0293>

Yaroslavl State University named after P. G. Demidov

ИСТОРИЧЕСКАЯ ИМАГОЛОГИЯ: СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ ВОСПРИЯТИЯ

The historical imagology: subject and object of perception

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: имагология, историческая имагология, образ, стереотип, миф, концепт «Чужой»

KEYWORDS: imagology, historical imagology, image, stereotype, myth, the concept “Alien”

ABSTRACT: The article discusses historical imagology one of the areas of imagology in general. It analyzes the sources, which are essential and most often used in such studies. The historiography of the issue is briefly considered. This article for the first time in the research literature on historical imagology and imagology in general pays special attention to the object and subject of historical imagological works. Several approaches to determining the object of research have been identified. The subject of imagological research is examined in detail. The issue of factors affecting perception is raised. Attention is paid to the problem of image variability and stereotepization.

1. Введение

Имагология – междисциплинарное направление, возникшее на стыке литературоведения, языкознания, социологии, этнологии, социальной, исторической психологии, истории, культурологии и некоторых других гуманитарных дисциплин. В связи с междисциплинарностью, а также в связи с разнообразием объектов и субъектов исследования, подходами к постановке проблемы появилась ее «специализация», в том числе выделилась историческая имагология. Мы не ставим своей целью дать определение данного научного направления, однако полагаем, что изучение объекта и субъекта имагологии позволит скорректировать, уточнить и конкретизировать уже имеющиеся на сегодняшний день определения.

Основой для изучения образа в исторической имагологии являются источники. Чаще всего это газеты и журналы, в связи с их массовостью и репрезентативностью (если представлен весь срез как в политическом, так и в региональном аспекте) (см. Радун 2011; Данилова 2014; Sacewicz 2014).

Для изучения новейшей истории используются также радио, телевидение и интернет-ресурсы. СМИ, как никакой другой источник, направлен на создание общественного мнения, может способствовать формированию стереотипов и созданию мифов. Могут использоваться также источники личного происхождения (мемуары, дневники, переписка, художественная литература, живопись, фотография и др.). В последнее время особое внимание в имагологии уделяется «визуальным образам» (открытки, плакаты, карикатуры, кино и т.д.) (см. де Лазари 2008; Kenez 2008; Миронова 2018; Белов 2018 и др.). Для реконструкции объекта группового восприятия могут использоваться любые другие массовые источники (например, социологические опросы прошлых лет, анкеты и пр.), в том числе научная, учебная и методическая литература определенного времени (см. Przybysz 2011; Урядова 2017). Историческая имагология предоставляет возможность изучить эти источники под другим углом и переосмыслить их с учетом выявления данных, фактов, событий, таргет-групп и т.д., связанных с формированием образов.

2. Объект имагологии

В основе всех имагологических исследований лежит изучение образа. Но ученые по-разному понимают и этот термин (*образ*). Сегодня вышло уже несколько статей, изучающих саму историческую имагологию, авторы которых очень по-разному определяют объект имагологических исследований.

Можно выделить несколько основных точек зрения. Сторонники первой в качестве объекта имагологического исследования называют – «Иного», «Другого» (страны, народы, культуры). В этой связи можно говорить о появлении бинарного концепта «Мы-Они»: свое, родное служит отправной точкой в восприятии и оценке другого. Основополагающей для исследователей, трактующих объект имагологии как «Другой», является проблема «альтеритарности» (от лат. *alter* – другой).

А. С. и Е. С. Сенявские пишут что имагология изучает образы, картины чужого мира (Сенявский 2006, 59). И здесь мы видим вторую точку зрения, происходит переход от «Другого» к «Чужому» и более жесткой дихотомии «Свой – Чужой». То есть от отстройки – «Другой» переход к оппозиции – «Чужой», подразумевающий не просто инаковость объекта, а определенный негативный окрас. Е. В. Папилова (2011, 31) считает бинарный концепт «Свой-Чужие» основополагающим для имагологии. По мнению М. Бойцова (2010, 6), в последнее время в исторической имагологии произошел переход от описания отдельных образов «чужих» к рассмотрению каждого подходящего случая через призму общей проблемы «образа Чужого», что привело даже к выделению особого направления – аллогии.

Здесь хотелось бы сделать одно замечание: как уже было указано, чаще всего «Чужим» и «Другим» в имагологических исследованиях выступают иные народы, страны, культуры, однако в обществе, где есть гендерное, социальное, материальное расслоение или даже раскол, «Чужим/Другим» может выступать «свой», «почти свой», «бывший свой», но с определенным признаком инаковости. «Образ крестьянина в воспоминаниях, дневниках и переписке помещиков...», «Враги народа на страницах советской прессы в 1930-е годы», «Советская женщина глазами советского мужчины» – чем не темы для возможных имагологических исследований?

В рамках первого и второго подходов к объекту имагологии, можно выделить еще одну подгруппу, в которой поле изучения сужается до стереотипов и мифов, в чем сказывается влияние компаративистики, как, например, в работах М. Зеленки. При таком подходе «образы приобретают по большей части характер стереотипов, мифов, предрассудков и клише» (Zelenka 2010, 78). В. П. Трыков (2015, 122) указывает, что произведение берется имагологами не как самостоятельный эстетический феномен, а лишь как источник «имиджей», стереотипизированных, устойчивых и упрощенных образов».

О. С. Поршнева так же пишет, что имагология изучает не просто образ другого, а «межгрупповые (социальные) стереотипы, географические образы, этнические стереотипы (этностереотипы, т.е. образы этнических групп), внешнеполитические, инокультурные стереотипы и образы». Правда далее, она отмечает, что на основе стереотипов возникают образы, отличающиеся от последних полнотой, большей гибкостью, меньшей эмоциональностью и возникающие в индивидуальном порядке», которые «не передаются готовыми, как стереотипы» (Поршнева 2014, 128).

Третью точку зрения на объект имагологии, пока не получившую достаточного распространения, условно можно назвать «Я-концепт». С одной стороны, это именно собственные оценки, «автоимидж», самовосприятие, самоидентификация. С другой, это понимание себя, через восприятие другим. Такой подход к объекту имагологии способствует конструированию социокультурной и национальной идентичности (см. Топоров 1990).

В четвертом подходе объектом предстает неодушевленный объект или исторический процесс, явление, событие, например, «польская деревня», «русский балет», «голод», «война», «Перестройка» и т.д. (см. Урядова 2011). Исторические исследования на такие темы иногда смыкаются с искусствоведческими, культурологическими, этнологическими и этнографическими исследованиями (см. Карпун 2018), однако почему-то до сих пор в поле зрения исследователей исторической имагологии они не попали.

Эти подходы не являются взаимоисключающими. Так, например, изучая отношение чехов к СССР в 1960-е гг., можно использовать все четыре подхода к объекту имагологии: «Мы – Они» до 1968; «Свои – Чужие» после

этих событий, причем как в рамках советско-чешской внешней политики, так и в рамках самовосприятия («внутренние враги»); событие, которое может изучаться как ключевое в трансформации образа СССР в представлении чехов – Пражская весна и участие СССР в ее подавлении. В данном случае она, с одной стороны – знаковый сюжет (событие), фактор, повлиявший на изменение рецепции, но с другой – отдельный объект для имагологического исследования.

Таким образом, объектом исследования исторической имагологии, на наш взгляд, является сложившийся на определенном историческом этапе образ во всем многообразии его понимания (народа, страны, группы людей, конкретной личности, организации, исторического процесса и явления и т.д.), который имеет некую значимость для исторической науки. Это сложная, синтетическая категория, представляющая собой динамическую систему представлений и мнений, обладающую как стереотипными, так и дифференцированными чертами, как рациональными, так и эмоциональными компонентами. Соотношение и сочетание этих элементов зависит от степени рационализации/мифологизации сознания субъекта восприятия, его образованности, мировоззрения, личного опыта взаимодействия с другой культурой, влияния социального и культурного окружения (Поршнева 2014, 128). Имагологическое исследование может быть обращено вовне (взаимовосприятие) и внутрь (самовосприятие).

3. Особенность исторической имагологии

Особенностью именно исторической имагологии, является изучение образа во взаимосвязях и в историческом контексте. Что касается динамики и эволюции образа, то, на наш взгляд, здесь ситуация не совсем простая. С одной стороны, поскольку речь идет об исторической имагологии, то логично, что образы со временем претерпевают некие изменения, развиваются и трансформируются. А. Дима (1977, 148) указывал, что представления о стране, народе исторически подвижны, их изменяемость связана с разными социально-экономическими, политическими факторами. Этой точки зрения придерживается и О. Ю. Поляков, который пишет, что имагология анализирует образы в их исторической изменчивости (Поляков 2008, 9). С другой стороны, процесс эволюции здесь мало заметен, сильно влияние устойчивых стереотипов. Изменения в восприятии чаще связаны с некими событиями (как в примере с Пражской весной, приведенном ранее). В. Б. Земсков справедливо заметил:

Характер развития [...] носит отнюдь не характер эволюции (хотя, присутствует и эволюционный момент), а характер «наращивания», наслаения все новых

и новых характеристик, которые, не элиминируя старого, образуют дополнительные ряды. Старое никогда не исчезает, и всегда может возникнуть из глубин истории. [...] Картина мира другого/чужого тяготеет к малой подвижности, к инерции (Земсков 2006, 7).

Тем важнее для имагологов вычленять и выявлять те события и поворотные моменты, которые приводят к смене или коррекции образа. В этой связи, хотелось бы возразить Трыкову, который пишет о принципиальном аисторизме имагологов, как исследователей, работающих в постмодернистской парадигме, считая важнейшим постулатом имагологии нереперенциальность образа. Он указывает, что

имагологию не интересует вопрос о том, насколько создаваемый имидж соответствует референту, как снимается ею вопрос о социокультурной обусловленности имиджа. Акцент переносится на выявление источников образа,.. текст перекликается с текстом, образ с образом, но никак не соотносится с социокультурной реальностью и ею не обуславливаются (Трыков 2015, 123).

Думается, это в корне не верно, особенно для исторической имагологии. Во-первых, субъект восприятия принадлежит к определенному социуму и живет в конкретное историческое время, что накладывает отпечаток на его восприятие; во-вторых, имагологи стремятся не только воспроизвести образ, но и проанализировать причины, условия и контекст его возникновения, механизмы, инструменты, факторы, влияющие на формирования и развитие образа, на сам субъект восприятия, причины дифференцированности одних и тех же образов у разных субъектов рецепции. В этом плане мы согласны с Л. П. Репиной, которая охарактеризовала потенциал имагологии так:

Не порывая с историей идей, предметом традиционной интеллектуальной истории, она [имагология] занимает гораздо более обширное исследовательское пространство и не является направлением, опирающимся на какую-либо одну научную парадигму. В отличие от традиционной интеллектуальной истории, она выступает по сути как культурно-интеллектуальная, изучая не только содержание и формы, но и условия интеллектуальной деятельности, интеллектуальный климат эпохи, мыслительные комплексы в их социально-культурном контексте (Репина 2000, 8-9).

Обратимся теперь к наполнению самого образа. Исследователи выделяют в нем три группы элементов (с некоторыми вариациями): эмоционально-чувственные (чувственные образы, восприятия, переживания, эмоциональные реакции, аффекты, волевые импульсы, желания, эмоциональные комплексы, фобии, филии, мании), когнитивные (обобщенные представления, понятия,

нейтральные суждения, нормы, мнения, предписания), имагинативно-фантазийные (придуманые фантастические образы, верования, утопические идеи, иррациональные предписания, идеализации) (Левшин 2014, 14). На наш взгляд, эти составляющие связаны не столько с объектом, сколько с субъектом восприятия, которому как раз и присущи эмоции, чувства, переживания, влияющие на его восприятие и формирование образа.

4. Субъект исторической имагологии и факторы, влияющие на него

Второй составляющей имагологического исследования является субъект восприятия. На важность субъекта для процесса формирования образа указывал Зеленка. Он писал, что образы отражают реальность не прямо и непосредственно, а являясь в большей степени выражением властных интересов и интеллектуального дискурса разных этнических и социальных групп (Зеленка 2010). На наш взгляд, субъектами восприятия могут быть не только названные им группы, но и любые другие группы и социальные институты (например, партия, государство, церковь и т.д.), отдельные личности.

Что же влияет на рецепцию? Особое место факторам, влияющим на субъект восприятия, уделит Земсков (Земсков 2006, 7). Он писал, что к таковым относится все, что определяет бытие, быт и историю (природа, география, религия, культура и т.д.). Важную роль автор отводил топологическим факторам (близость, пограничность, дальность).

Помимо факторов, выделенных Земсковым, на наш взгляд, на субъекты восприятия влияют также социально-психологические процессы, культурно-историческая память и наследие, жизненный опыт и мировоззрение отдельных людей. Есть некий контекст и среда, в котором формируется образ. Причем, поскольку мы говорим об исторической имагологии, влияние на него оказывает не только настоящее, но и прошлое (например, не только современные англо-французские отношения, но и многовековая история взаимоотношений двух стран формируют их взаимовосприятие).

Конструирование определенного образа, а иногда и появление стереотипа или мифа может происходить в одностороннем порядке, то есть у одного народа (например, отношение поляков к русским, через призму российско-польских и советско-польских конфликтов) или обоюдно, во взаимовосприятии (например, у армян и азербайджанцев в связи с историей Нагорного Карабаха).

На формирование образа оказывает влияние и отдаленность события от времени его анализа. Принято считать, что первые впечатления наиболее яркие, непосредственные, детализированные, более эмоционально окрашенные, не подвергшиеся наслоениям и корректировке более поздних

периодов. И, напротив, по прошествии времени, плохие воспоминания могут сглаживаться. Так, например, далеко не все русские эмигранты принимали до революции политику Николая II, но чем больше времени проходило с момента эмиграции, тем больше образ России дореволюционной идеализировался и мифологизировался. Эта ситуация практически не сбавляется со стереотипами, закрепленными в исторической памяти народа.

Еще один момент, оказывающий влияние на наполненность и детализированность образа – взаимодействие субъекта и объекта восприятия. Чем оно более активно, тем насыщеннее, конкретнее, правдивее будет образ и наоборот. Так, например, в отсутствии информации (достоверных сведений) образ Запада в восприятии советских людей являл собой наслаивание реальности и преувеличений, домыслов, иногда доведенных до абсурда мифов, выстроенных СМИ. Для этих представлений характерно то, что Н. А. Ерофеев (1982, 237) называет элементом априорности: «Создав на основе каких-то частных наблюдений образ другого народа, мы затем уже «подгоняем» под него все остальные впечатления и наблюдения».

5. Заключение

Имагология позволяет решать целый ряд исследовательских задач: углубить понимание психологических механизмов и закономерностей взаимовосприятия народов, определить механизмы, тенденции, закономерности и пути формирования образов «Своих» и «Чужих» в конкретно-историческом контексте, установить роль различных факторов в формировании, конструировании и бытовании образов (Поршнева 2014, 128-129).

Историческая имагология позволяет реконструировать и изучить объект восприятия, но не только. Процессы рецепции и оценки характеризуют и воспринимающий субъект, поскольку отражают его самосознание и собственную систему ценностей (Папилова 2011, 31). Имагологические исследования позволяют также выявить дальнейшее влияние объектов (образов) на последующие исторические события. Имагология имеет и важное практическое значение, способствуя улучшению взаимопонимания между людьми.

Библиография

- Белов, С. И. (2018), Образ врага в советской политике памяти периода «Холодной войны» (на примере позиционирования США в кинематографе СССР). В: Научные горизонты. 10 (14), 38-52.
- Бойцов, М. А. (2010), Что такое потестарная имагология? В: Бойцов, М. А./Успенский, Ф. Б. (ред.), Власть и образ: Очерки потестарной имагологии. Санкт-Петербург, 5-37.

- Данилова, Н. (2014), Польша и поляки глазами современной российской публицистики (по материалам журнала «Огонек»). В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. V/2, 133-148.
- Де Лазари, А./Рябов, О. В. (2008), Образы врага: поляки и русские в сатирической графике межвоенного периода (1918-1939 гг.). В: *Историк и художник*. 1-2, 68-82.
- Дима, А. (1977), Принципы сравнительного литературоведения. Москва.
- Ерофеев, Н. А. (1982), Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских. 1825-1853. Москва.
- Земсков, В. Б. (2006), Образ России “на переломе” времен (Теоретический аспект: рецепция и репрезентация “другой” культуры). В: *Новые российские гуманитарные исследования*. 1, 7.
- Карпун, М. (2018), Образ мирового древа в традиционной культуре донского казачества. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2, 115-122.
- Левшин, А. С. (2014), Образ Англии как категория исторической имагологии. В: *Ученые записки Орловского государственного университета*. 2 (58), 11-14.
- Миронова, Е. В. (2018), Образ Германии в русских пропагандистских открытках времен Первой мировой войны. В: *Историческая и социально-образовательная мысль*. 10 (3/2), 42-53.
- Папилова, Е. В. (2011), Имагология как гуманитарная дисциплина. В: *Вестник МГТУ им. Шолохова*. 4, 31-40.
- Поляков, О. Ю. (2008), Имагология в междисциплинарном научном пространстве. В: *Вестник Вятского государственного гуманитарного университета*. 2/4, 8-10.
- Поршнева, О. С. (2014), Историческая имагология в современной российской историографии. В: *Урал индустриальный. Бакунинские чтения: Индустриальная модернизация Урала в XVIII-XXI вв.* Екатеринбург, 126-129.
- Радун, А. М. (2011), Муравьев и М. Катков в оптике польской прессы 2-ой половины XIX в. (на основании корпуса архивных материалов второй газетной экспедиции МИД и «Пшеглонда польского»). В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 109-119.
- Репина, Л. П. (2000) Интеллектуальная история сегодня. В: *Диалог со временем. Альманах интеллектуальной истории*. Вып 2. Москва, 5-11.
- Сенявский, А. С./Сенявская, Е. С. (2006), Историческая имагология и проблема формирования «образа врага» (на материалах Российской истории XX в.). В: *Вестник РУДН. Серия «История России»*. 2 (6), 54-72.
- Топоров, В. Н. (1990), Образ соседа в становлении этнического самосознания: русско-литовская перспектива. В: *Славяне и их соседи*. Вып. 2. Этно-психологический стереотип в средние века. Москва. 4-14.
- Трыков, В. П. (2015), Имагология и имагопоэтика. В: *Знание. Понимание. Умение*. 3, 120-129.
- Урядова, А. В. (2011), Сельское хозяйство и проблемы советской деревни в годы нэпа в оценке эмигрантов. В: *Государство, общество, церковь в истории России XX века. Материалы Международной научной конференции*. Ч. 2. Иваново, 585-592.
- Урядова, А. В. (2017), Оценка российских учебников истории во франкоязычных публикациях. В: *Преподавание истории в школе*. 7, 50-55-69.
- KENEZ, P. (2008), The picture of the Enemy in Stalinist films. In: *Insiders and Outsiders in Russian Cinema*. Indianapolis.
- PRZYBYSZ, M. (2011), Wojna polsko-bolszewicka w nauczaniu historii w szkołach podstawowych i średnich w latach 1944-1989. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 77-91.
- SACEWICZ, K. (2014), Sprawa tzw. Rosyjskiej delegacji Czerwonego Krzyża w świetle publikacji prasy komunistycznej w Polsce (1918-1919). W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. V/2, 45-59.
- ZELENKA, M. (2010), Interkulturní studia v kontextu soudobé literární historiografie: „komparování” jako způsob interpretace psaní literárních dějin. In: *World Literature Studies. Časopis pre výskum svetovej literatúry* 4. 2 (4), 74-83.

ASSEL KOZHAKHMETOVA / АСЕЛЬ КОЖАХМЕТОВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0833-1085>

Abai Kazakh National Pedagogical University

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ ТЕКСТОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КАЗАХСТАНСКОЙ ПРЕССЫ)

Axiological component of text world view (on the samples of Kazakhstani press)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: аксиологическая семантика, ценность, оценка, репрезентация, общество, пресса

KEY WORDS: axiological semantics, value, evaluation, representation, society, press

АБСТРАКТ: In this article, the authors address the problem of the representation of axiological components regarding modern society based on the material of the Kazakhstani press in Russian. As you know, the media is a kind of barometer of the “mentality” of society. Accordingly, the analysis of newspaper material allows us to judge the formed image of modern society in the axiological consciousness of Kazakhstani people. The purpose of the article is to identify ways and means of verbalizing value and value semantics in the language of the media texts, reflecting the processes of formation of modern Kazakhstani society. As well to make an analysis of axiological components of text world view together with its representation in press. The research being depicted in this paper required the detailed study of newspapers in Kazakhstan and shows its qualitative and quantitative analysis.

1. Введение

Предметом данного исследования является аксиологический компонент содержания текстов казахстанской русскоязычной прессы, освещающих социальные проблемы современного Казахстана. Задача статьи заключается в описании плана содержания и плана выражения категории ценности с учетом специфики информационного медиа-дискурса. Предметом исследования является инвентаризация и функциональная интерпретация ценностей, реализующихся в газетных текстах. Интерес к данной теме обусловлен тем, что такого рода исследование дает возможность (в определенных границах) реконструировать культурную картину мира современного казахстанского общества. Медиакоммуникации с точки зрения культивирования этой

картины играют важную роль: с одной стороны, они отражают культивируемые в обществе стереотипы, с другой стороны – выполняют программирующую и мотивирующую функцию, что хорошо известно из исследований в области теории культивации.

Отраженная в СМИ информация, взятая в совокупности, представляет собой разновидность текстовой картины мира. Это понятие заимствовано нами из исследований польских ученых: Borowska 2015; Gut/Wilczewski 2014; Kajtoch 2008, 14 и др.; 2016, 228 и др.; Kamińska-Szmaj 2010; Kikiewicz 2007, 302 и др.; Tokarski 2016. Понятие текстовой картины мира употребляется также в русском языкознании, см.: Касевич 1996; Фомичева 2013; Рязанова 2014; Смердова 2017; Зенец/Кордас 2019 и др.

Текстовая картина мира, вслед за В. Кайтохом, понимается как реализация в тексте или серии текстов культурной картины мира, т.е. ее отражение в закономерностях употребления лексических знаков, словообразовательных моделей и синтаксических структур. Изучение текстовой картины мира является одним из компонентов имагологии как актуального направления гуманитарных исследований.

2. Аксиологическая составляющая публицистического текста

Медийный текст представляет собой сложную коммуникативную единицу, содержащую целостное и завершенное сообщение. Как справедливо замечает В. А. Марьянчик, «для науки остается актуальным, с одной стороны, поиск оптимальных путей речевого воздействия на аудиторию, с другой – создание инструментов выявления интенций автора» (2013, 38). Одним из таких инструментов является использование аксиологической информации при описании происходящих в мире событий.

Сам термин *аксиология* был введен в 1902 году французским философом П. Лапи; в 1904 году Э. фон Гартман использовал его для именованя раздела философии, занимающегося ценностями (подробнее см.: Гартман 2014). В соответствии с общепринятым пониманием, аксиология изучает природу ценностей, их характеристики, их место в реальности, структуру и иерархию ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, а также природу и специфику ценностных суждений (Аверинцев и др. 1989, 731).

Центральным понятием и основным предметом исследований аксиологии выступает *ценность*. Общеизвестно, что в истории развития общества ценности передавались посредством устного народного творчества, позднее – через классическую литературу, а также религиозные, политические, юридические и др. тексты. Глобализация и компьютеризация во второй половине XX века и начале XXI века привели к тому, что сегодня ценности (репрезентирующие

характерное для сообщества видение мира) в значительной степени транслируются посредством электронно-медийных ресурсов.

В литературе встречается много разных трактовок и определений ценности. С социологической и антропологической точки зрения ценности представляют собой жизненные доминанты, способствующие решению экзистенциальных проблем (Ваева 2017, 173). Лингвистическое понимание ценностей опирается на теорию семантических категорий. Именно в таком духе это понятие описывается в работах А. Киклевича: ценность рассматривается как семантическая категория модифицирующего типа (т.е. детерминирующая значение именной или глагольной группы), передающая закодированную в знаках (т.е. экспликативную) или языковых операциях (т.е. операциональную) информацию об отношении признака некоторого описываемого предмета (действия, события, состояния и др.) к норме, с учетом предпосылки, что, во-первых, имеется шкала признаков (и норма представляет собой одно из значений этой шкалы), во-вторых, областью определения (или приложения) эвалюативных значений является некоторое множество предметов (действий, событий, состояний и др.) (Kiklewicz 2018, 113 и др.). Ценность – это разнородность семантической детерминации, в основе которой лежит интенциональная установка языкового субъекта, а именно – его (разделяемое с другими членами общества) представление о правильных, желаемых, требуемых, предпочтительных, образцовых и др. типах поведения (более подробно об этом см.: Kiklewicz 2013).

Аксиолингвистическому изучению средств массовой информации посвящены многие работы: Ерофеева 2010; Марьянчик 2013; Пушкарева 2018; Paul/Sign/Jon 2013; Stefaniuk 2018; Wei/Pan 1999; Baklanova 2019 и др. Согласно И. В. Ерофеевой, различаются три типа ядерных ментальных ценностей, реализуемых в содержании медиатекста: 1) нравственные; 2) ценности социальных отношений и 3) ценности самореализации личности. Марьянчик описывает модель аксиологической структуры медиа-политического текста с учетом связи ценностной и оценочной составляющих, взаимодействия компонентов ценностной картины и категорий текста.

В казахстанской лингвистике также есть опыт исследования аксиологической семантики, однако он имеет сравнительно недавнюю традицию (см. публикации: Абдикеримова 2015; Джамбаева 2010; Дюсембина 2015 и др.). В докторской диссертации Ж. А. Джамбаевой описан эксперимент, проведенный с целью выявления аксиологических стереотипов в восприятии концептов «человек», «семья», «ребенок». Элементы аксиологического содержания публицистических текстов рассмотрены в статье Г. Абдикеримовой. Г. Е. Дюсембина исследовала аксиологические аспекты картины мира, представленной в казахской периодической печати (в текстах общественно-политического

содержания); исследовательница выделила некоторые базовые концепты («билік», «халық», «Елбасы»), характерные для казахстанского политического сознания.

Исследование ценностей невозможно представить без их классификации. Учеными разных областей науки предложено множество таких классификаций, с учетом разных параметров. Такие попытки предпринимались и лингвистами. Так, А. В. Голованова (2002, 16) выделяет следующие группы ценностей: 1) этические (нравственные), 2) эстетические, 3) утилитарные, 4) гедонистические. Подобные разряды ценностей находим у Е. Ф. Серебрянниковой (2011, 29): 1) область Истины («истинно/ложно» как ценностная оценка); 2) область Прекрасного («прекрасное/уродливое» как ценностная оценка); 3) область Этики («хорошо/плохо» как ценностная оценка); 4) область Удовольствия («приятное/отвратительное» как ценностная оценка); 5) область Практической пользы («полезно/бесполезно/вредно» как ценностная оценка).

В польском языкознании исследованием этого аспекта языковой и текстовой семантики занимается группа Е. Бартминьского из Люблинского университета имени М. Кюри-Склодовской. В одной из таких публикаций (Bartmiński/Grzeszczak 2014) выделены следующие группы ценностей: 1) названия действий, состояний, установок; 2) названия сообществ, культивирующих определенные «заданные» ценности; 3) названия членов этих сообществ; 4) названия организаций и социальных институтов, предназначенных для реализации ценностей; 5) названия символических мест; 6) названия символических предметов. Согласно Киклевичу (Kikiewicz 2013, 279), классификация ценностей возможна 1) по предметной области (социальные, моральные, эстетические, гедонистические и др.); 2) по аксиологическому содержанию (положительные, отрицательные, нейтральные); 3) по носителю (индивидуальные, групповые, массовые, универсальные) и 4) по позиционированию (основные, важные, маргинальные).

Эта научная информация составляла важный теоретический фундамент нашего исследования, которое будет представлено в следующем разделе.

3. Этапы исследования

Существует мнение, что современное казахстанское общество остается, преимущественно, консервативным, что находит, в частности, свое проявление в предпочтениях к источникам информации. Согласно социологическому исследованию (Ценности 2020, 72), в наибольшей степени казахстанцы доверяют телевидению (64,4%) и печатным СМИ (60%). Значит, газетная информация важна с точки зрения влияния на общественное мнение и формирование соответствующих ценностных приоритетов. Нами была поставлена задача узнать, каковы эти приоритеты.

Выбор материала русскоязычной прессы Казахстана в качестве источника исследования обусловлен тем, что русскоязычная пресса отражает мнение всего казахстанского общества – в отличие от прессы на казахском языке, которая имеет более узкую сферу референции. Предпочтение было отдано более амбивалентному подходу.

Эмпирическую базу исследования составили русскоязычные издания Казахстана: 1) общенациональная газета Казахстана «Казахстанская правда», являющаяся главным источником официальной и деловой информации в государстве; 2) «Новое поколение» – одно из лучших аналитических изданий Казахстана; 3) «Литер» – республиканская общественно-политическая газета (свежие новости о политике, экономике, образовании в Казахстане). По материалам этих газет, охватывающих 2018 и 2019 годы, была составлена картотека, которая и послужила источником предлагаемого исследования.

Эвристическая процедура эксцерпции маркированных в интересующем нас аспекте текстов производилась следующим образом: в поисковом окне соответствующей витрины интернета вводилось название тега: «ценность» и «ценности». В итоге было получено 574 текста, содержащих аксиологическую информацию (в которых аксиологический статус был закреплен за лексемой *ценность* в одной из возможных грамматических форм). Из этого корпуса были отобраны только те контексты, в которых ценность имеет отношение к явлениям социально-политического характера (т.е. не рассматривались конструкции типа *энергетическая ценность, биологическая ценность, племенная ценность, пищевая ценность* и др.). Тем самым количество анализируемых текстов сократилось до 424. В таблице 1 представлены данные о количестве текстов в каждой из проанализированных газет.

Таблица 1. Данные по результатам первичного поиска материала

№	Источник	Кол-во текстов первичного поиска
1	Казахстанская правда	265
2	Новое поколение	95
3	Литер	64
Итого		424

4. Анализ материала

Система ценностей представляет собой многоуровневую сложную структуру. В связи с этим все употребления слова *ценность* были отнесены к одной из семантических категорий. В обобщенном виде они представлены в таблице 2.

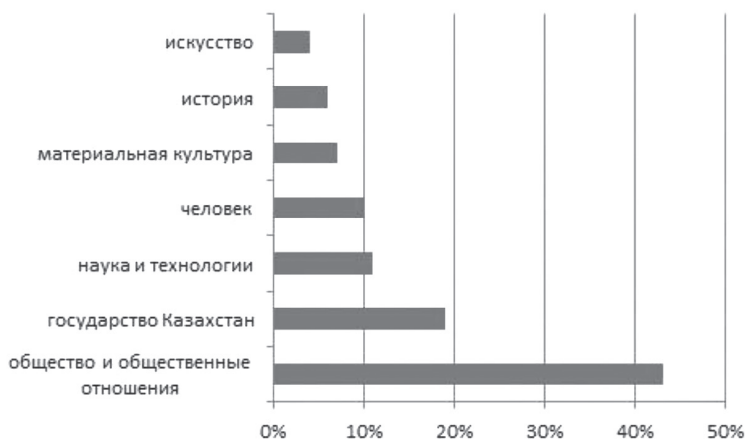
Таблица 2. Список ценностей и частота их встречаемости в газетных текстах

Категории ценностей	Общая частота
Человек (физическая сущность и сознание)	42
<i>Личность</i>	6
<i>Жизнь</i>	4
<i>Сознание</i>	8
<i>Здоровье/благополучие</i>	10
<i>Успех/карьера</i>	4
<i>Молодежь/молодость</i>	6
<i>Идентичность</i>	4
Общество и общественные отношения	180
<i>Семья</i>	31
<i>Уважение к родителям и старшим</i>	10
<i>Религия</i>	11
<i>Обычаи и традиции</i>	19
<i>Согласие</i>	19
<i>Согласие/солидарность/единство</i>	17
<i>Дружба/братство</i>	9
<i>Демократия</i>	4
<i>Любовь</i>	8
<i>Стабильность</i>	11
<i>Милосердие/отзывчивость/сострадание</i>	23
<i>Уважение/взаимов уважение/взаимопонимание/взаимоотношения</i>	18
Духовная культура: наука и технологии	47
<i>Развитие/прогресс</i>	20
<i>Образование/ знания</i>	18
<i>Цифризация</i>	4
<i>Наука</i>	5
Духовная культура: искусство	18
История	26
Материальная культура	31
<i>Экономика/валюта</i>	7
<i>Интернет</i>	3
<i>Конкурентоспособность</i>	3
<i>Труд/ трудолюбие/работа</i>	14
<i>Профессия</i>	4
Государство Казахстан	80
<i>Народ/нация</i>	16
<i>Независимость/суверенитет/свобода</i>	22
<i>Конституция</i>	15
<i>Гражданство</i>	3
<i>Патриотизм</i>	15
<i>Страна</i>	9
Итого	424

Как видно из таблицы 2, заключенная в газетных текстах ценностная информация сгруппирована в семь тематических категорий:

1. человек (физическая сущность и сознание);
2. общество и общественные отношения;
3. духовная культура (наука и технологии);
4. духовная культура (искусство);
5. история;
6. материальная культура;
7. государство Казахстан.

Их значимость в текстах СМИ, как следует из приведенных количественных данных, значительно варьируется (см. гистограмму 1). Наибольшее количество референций (43%) отмечено в области общественных (социальных) ценностей – они занимают почти половину всех референций. На втором месте находятся ценности, связанные с государством Казахстан – 19% референций. Срединную зону занимают четыре категории: наука и технологии (11%), человек (10%), материальная культура (7%) и история (6%). Наименее представлены исторические ценности (4%).



Гистограмма 1. Иерархия категорий ценностей по частоте и значимости

При анализе отдельных ценностей различались два аспекта: значение и функциональная характеристика. Первый аспект касается ценности, рассматриваемой с парадигматической, системной точки зрения, т.е. противопоставленной другим ценностям. Второй аспект заключается в том, какие свойства приписываются данной ценности в конкретном контексте. С учетом такого, параметрического описания материала (который был представлен в виде рабочих фишек) была составлена база данных. Пример одной из фишек приведен в таблице 3.

Таблица 3. Пример анализа ценности *согласие*

Значение	Характеристика	Пример	Источник
единство действий и мыслей	согласие является результатом сознательного, целенаправленного и поступательного развития общества с целью преодоления конфликтов и социальных потрясений	<i>Через переживание миллионов драматических судеб мы пришли к пониманию ценности народного единства и согласия, а чувство солидарности, поддержки и благодарности прочно укрепились в нашем обществе [...]</i>	Из чувства нравственного долга (КП, 01.03.2018)
	согласие входит в ряд других положительных ценностей, таких, как мир и стабильность	<i>Общационациональное единство, мир, стабильность и согласие в нашем обществе, [...] – основные ценности для каждого гражданина Казахстана.</i>	Послание Главы государства – основа социальной политики (КП, 18.10.2018)
	согласие представляет одну из традиционных духовных ценностей, которая требует возрождения	<i>Программа ориентирована прежде всего на возрождение и укрепление традиционных духовных ценностей казахстанцев, [...] таких, как казахстанский патриотизм, национальная идентичность, общественное согласие.</i>	Созидательный потенциал (КП, 06.09.2018)

Из анализа содержания *согласия* видно, что данное понятие трактуется как одна из традиционных ценностей казахской культуры, которая, с одной стороны, требует возрождения в условиях формирования нового общества, в контексте памяти о драматических судьбах жителей Казахстана в прошлом; с другой стороны, гарантирует такие социальные ценности, как мир, стабильность и благополучие.

Из проведенного исследования (см. количественные данные в таблице 2) вытекает, что наиболее часто в журналистских текстах упоминается «семья». Это дает основание утверждать, что данная ценность для современных казахстанцев является наиболее важной или, по крайней мере, одной из важнейших. Все фрагменты-источники были проанализированы с точки зрения ценностных характеристик семьи. Сначала будет приведен список всех проанализированных фрагментов с указанием характеристики, а затем — список характеристик с указанием их частоты (см. таблицу 4).

Фрагменты-источники («семья»):

- (1) У нас порядка 260 тысяч семей, которые воспитывают четырех и более детей и были охвачены мерами господдержки. Мы надеемся на то, что и в дальнейшем казахстанцы будут придерживаться многодетности и будут сохранять семейные ценности, где будут воспитываться и получать образование дети [...].
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 1, 3

- (2) Я считаю, что везде люди одинаковые, но всех объединяют общие ценности – здоровье, образование, любовь к семье и другие вечные понятия.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 5
- (3) Мероприятие проходило в праздничной атмосфере в Академии творчества. На площадке перед зданием была организована выставка художественного ремесла, пропагандирующая семейные ценности, вывешены информационные стенды об участниках областного тура.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6
- (4) Мы изучили потребности различных целевых аудиторий [...] – в результате были сняты телесериалы об истории нашего народа, о буднях полицейских и врачей, о семейных ценностях, о жизни в ауле, о молодых предпринимателях и даже стартаперах.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6
- (5) – Я работаю больше 15 лет, и за это время в моей практике было чуть больше 40 случаев заключения брачного договора, – говорит нотариус Алибек Кошанов. – Я сам думал, почему так мало? Во-первых, у нас семейные ценности все-таки развиты очень хорошо. Они отходят на второй план далеко не такими темпами, как в других странах. Семья держится на любви, – так считают наши граждане.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7, 8, 9
- (6) Это сериал про национальную безопасность и семейные ценности, про сильных и слабых людей и реальные проблемы, стоящие перед современным казахстанским обществом.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6
- (7) Упор делается на информационно-разъяснительную работу в привычном формате серийных интервью, телепередач, сюжетов и даже телесериалов, пропагандирующих семейные ценности, взаимо-уважение, гендерное равенство.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6
- (8) Главная цель Национального конкурса «Мерейлі отбасы» – продвижение семейных ценностей и укрепление самого института семьи.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6
- (9) Особенно важно, что всех казахстанцев объединяют общие ценности: достоинство и благополучие Человека, Свобода, Единство, Справедливость, Верховенство Закона, Семья и традиции, устремленность в Будущее.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 4, 10
- (10) Одним из важных направлений в работе Национальной комиссии являются вопросы укрепления семейных ценностей, особенно среди молодежи, – сказала Госсекретарь.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10
- (11) «Бабушка сказала» – и все, выше нет авторитета. Такие авторитеты нужны, ведь сейчас профессиональным воспитателям противостоит армия не менее профессиональных разрушителей традиционных семейных ценностей.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 10, 11, 12

- (12) В Концепции особое значение придается вопросам укрепления института семьи, культивирования семейных ценностей, физического, интеллектуального и духовного развития подрастающего поколения.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10
- (13) «Семейные ценности должны быть сохранены, – отметил Раджаб Даминов. – Мы должны прилагать все возможные усилия для оказания помощи гражданам в сохранении этой важной ячейки общества, обеспечивая тем самым воспитание и развитие детей в полноценной семье».
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3, 10
- (14) В частности, [...] во всех регионах страны действуют 1 753 совета матерей, которые объединяют почти 11 тыс. человек. Эти уникальные организации – проводники идей мира и согласия, семейных ценностей, вносящие конкретный вклад в воспитание молодого поколения и развитие страны.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6
- (15) У казахского народа семья всегда была главной духовной опорой, хранительницей культурных ценностей, олицетворяла преемственность поколений и традиций.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 13, 14
- (16) Глава государства подчеркивает, что мы должны укреплять семейные ценности, – говорит руководитель городского отдела культуры и развития языков Айгуль Сабитова. Именно благодаря семье сегодня крепнет и развивается наше суверенное государство, растет благосостояние народа. Благополучие семьи – мерило развития и прогресса любой страны.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 15, 16
- (17) Главное, что в центре внимания – семья, семейные ценности, отношения, – говорит Айбек. – И это не значит, что в быту нам нужно придерживаться правил XVIII-XIX веков, речь о другом. Нужно культивировать институт семьи. Мы стараемся это делать, учитывая традиции нашего народа.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10, 17
- (18) Благодаря своим организаторским способностям и внутреннему искреннему порыву она основала и сплотила коллектив пенсионеров, который активно занимается общественной работой, проводит беседы с молодежью, военнослужащими срочной службы, рассказывая о том, как важно сохранить межнациональное согласие, не делиться на своих и чужих, беречь единство и дружбу, честно трудиться, и, конечно, пропагандирует вечные ценности, к которым прежде всего относятся семья и воспитание детей.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 5
- (19) Приоритетное внимание мы уделяем укреплению традиционных семейных ценностей и поддержке института семьи. Выстроена целостная система соцподдержки женщин и семей, имеющих детей. За последние 10 лет расходы бюджета на эти цели увеличились более чем в 5 раз, – сказала Гульшара Абдыкаликова.
ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10
- (20) Будучи депутатом Мажилиса Парламента Республики Казахстан, Айткуль Самакова активно поднимала темы развития семейных ценностей, проти-

водействия распространению наркомании и алкоголизма, недопущения распространения экстремистских идей и попыток разжигания меж-этнических конфликтов.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

- (21) Представители казахстанской молодежи дорожат дружбой, уважают личность и ее достоинства, у них на высоком счету находятся семейные ценности, толерантность и прагматизм.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

- (22) О том, что делать, чтобы семейные ценности продолжали вдохновлять нашу молодежь, и как предотвратить ее отъезд из страны, шел разговор на правительственном часе в Мажилисе по вопросам реализации государственной молодежной политики.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2

- (23) На развитие памяти и речи хорошо влияет совместная семейная драматизация сказок. Таким образом в семье формируются семейные ценности, которые так важны для ребенка.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 3

- (24) Основной темой обсуждения на мероприятии, которое проходило в формате круглого стола, было «Ценности общества для современного человечества» – национальные семейные ценности. Целью мероприятия явилось определение преемственности поколений в сохранении национальных ценностей в воспитании молодого поколения.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

- (25) Наша страна навсегда заморозила итальянца [...] тем, что в Казахстане крепки семейные ценности, культурная жизнь бьет ключом и здесь очень позитивная атмосфера для творчества.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

- (26) Семейные ценности служат важнейшей частью политики любого государства и в любую эпоху. Это хорошая традиция – популяризировать опыт образцовых семей региона, которые передают духовно-нравственные ценности из поколения в поколение. Наша задача – содействовать в этом благородном деле, – подчеркнул руководитель региона.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 6, 13, 18

- (27) Участники в формате открытого диалога обсудили темы семейных ценностей, продвижения культуры здоровых взаимоотношений в семье и вопросы воспитания детей. По словам организаторов, отныне форум станет традиционным мероприятием, и будет поднимать самые насущные вопросы семейных ценностей и взаимоотношений самых близких людей.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 2, 10

- (28) По словам организаторов первого родительского форума, осознанное родительство в вопросах воспитания детей и продвижение семейных ценностей – это ключ к снижению индекса разводов и оздоровлению института семьи.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6, 10

- (29) Казахстанцы так же гостеприимны, у них схожие моральные ценности – на первом месте семья, высоко ценят дружеские отношения.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

- (30) Фильм рассказывает о любви к родной стране, городу, где родился и вырос, пропагандирует идеи дружбы и добра, ценности семейных уз.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 6

- (31) Очень важная базовая ценность, которая входит в первую пятерку, – осознание своей роли как члена семьи. То есть семейные отношения и ценности для казахстанской молодежи являются одними из определяющих, той базой, на которой нужно выстраивать все другие отношения.

ХАРАКТЕРИСТИКИ: 7

Таблица 4. Текстовые характеристики ценности *семья*

№	Характеристика	Фрагмент
1	многодетность – характерная черта традиционной казахстанской семьи	1
2	политика государства направлена на сохранение семейных ценностей и укрепление института семьи	1, 8, 10, 12, 16, 17, 19, 20, 22, 26, 27
3	семья способствует воспитанию и образованию детей	1, 13, 23
4	семья входит в ряд других положительных ценностей, таких, как образование, здоровье, достоинство, благополучие, свобода, единство, справедливость, верховенство закона	2, 9
5	семья является вечной ценностью	2, 18
6	семейные ценности пропагандируются при поддержке государства – художественными средствами (выставки, фильмы и др.), средствами СМИ и др.	3, 4, 6, 7, 8, 14, 24, 26, 28, 30
7	семья является для казахстанцев (в том числе и для молодежи) важной ценностью	5, 21, 25, 29, 31
8	в последнее время значимость семьи во многих странах в обществе деградирует	5
9	в основе семейных отношений лежит любовь	5
10	институт семьи нуждается в сохранении и укреплении	9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 27, 28
11	семья опирается на авторитет старших (например, бабушки)	11
12	в обществе действуют силы, заинтересованные в разрушении традиционных семейных ценностей	11
13	семья позволяет сохранять культурные ценности	15, 26
14	семья – главная духовная опора народа	15
15	семья способствует укреплению государства	16
16	семья способствует росту благосостояния народа	16
17	нет необходимости в точности копировать семейные традиции прошлого	17
18	в регионах некоторые семьи признаются образцовыми	26

Во-первых, следует отметить, что с точки зрения аксиологической информации текстовые фрагменты различаются: некоторые из них (в принципе, большинство) выражают только одну, определенную характеристику, некоторые же в этом отношении являются амбивалентными, т.е. указывают на несколько характеристик.

Во-вторых, что касается характеристик, их повторяемость имеет относительно невысокую степень: на каждую характеристику в среднем приходится 1,7 фрагмента-источника. В то же время эта цифра является мало показательной – в силу того, что разные характеристики по-разному распределены в текстах. Большинство выделенных нами характеристик представлено в единичных контекстах, в связи с чем можно считать, что они имеют маргинальный статус, например: <в регионах некоторые семьи признаются образцовыми, <многодетность – характерная черта традиционной казахстанской семьи>, <нет необходимости в точности копировать семейные традиции прошлого> и др. Выделяется, однако, группа характеристик, которые повторяются с наибольшей регулярностью:

- политика государства направлена на сохранение семейных ценностей и укрепление института семьи – 11 референций
- институт семьи нуждается в сохранении и укреплении – 10 референций
- семейные ценности пропагандируются при поддержке государства – художественными средствами (выставки, фильмы и др.), средствами СМИ и др. – 10 референций

Все эти характеристики так или иначе связаны с идеей сохранения и поддержания семьи как общественной ячейки и соответствующих социальных отношений, при этом журналисты неизменно подчеркивают роль государства, а также роль общественных организаций и СМИ. С этой информацией связаны, как можно полагать, два дополнительных обстоятельства. Первое: журналистская информация о целенаправленных действиях по укреплению института семьи имеет не только, а может быть, не столько констатирующий, сколько воздействующий характер: информируя читателей о разных акциях, направленных на развитие семейных ценностей (которые, впрочем, обычно не конкретизируются), журналист сам выступает в роли пропагандиста. Государство неизменно представляется с положительной оценкой – как главный фактор конструктивной семейной политики.

Второе обстоятельство касается пресуппозиции: если семью надо укреплять (и для этого прилагаются большие системные усилия), значит, существуют и дисфакторные явления, т.е. такие, которые расшатывают институт семьи и снижают приоритет семьи в обществе. В источнике № 5 об этом сообщается в подтексте: *Они (семейные ценности. – А. К.) отходят на второй план далеко не такими темпами, как в других странах, а в источнике*

№ 11 – более непосредственно: [...] *Ведь сейчас профессиональным воспитателям противостоит армия не менее профессиональных разрушителей традиционных семейных ценностей.* В этом можно усматривать своего рода асекурационную стратегию СМИ как метод сдерживания дезинтеграционных процессов в обществе (при этом нет оснований говорить о цензуре).

5. Заключение

Анализ содержания текстов СМИ дает некоторое представление о ценностной картине мира современного казахстанского общества. Казахстан не остался в стороне от влияния глобализационных процессов, связанных с распространением культуры (в том числе и системы ценностей) постмодернизма, однако смог (возможно, в большей степени, чем другие страны) сохранить черты традиционной культуры, такие, как уважение к родителям и старшим, гостеприимство, толерантность (как элемент номадизма) и др. Это находит отражение в содержании журналистской информации. Почти половина проанализированных текстов касается общественных (социальных) ценностей, а среди них главное место занимает «семья». Газетные тексты, в основном, сообщают о государственных и институциональных мероприятиях, связанных с пропагандой семьи как общественной ячейки, ее укреплением вопреки воздействию современных диссоциальных и алиенационных тенденций. Семья рассматривается как духовная опора народа, среда воспитания и образования подрастающего поколения, фактор укрепления государства и роста благосостояния людей.

Библиография

- Абдикеримова, Г. (2015), Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 197-208.
- Аверинцев, С. С. и др. (ред.), (1989), *Философский энциклопедический словарь*. Москва.
- ГАРТМАН, Э. (2014), *Сущность мирового процесса, или Философия бессознательного: Бессознательное в явлениях телесной и духовной жизни*. Москва.
- Голованова, А. В. (2002), *Ценности и оценки в языковом отражении: На материале русского и польского языков [автореферат диссертации]*. Пермь.
- ДЖАМБАЕВА, Ж. А. (2010), *Аксиологические стереотипы языкового сознания казахстанцев [автореферат диссертации]*. Кокшетау.
- ДЮСЕМБИНА, Г. Е. (2016), *Мерзімді баспасөздегі ғаламның аксиологиялық бейнесі (саяси мәтіндер негізінде) [автореферат диссертации]*. Алматы.
- ЕРОФЕЕВА, И. В. (2010), *Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) [диссертация]*. Санкт-Петербург.
- ЗЕНЕЦ, Н. Г /Кордас, О. М. (2019), *Текстуальная картина мира в герметической философии*. В: *Гуманитарные исследования*. 4 (25), 20-23.

- КАСЕВИЧ, В. Б. (1996), Буддизм. Картина мира. Язык. Санкт-Петербург.
- МАРЬЯНЧИК, В. А. (2013) Аксиологическая структура медиа-политического текста [автореферат диссертации]. Москва.
- ПУШКАРЕВА, И. (2018), О лингвоаксиологическом исследовании регионального медиадискурса. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/1, 329-250.
- РЯЗАНОВА, К. А. (2014), Текстовая картина мира как объект филологического исследования. В: Новый университет. Серия: Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. 4 (37), 67-70.
- СЕРЕБРЕНИКОВА, Е. Ф. (2011), Этносемиотика как способ лингвистического аксиологического анализа. В: Викулова, Л. Г. (ред.), *Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов*. Москва, 7-49.
- СМЕРДОВА, Е. А. (2017), Логико-семиотические основания межъязыковой интерпретации нерелевантно употребленных имен (на материале текстов С. Лема и Э. Берджесса). В: Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2, 28-36.
- ТУЛИДИНОВА, Ж. (ред.), (2020), Ценности казахстанского общества в социологическом измерении. Алматы.
- ФОМИЧЕВА, Ж. Е. (2013), Некоторые аспекты понятия «Текстовая художественная картина мира». В: Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 1, 292-298.
- ВАЕВА, L. (2017), Values of Mediasphere and E-Culture. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VIII/1, 173-184.
- ВАКЛАНОВА, I. (2019), The Image of Recipient of Journalistic Text Within Newspaper Headlines. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. X/2, 231-240.
- БАРТИМІНСКИ, J./GRZESZCZAK, M. (2014), Jak rekonstruować kanon wartości narodowych i europejskich? In: *Etnolingwistyka*. 26, 21-44.
- БОРОВСКА, M. (2015), Kosmologia poety i podróżnika. językowy i tekstowy obraz słońca, gwiazd i księżycy w poezji Josifa Brodskiego. In: *Przekładaniec*. 30, 95-110.
- ГУТ, А./WILCZEWSKI, M. (2014), The China Daily. Tekstowy obraz świata. In: Marszałek-Kawa, J./Kaja, E. (red.), *Poszukiwaniu azjatyckiej tożsamości*. Toruń, 36-67.
- КАЛТОХ, W. (2008), Языковые образы мира и человека в прессы молодежи и альтернативной, 1. Kraków.
- КАЛТОХ, W. (2016), *Szkice językoznawczo-medioznawcze*. Kraków.
- КАМИНСКА-СЗМАЛ, I. (2010), Wojciech Kajtoch, Языковые образы мира и человека в прессы молодежи и альтернативной, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, t. 1, ss. 343, t. 2, ss. 484. In: *Oblicza komunikacji*. 3, 197-200.
- КИКЛЕВИЧ, А. (2007), Zrozumieć język. Szkice z filozofii języka, semantyki, lingwistyki komunikacyjnej. Łask.
- КИКЛЕВИЧ, А. (2013), Социальные ценности в системе современной культуры. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IV, 273-294.
- КИКЛЕВИЧ, А. (2018), Wartościowanie jako kategoria semantyczna. In: Stalmaszczyk, P. (red.), *Metodologie językoznawstwa. Od diachronii do panchronii*. Łódź, 103-141.
- PAUL, V./SIGN, P./JOHN, S. B. (2013), Role of mass media in social awareness. In: *International Journal of Humanities & Social Sciences*. 1 (1), 34-38.
- СТЕФАНИУК, Т. (2018), Does Mass Culture Mean a Crisis of Values? Dwight Macdonald's Position and the Issue of Its Topicality. In: *Kultura i Wartości*. 25, 27-50.
- ТОКАРСКИ, R. (2016), Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku. W: *Język Polski*. 96 (2), 28-37.
- WEI, R./PAN, Z. (1999), Mass media and consumerist values in the people's Republic of China. In: *International Journal of Public Opinion Research*. 11 (1), 75-96.

LITERATURA

ELENA KARPINA / ЕЛЕНА КАРПИНА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4045-9938>

Gorlovka Institute for Foreign Languages / SHEI “Donbass State Pedagogical University”

ОБРАЗЫ ПРАВОСЛАВНЫХ И КАТОЛИКОВ В ИСТОРИЧЕСКОМ РОМАНЕ ВС. С. СОЛОВЬЁВА «КНЯЖНА ОСТРОЖСКАЯ»

The images of the Orthodox and the Catholics in the historical novel “The Princess of Ostrog” by Vs. S. Solovyov

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: христианство, православие, католичество, конфессия, тенденциозность, исторический роман, Речь Посполитая

KEYWORDS: Christianity, Orthodoxy, Catholicism, confession, tendentiousness, historical novel, The Polish-Lithuanian Commonwealth

ABSTRACT: The article is dedicated to the study of the religious problems of Vs. S. Solovyov’s historical novel “The Princess of Ostrog”, the central plot conflict of which is an open struggle between the Orthodoxy and the Catholicism that broke out in the 16th century in The Polish-Lithuanian Commonwealth. In the process of analysing the designated aspect of the text the author comes to the conclusion that the images of Konstantin, Halshka and Beata Ostrozhsy considered in the paper are a clear embodiment of the three possible life aspirations of the people who lived in the era recreated by the author: the struggle for the Orthodoxy in the Grand Duchy of Lithuania; asserting one’s right to profess the Orthodoxy; propaganda of the Catholicism.

1. Введение

Вс. С. Соловьёв – один из наиболее известных и талантливых русских исторических беллетристов XIX ст., достойный представитель своего славного рода. Вершиной обширного и многогранного творческого наследия писателя является пенталогия «Хроника четырёх поколений», или «Семья Горбатовых», как её нередко называли читатели.

Соловьёв дебютировал на литературном поприще в качестве исторического беллетриста в 1876 г., в котором была написана «Княжна Острожская» – его первое историческое произведение. Изданная в «Ниве» – наиболее популярном русском журнале XIX века, посвящённом литературе, политике и современной жизни эпохи, и фактически ставшая «пробным камнем его таланта» (Быков 1917, 10), она имела несомненный успех. Начинающему литератору было на тот момент 27 лет.

Благодаря восторженным отзывам читателей молодой автор пришел к убеждению в том, что историческая тема в литературе – его настоящее призвание. Во многом способствовало этому и письмо, полученное Соловьёвым 15 января 1877 г. от известного русского философа-славянофила К. Н. Леонтьева, в котором последний обращался к беллетристу с просьбой, красноречиво свидетельствующей о достаточно высокой художественной ценности созданного им произведения:

Пришлите мне также – очень, очень прошу вас – оттиск той <вашей> польской повести, который мне попался в “Ниве” случайно – один только отрывок – он восхитил меня, особенно тем, что в нем язык такой простой и благородный, чуждый всех тех юмористических грубостей, от которых избавиться не может ни Тургенев, ни Достоевский, ни даже Толстой (Ланской 1973, 473).

Известный тверской литературовед А. Ю. Сорочан в монографии «Квазиисторический роман» в русской литературе XIX века. Д. Л. Мордовцев» представляет нашему вниманию интересное наблюдение. Возрождение интереса читателей к историческому роману во второй половине XIX века связано, в определённой степени, с выходом в свет «Войны и мира» (1863-1869) Л. Н. Толстого. В эпопее, по мнению учёного, соединились три формы репрезентации истории: «исторический факт, психологически занимательный случай и философская тенденция».

Именно по этому пути упрощения достаточно сложной структуры произведения романиста пошли почти все исторические беллетристы 1870-1880-х гг. Так, например, Е. П. Карнович ограничивает «специфику исторической прозы фактографией». Е. А. Салиас и М. Н. Волконский «сводят историю к нагромождению случаев частной жизни, действий вымышленных лиц». Соловьёв пытается «реконструировать упрощённую философскую доктрину, “подгоняя” под неё историческую канву» (Сорочан 2007, 16-17). Таким образом, «изображение исторических событий оставалось по существу предложением для выражения внешней по отношению к ним идеи» (Сорочан 2007, 215).

Е. В. Никольский, крупнейший восточноевропейский специалист по соловьёведению, имеющий польские корни, автор монографий «История Великого княжества Литовского и Московского царства в прозе Всеволода Соловьёва» (Никольский 2012а) и «Роман Всеволода Соловьёва “Княжна Острожская”: проблемы имагологии и идеологии» (Никольский 2012b), в своей докторской диссертации «Проза Всеволода Соловьёва: проблемы творческой эволюции» определяет первое прозаическое произведение писателя как историко-идеологический роман (Никольский 2014, 101), что сближает концепции обоих исследователей.

События соловьёвского романа происходят в 60-е гг. XVI века в Речи Посполитой, образовавшейся вследствие объединения Королевства Польского и Великого княжества Литовского, которое стало результатом заключения Люблинской унии в 1569 г. Произведение буквально «дышит» национальной культурой Литвы и Польши. Естественным следствием проживания в Речи Посполитой представителей различных народов стало многообразие исповедуемых её жителями религий, чем в значительной степени обусловлен повышенный интерес Соловьёва к этноконфессиональным проблемам польско-литовского государства.

Цель нашей статьи – рассмотреть с учётом исторического контекста эпохи образы наиболее значимых в религиозном отношении персонажей исторического романа Вс. С. Соловьёва «Княжна Острожская» и выявить коррелирующие с ними возможные жизненные устремления людей, живших в XVI веке в Речи Посполитой.

2. Проблемно-тематическое своеобразие романа «Княжна Острожская»

Фактором, во многом предопределившим проблемно-тематическую направленность исследуемого нами произведения, служит биография романиста. В её контекст углубляться не будем, отметим лишь два важных момента. По словам А. А. Ревякиной, «глубокое религиозное чувство» составляло «основу мироотношения всех Соловьёвых» (Ревякина 1996, 250). Современник и биограф Владимира Соловьёва М. С. Лукьянов отмечал, что в их семье «жил хороший старомосковский православный дух, чуждый ханжества и лицемерной напряженности, но столь же чуждый и поверхностного религиозного вольнодумства» (Муравьёв 1993, 245). И это неудивительно, поскольку отцом С. М. Соловьёва был православный священник М. В. Соловьёв. Всеволод был очень привязан к деду и отзывался о нём с необычайной теплотой.

Межличностные отношения беллетриста с его младшим братом В. С. Соловьёвым – одним из крупнейших представителей русской религиозной философии – складывались очень непросто. Уже с юных лет между Всеволодом и Владимиром вспыхнула вражда. Не было между ними взаимопонимания и впоследствии. По воспоминаниям их племянника, С. М. Соловьёва-младшего, романист относился к брату «с некоторым презрением и злословил, что тот мечтает быть римским кардиналом» (Соловьёв 2003, 66). Доподлинно известно, что именно «пристрастие» Владимира к католицизму стало причиной публичного заявления Всеволода «о разрыве всех отношений с братом» (Ревякина 1996, 250).

В соответствии с творческим замыслом писателя, центральной сюжетной коллизией романа является открытая борьба православия и католичества (противостояние православия протестантизму обозначено в нём пунктирно). Для Соловьёва, «как истого православного христианина», эта проблема «была полна особого смысла» (Ревакина 1996, 250). Беллетрист, как мы полагаем, сталкивает в идейном мире своего произведения именно эти два направления крупнейшей мировой религии по причинам, изложенным выше. Считаем необходимым особо подчеркнуть тот факт, что мы относимся с глубочайшим уважением к представителям всех конфессий, вследствие чего пытаемся быть максимально беспристрастными и интерпретируем данную проблему исключительно сквозь призму восприятия автора романа.

Религиозная обстановка, сложившаяся в Речи Посполитой к 60-м гг. XVI века, очень тесно связана с её историей. Пространный экскурс в историческое прошлое федеративного государства совершать не будем, т.к. основные его факты широко известны. Отметим лишь один аспект, наиболее существенный для концепции нашего исследования. В хронологическом плане указанный период коррелирует с эпохой правления Ивана Грозного – далеко не самой светлой страницей в истории Московского царства. В годы его правления, озаменованные достаточно непростыми внешнеполитическими отношениями с Великим княжеством Литовским, весьма значимая во всех смыслах юго-западная территория Руси – Волынь, отошедшая к последнему ещё в XIV веке (1392 г.) в результате войны Польши и Литвы за галицко-волинское наследство, продолжала находиться в его составе, а впоследствии, в 1569 г., стала частью Речи Посполитой. При этом для нас особенно важно то, что, по словам профессора А. Н. Сахарова,

русские за пределами Московии, позднее России, вблизи великорусских границ оставались мощным национальным конгломератом, значительным духовным, культурным феноменом Восточной Европы. Русские в Литве – это и знать, и горожане, и православное духовенство, и дворяне, и крестьяне, это православные школы, летописание, национальное искусство. Эта часть русских земель и русского населения была встроена в систему цивилизации Восточной Европы, где действовало Магдебургское право, осуществлялась выборность королей, отсутствовало самодержавие» (Сахаров 2003, 84).

Соловьёв преднамеренно акцентирует внимание читателей на полной драматизма участи русского этноса, едва оправившегося после татаро-монгольского нашествия, но вскоре после него оказавшегося волею сильных мира сего в пределах совершенно чуждого ему по духу государства. Принимая во внимание национальную принадлежность самого писателя, прекрасно знакомого с основными событиями истории своего отечества, а также тот факт, что по образованию он был юристом, проблемы «выживания» русских на чужой

земле, интеграции славянской культуры в европейскую систему ценностей не могли не волновать его душу и не занимать творческого воображения.

По поводу непростых взаимоотношений русских и поляков Н. Данилова пишет следующее:

Польско-русские отношения всегда были достаточно сложными и неоднозначными. [...] Парадокс заключается в том, что, имея общие славянские корни, а также схожую культуру, христианскую религию, поляки и русские на протяжении многих веков конфликтуют (Данилова 2014, 133сл.).

Все значимые в концептуальном плане действующие лица «Княжны Острожской» нами условно разделены на две группы: русские, исповедующие православие, и поляки, исповедующие католичество, причём последние выступают по отношению к первым в качестве явных идеологических противников. К первой группе мы относим князя К. К. Острожского, княжну Е. И. Острожскую, князя Д. А. Сангушку, И. П. Галынского и Федю. Ко второй – Сигизмунда II Августа, княгиню Б. А. Острожскую, отца А. Чеккино, пана Зборовского и панну Зою.

Объём настоящего исследования не позволяет нам раскрыть образы всех вышеперечисленных персонажей. Проанализируем три образа, наиболее репрезентативных в контексте борьбы православия и католичества, разразившейся в XVI веке на Воляни, – князя Константина, его племянницы и княгини Беаты.

3. Действующие лица романа как средство художественного выражения конфессиональной тенденциозности автора

Константин Острожский – без сомнения, самый благочестивый герой романа, стоящий на страже веры православной. Вводя в систему персонажей первого литовского вельможу, Соловьёв даёт ему такую характеристику:

(1) Много было славных и могучих вельмож на Литовской Руси. Каждый горожанин, каждый бедный землепашец с великим почтением произносил имена князей Радзивиллов, Ходкевичей, Сапег, Воловичей, Омельковичей-Слуцких. Но имя князя Константина Константиновича Острожского возбуждало повсюду даже благоговение – все литвины, от Острога до Вильны, не иначе называли его как «великим князем» (Соловьёв 2009, 13).

Основным его достоинством в глазах современников и потомков автор считает нерушимую верность православной церкви и русскому народу. Наилучшим подтверждением истинного благоверия князя является, по убеждению

романиста, неустанная деятельность, направленная на сохранение священной веры предков в родном крае. С неподдельным восхищением он говорит о том, что магнат Острожский «отдал всю свою жизнь на служение православию, на поддержание его и охранение. И все, что в Литве дорожило отцовской верой, примыкало к могучему князю, прибегало под его защиту, полагалось на него, как на оплот надежный» (Соловьёв 2009, 14). Высшим же проявлением этой благородной деятельности, её венцом, стало издание в 1581 г. первой полной Библии на церковнославянском языке, осуществлённое на славной литовской земле по его инициативе.

Главный «ревнитель православия» (Соловьёв 2009, 22сл.) польско-литовского государства показан в первом историческом повествовании прозаика как натура твёрдая и волевая, предъявляющая необычайно высокие в моральном отношении требования не только к себе, но и к окружающим.

Писатель подчёркивает, что именно в Остроге, наследственной резиденции Константина Константиновича, «нельзя было заметить распущенности нравов, царившей в тогдашнем обществе» (Соловьёв 2009, 85). И это неудивительно, поскольку князь «вырос в семействе благочестивом, свято хранившем традиции, гордившемся своими предками, берегшем родовую честь пуще зеницы ока. Он еще хорошо помнил патриархальную жизнь старого времени, и такая жизнь была его идеалом» (Соловьёв 2009, 86).

Как известно, Константин Острожский являлся одним из наиболее выдающихся просветителей и меценатов своего времени и в течение всей своей многотрудной жизни всячески содействовал культурному и духовному обогащению жителей родного Острога и всей Волыни. Так, например, знаменитая славяно-греко-латинская академия – первое высшее учебное заведение Восточной Европы – была построена в 1576 г. на личные средства князя и его племянницы (этот факт нашёл отражение и в романе, однако причастность княжны к учреждению Острожской школы Соловьёвым опущена).

Е. И. Острожская, или Гальшка – главная героиня романа, что явствует из его заглавия. В название романа её имя вынесено не случайно. Данный художественный приём дал автору возможность подчеркнуть особую роль юной княжны в системе его персонажей. Происхождение по отцовской линии из духовного сословия во многом предопределило ту теплоту, с которой писатель обрисовывал образы русских православных людей. Отчётливее же всего эта теплота ощущается в образе Гальшки.

Племянница князя Константина – самый светлый образ романа, воссозданный Соловьёвым в духе эстетики Ренессанса. Сюжетная линия произведения, связанная с перипетиями её судьбы, вполне может считаться гимном человеческой красоте и стойкости человеческого духа. В самом начале романа, знакомя читателя с дочерью покойного князя Ильи и княгини Беаты

Острожских, автор, задавая возвышенный тон своему повествованию, сообщает ему о том, что она

- (2) была необыкновенная, неслыханная красавица. Такая красота родится веками, приобретает себе славу, подобно гению, и память о ней сохраняется в потомстве. Такая красота – высочайший дар природы – может служить поводом и причиной великих и часто кровавых событий (Соловьёв 2009, 19).

В одном из авторских отступлений, представляющих собой ёмкую характеристику общественной жизни Великого княжества Литовского воссозданного в тексте периода, Соловьёв с крайним прискорбием и негодованием пишет о нравственной распущенности литовских девушек и женщин. Добродетельная же Гальшка в этом смысле – исключение. Воспитанная в лучших традициях православия дядей-праведником, она, в понимании беллетриста, является представительницей славного княжеского рода Острожских не только по фамилии, но и по духу.

Три основные христианские добродетели – вера, надежда, любовь – служат ей утешением в несчастье. Даже когда Елена осознаёт тщетность своих грёз и её покидает надежда, в её душе продолжает жить вера во Всевышнего. Именно эта вера, а также чтение жизнеописаний святых не дают ей совершить непоправимое и придают сил жить дальше.

Верность православию – единственная и нерушимая святыня княжны, которая помогает ей даже в те моменты, когда возможность счастья, казалось бы, утрачена навсегда. И она бережёт эту святыню как зеницу ока:

- (3) Она отказывалась от борьбы, для которой не была создана. Она знала только одно – что никому и ни за что в мире не отдаст своей веры, своего православия и своей горькой, священной памяти о погибшем муже (Соловьёв 2009, 136).

В непоколебимой верности конфессии, к которой принадлежали предки Гальшки, Соловьёв усматривает настоящий подвиг. В отличие от Константина Константиновича, никем не вынуждаемого отказаться от веры, которую исповедовали все представители древнего рода Острожских, она должна была всеми способами отстаивать полученное при рождении право остаться православной. Многие желали видеть её католичкой – княгиня Беата, отец Антонио, панна Зося и, наконец, старый католический монах виленского монастыря. Более иных этого хотел иезуит, влюблённый в девушку и вынужденный тщательно скрывать свои чувства, однако Елена, как истинная дочь своего отца, осталась непреклонной перед доводами искушителя.

Развивая далее идею о духовной стойкости княжны и делая особый акцент на достойном восхищении умении страдальницы стойчески выносить все несчастья, выпавшие на её долю, романист пишет:

- (4) Не только слабая, измученная и запуганная женщина, а и всякий сильный человек давно подчинился бы его влиянию, давно был бы в руках его. Но ничего не мог он сделать с Гальшкой. Всякое оружие ломается об ее неприступность. И чем тяжелее ее жизнь, чем ужаснее обстоятельства, чем невыносимее испытания, тем крепче и непоколебимее ее православие [...] (Соловьёв 2009, 202сл.).

Содействовать обращению Гальшки в католичество должна была, по замыслу иезуитов виленского монастыря, её мать. Сама же Беата Острожская в глубине души вовсе не желала превращения своей единственной дочери в затворницу обители. На принятии же Еленой католичества Беата Андреевна, наставляемая патерами, и прежде всего, своим духовником, настаивала. Примирившаяся со своей незавидной участью и оттого покорная дочь готова была подчиниться воле княгини во всём, «за исключением вопроса о православии» (Соловьёв 2009, 211). В отличие от старших сыновей виднейшего литовского борца за православие, Януша и Константина, которые поддались доводам чужого человека – иезуита Антонио – и перешли в католичество, к невыразимому горю князя, Гальшка осталась глуха к увещаниям родной матери и не изменила конфессию, в которой была рождена и воспитана.

Поистине тяжёлая судьба многострадальной Гальшки – прототипа соловьёвской княжны – послужила поводом для именовании её в народе «чёрной княгиней» (Никольский 2014, 50). Роман же беллетриста имеет счастливую развязку. Чудесное «воскрешение» и возвращение Дмитрия Сангушки, спасение им и Константином Константиновичем Елены от насильственного пострижения отцами-иезуитами, воссоединение после долгой разлуки с возлюбленным – его заключительные аккорды. Подобный финал вполне закономерен, если учесть тот факт, что «Княжна Острожская» является произведением тенденциозным и фактически представляющим собой художественную апологию православия.

Не менее колоритными в романе являются и образы католиков, и образ Б. А. Острожской – тому подтверждение. Представляя читателю свою героиню, Соловьёв вводит в художественную ткань повествования небольшую социально-историческую справку:

- (5) Литовская женщина по законам имела многие права и пользовалась большою независимостью, но недостаток серьезного воспитания развил в ней полное отсутствие самоуважения – она стремилась только к роскоши и неприличному кокетству. Немудрено после этого, что благоразумные отцы семейств предпочитали выбирать для своих сыновей жен в Польше, где женщины были гораздо образованнее и высоко ценили родовую честь (Соловьёв 2009, 28).

Именно такую истую польку и католичку – Беату Косцелецкую – прочил князь К. И. Острожский за своего старшего сына Илью. Вполне очевидно, что национальная принадлежность и исповедуемая конфессия «не могли снискать» княгине «любви народной» (Соловьёв 2009, 28) на исконно русской земле, вошедшей в состав литовского государства. Беата была чужой в глазах русских православных людей.

Выйдя замуж за литовского православного князя, Беата Андреевна осталась «ревностной католичкой» (Соловьёв 2009, 29) во многом благодаря толерантному отношению к её вероисповеданию со стороны Ильи Константиновича и его отца. Проводившая много времени в беседах на религиозные темы со своим духовником и отводившая значительную роль духовной сфере бытия, молодая княгиня всё же была далека от какого бы то ни было «религиозного фанатизма» (Соловьёв 2009, 29).

Смерть князя Ильи стала переломным моментом в судьбе Беаты. С величайшим трудом оправившись после постигшего её горя, вдова, долгое время бывшая безутешной, сумела обрести новый смысл жизни, найдя дело, которому отдалась без остатка. Этим делом, всецело завладевшим её душой и помыслами, стала «религиозная пропаганда»: «Она поклялась посвятить всю жизнь своим делам веры и помогать духовенству своими посильными приношениями» (Соловьёв 2009, 30 сл.). Таким образом, сильнейшее душевное потрясение способствовало превращению Беаты Острожской из благочестивой католички в «верную дочь римской церкви» (Соловьёв 2009, 46), столь изумившему её родных.

Различие конфессий стало основным камнем преткновения на пути к взаимопониманию между княгиней Беатой и её родственниками, исповедующими чуждую ей религию. Младшему сыну Константину Ивановича

- (6) приходилось отстаивать православие уже не в одной Литве, а и в стенах собственного дома, приходилось начинать тяжёлую, раздражающую борьбу с фанатизмом женщины, которую он, не без основания, иногда готов был считать помешанной (Соловьёв 2009, 32).

Католическая вера значила для Беаты Андреевны так много, что, несмотря на рекомендации дальновидного отца Антонио поддерживать видимость добрых отношений со всеми обитателями Острожского замка для предотвращения семейных конфликтов, она «считала унижительным входить с православием в какие бы то ни было компромиссы» (Соловьёв 2009, 35). Во всём же остальном мать Гальшки была полностью единодушна со своим духовником и беспрекословно исполняла все его указания, являясь «послушным орудием» (Соловьёв 2009, 132) в руках коварного иезуита, усердно культивировавшего в душе княгини Острожской «печальную ненависть ко всему не католическому» (Соловьёв 2009, 188).

Тот факт, что противоборствующими сторонами в романе выступают члены одной семьи, делает религиозный конфликт на Волыни ещё более драматичным. При этом католичество Беаты – её «печальная слабость» (Соловьёв 2009, 187), по словам лютеранина Гурки, – противопоставлено православию Константина и Гальшки как религиозный фанатизм истинному благочестию.

4. Заключение

Таким образом, тенденциозность Соловьёва в рассмотренном нами романе очевидна. Русский дворянин, внук православного священника выступает в своём первом историческом произведении явным апологетом религии, в рамках которой он был рождён и воспитан. Ключевая в концептуальном плане идея несомненного нравственного превосходства православных над католиками, акцентируемая посредством преднамеренной гиперболизации добродетелей первых и пороков последних, с наибольшей очевидностью про-является на образном уровне текста.

Основным средством художественного выражения конфессиональной тенденциозности писателя, служащим успешному достижению им его экстра-литературной задачи – всестороннего обличения католичества – является система персонажей произведения. Рассмотренные нами образы Константина, Гальшки и Беаты Острожских являются наглядным воплощением трёх возможных жизненных устремлений людей, живших в воссозданную автором эпоху: борьбы за православие в Великом княжестве Литовском; отстаивания своего права исповедовать православие; пропаганды католичества. Резонёром автора в вопросе выбора веры является один из главных героев романа – русский православный князь К. К. Острожский.

Перспективы наших дальнейших исследований связаны с выявлением различных видов тенденциозности (национальной, социальной, нравственной, гендерной, конфессиональной и т.п.) в других ранних исторических романах Соловьёва, а также определением основных средств их художественного выражения.

Библиография

- Быков, П. В. (1917), Всеволод Сергеевич Соловьёв. Его жизнь и творчество (очерк). В: Соловьёв, Вс. С. Полное собрание сочинений. Т. 1: Княжна Острожская. Петроград, 3-62.
- Данилова, Н. (2014), Польша и поляки глазами современной российской публицистики (по материалам журнала «Огонек»). В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. V/1, 133-148.
- Ланской, Л. Р. (1973), Достоевский в неизданной переписке современников (1837-1881). В: Щербина, В. Р. (ред.), Литературное наследство. Т. 86: Ф. М. Достоевский. Новые материалы и исследования. Москва, 348-564.

- Муравьев, В. Б. (1993), Об авторе (Послесловие). В: Соловьев, Вс. С. Юный император. Москва, 244-253.
- Никольский, Е. В. (2012), История Великого княжества Литовского и Московского царства в прозе Всеволода Соловьева. Минск.
- Никольский, Е. В. (2012), Роман Всеволода Соловьева «Княжна Острожская»: проблемы имагологии и идеологии. Тверь.
- Никольский, Е. В. (2014), Проза Всеволода Соловьева: проблемы творческой эволюции. Диссертация. Тверь.
- Ревякина, А. А. (1996), Соловьев Всеволод Сергеевич. В: Николаев, П. А. (ред.), Русские писатели. XIX век. Библиографический словарь. Ч. 2 (М-Я). Москва, 250-255.
- Сахаров, А. Н. (2003), Историческая сага Всеволода Соловьева. В: Вопросы истории. 9, 74-107.
- Соловьев, Вс. С. (2009), Княжна Острожская. В: Соловьев, Вс. С. Собрание сочинений. Т. 1: Княжна Острожская. Царь-девица. Москва, 13-226.
- Соловьев, С. М. (2003), Воспоминания. Москва.
- Сорочан, А. Ю. (2007), «Квазиисторический роман» в русской литературе XIX века. Д. Л. Мордовцев. Тверь.

MONIKA KARWACKA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6356-9953>

Uniwersytet Śląski

OBRAZ ROSJI W BLOGACH LITERACKICH PISARZY ROSYJSKICH

Image of Russia in literary blogs of Russian writers

SŁOWA KLUCZOWE: blogosfera, Rosja, image, Prilepin, Griszkowiec, Głuchowski

KEYWORDS: Blogosphere, Russia, image, Prilepin, Grishkovets, Glukhovsky

ABSTRACT: The article is devoted to Russian writers who attempt to construct the image of contemporary Russia in the blogosphere. Blogs created by Prilepin, Grishkovets and Glukhovsky are analysed as a tool of creating the basis of modern national imaginary community. Literary blogs presented in cyberspace contribute to spreading the perception of Russia as an empire in the context of cultural and historical heritage. Aesthetic diversity and mental approach of the writers provides varied material to reconstruct the image of Russia. Although each of the bloggers has an individual idea of further development of their native country their presentations can be characterised by immanent features of Russian literary environment.

1. Wstęp

Predylekcja do manifestowania zaangażowania w działania na rzecz postępowości własnego kraju to immanentna cecha większości środowiska literackiego w Rosji. Potrzeba ugruntowania pozytywnego przekazu kulturowo-społecznego niezmiennie kieruje wybitnych artystów słowa ku promowaniu nie tylko wzorców moralnych, lecz także określonych postaw społecznych. Rosyjscy pisarze z coraz wyższą częstotliwością wykorzystują nowe technologie do inkorporowania bliskich im wartości.

Współczesna sytuacja społeczno-kulturowa w Rosji warunkuje nowe formy komunikacji. Jedną z nich jest blog, który stanowi hybrydę dyskursu intymnego i publicznego. Rosyjscy pisarze świadomi konieczności wykorzystania narzędzi komunikacji zaawansowanych technologicznie preferują blog, ponieważ ma on cechy dyskursu pamiętnikarskiego, który, jak zauważa A. Zaliznyak, posiada niewątpliwą wartość estetyczną (Zaliznyak 2010, 162-181), istotną dla każdego twórcy. Rosyjscy pisarze-blogerzy od dawna angażują się nie tylko w życie literackie, interesuje ich kontekst polityczny, społeczny i ogólnokulturowy. Blogi służą im z jednej strony jako nośnik zapisu powstających dzieł, często brudnopis przyszłych utworów literackich,

klasyczny dziennik pisarza (Popiel 2010, 143-156), a z drugiej – są interaktywną platformą dla tworzenia nowych tekstów przy udziale komentujących czytelników, jest to twórcze pole eksperymentalne, na którym dzielą się inspiracjami, rozważaniami o współczesnym stanie literatury i kultury, jak również o zjawiskach społecznych, które, ich zdaniem, wymagają uwagi lub wręcz działania. Chęć implementacji kreacji literackiej w sferę porządku społecznego niewątpliwie ewokuje asocjacje w kierunku myśli społecznej J. Habermasa oraz koncepcji literackiej sfery publicznej (Habermas 2007, 276). Pod terminem sfery publicznej należy rozumieć procesy ukształtowania się przestrzeni swobodnego dialogu społecznego, w którym indywidualne potrzeby jednostki stopniowo zmieniają się w działania, celem których jest dobro publiczne. Nowe media odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu się sfery publicznej, w wypadku pisarzy – literackiej sfery publicznej. „Rozwijająca się sfera publiczna na kanwie tematów literackich i kulturowych stanowiła zaczątek dla późniejszych funkcji politycznych; było to laboratorium ćwiczebne dla publicznych rozważań. Habermas nazywa ją literacką sferą publiczną.” (Ochman 2015, 28) Eksploracja literackiej sfery publicznej prowadzi bezpośrednio do kategorii autopojezy, która stanowi dominantę myśli N. Luhmanna, czyli „samoorganizowania się systemu społecznego w ramach własnej struktury” (Lahmann 2009, 39-55). Zatem systemy społeczne zasadzają się na zdarzeniach komunikacyjnych, które tym samym doprowadzają do stanu, gdy system społeczny to samoorganizujący się twór, który w procesie komunikacji stanowi gwarant przetrwania systemu jako całości.

Blogosfera rozwijana w realiach państwa narodowego, ujmując rzecz z czyisto metodologicznego punktu widzenia, przywodzi na myśl procesy społecznego tworzenia rzeczywistości, czyli kształtowania się zespołu zrutyinizowanych znaczeń budujących oczywistość porządku społecznego (Berger/Luckmann 2010, 6). Rozumiane przez pryzmat czynności zachodzących w porządku symbolicznym i wiodących do wyłonienia uniwersum symboli, norm i wartości, procesy społecznego konstruowania rzeczywistości prowadzą do wytworzenia obszaru bezpieczeństwa i zadomowienia w dobrze poznanych dyskursach kultury. W tym kontekście można ujmować rolę mediów w wykreowaniu tzw. wspólnoty wyobrażonej (Anderson 1997, 152). B. Anderson zauważa:

Paradoksem wydawać się może, że obiekty wszelkiego rodzaju przywiązania są „wyobrażone” – anonimowi, osobiście nieznanymi rodacy: Tagalogowie, wytępione plemiona, Matuszka Rosja czy *tanah air*. Ale *amor patriae* nie różni się pod tym względem od innych afektów, w których uczestniczy zawsze w jakimś stopniu wyobraźnia. [...] Czym dla kochającego jest oko – to zwykle oko, z którym człowiek się rodzi, tym dla patrioty jest język – ten, który na mocy przypadku historycznego jest jego językiem ojczystym. W tym języku, wyuczonym na matczynych kolanach, towarzyszącym aż do grobu, odtwarza przeszłość, wyobraża sobie przynależność i marzy o przyszłości (1997, 152).

2. Blogosfera – imaginarium społeczne

W ten sposób rodzi się wspólnota, która jest wyobrażona, czy też skonstruowana, jako więź zapośredniczona przez środki masowego przekazu, które umożliwiają zaszczerpienie u osób obcych sobie nawzajem reprezentacji kształtujących ich tożsamość zbiorową. Idąc tropem myśli P. L. Bergera i T. Luckmanna (2010, 6), można zauważyć, że jedną z ról tekstów kultury symbolicznej, w tym blogów prowadzonych w cyberprzestrzeni, jest konstruowanie wyobrażenia o porządku społecznym państwa narodowego jako oczywistości życia codziennego, w którym tożsamość indywidualna jednostki jest zakorzeniona w pewnym pierwotnym obrazie wspólnoty podtrzymywanym przez narodowe i państwowe tradycje, mity, stereotypy, a nawet resentymenty czy pamięć o nierozwiązanych konfliktach.

Potrzeba pisarzy zaistnienia w blogosferze wynika niewątpliwie z powyższej immanentnej potrzeby utrzymania systemu społeczeństwa rosyjskiego, a także z rudymen tarnej „konieczności zaspokojenia przez ludzi jednej z podstawowych potrzeb będących pochodną popularyzacji Internetu, a mianowicie potrzeby obecności w cyberprzestrzeni” (Mazurek 2008, 99). Wśród badaczy nowej przestrzeni literackiej pojawiają się opinie konstatające destruktywny wpływ blogerów na literaturę (Keen 2007, 26), dlatego też pożądana jest obecność pisarzy, których pozycja społeczna oceniania jest na tyle wysoko, aby regulować samoorganizujący się system.

Blog występuje w specyficznej sferze komunikacji, rządzącej się zupełnie odrębnymi zasadami, głównie „ze względu na niejednorodność jakościową dyskursu w strukturze internetowej komunikacji” (Akram 2017, 61). Blogosfera, zgodnie z konstatacją J. Idlis (2010, 9), na stałe zmieniła status osobistej wypowiedzi w świadomości społeczeństwa, stanowi również silne pole oddziaływania na odbiorców, dlatego też pisarze rosyjscy korzystają z tego medium, aby wykreować istniejący i potencjalny, pożądaný obraz Rosji.

Procesy tworzenia i interpretacji dzieła literackiego nie zachodzą w symbolicznej próżni, tylko stają się wypadkową zanurzenia praktyk twórczych i interpretacyjnych w uniwersum znaczeń, wartości i symboli. W ten sposób, analizując genologię bloga, jako dzieła literackiego zanurzonego w nowym medium, spełniony zostanie postulat R. Barthesa (1999, 251) o dziele literackim jako o przestrzeni intertekstualnej.

Blogerska aktywność pogrążona w wirtualnej przestrzeni intertekstualnej związana jest również ze zjawiskiem transmedialności – w której dominantą jest problematyka otwartości twórczej, którą rozumieć należy jako „brak granic dla rozumienia tego, co sztuką jest, a co nie jest” (Załużski 2010, 9). Jest to zjawisko niezwykle powszechne w blogach rosyjskich pisarzy, którzy manifestują otwartość twórczą w odważnych reprezentacjach wizerunku Rosji, a rozumienie sztuki wykracza daleko w stronę politycznych deliberacji i społecznych konstatacji.

Strategią, pozwalającą dokonać najdokładniejszej analizy kreacji wizerunkowej Rosji, jest imagologia, której we współczesnej komunikologii poświęcono wiele uwagi

(Leary 2002; Leerssen 2007), jednak to „semiotyczna perspektywa opisu wydaje się najbardziej kompletna metodologicznie” (Kysztymowa 2013, 11) – umożliwia ona adekwatne zaprezentowanie elektronicznego obrazu Rosji, stworzonego przez rosyjskich pisarzy w kontekście kulturowym.

Jewgienij Griszkowiec, Dmitrij Bykow, Zachar Prilepin, Dmitrij Głuchowski to twórcy, którzy w sieci dokonują eksperymentów literackich, ale również niezwykle aktywnie próbują wpłynąć na społeczeństwo rosyjskie, by ugruntować wartości społeczne i kulturowe, zainicjować konkretne postawy społeczne lub sprowokować pewne wydarzenia.

3. Rosja w ujęciu Dmitrija Bykowa i Zachara Prilepina

Blog zaangażowany w sytuację społeczeństwa rosyjskiego w kontekście kultury i polityki należy do Dmitrija Bykowa. Działalność twórcza i społeczna pisarza jest jednak na tyle intensywna, że posty na jego blogu są autorstwa osób zaangażowanych w budowanie jego imagu. Niewątpliwie potrzeba obecności Bykowa w blogosferze potwierdza znaczenie bloga jako ważnego medium w komunikacji społecznej, w której większość rosyjskich pisarzy świadomie uczestniczy. Bykow eksplicytnie wyraża swoje zdanie na temat polityki, edukacji, gospodarki, historii i literatury w Rosji. Twórca zabiera głos w każdej sprawie dotyczącej kraju. Znaczenie opinii w społeczeństwie potwierdzane jest jego stałą obecnością w mediach. Blog Bykowa odwiedza ogromna liczba użytkowników, którzy komentują jego posty, często wchodząc w dyskusję, a nawet spór. Najczęściej jednak pojawiają się komentarze oceniające opinie literata w większości aprobatywnie. Bykow, podobnie jak inni pisarze-bloggerzy, korzysta z blogosfery dla promocji nie tylko własnej twórczości, w postach na jego blogu pojawia się bogata relacja życia kulturowego Rosji, w którym pisarz uczestniczy niezwykle intensywnie. Niewątpliwie inklinacja do narcystycznych wypowiedzi przedstawiana jest na blogu na tle innych wydarzeń literackich lub teatralnych, w których Bykow pojawia się w roli celebryty, o czym świadczą wpisy, konstatujące, na przykład, entuzjastyczne przyjęcie jego wystąpienia. Niemniej jednak autopromocyjne wypowiedzi, dokumentowane licznymi fotografiami, które podnoszą atrakcyjność wpisów na blogu, szczególnie dla użytkowników zorientowanych graficznie, mimowolnie tworzą obraz Rosji bogatej kulturowo i literacko. Przeszłość Bykowa wskazuje na jego silne zaangażowanie w życie polityczne Rosji, co daje podwaliny dla jego popularności w różnych grupach społecznych, którą pisarz sprawnie wykorzystuje na blogu, dedykowanemu głównie promocji wartości społecznych w kontekście szeroko rozumianej kultury. Wielość tzw. tagów ogniskuje przede wszystkim wokół zagadnień ściśle związanych z twórczością literacką, zarówno klasyków, których Bykow ceni i promuje, dążąc tym samym do utrwalenia ważnych, jego zdaniem, wypracowanych przez

них ценности једночающих и обогачающих общество, јак и современnej литературы росыjskiej, которая, со јуявняется јексплицитно, обладает капиталом культуровым необходимым до објудовы империи росыjsкого.

Зачар Прилепин дјала в блогосферзе активно и регулярно. Јего удјал в акциях военных в Украине не становится прејшкодој для рејстрования и комментования выдаражений в Росји и связанных с Росјој. Прилепин то интересующий припадак писары, который концентрује своје силы на промовании поставы националистической в каждом возможном медиум коммуникации. Једнак то именно блог јест једным

29 окт, 2018

Поддоставал этот беспредел уже.
Ольгу знаю очень давно, лет чуть ли не 17.
Она героическая девушка, патриот Отечества нашего.
У нас почему-то патриотов с большей ретивостью
спешат посадить, чем кого бы то ни было ещё.
Что характерно, Бабченко про неё накатал целый пост
в том смысле, что жаль не умерла, и вся кровью не
истекла.
и наши же правохранители с аркашей солидаризируются.
Глаза-то разуйте, наконец.



ДРУГАЯ РОССИЯ

сегодня в 8:51

ПРОТИВ ОЛЬГИ И ШАЛИНОЙ ВОЗБУЖДЕНО УГОЛОВНОЕ ДЕЛО

Против Ольги Шалиной, активистки «Другой России», вскрывшей вены в четверг на выставке Интерполитех, возбуждено уголовное дело по статье «хулиганство» (ст. 213 ч.1 п.б УК РФ). Ольга грозит до пяти лет лишения свободы.

Ольга Шалина - член исполкома «Другой России», руководитель московского отделения партии, а так же - бывший политзаключенный. За защиту Эдуарда Лимонова от нападения наших она была осуждена на три года.

Во вторник в 16:00 у Ольги будет проходить допрос в УВД ПО СВАО (адрес: Улица Вешних вод, дом 10 стр 1 кабинет 1610).

Следователем по делу назначена Сарвина Александра Викторовна.

Сегодня ее должны выпустить из НИИ им. Склифосовского. На данный момент известно, что на территорию больницы въехал автобус второго оперативного полка.

Напомним, что 25 октября Ольга Шалина провела акцию против репрессивной системы ФСИН. На выставке Интерполитех-2018 Ольга забралась на выставочный автозак и вскрыла себе вены на левой руке. Этой акцией глава московских нацболов выразила протест против многочисленных нарушений прав заключенных в колониях, против пыток и другого произвола со стороны сотрудников ФСИН. После акции Ольга была госпитализирована, сейчас ее жизни ничего не угрожает.

Все, кто хочет поддержать Ольгу - можно помочь ей рублем. Эти деньги пойдут на передачи. Перевод на карту Сбербанка: 5336 6900 9859 8032, Николай Юрьевич А., Мастеркард.

z najczęściej odwiedzanych przez niego i komentowanych miejsc, w których spotyka się ze swoimi fanami i oponentami, by prezentować wartości kultury rosyjskiej i negocjować społeczne, polityczne i kulturowe, wydarzenia, które, w jego poczuciu, destrukcyjnie oddziałują na tradycję rosyjską. Prilepin na blogu opisuje wiele inicjatyw literackich, które wysoką skalą rozpowszechnienia i popularności potwierdzają silne zaangażowanie społeczeństwa rosyjskiego w budowanie obrazu Rosji inteligentnej. Literackie i intelektualne przedsięwzięcia Prilepina tworzą podwaliny nowoczesnego narodowego *imaginarium*. Pisarz w swoich postach zachęca młodych Rosjan, aby czynnie wzięli udział w procesie tworzenia literatury, oferując im wsparcie w formie autorskich warsztatów literackich.

Temat inteligencji rosyjskiej, jako źródło najwyższych wartości, pojawia się na blogach i w medialnych wypowiedziach nie tylko Prilepina. Współcześni pisarze rosyjscy, którzy zaliczani są do grona najwybitniejszych i najpopularniejszych, zapraszani do licznych programów w roli ekspertów, budują nowy paradygmat literacki w rosyjskiej blogosferze.

Twórca czynnie uczestniczy w działaniach wojennych w Donbasie i blog, służący mu jako dziennik, ukazuje obraz Rosji w kontekście wojny, tłumaczy jej konieczność i przedstawia argumenty uzasadniające wojnę z Ukrainą. Prilepin pokazuje system polityczny Rosji, wskazuje jej słabości, które należy zwalczać i mocne strony, które należy ugruntować i rozwijać. Pisarz na bieżąco śledzi i komentuje działalność nacjonalistów i patriotów rosyjskich, wpisami na blogu potwierdza swoje poparcie. Autor *Klasztoru* przekonuje nie tylko o zasadności działań nacjonalistów rosyjskich, lecz także rządu. Nawiązania do postów innych blogerów, zaangażowanych politycznie i społecznie, potwierdzają fakt, że społeczeństwo rosyjskie swoją walkę o Ojczyznę prowadzi zarówno w realnych działaniach wojennych, jak i w sieci.

We wpisie o atakach na Olgę Szalinę Prilepin zmanifestował aprobatywną postawę w odniesieniu do działań aparatu władzy, który w jego ocenie sprawnie pełni funkcję regulacyjną stanów szczególnych społeczeństwa rosyjskiego. Decyzja prokuratury o niewszczynaniu procesu karnego wobec nacjonalistki, jak wynika z krótkiej konstatacji pisarza, odzwierciedla pozytywne procesy realizowane przez władzę wykonawczą w kraju. Aprobatywny wpis na blogu zawiera również dezawuacyjny element, celem krytyki stają się *w i r t u a l n i p a t r i o c i*. Na blogu Prilepina znajdziemy liczne dyskusje z przedstawicielami kultury, literatury i polityki w Rosji w formie komentarzy twórcy do ich wypowiedzi w rozmaitych formach i w różnych mediach. W jego wypowiedziach pojawiają się nie tylko oceny krytyczne, z estymą wypowiada się o działalności twórców kultury, wspiera utalentowanych pisarzy. Próba zachowania obiektywizmu widoczna jest również w wypowiedziach o politykach czy działaczach wojskowych.

Prilepin swój wywód w obronie nacjonalistki buduje w narracji nostalgicznych wspomnień wspólnych działań na rzecz kraju, podkreślając znaczenie zaangażowania aktywistki. Wprowadzenie w osobiste rozważania pisarza przechodzi

w faktograficzny wywód, celem którego jest zaprezentowanie wiarygodnego tła zarówno społecznych wydarzeń, jak i aktów prawnych. Prilepin odwołuje się do konkretnych przepisów, mających zastosowanie w sprawie nacjonalistki. Prezentacja znajomości mechanizmów jurysdykcyjnych i interpretacja zaistniałych wydarzeń prowadzona w dyskursie quazi-prawniczym pełni funkcję perswazyjną z silnym ładunkiem manipulacyjnym. Twórca kreuje swój autorytet, dający mu możliwości sterowania zachowaniami społecznymi i wpłynięcia na konkretne aspekty życia publicznego w Rosji. Rola pisarza urasta do rangi działacza, którego przedsięwzięcia mają podstawy prawne, budzące powszechny respekt społeczny. Wpis na blogu Prilepin wykorzystuje również do ewokowania zamierzonej reakcji zwrotnej. Pisarz po solidnej merytorycznej prezentacji faktów i okoliczności w tonie manifestu, wzywającego do wykazania postawy obywatelskiej, zwraca się do społeczności rosyjskiej o wsparcie finansowe w sprawie Szaliny. Prilepin nie formułuje jednak prośby, ton jego wypowiedzi na blogu cechuje się silną stanowczością i pewnością odnośnie do słuszności działań w sprawie, pisarz wykorzystuje wręcz autorytarną pozycję, aby osiągnąć założony cel.

Zaangażowanie Prilepina w kreację obrazu Rosji zasadza się na komentarzach nie tylko o literaturze, historycznej spuściźnie, obecnym stanie kraju i perspektywach rozwoju, jego deliberacje ogniskują się często wokół polityki wewnętrznej i zewnętrznej Rosji, którą ocenia jako słuszną.

Prilepinowskie wypowiedzi w blogosferze wymagają osobnego potraktowania i analizy ze względu na wieloaspektowość i różnorodność tematyczną, konceptualną i stylistyczną. Jednak obraz, jaki tworzy w swoich wypowiedziach, jest wyraźny i nie ulega aberracjom – to Rosja jako potęga z bogatą kulturą i trudną historią, które determinują kształtowanie unikalnego państwa na arenie międzynarodowej. Prilepin odbiera Rosję w kategoriach imperialnych, w jego recepcji jest ona mocarstwem, którego działania są uzasadnione, a obywatele stanowią o jej supremacji nad innymi narodami świata. Blogerska działalność Prilepina dedykowana jest zasadniczo weryfikacji i ugruntowaniu świadomości kulturowej społeczeństwa rosyjskiego.

Idee patriotyczne, kreacja pozytywnego obrazu Rosji obecne są również w postach Dmitrija Głuchowskiego, który wypowiada się publicznie na ten temat w różnych mediach, jednak jego ocena systemu, jaki panuje w Rosji, jest mocniej zdystansowana w porównaniu z nacjonalistyczną postawą Prilepina. Głuchowski nie odrzuca zachodnich wzorców, wręcz przeciwnie, uważa, na przykład, że w sferze gospodarczej Rosja powinna skorzystać z osiągnięć światowych liderów, do których zalicza Niemcy, Japonię czy Chiny:

- (1) Для меня любить Россию – значит желать ей экономического чуда, подобно немецкому, японскому или китайскому. Желать России скорейшего возвращения в ранг мировых держав с нынешней галерки бананов ых республик (Głuchowski 2014)

4. Obraz Rosji według Głuchowskiego i Griszkowca

Głuchowski przedstawia swoje rozumienie patriotyzmu jako stan permanentnego zapewniania bezpieczeństwa państwa i obywateli. Dobrostan każdego obywatela Rosji uważa za obowiązek wszystkich jednostek społeczeństwa, gwarant sukcesu społecznego. Autor „Metra 2033” wskazuje na wady w funkcjonowaniu potężnego państwa, w którym powinny królować prawda i sprawiedliwość:

(2) Для меня мечта – это мощная, единая Россия, в которой правит не коррупционная гильдия, а закон (Głuchowski 2014).

Głuchowski, podobnie jak Prilepin, wielkość państwa upatruje w bogatej kulturze. Jednak, zdaniem autora „Metra 2033”, kulturze musi towarzyszyć sprawnie działająca gospodarka. Pisarz wskazuje na konieczność stworzenia państwa, które swoimi niezrównanymi osiągnięciami w zakresie kultury i skutecznie zarządzanymi zasobami gospodarczymi wykreuje atrakcyjność Rosji, która w konsekwencji przyczyni się do szerokiej współpracy międzynarodowej na skalę o wiele większą niż obecnie.

(3) Мощная культура и мощная экономика влекут к ней соседей и страны третьего мира (Głuchowski 2014).

Poza bogatą kulturą, silną gospodarką i sprawnym, pozbawionym korupcji systemem politycznym, zdaniem twórcy, Rosja musi wypracować kluczowy gwarant, bez którego powyższe cele są niemożliwe do zrealizowania – wolność każdego człowieka i całego narodu.

Odnosząc się do kolejnego pisarza-blogera, należy zauważyć, że miejsce Griszkowca w blogosferze uległo relokacji, spowodowanej społecznymi zjawiskami w sieci. Początki jego działalności blogerskiej odnajdziemy na sławnym Livejournal, jednak ataki trollingu i cyberagresji (podobny hejting spotkał Akunina) skłoniły autora do ucieczki z blogosfery, według jego deklaracji, na zawsze. Niemniej jednak potrzeba uczestniczenia w literackiej sferze publicznej i predylekcja do komunikacji online zaważyła na jego decyzji dotyczącej kontynuacji przedsięwzięć blogerskich na prywatnym blogu, aktualizowanym na stronie pisarza <https://odnovremenno.com>.

Griszkowiec w swoich blogerskich rozważaniach pokazuje Rosję, analizując mentalność Rosjan. Definiuje wartości uważane za wyznacznik siły społeczeństwa rosyjskiego, które okazują się przestarzałe lub trywialne na tle kultury europejskiej. Rosjanie, jak wynika z wypowiedzi Griszkowca, nie potrafią umiejętnie wykorzystać swojego bogactwa kulturowego, tracą orientację w obliczu przenikliwości Europejczyków, ich duma i pewność siebie słabną w obliczu cywilizacyjnego zaawansowania sąsiadów z Europy. Naród rosyjski, jak wynika z opisu blogera, zatrzymał się w czasie w kwestii rozwoju mentalnego, co na tle rozwoju innych krajów stanowi

zagrożenie dla funkcjonowania społeczeństwa rosyjskiego. W kreacji blogerskiej Griszkowiec manifestuje postawę roszczeniową, zasadzającą się na emocji gniewu i rozczarowania, co stanowi potwierdzenie ogromnego zaangażowania pisarza w kreowanie wizerunku rosyjskiego narodu jako potęgi światowej. Jego wypowiedzi świadczą o potrzebie prowokacji społeczeństwa, dzięki której poczucie pewności Rosjan zostanie wzmocnione i będzie przekładalne na konkretne działania:

- (4) Как же глубоко, в какой бездонной и недостижимой нашей глубине коренится и кроется провинциальное наше почтение, восхищение и даже поклонение перед иноземным и европейским. Как сильны при всей нашей самоуверенности и разухабистости наши сомнения в самих себе. И как ловко этим пользуются те самые пресловутые европейцы, которые эти наши поклонение и неуверенность разглядели и поняли! Как бессовестно и с удовольствием играют на наших этих струнах всякие проходимцы и разные жулики, пользуясь нашей влюбчивостью и какой-то странной нашей неуклюжей деликатностью (Griszkowiec 2017)

Brak wiedzy generuje negatywne stereotypy narodowościowe i etniczne (Benedyktowicz 2000, 88), jest fundamentem, na którym buduje się strach przed innym. E. Grzelak (2017, 9-24) zakłada, że „upowszechnianie wiedzy na temat historii, kultury (innych – M. K.) prawdopodobnie zapobiegnie narastającej niechęci wobec nich”. Odpowiedni przekaz, kontakt z innością, choćby medialny, może „oswoić społeczeństwo dominujące z odmiennością kulturową części obywateli, może także wzbudzić zainteresowanie, które zneutralizuje lęk” (Grzelak 2017, 12). Griszkowiec umiejętnie operuje wiedzą na temat sąsiednich społeczności, aby zbudować silne przekonanie o własnej wartości wśród Rosjan.

Pisarz nie pozostaje obojętny w kwestii polityki Rosji, co po krótkiej analizie blogerskich wywodów Prilepina i Głuchowskiego, daje podstawy do konstatacji idei o politycznym zaangażowaniu środowiska literackiego w kreowanie politycznego tła Rosji. Wśród wielu postów Griszkowca, dedykowanych tematyce sytuacji politycznej w kraju i za granicą, na szczególną uwagę zasługuje objętościowo niestandardowy wpis, zatytułowany „3 сентября”. Pisarz początkowo prowadzi filozoficzny wywód, analizujący swoją tożsamość na tle społeczeństwa rosyjskiego, podkreśla przy tym indywidualność percepcji i recepcji otaczającego go świata. Osobista relacja ze szczegółowym omówieniem spraw rodzinnych stanowi wstęp do emocjonalnej eskapady autora w głąb jego świadomości, w której toczy się walka ze strachem, powodowanym wydarzeniami politycznymi, szczególnie wojennymi w kraju. Griszkowiec prowadzi wirtualny dyskurs, eskalując emocje, które odczuwa w odniesieniu do sytuacji między Rosją i Ukrainą. Początkowo przedstawia dość niejasne, ambiwalentne stanowisko bez utożsamiania się z żadną ze stron. Empatia, współczucie, strach i rozczarowanie to na przemian pojawiające się emocje obecne w początkowych częściach postu pisarza. Cierpliwy czytelnik, który

podąży jego tropem, dotrze do najważniejszych refleksji, prezentujących obraz Rosji jako agresora, który dokonuje aneksji na sąsiednie państwo niezgodnie z prawem, ale sprawiedliwie. Griszkowiec powtarza kilkakrotnie określenie *sprawiedliwie*, przekonując czytelnika o słuszności działań władzy państwa i nieuchronności biegu wydarzeń, które uwarunkowane są, jego zdaniem, historycznie. Pisarz stosuje w poście interesujące chwytów perswazyjne i literackie. Cały wywód poprowadzony jest jako narracja w duchu suspensu, przy czym postać Griszkowca można postrzegać w kategorii eksperta. Cytowanie danych statystycznych, aby przedstawić sytuację ekonomiczną, prezentacja poszczególnych poglądów politycznych reprezentantów sceny zarówno rosyjskiej, jak i ukraińskiej, by można wypunktować argumenty popierające działania rosyjskie, dają poczucie biegłego rozeznania polityczno-społecznego pisarza i pozwala przyjąć jego aprioryczne stanowisko za słuszne. Swoją nadrzędną pozycję akcentuje frazą „я думаю”, która pojawia się poście kilkadziesiąt razy (dokładnie 92). Narzędzia z artystycznego i literackiego warsztatu Griszkowca pozwalają mu wykreować precyzyjny obraz Rosji na tle konfliktu nie tylko z Ukrainą, lecz także z Gruzją, i rozpocząć dyskusję, która w dalszej perspektywie ma zainicjować działania patriotyczne. Silnie nacechowany emocjonalnie, prowokacyjny, chwilami agresywny, z dużą liczbą faktów, nazwisk, miejsc i wydarzeń, kontrowersyjny post Griszkowiec konkluduje rozstrzygającą wszelkie wątpliwości oceną, która stanowi szczególnie, jeśli nie głównie, brutalny element obrazu Rosji, ewokującą potrzebę stanowczych działań:

- (5) Я думаю, что Украина совсем не знает демократии. Последние полгода это наглядно показали. Они путают справедливость с демократией, вольницу со свободой... Но демократию они не знают совсем. Они представления о ней не имеют. Мы в России о ней знаем куда больше (Griszkowiec 2014)

5. Zakończenie

Podsumowanie refleksji, impresji, deliberacji i konkluzji wybranych pisarzy na temat Rosji jest zadaniem trudnym ze względu na mnogość i wszechstronność ich wypowiedzi na ten temat. Zaprezentowane fragmenty stanowią jedynie niewielki wyimek ich blogerskich rozważań, których szczegółowe zbadanie zostanie przedstawione w odrębnej pracy monograficznej, poświęconej blogosferze rosyjskiej. Zważywszy na ton wypowiedzi i punkty wspólne w postach, można przede wszystkim zauważyć, że priorytetem ich wirtualnych rozważań jest Rosja jako państwo bogate kulturowo. Historia i dziedzictwo kulturowe, a także inteligencja obywateli są uzasadnieniem dążeń imperialnych państwa. Mimo różnic poglądowych, a przede wszystkim estetycznych Byków, Prilepin, Głuchowski i Griszkowiec mają jeden wspólny interes, tj. intelektualną (w wypadku Prilepina również fizyczną)

walkę o dobro ojczyzny (słowo *родина* pojawia się u każdego z nich z zadziwiającą częstotliwością) poprzez wykreowanie wizerunku Rosji jako silnego, bogatego kulturowo i historycznie państwa (z implicytną i eksplicytną sugestią imperium), które wymaga zaangażowania społeczeństwa, aby zniwelować słabe strony i wypracować pozytywną strategię dalszego działania. Blog jest idealnym rozwiązaniem komunikacyjnym. Popularność i transmedialność tego medium zapewnia pisarzom szeroką publiczność i daje swobodę wypowiedzi, w której mogą wykorzystywać język potoczny, nierzadko inwektywy czy biosfemię, burzące barierę między nimi jako reprezentantami literatury wysokiej i zwykłymi czytelnikami. Blogi stają się coraz popularniejszą alternatywą dla czytelników nowego pokolenia. Szczególny przypadek blogów pisarzy jest pewnego rodzaju uzupełnieniem ich twórczości, w którym czytelnicy odnajdują interesujące fakty i opinie autorów, skracający dystans komunikacyjny obecny w tradycyjnych gatunkach literackich. Pozytywna recepcja społeczna działalności blogerskiej pisarzy rosyjskich odnajduje potwierdzenie w licznych komentarzach użytkowników, które można znaleźć pod większością wpisów. Rosnąca popularność blogów, stworzonych przez rosyjskich literatów zauważalna jest również w badaniach naukowych w postaci coraz większej liczby opracowań badaczy. Próba identyfikacji odbiorców treści blogerskich, zamieszczanych przez omawianych twórców, jest niemożliwa do przeprowadzenia, gdyż z jednej strony większość komentarzy pochodzi od anonimowych użytkowników, którzy nie ujawniają swojego wykształcenia czy wykonywanego zawodu, z drugiej zaś pojawia się wiele opinii, których autorami są inni pisarze, znani przedstawiciele środowiska kulturowego w Rosji, a także dziennikarze i krytycy literaccy. Blogi tworzą wspólną platformę, na której dochodzi do stałych interakcji, tym samym umożliwiając efektywne inkorporowanie określonych wartości i postaw społecznych. Pisarze aktywnie działają w blogosferze, tworząc szczególny obraz Rosji, obraz, który rozumiany jest przez rosyjskich imagologów następująco:

Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне [...] отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индивидуальном сознании граждан (Grawer 2000, 31).

Bibliografia

- AKRAM, S. (2017), Blog – gatunek w formie kolekcji czy kolekcja gatunków? W: *Acta Humana*. 8, 61-72.
- ANDERSON, B. (1997), *Wspólnoty wyobrażone: rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*. Kraków.
- BARTHES, R. (1999), Śmierć autora. W: *Teksty Drugie. Teoria literatury, krytyka, interpretacja*. 1/2, 247-251.
- BENEDYKTOWICZ, Z. (2000), *Portrety obcego. Od stereotypu do symbolu*. Kraków.
- BERGER, P./LUCKMANN, T. (2010), *Společne tworzenie rzeczywistości: traktat z socjologii wiedzy*. Warszawa.

- GLUKHOVSKIY, D. [Глуховский, Д.] (2014), Вы не патриоты. W: <https://boris-izergin.livejournal.com/66332.html> [dostęp 20 V 2019].
- GRAVER, A. [Гравер, А.] (2000), Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования. В: Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 3 (19), 29-45.
- GRISHKOVETS, E. [Гришковец, Е.] (2014), Еще одно разочарование. В: <https://ukranews.com/publication/1140-eshhe-odno-razocharovanye-gryshkovec-schytaet-cto-v-rossyyu-o-demokratyyu-znayut-kuda-bolshe-chem-v-ukrayne> [dostęp 20 V 2019].
- GRISHKOVETS, E. [Гришковец, Е.] (2017), Евгений Гришковец про итальянцев. В: <http://www.insider.moscow/read/276> [dostęp 10 VI 2019].
- GRZELAK, E. (2017), Imagologia – narzędzie kreacji innego w przekazie elektronicznym. W: *Porównania*. 20/XX, 9-24.
- HAVERMAS, J. (2007), *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*. Warszawa.
- IDLIS, J. [Идлис, Ю.] (2010), Рунет. Сотворенные кумиры. Москва, 9. В: <https://www.rulit.me/books/runet-sotvorennnye-kumiry-read-338986-9.html> [dostęp 5 III 2019].
- KEEN, A. (2007), *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*. Warszawa.
- KYSZTYMOWA, I. (2013), *Kreacja wizerunku osobowego. Podstawy psychosemiotyki image'u*. Poznań/Gniezno.
- LEARY, M. (2002), *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk.
- LEERSSEN, J. (2007), *Imagology: History and method*. In: Beller, M./Leerssen, J. (eds), *Image. Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey*. Amsterdam, 17-32.
- MAZUREK, G. (2008), *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*. Kraków.
- OCHMAN, A. (2015), *Zarys koncepcji Habermasowskiej sfery publicznej*. W: *Studia Teologiczno-Historyczne Śląska Opolskiego*. 35, 19-45.
- POPIEL, B. (2010), *Funkcjonowanie literatury pięknej w nowych mediach: sposoby jej indywidualnego wykorzystywania i tworzenia. Rekonesans*. W: Jeziński, M./Brodzińska, B./Wojtkowski, Ł. (red.), *Nowe media. Między tradycjonalizmem a kulturą popularną*. Toruń, 143-156.
- PRILEPIN (2018), *Prilepin Livejournal*. In: <https://prilepin.livejournal.com/tag> [dostęp 20 IV 2019].
- RUDALEV, A. [Рудалев, А.] (2018), Захар Прилепин: «Литература – это стенка на стенку». В: <http://www.ug.ru/guest/529> [dostęp 1 I 2019].
- SUVOROV, A. [Суворов, А.] (2016), *Блогосфера как литературная среда: «цифровой» читатель Евгения Гришковца*. Саратов.
- ZALIZNYAK, A. [Зализняк, А.] (2010), *Дневник: к определению жанра. Новое литературное обозрение*. № 106, 162-181. В: <http://magazines.russ.ru/nlo/2010/106/za14.html> [dostęp 12 VI 2019].
- ZAŁUSKI, T. (2010), *Transmedialność?* W: Załuski, T. (red.), *Sztuki w przestrzeni transmedialnej*. Łódź, 9-18.

ANNA HORNIATKO-SZUMIŁOWICZ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1625-6193>
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

„ВОВЧА ЗОРЯ” І „СТАЛІНКА”: ПРО ЗАГУБЛЕНЕ ПОКОЛІННЯ ОЧИМА ЄВГЕНА ПАШКОВСЬКОГО ТА ОЛЕСЯ УЛЬЯНЕНКА

“Вовча зоря” and “Сталінка”: The lost generation through the eyes of Yevgen Pashkovsky and Oles Ulyanenko

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Євген Пашковський, Олесь Ульяненко, художній образ, загублене покоління 80-х років ХХ ст., сучасний український роман

KEYWORDS: Yevgen Pashkovsky, Oles Ulyanenko, literary portrayal, the lost generation of the 1980s, contemporary Ukrainian novel

ABSTRACT: The subject of the paper is to compare the two contemporary novels – “Вовча зоря” (1991) and “Сталінка” (1994). The research question concerns the portrayal of the lost generation by the two prominent Ukrainian writers, also authors of the aforementioned novels – Y. Pashkovsky (b. 1962) and O. Ulyanenko (1962-2010). The research methodology includes the historical approach, the theoretical approach, the analytical method and the comparative approach. Research involved an analysis of source material, specifically the available critical pieces (papers, reviews, interviews). Results learned from the research allow us to determine that despite a few differences in world creation and style, both writers accurately portrayed the Ukrainian lost generation of the 1980s, including their misplaced values and lost direction.

1. Вступ

Свого часу Є. Пашковський – український письменник – „вісімдесятник”, ровесник О. Ульяненка і його давній друг, висловив думку, що „Олесь створив портрет своєї епохи, і є в тому портреті сегмент образу України – дорожї, єдиної, страшної” (Степула 2012, 214). Симптоматичні слова, які можуть стосуватися і їх автора, оскільки обидва прозаїки рівною мірою присвятили свою творчість віддзеркаленню невтішного стану сучасного українського суспільства, його втрачених цінностей і загублених орієнтирів.

Уже перші твори Пашковського („Вовча зоря” 1991) й Ульяненка („Сталінка” 1994) підтвердили, що знаменитих колег по перу багато чого єднає не

лише в реальному житті, але й у творчих настановах¹. Виявляючи спільні, але й відмінні особливості вказаних вище творів, а також розглядаючи питання заангажованості даних митців слова та їх непохитну творчу позицію щодо відродження сучасного їм покоління, підтвердимо ідейну спрямованість цих же творів, що і є предметом даної розвідки.

2. Схожість у несхожому, тобто про час написання, символічні заголовки, негативний пейзаж і брутальну метафорику „Вовчої зорі” і „Сталінки”

Свої першотвори письменники написали приблизно у цьому самому часі. „Вовча зоря” з’явилась на полицях українських книгарень у 1991 році, тоді як „Сталінка” – у 1994 році. Три роки відстані між виданням згаданих книжок – це невелика різниця, тип паче в контексті епохальних зрушень у свідомості тодішніх поколінь українців, які були свідками доленосної зміни статусу своєї країни – з підлеглого на державний. Саме ці зміни, на які найперше прореагувала молода українська проза, вирішально вплинули на двох її адептів – Пашковського та Ульяненка. Невипадково П. Загребельний – видатний прозаїк-„шістдесятник” зазначав, що „письменники нового покоління надто гостро відчувають відповідальність за всіх упосліджених, бо вони сьогодні (і це, може, найбільша трагедія України) теж опинилися в ролі людей забутих, покинутих, чужих у власній країні” (Загребельний 2011, 7).

Обидва твори знакові. „Вовча зоря”, хоча фактично друга за роком публікування (роман „Свято” з’явився у 1989 році на сторінках журналу „Дніпро”), вийшла у серії „Перша книжка прозаїка” ще й значно яскравіша ніж попередня. За словами Т. Пастуха, роман характерний тим, що його автор „постає як зрілий майстер із широким арсеналом виражальних форм та відточеною авторською технікою” (Пастух 2013, 84). Відтак, твір вважається „одним із вершинних здобутків поетичного письма в контексті як самої творчості Пашковського, так і української великої прози ХХ ст.” (ibidem).

„Сталінка” Ульяненка, попри те, що так само як у випадку Пашковського, не написана першою (ще до „Сталінки” у 1989 році, окремою книжкою вийшла „Зимова повість”), по суті сприймається як письменницький дебют

¹ Письменники-однолітки, народилися у 1962 році. Обидва не здобули філологічної освіти, займалися не „творчими” професіями, мали успішний літературний старт. Їм сприяли як старші колеги по перу (П. Загребельний), так і молода українська держава (належали до грона письменників, які за часів Л. Кучми за „видатні заслуги перед культурою” отримали від держави житло). Обидва стали також членами Національної спілки письменників України, обидва – лауреати Шевченківської премії. Як Пашковський, так й Ульяненко вели свого часу напіввольоцужний спосіб життя, стали якоюсь мірою аутсайдерами, яких не розуміли ні критики, ні читачі.

і водночас чи не найкраща книжка прозаїка. Ще у 1998 році Загребельний, який був свого роду духовним батьком Ульяненка, писав: „Прощаючись з усіма імперіями світу, ми завжди прощатимемося з Римом, і помагатимуть нам такі вільні Уми, як Олесь Ульяненко і його конгеніальні друзі” (Загребельний 2011, 7). На зворотній палітурці книжки читач дізнається, що матиме справу з „найбільш резонансним твором письменника, одним із перших культових українських романів нового часу” (Анотація...). До речі, і сам Ульяненко вважав „Сталінку” винятковим твором, який забрав у нього левову частину творчої енергії, про що згадував в одному з інтерв'ю: „Я дуже дорого заплатив за «Сталінку»” (Ульяненко 2011, 46). Недарма саме за неї отримав у 1997 році елітарну у своїй винятковості Малу Державну премію України імені Тараса Шевченка.

Прикметно, що в обох випадках саме ці твори вважаються зразковими по відношенню до авторського стилю, що був продемонстрований ними у чергових повістях і романах. Згадуваний попередньо Пастух підкреслював художню вищість „Вовчої зорі” над деб'ютною книжкою прозаїка – „Свято” (1989), а навіть над виданим у 1992 році романом „Безодня”, сюжетні лінії якого є своєрідним продовженням перебігу подій у „Святі” (Пастух 2013, 84). „Сталінку” сам Ульяненко називав „предтечею” усіх своїх подальших романів: „Вона стала тією вихідною точкою, де я конкретно виписав необхідний стиль” (Роман Олеся Ульяненка... 2011, 84), – заявляв письменник десять років після написання твору. Водночас, як сам зізнався, його подальші романи „стали жорстокішими” (*ibidem*) у порівнянні з першороманом.

В обох книжках віддзеркалений образ сучасного письменника покоління, причому у творі Пашковського увага зосереджена, головним чином, на представниках молодшої генерації українців 80-х років ХХ ст., а розповідь про старші (30-ті роки ХХ ст.), найчастіше подається у формі спогадів, що є доповненням сюжету, тоді як у романі Ульяненка переповідається про кілька поколінь героїв, починаючи від доби сталінізму до 80-х років ХХ ст., історії яких розвиваються одночасно й паралельно.

За жанровою специфікою „Вовча зоря” – це роман у новелах. Він складається з двадцяти однієї новели. Головними героями є четверо приятелів зі школи – трьох хлопців – Микола, Сергій, Павло й одна дівчина – Галя. Кожна новела присвячена певній події з життя окремого із чотирьох молодих героїв. Їхні історії украй трагічні. Микола вмирає від раку, Сергія випадково вбивають у поїзді, Павло божеволіє, а Галя стає повією. Кожну із них Пастух називає „людською долею”, у кожній із них читач може простежити процес „людського впадання у долю та впадання з неї” (Пастух 2012). Саме ці герої, які вже на ранньому етапі свого шляху „випали з долі”, репрезентують винесене до назви статті „забулене покоління”.

„Сталінка” також отримала жанрове визначення роману, хоча, невелика за обсягом, більше нагадує повість. Водночас слід констатувати, що український роман доби постмодернізму в принципі не нагадує класичних розлогих епічних полотен, вистачить згадати „Рекреації” Юрія Андруховича, „Польові дослідження з українського сексу” Оксани Забужко, „Воццека” Юрія Іздрика чи ту ж „Вовчу зорю” Пашковського.

У творі Ульяненка показано виродження кількох поколінь українців, від нестора роду – старого Піскуря до його онуків – братів Сьо-Сьо і Горіка. Саме останні репрезентують молоде загублене українське покоління. Сьо-Сьо уже змалку приречений на життєву невдачу, бо ж народився розумово відсталим. Горік „випадає з долі” в молодечому віці. Він репрезентує „загублене покоління”: з одного боку, як жертва поступового національного і соціального виродження свого роду – дідів і батьків, з другого – як суспільний „продукт” перехідного періоду в Україні половини 80-х років – часу великих надій і гірких розчарувань. Як справедливо зазначає Ніла Зборовська, „передчуття смертельної безодні та безвиході до краю насичене в романі” (Зборовська 1999, 168).

Трагічні у своїх долях покоління в обох творах символізують уже їхні заголовки. „Вовча зоря” – назва роману Пашковського – розшифровується в однойменній новелі, поміщеній у творі. Тут, поряд з „молитовною зорею”, що здійснюється над небом, символізуючи надію і життя, змальована „вовча зоря електрички”, що символізує штучне світіння „цивілізованого” світу і водночас близьку смерть. Симптоматичний зокрема епізод, в якому молоді герої слухають розповіді прибитого горем майстра про хлопчаків, які після зарплати, бродячи повз залізницю, „заспорили, хто влечить на шпалах під поїздом”. Коли випало одному з них, ліг долілиць,

(1) а гуркіт накочувавсь, стугоніла земля, [...] вітер смердів лайном, здибав комір сорочки в мить, як колеса змусили щулитись на грудку чорного жаху, потяг вискляво пригальмував, машиніст забачив лихе і оглухлому синові марились тиша, звівся на лікті і занімів од тупого болю в хребтині: пальці дерли вислизаючі шпали, хололи від щebenю, [...] як лантух полови, волочилось безживне об'юшене тіло (Пашковський 1991, 76).

Молоді герої роману слухали з розкритими ротами, побоюючись, що і їх „засіє пекучий іней залізниць, і мозок спалахне під вовчою зорею елетрички” (Пашковський 1991, 76).

А, отже, як справедливо зазначала Ніла Зборовська, герої роману Пашковського проходять шлях „самовигнанців з раю” [села – А. Г. Ш.] – „від «молитовної зорі» до вовчого світла електрички”, тобто дорогу „із родового природного світу у цивілізаційний” (Зборовська 1999, 152).

„Сталінка” – назва роману Ульяненка – означає не лише московський район Києва, в якому в зруйнованих багатоповерхівках живуть зубожілі нащадки адептів сталінізму, але й цілий негативний „багаж” ментальних рис суспільства, інфікованого вірусом сталінщини. Зокрема дід Піскур уособлює тугу за „советською імперією”. Повністю деморалізований, зчиняв бучу в алкогольному сп’янінні, підносячи грімкі оклики в честь Сталіна:

(2) Років немало, а як підгилить самогону чи каззонки – зразу за багнета-ножа, й ну гарцювати молодим лошаком по комунальній кухні, трощачи на друзки трофейний посуд: «Порублю сволочей», — гуготить у грудях, не одному роз’юшить пику, а як не потрапить ухопити кого за горлянку, коцає багнетом двері: «Я вас на лапшу поріжу, собаки дикі й неприв’язані... А-а-а, мать вашу, за Родіну, за Сталіна!» (Ульяненко 2003, 22)

Обидва письменники для підкреслення загубленості сучасних їм поколінь використовують у своїх творах „негативний” пейзаж, який, за законом психологічного паралелізму, супроводить життя героїв: депресивне – у Пашковського, злочинне – в Ульяненка. Так, час дії „Вовчої зорі” Пашковського – це, передусім похмура і сира осінь („крізь шпарки підлоги наповзала осіння холодінь, і чорні стіни, й чорнезні вікна, і тьма по кутках виглядали як віковічність тому; підземельно й розпачно” (Пашковський 1991, 38); „Осінь дихала вокзальним смородом хлорки” (Пашковський 1991, 95) і початок холодної і сірої зими („За вікном останнього вагону, білили сніги в сумній журавлині вікон на полустанках” (Пашковський 1991, 135) тощо.

Аналогічно у „Сталінці” Ульяненка. Пора, що лякає Ульяненкових героїв, поглиблюючи у них відчуття загубленості й відчуження – це найчастіше осінь із протяжними дощами і свинцевим небом („Наприкінці осені, десь під жовтневі свята, [...] небо натягувалося свинцевою повстю, злипалося хмарами над домами, [...], сірої під моросінням мжички й туманом, що клубочився Васильківською [...]” (Ульяненко 2003, 64), туманне передзим’я („залягало оманливе передзим’я” (Ульяненко 2003, 64); „рихтіло молочним передзимним сутінком” (Ульяненко 2003, 69), холодна і крижана зима („А зима того року була холодна — колючий вітер та пісок” (Ульяненко 2003, 90), волога і безсонячна провесна („Небо повнилося чорнотою, тягло на перший весняний дощ” (Ульяненко 2003, 98) тощо.

Незважаючи на факт, що у „Вовчій зорі” „брутальна метафорика” (звернення до естетики потворного як у поетиці, так і проблематиці твору, „видовищність смерті”, „некрофільський” стиль тощо)² присутня значно меншою мірою, ніж у „Сталінці”, саме ця остання залишає читачу надію. „Вовча зоря”

² Детальніше на тему поетики і проблематики творів Олеся Ульяненка і зокрема його „Сталінки” див., наприклад, у працях А. Горнятко-Шумилович, що поміщені в бібліографії.

більш зневірницька, похмура, інколи депресивна, на що звернули увагу дослідники. Пастух пише про „глибокий трагізм” (Пастух 2013, 85) роману, натомість Н. Тендітна доходить висновку, що Пашковський, використовуючи повсюдний у романі мотив нав'язливості смерті, „збуджує враження страхітливого смислу, тобто такого смислу, який викликає жах” (Тендітна 2014, 71). Це дає письменнику можливість не тільки показати „деформовану структуру сільської української індивідуальності [...], а й загальний об'єктивний стан світу як апокаліптичний” (Тендітна 2014, 71).

„Сталінка” Ульяненка, беручи до уваги накопичення жахливостей, звичайно, також якоюсь мірою песимістичний текст (пор. слова критиків: „[...] кажуть, що Ульяненко несе песимізм у читацькі маси” (Книга... 2011, 137) – М. Бондаренко; „У твоїх [Ульяненко – А. Г. Ш.] творах багато песимізму” (Олесь Ульяненко 2011а, 165) – А. Данько). Водночас, вистачить порівняти заключні рядки обох романів, щоб склалась думка про ступінь депресивності текстів. „Вовча зоря” завершується двадцять першою новелою, в якій розповідається про прогресуючу хворобу Миколи, який умирав від раку мозку. Останні рядки тексту стосуються приїзду героя машиною швидкої допомоги до рідного села, де чекають його розгублені батьки. Здається це останнє повернення Миколи, якому лікарі не в змозі допомогти: Безпросвітність ситуації передається сфокусуванням уваги читача на сумного Миколу і старих батьків, зокрема матір – безпорадну перед трагедією сина:

- (3) [...] водій загальмував у провулку, вівчарка звелась на чотири лапи, а Миколи рідно й болісно зачорніли за недобудованою хатою дві постаті на межі: батько скрутнем трави обтирав косу, а мати в латкастій камізельці подавала мантачку, розгублено через плече дивлячись на «швидку допомогу» біля воріт (Пашковський 1991, 210).

„Сталінка”, після натуралістичного опису смерті Горіка, шматованого собаками, завершується абзацом, в якому містичний герой Йона (людяне втілення Горіка) вирішив таки не покидати землю („Хоч би як воно там не було; чого тікати” (Ульяненко 2003, 107)). Символом ледь вловимої надії на відродження дегуманізованого світу і зокрема загубленого покоління є повторювана Йоною подумки фраза: „Осінь. Проте не зима...”, „Осінь, проте не зима...”, „уже – слава Богу, не зима” (Ульяненко 2003, 107, 108). Таким чином, Ульяненкова „Сталінка”, попри незліченну кількість сцен смерті, актів насильства, проявів деморалізації, завершується оптимістичніше.

3. Внутрішній імператив абсолютності слова й відповідальності за висловлене

У зв'язку із спільним для обох творів надзавданням показати безпросвітну загубленість сучасного письменникам покоління молодих українців постає питання про суспільно-політичну заангажованість їхніх авторів. Незважаючи на факт, що українська література після зміни статусу країни з бездержавного на державний увійшла, за словами дослідниці Р. Харчук, у процес „роздержавлення” (Харчук 1998, 7)³, як Пашковський, так й Ульяненко не покинули освяченої багатовіковою традицією місії українського творця духовно підкріплювати своєю творчістю співвітчизників, будувати кращу Україну. Так, відносно Пашковського, ще у 1999 році С. Квіт підкреслював, що „ідеологізм” творів письменника „слід розглядати як нормальну реакцію мистецтва на дійсність у розрізі подразник-рефлекс” (Квіт 1999, 3). І далі, „його проза є реакцією в рамках української традиції абсолютності слова й відповідальності за висловлене” (Квіт 1999, 3). Така ж сама конклюдія звучить у відношенні до прагнення показати і виправити дегуманізований світ у романах Ульяненка. І дослідники, і сам письменник неодноразово підтверджували вищесказане. Критики називали „Ульяна” „людиною із загостреним почуттям справедливості, яка занадто боляче сприймала всю мерзенність нашого життя [...]” (Божко 2012, 200). Сам прозаїк чи не в кожному інтерв'ю наголошував на палючій потребі реанімувати „загублену українську людину” (Шлемкевич 1954)⁴. „Хай очі відкриють, подивляться кругом. Можна робити вигляд, що гівно не смердить, але ж воно від того не перестає смердіти”, – підкреслював письменник в одному з неопублікованих інтерв'ю (приватний архів Мирослава Слабошпицького).

Питання, чи унікальні в своїй одержимості покращити український світ письменники досягли у своїх першотворах бажаної мети, складне; на нього немає прямої відповіді. Самі письменники сумнівалися у цьому, відчували розчарування з приводу надскладної ситуації митця слова у сучасному ворожому духовним цінностям світі. Пашковський в інтерв'ю з 2005 року підкреслював необхідність відновити українську еліту.

³ За словами дослідниці, тоді як завдання усіх українських літературних поколінь ХХ ст., зводилося до здобуття державності для України й державного статусу для української літератури, роздержавлення сприймається як „наступний ступінь попереднього”. Покоління постопохи („вісімдесятники” і „дев'яностики”) заперечує кожен тиск, навіть з боку незалежної вже української держави.

⁴ Термін авторства українського філософа М. Шлемкевича (1894-1966), котрий видав у Нью-Йорку однойменну книжку, в якій змалював психоетнічний портрет українця. На його думку, український народ, загублений в умовах бездержавності, за незалежності здатен стати у лави цивілізованих і гідних оптимістичного майбутнього.

Якщо культурної еліти немає, то зникає мета розвитку суспільства. Будь-яке суспільство розвивається тільки з однією метою створити свою самодостатню культуру, тобто свій спосіб життя, який дозволяв би народові виживати століттями (Охрімович 2005).

На сьогодні письменник повністю покинув літературну діяльність. По суті, він автор лише п'ятих романів („Свято” 1989; „Осінь для ангела” 1993; „Бездоня” 2005; „Вовча зоря” 1991; „Щоденний жезл” 1999). Реалізував себе також в жанрі есе („Одвічна Дорога”, „Крижана правда” 2005; „Душа меча” 2008; „Просте бажання”, „Пір'яні леви”, „Готуватися до безсмертя”, „Без відречення нема відродження”, „Примирення з майбутнім”, „Туга правдолюбів”, „Дамоклова земля” 2011). І хоча творчою діяльністю займався з 1992 року, головуючи комісії з видавничих проєктів Національної Спілки письменників України чи будучи членом редколегій журналів „Світовид”, „Основа”, „Хроніка-2000”, більше романів не написав. Із самого початку творчої діяльності він добре розумів свою безпросвітну позицію творця, підкреслюючи, що з-поміж цілого людства „є дві категорії людей приречених на схиму, – це письменники і монахи...” (Пашковський 1998, 3).

Ульяненко в інтерв'ю з 2009 року, 15 років після написання „Сталінки”, у розпалі скандальної історії з заборонаю „Жінки його мрії” і рік до раптової смерті з жалем констатував: „Коли я був іще молодий [...], думав літературою щось змінити. Але після моєї «Сталінки» я зрозумів, що книжкою світ не змieniш, і людину не змieniш. Її треба сприймать такою, якою вона є [...]” (Олесь Ульяненко 2011, 202-203). Його розчарування знайшло віддзеркалення у способі життя. Незважаючи на справжній талант, він знищував себе фізично, спалював духовно. За рік до смерті письменник зізнавався: „В мене божевільний спосіб життя, його необхідно якось змінити, але я не знаю, як. І все більше відчуваю, що це вже починає мене руйнувати” (Соколинська 2012, 193). Надломане фізично здоров'я смертельно знищила історія із звинуваченням письменника в розповсюдженні порнографії і заборонаю „Жінки його мрії”. У 2010 році один із численних спогадів-епітафій, присвячених письменнику, отримав знакову назву „Самоспалення як перемога” (Баран 2010, 2). Прикметно також, що в неопублікованому досі інтерв'ю Ульяненка з приятелем Іваном Острозьким, останній мав із сумом констатувати: „Його [О. Ульяненка] мрії не здійснилися, час минув у стражданнях, він так і не став своїм на цьому святі життя” (приватний архів Мирослава Слабошпицького). Симптоматично, що так само, як у випадку Пашковського, Ульяненка називали „схимником, що ніс свій талант” (Слабошпицький 2010, 20).

4. Закінчення

„Вовча зоря” і „Сталінка” – романи знакові не лише тому, що торкнулися не комфортних для багатьох злободенних питань кінця епохи радянщини, але й тому, що започаткували стрімкий злет творчих можливостей неординарних митців слова – Пашковського й Ульяненка. Бо ж, попри особисте розчарування вказаних письменників, відчуття покинутості й незрозуміння окремими критиками й читачами, їхня творчість зачислена до найкращих зразків української романної класики. Їхні твори включені у навчальні програми у школах та вузах. Свого часу дослідниця М. Кучеренко вказала на Ульяненка як на „того, хто смів...” (Кучеренко 2012, 209), тобто наважився говорити про те, про що інші не говорять. У згаданому вище неопублікованому інтерв’ю, Іван Острозький наголошував уміння „Ульяна” володіти „тяжкою здатністю бачити темний бік життя. [...] За світло треба було битися або потонути у пільмі” (приватний архів Мирослава Слабошпицького). Так само у випадку Пашковського, який показав, на думку Н. Зборовської, „історію проклятої людини, як загалом проклятого народу”, осмислюючи свою творчість в ідеалах жертвності (Зборовська 1999, 158). У результаті обидва письменники, віддзеркалюючи у своїх першотворах загубленість українського покоління, просто-таки не дозволили сучасній людині задрімати.

Бібліографія

- Анотація (2003), Анотація до роману Сталінка. В: Ульяненко, О. Сталінка; Дофін Сатани: Романи. Харків.
- БАРАН, С. (2010), Самоспалення як перемога. В: Літературна Україна, 31.
- Божко, С. (2012), Єдина пристрасть – творчість. В: У знятому на півку дні. Олесь Ульяненко у спогадах, упоряд. Н. Степула. Київ, 196-208.
- ЗАГРЕБЕЛЬНИЙ, П. (2011), Олесь Ульяненко, або прощання з Римом («Шлях на Тарасову гору», Київ, 1998). В: Олесь Ульяненко: Без цензури: інтерв’ю. Упоряд. М. Слабошпицький, О. Слабошпицька. Київ, 7-8.
- ЗБОРОВСЬКА, Н. (1999), Феміністичні роздуми. На карнавалі мертвих поцілунків. Львів.
- Квіт, С. (1999), Одкровення на зламі тисячоліть. В: Пашковський, С. Щоденний жезл, Київ, 3-14.
- Книга (2011), Книга. UA – Перший Національний (НТКУ). Марина Бондаренко, 9 лютого 2008 року (2011). В: Олесь Ульяненко. Без цензури: Інтерв’ю. Упоряд. Слабошпицький, М./ Слабошпицька, О. Київ, 132-145.
- КУЧЕРЕНКО, М. (2012), Той, хто смів... В: У знятому на півку дні. Олесь Ульяненко у спогадах. Упоряд. Н. Степула. Київ, 209-212.
- Олесь Ульяненко (2011а), „Всі ми живемо у величезній в’язниці”. Анна Данько, INTV, 7 березня 2008 р. В: Олесь Ульяненко. Без цензури: Інтерв’ю. Упоряд. Слабошпицький, М./ Слабошпицька, О. Київ, 163-168.
- Олесь Ульяненко (2011б), „Ми живемо в суцільній тіні...”. Розмова Володимира Цибулька з Олесем Ульяненком, „Політика і Культура”, „Діалоги про вічне”, 1-7 липня 1999 р. (2011). В: Олесь Ульяненко. Безцензури: Інтерв’ю. Упоряд. Слабошпицький, М./Слабошпицька, О. Київ, 45-50.

- Олесь Ульяненко (2011с), „Після «Сталінки» я зрозумів, що книжко світ не зміниш”. Артем Захарченко, проєкт „Української правди”: чати на Форумі видавців у Львові, 13 серпня 2009 р. (2011). В: Олесь Ульяненко. Без цензури: Інтерв’ю. Упоряд. Слабошпицький, М./ Слабошпицька, О. Київ, 200-206.
- ОХРИМОВИЧ, А. (2005), „Альтернатива”: Інтерв’ю з письменником Євгеном Пашковським. *Аудіозапис програми*: Київ, 27 січня 2005 року. В: <https://www.radiosvoboda.org/a/926570.html> [доступ: 27 I 2005].
- ПАСТУХ, Т. (2012), Життя та доля у романістиці Євгена Пашковського [доступ 08 XI 2012].
- ПАСТУХ, Т. (2013), Життя та доля в романістиці Євгена Пашковського. В: Слово і Час. 11, 78-90.
- ПАШКОВСЬКИЙ, В. (1991), Вовча зоря. Київ.
- ПАШКОВСЬКИЙ, С. (1998), „С дві категорії людей приречених на схиму, – це письменники і монахи...”. В: Кур’єр Кривбасу. 104, 3-7.
- РОМАН (2011), Роман Олесь Ульяненко буде присвячений рідному Хоролу. Сергій Шебеліст, „Коло”, 2005 р. (2011). В: Олесь Ульяненко. Без цензури: Інтерв’ю. Упоряд. Слабошпицький, М./ Слабошпицька, О. Київ, 82-85.
- СЛАБОШПИЦЬКИЙ, М. (2010), „Ділянка № 33”. В: Голос України. 4 XI, 20.
- СОКОЛИНСЬКА, А. (2012), „Жорстокий мораліст Олесь Ульяненко”. В: У знятому на півку дні. Олесь Ульяненко у спогадах. Упоряд. Степула, Н. Київ, 191-195.
- СТЕПУЛА, Н. (2012), „Есей для Олесь”. В: У знятому на півку дні: Олесь Ульяненко у спогадах. Упоряд. Степула, Н. Київ, 213-222.
- ТЕНДИТНА, Н. (2014), Емоції смерті в романі С. Пашковського „Вовча зоря. В: Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету”. Збірник наукових праць. Сер. „Філологія”. Одеса. 11/1, 68-71.
- УЛЯНЕНКО, О. (2003), Сталінка; Дофін Сатани. Харків.
- ХАРЧУК, Р. (1998), Покоління постепохи. В: Дивослово. 1, 6-12.
- ШЛЕМКЕВИЧ, М. (1954), Загублена українська людина. Нью-Йорк.
- HORNIAJKO-SZUMIŁOWICZ, A. (2013), Ołeś Ulianenکو. Szkic do portretu pisarza-nonkonformisty. In: *Studia Slavica*. XVII/2, 177-187.
- HORNIAJKO-SZUMIŁOWICZ, A. (2014), „Покритка” Тараса Шевченка vs “повія” Олесь Ульяненко. In: Aleksiejenka, M./Biłowus, H./Horda, M. et al. (red.), *Słowo. Tekst. Czas XII. Frazeologia w idiolekcje i systemach języków słowiańskich. W 200. rocznicę urodzin Tarasa Szewczenki*”. T. 1-2. Szczecin/Greifswald, 128-137.
- HORNIAJKO-SZUMIŁOWICZ, A. (2014), Творча екстрема vs традиційний прозопис (Про різні типи художнього світовідображення у сучасній українській прозі). В: Янашек, К./Митурска-Бояновска, Й./Родзевич, Б. (ред.), *Номо Communicans IV: Человек в пространстве межкультурной коммуникации*. Szczecin, 107-116.
- HORNIAJKO-SZUMIŁOWICZ, A. (2015), Миське пекло vs сільська ідилія в українській сучасній прозі (на основі “Сталінки” Олесь Ульяненко і “Соняхів” Катерини Мотрич). In: Glinianowicz, K./Kotyńska, K. (red.), *Obce/swoje. Miasto i wieś w literaturze i kulturze ukraińskiej XX-XXI wieku*. Kraków, 125-138.
- HORNIAJKO-SZUMIŁOWICZ, A. (2015), Чуттєве сприйняття романів Олесь Ульяненко. В: *Slavica Wratislaviensia*. CLXI, 189-199.

ANDREJ ARTEMOV / АНДРЕЙ АРТЁМОВ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9629-7608>

University of West Bohemia (Plzeň)

АКСИОЛОГИЯ «РУССКОГО» В ПРОЗЕ ЯРОСЛАВА РУДИША

Axiology of “Russian“ in the prose of Jaroslav Rudiš

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Ярослав Рудиш, чешская литература, проза, аксиология, Россия как концепт

KEYWORDS: Jaroslav Rudiš, Czech literature, prose, axiology, Russia as a concept

ABSTRACT: The article is devoted to the assessment of the “Russian” aspect in Czech history and culture based on the prose of Jaroslav Rudiš. Jaroslav Rudiš, one of the most prominent contemporary Czech writers, was born in Turnov (1972). Since the publishing of “The Sky under Berlin” (2002), his work has positively attracted the attention of critics and has won a wider community of readers, which is evidenced by several reprints of his books and a considerable interest in the new one. Jaroslav Rudiš distinguishes himself from the other modern Czech authors by the ability to soberly, aptly and relevantly describe the problems of contemporaries. His characters are people who personally experienced the “whiff” of the history and felt changes in Czech society over the second half of the 20th century. Despite the fact that Rudiš does not write explicitly about Russia, does not talk about the eternal themes of Russian philosophy and culture and does not discuss positive or negative aspects of Russian influence on international politics, he shows the impact of the “Russian” aspect on the course of the newest Czech history quite accurately and ironically, although infrequently. Russia and the “Russian” in the prose of the author are mentioned in connection with the events in the lives of individual heroes who perceive the Russian aspect as given and periodically interacting with their lives depending on the circumstances. The views of his characters are ambiguous: they are not strictly negative with regard to important events, but they are not thoughtlessly positive, when the breathtaking spirit and depriving rational thinking of the wonderful creative ability of the Russian soul are praised. The tonality of Rudiš’s prose is comparable to Dovlatov’s irony of the “Reserve” or to the poetry of the Yerofeyev’s “Moscow – Petushki”. The study of Rudish’s prose was carried out by the method of excerpt from the available Czech texts of the writer. Axiological characteristics (more than 120 citations from 7 works of the author) relevant for representing the image of the “Russian” in Czech literature were analyzed from the point of view of imagological criteria.

В современной чешской литературе проза Ярослава Рудиша является ярким феноменом. Прежде всего, она сочетает в себе разнообразие жанров, при чём зачастую выходит за рамки эпической системы. Благодаря опыту создания сценариев к фильмам и драматических произведений в прозу Рудиша

вплетаются элементы драматургии, что можно наблюдать в развёрнутых диалогах и монологах героев его романов. Также немалый драматический эффект присутствует в речи рассказчика. Повествование от первого лица в прозе автора довольно легко можно было бы перевести в монолог героя при создании инсценаций. Ещё один жанр, который находится на стыке литературы, изобразительного искусства и кинематографического творчества, и с которым работает Рудиш, – это комикс.

Возможно, с комиксов об Алоисе Небеле, создававшихся в соавторстве с художником Яромиром Швейдиком, на основе которых был снят новаторский фильм «Alois Nebel» (2011), следовало бы начать краткое описание творчества писателя, ставшего после публикации романов-комиксов и выхода фильма весьма популярным автором. Ограничимся представлением творчества на основе его первого романа, а из других произведений будем приводить наиболее значимые для нашего исследования элементы.

Более подробное обращение к первому роману Рудиша «Небо под Берлином» (Rudiš 2002) обусловлено нашим убеждением, что это текст основополагающий для становления поэтики данного автора. Ряд аспектов, затронутых в первом опубликованном произведении, включая имагологическую репрезентацию русского (а также советского) наследия, характера, восприятия действительности и т. д. (прежде всего, глазами чехов, а также немцев, иногда и других народов), был развит в более поздних текстах писателя. Общее настроение романа в отношении «былых времён» очень характерно и для нескольких последующих произведений автора (Rudiš 2006; 2007; 2010; 2013; 2018). Берлин – разделённый город, город двух противоположных миров – это весомый символ и для понимания того, как выстраивается имагология «русского» в восприятии персонажей.

В романе используется характерная для Рудиша композиция произведения. Он последовательно, как это принято в художественной кинематографии, развивает отдельные сцены, «переключает» кадры, вплетает ретроспективу, прибегает к монтажу. В подаче содержания сцен присутствует описание происходящего, как правило, глазами главного героя, или же здесь можно столкнуться с «аутентичными» мыслями и рассуждениями персонажей. Всё это создаёт ощущение просмотра кадров фильма. Как и последующие произведения, роман разделён на небольшие главы.

Что роднит роман «Небо под Берлином» с другими романами автора – это, прежде всего, насыщенность музыкой. А отличает – доходящая до фанатизма влюблённость в берлинское метро. В произведении развивается одновременно несколько переплетающихся между собой линий. С одной стороны, речь идёт о первых шагах новой панк-рок-группы «U-bahn» с её курьёзными участниками, одним из которых является рассказчик. С другой стороны, это жизнь родственников, знакомых, возлюбленных, которая протекает в Берлине.

Сам Берлин показан в его современном виде без прикрас, но всё же с определённой ностальгией. Весьма показательно для современной Центральной и Восточной Европы, что ностальгия здесь в большей степени по «восточным», т. е. в основном по советским, в данном случае гэдээровским временам. Ностальгия эта выплёскивается на читателя именно в описаниях станций метро и в жизни машинистов поездов, даже в появлении духа погибшего в метро человека, пришедшего наконец на концерт группы «U-bahn».

Появление духа, его периодическое «мелькание» в метрополитене и упоминание о других, которых видит один из машинистов, – это мотив, отчасти перекликающийся с культовым фильмом «Небо над Берлином» (1987). В фильме ангелы спускаются на землю, гуляют по Берлину, встречаются, слышат, о чём думают люди. Они проходят сквозь стены, сидят на крышах.

При этом метрополитен представлен в качестве скрытой нервной, кровеносной и пищеварительной системы Берлина. Как оказывается, метро – это незыблемая основа жизни в городе, многие здания которого уже давно не существуют. Значительно изменилась внешняя сторона жизни в Берлине, но неизменным остаётся его чрево, его артерии, его скрытые метрополитенные нервы. И они были подвержены внешнему влиянию истории под влиянием Востока и Запада. Метро было разделено, а некоторые станции служили в качестве пограничных переходов, через некоторые состав проезжал без остановки.

«Небо под Берлином» – это роман как музыкальный и метрополитенный, так и топографический, в котором оригинально звучит мысль о том, что *genius loci* города не растворился в архитектуре нового времени, а лишь спрятался отчасти в метро, а отчасти попал в сердца или в души людей, которые не мыслят себя без города, где они прожили всю свою жизнь. Топографию читатель познаёт и при перемещении по мегаполису с героями романа, и при изучении приложения к роману (Appendix) на последних его страницах. По стилю оно соответствует легкомысленным текстам путеводителей по европейским столицам (т. е. описывает самое «культовое», самое привлекательное и обязательно представляет гастрономию), но у Рудиша всегда присутствует ёмкая, попадающая в цель ирония.

Прозаические, драматические и комиковые тексты Рудиша очень разнообразны и посвящены разным темам, но в их содержании можно обнаружить схожие лейтмотивы. При том, что автор в большей степени посвящает свою прозу чешско-немецким отношениям, влияние «русского» аспекта в его прозе нельзя не заметить. Возможно, к творчеству Ярослава Рудиша читателя привлекает скрытая ирония, которая проявляется и по отношению к русскому аспекту. Автор также использует комичное описание национальных стереотипов (упрощённых представлений одного народа о другом), которые в конечном итоге нарушает совсем иная повседневность.

Говоря об аксиологии, мы опираемся на понимание Цветана Тодорова, который различает три оси отношения к другому или чужому: аксиологическую (другой – хороший / плохой, люблю / не люблю), праксеологическую (попытка сближения с кем-то / удаления от кого-то) и эпистемическую (другого я знаю / не знаю) (Soukup 2006, 627). Методику анализа творчества Ярослава Рудиша, которую мы пытаемся применить, можно охарактеризовать как поиск аксиологических доминант (или значимых аксиологических составляющих) в отношении к исследуемому «русскому аспекту». Такие доминанты находим при тщательном вычитывании текстов писателя. При таком вычитывании было найдено более ста двадцати прямых или косвенных упоминаний о «русском» влиянии или «советском» прошлом. Некоторые упоминания встречаются в текстах опосредованно через историю ГДР, Чехословакии и других стран.

Аксиология русского аспекта проявляется в прозе Рудиша разносторонне и претерпевает изменения по мере развития его творчества, не являясь главной тематической основой его текстов. Однако, читатель встречается с многочисленными деталями, связанными с русским, советским, коммунистическим, с чем-то, что было перенесено и привнесено с Востока, а также родилось в месте действия прозы писателя (в современной Чехии, в бывшей Чехословакии, в ГДР, в других странах), но в любом случае прямо или скрыто подверглось влиянию СССР. Такие аксиологические доминанты достаточно часты, прежде всего, в первых текстах писателя.

В первых романах Рудиша бросается в глаза равенство между русским и советским. Можно сказать, что это основная ось в аксиологии русского. В контексте произведений это не удивляет, поскольку большинство его героев помнит времена, когда главенствовал лозунг «С Советским Союзом на вечные времена!». Но у Рудиша нет прямых оценок, т. е. он не пользуется чёрно-белой шкалой: сугубо положительное и отрицательное не существует. В его прозе присутствует разное отношение как к русскому, так и к советскому.

Отношение героев к русскому аспекту вплетается в их речь, в описание их судеб, неосознанно присутствует в их жизни. Русско-советское – это часть нарратива и эстетики, которую персонажи произведений Ярослава Рудиша впитали, как правило, ненасильственно и, соответственно, некоторые черты этой эстетики стали им дороги как составляющая их развития, их детских и юношеских лет. В современном мире они уже понимают, что коммунизм оказался несостоятельным экспериментом, но что же делать с ностальгией по детству прожитому при соцстрое? Очень ёмко, хотя и с радикализмом рокера, в этом отношении выразился персонаж, который стал членом рок-группы в романе «Небо под Берлином» (Rudiš 2002, 50):

- (1) «[...] Коммунизм, наверное, был заблуждением, но нужно искать новые пути. Этот мир нуждается в изменениях, иначе здесь всё сгниёт. Каждый должен это признать! Ясно вам это или нет?» – отрезал Атом.

Фактически все персонажи прозы Рудиша родились в «то» время и воспринимали существовавшую систему как данность, не разбираясь в ней. Может быть, СССР для них был чем-то, что «существовало на другой планете», поскольку большинство из героев узнавали о нём опосредованно. В эстетике произведений писателя не проявляется агрессия в отношении ранее существовавшей страны, влиявшей на государства, где жили персонажи Рудиша. У него СССР – это не «живой труп», о котором пишет Томаш Гланц (2019, 254), анализируя творчество нескольких российских популярных писателей современности, а источник ностальгии, даже вдохновения (подобная роль отводится и ГДР) и, конечно же, иронии.

Иногда воспоминания героев связаны с миром материального, пришедшего из СССР (здесь русско-советское присутствует косвенно), и эти осязаемые вещи являются «возбудителями» положительных эмоций, отсылающих к детству. Например, электронная игра «Ну, погоди!», которая до сих пор для Егра, усыновившего главного героя романа «Гранд-отель», является одним из предметов развлечений (Rudiš 2006, 55). Ворчащий старый русский холодильник – громоздкий, но неспособный сломаться, стереотипно стойкий как все русские – в новелле «Национальный проспект» (Rudiš 2013, 67), предмет, который весьма показателен для характеристики главного героя новеллы, называющего себя Ван Даммом. Он уважает силу, а о России фактически вспоминает только в связи с освоением космоса, Сталинградской битвой и Пражской весной. Космос и Гагарин упоминаются в романах «Небо под Берлином» (Rudiš 2002, 58), где говорится, что «каждый не может быть как Гагарин», после чего группа выступает с песней «Gagarin Pop», «Гранд-отель» (Rudiš 2006, 45, 133, 153), где Гагарин и его достижения ставятся в пример, и «Конец панка в Хельсинках» (Rudiš 2010, 75), где находим плакат с изображением Гагарина и восхищение космонавтом.

Равенство между русским и советским – это ясная константа в большинстве прозаических текстов Ярослава Рудиша, объяснимая весьма просто. СССР распался тридцать лет назад, но менталитет изменить нелегко, а ностальгия по ушедшему характерна для всех поколений, осознающих и ощущающих приход нового, которое врывается стихийно и не считается с прошлым, не считается с воспоминаниями. Кроме того, на возвращение к советской риторике опосредованно влияет современная политическая ситуация в России, где эксплуатируется возврат к мифу о великой стране. История нам также постоянно представляет периоды акции и реакции, когда в реакции сильно представлен элемент реставрации прошлых порядков.

Кроме оси «русское – советское» в прозе Рудиша можно определить отдельные аксиологические составляющие, формирующие гетероимидж (Pešková 2016, 53) русского в Чехии, в Германии, частично и в других странах Европы. С автоимиджем чехов мы также встречаемся, а автоимидж русских отчасти присутствует лишь в одном эпизоде в романе «Небо под Берлином» (персонаж Игорь, русский еврей, живущий в Берлине на пособие и много пьющий) (Rudiš 2002, 14, 17, 18).

Среди главных аксиологических доминант значительно выделяется историческая составляющая (1).

Далее, хотя и в меньшей степени, представлена уже несколько затронутая выше материальная составляющая (2), которая проистекает из историко-геополитической ситуации главенства СССР в организации стран Варшавского договора.

На основе этих двух составляющих можно выделить третью, а именно метафоры, аллюзии и имена собственные (3), сформированные на основе исторически обусловленного влияния СССР и материальной составляющей.

Ещё одна составляющая (4) – это культурно-исторические стереотипы, связанные с русскими, т. е. это национальные стереотипы, в основном исходящие из первых трёх составляющих, а также из поведения русских в той или иной стране, и в дальнейшем активно транслирующиеся другими представителями народа, не имевшими опыта общения с русскими.

Последняя составляющая (5) в большей степени связана с будущим, с развитием существующей ситуации, с изменением европейской и мировой геополитики. Пятая составляющая аксиологии «русского» в прозе Рудиша лишь слегка просматривается. В некоторой степени её можно реконструировать на основании последних текстов, в которых присутствует скупое упоминание о конфликте России с Украиной, и философских изречений, относящихся к Востоку в целом, когда от Востока советского атеистичные чехи в поисках себя обращаются к Востоку ориентальному (манит экзотика как таковая) и даже астральному (вера в то, что где-то далеко кто-то знает, как разобраться в наших местных современных цивилизационных проблемах, а здесь поблизости ответа нет).

Приведём примеры проявления данных аксиологических составляющих в прозе Ярослава Рудиша.

Историческая составляющая (1) в текстах Рудиша часто представлена в качестве констатации события. Перечисление событий присутствует в новелле «Национальный проспект» (Rudiš 2013, 16), где есть упоминание о Сталинградской битве и об августе 1968 года. При этом данные события стоят в одном ряду с битвой в Тевтобургском лесу, битвой у Липан, битвой на Белой горе, Аустерлицким сражением, с сентябрём 2001 года в Нью-Йорке

и другими вехами, объединяющими мировую и чешскую историю. Здесь перечисление служит в качестве репрезентации интересов и устоев главного героя, от лица которого ведётся повествование. Главный герой – это человек, заявляющий, что «мир – это только перерыв между войнами» (ibidem, 19). Его во многом агрессивные взгляды напоминают идеи ультра-правого крыла политического спектра Чехии.

В некоторых случаях вполне серьёзная информация вызывает комический эффект или ироничный взгляд на действие, разворачивающееся в произведении (Rudiš 2002, 28): «Это ещё не всё: Айзенхюттенштадт раньше назывался Сталинштадтом, он был первым социалистическим городом гэдээр [...]». Именно там можно было увидеть лозунг (ibidem, 28): «Из советской руды и польского кокса мы выплавляем восточнонемецкую мирную сталь! [...]».

Как правило, упоминание о каком-либо историческом событии или историческом персонаже у Рудиша переворачивается наизнанку, приобретает иной смысл в рамках данного нарратива, очень часто насыщенного иронией, или раскрывает характер описываемого персонажа с иной стороны.

В романе «Небо под Берлином» следующим образом описывается кабинет шефа министерства госбезопасности ГДР «Штази» Эриха Мильке, «маленького Эриха», (ibidem, 118-119):

- (2) Его секретарша по прошествии лет вспоминала, как он каждое утро заказывал яйцо вкрутую и чай, всё должно было стоять на заранее указанном месте, потому что порядок был у шефа особым пунктиком. Порядок превыше всего! И он ел, читал газету, а рядом с чаем лежала посмертная маска Ленина, также, как на других столах стоят вазы с цветами. Гэбэшники цветами не увлекались, разве что гвоздиками, которые они раздавали во время юбилеев и юбилея юбилеев.

Неожиданное объяснение начала Второй мировой войны представляет персонаж Франц в главе «Середина Европы» в романе «Гранд-отель» (Rudiš 2006, 67), т. е. всё началось с измерения Европы, когда каждый хотел, чтобы центр континента оказался в его стране:

- (3) Проблема по мнению Франца состояла в том, что в тот самый миг середину Европы измерили и на других местах. В Германии. Франции. Польше. России, Югославии, Греции. Тогда Европа стала раскачиваться и ругаться. И издавать вопли. И драться. Кто-то выиграл, а кто-то проиграл.

Неожиданное сведение счетов с историей появляется в рассказе о детских мечтах одноклассников Властимила Флайшмана, главного героя романа (ibidem, 26):

- (4) Пятеро мальчишек хотели участвовать в «Формуле 1» и разбиться на трассе в Монце. Среди них был и Патка.
 Трое хотели отправиться в космос как Юрий Гагарин.
 Двое хотели управлять поездами на Транссибирской магистрали.
 Ещё два хотели играть в футбол за «ФЦ Турин» или хотя бы за «Слован-Либерец».
 Один хотел стать дворником.
 Один – Ленином.
 А один его переплюнул тем, что хотел стать Сталином. Это был Горбун.
 А один хотел стать Карелом Готтом.

Через несколько страниц читатель узнаёт о судьбах «Ленина» и «Сталина» (*ibidem*, 28):

- (5) [...] Патка стал не Фиттипальди, а официантом у нас в «Гранд-отеле». Ленина в позапрошлом году сбила фура на скоростной трассе Прага – Брно – Небо. Это показывали по телевизору. Не очень приятное зрелище. Фура везла две тонны пластмассовых кукол-блондинок, которые высыпались на шоссе. Среди них лежал переломанный Ленин с головой, повернутой вверх. На него падал снег. Сталин, Горбун, тоже мёртв. Зато все остальные живы и у них всё классно.

В приведённых отрывках можно заметить и игру с историей, и её художественную деконструкцию, реинтерпретацию, которая сродни постмодернистским писательским техникам, а также некоторую манипуляцию с восприятием истории читателем. Манипуляция проявляется как в выборе имён персонажей (Ленин, Сталин), так и в их лаконичном описании «Сталин – Горбун», «переломанный Ленин», а также в описании их конца.

Материальная составляющая (2) связана не только с электронной игрой «Ну погоди!», плакатом Гагарина, но и с упоминанием об Алле Пугачёвой (*Idibem*, 92), о ракете (*ibidem*, 19), в форме которой была построена гостиница на холме Ештед под городом Либерец в северной части Чехии, или в эпизоде, когда русский солдат дарит Властимилу значок с ракетой (*ibidem*, 35). Кроме того, читатель узнаёт о конкуренции чешек с русскими представительницами древнейшей профессии, при чём с последними лучше не связываться (*Rudiš* 2002, 97-98): «Русские нам тут всё разворотят, вот и будет конец, они на всё способны, а их девицы – тоже».

Метафоры, аллюзии и имена собственные (3), сформированные на основе исторически обусловленного влияния СССР и материальной составляющей уже частично приводились выше. Можно лишь обобщить, что у Рудиша находим следующие, весьма показательные, примеры употребления имён собственных (Ленин, Сталин, Горбачёв, Юрий Гагарин, Алла Пугачёва) и топонимов (Россия, Москва, Петербург, Ленинград, Сталинштадт, Сталинград, Байконур, Берингов

пролив, Камчатка, Сибирь, Курск, Чернобыль – последний как часть СССР). Заслуживает внимания то, что положительная оценка фактически только у Юрия Алексеевича Гагарина. Он представлен как святой нового времени (и в прямом, и в переносном смысле – иронично). Нейтральное отношение можно отметить к Алле Пугачёвой, она не воспринимается ни как личность, ни как человек, а как звук («звучит Пугачёва»). Такое же относительно нейтральное отношение к Михаилу Горбачёву, он, прежде всего, политик, благодаря которому произошло объединение Германии. Отрицательно воспринимаются Сталин и Ленин, но в упоминаниях о них нет ни агрессии, ни горечи, присутствует лишь тонкая ирония.

В текстах многократно появляется метафора, связанная со Сталинградом. В романе «Гранд-отель» находим её в качестве угрозы в главе «Сталинград» (Rudiš 2006, 51):

- (6) «Что ты себе позволяешь, паршивец? Именно так ты себе представляешь благодарность? Всё в штывки, да? Я тебе покажу такой фронт! Я тебе покажу такой Сталинград!»
И Егр стал мне давать подзатыльники, а я давай убежать, мы гонялись у стойки рецепшн, которую Егр превратил в музей восточного блока, в музей собственной жизни.

В новелле «Национальный проспект» находим ту же метафору в ином значении, когда после обеда семья главного героя отдыхает и слышит процесс переваривания пищи главой семейства (Rudiš 2013, 111):

- (7) Мы все слышали, как в нём всё взрывается, как всё хочет выйти наружу. А батя хватался на пузо и каждый раз произносил: Сталинград.
И сам над этим смеялся.

Культурно-исторические стереотипы (4) в отношении русского аспекта в прозе Рудиша проявляются, как правило, на основе прямого общения персонажей с русскими. Эти стереотипы соответствуют традиционному восприятию русских, начиная с периода так называемой «нормализации» в Чехословакии (1969–1989). Здесь можно говорить о гетероимидже в большей степени тяготеющем к отрицательной аксиологии, но герои Рудиша с уважением и опаской относятся к силовой стороне русского, она же является и объектом насмешек (часть текста песни в романе «Небо под Берлином» (Rudiš 2002, 99): «От судьбы не убежишь, от русских тоже нет»).

В книгах Рудиша упоминается поведение русских военных и, главное, раздражающее (высокомерное) поведение их жён. Ирония автора очень точна – именно те, кто находятся в зависимом положении (в данном случае

это жёны советских военных – роман «В тишине») (Rudiš 2007, 111), больше других оскорбляют местных жителей.

Русские неуклюжи (случайно переехали танком дедушку и родителей главного героя романа «Гранд-отель»), но добры, и хотя заглавить вину (переехали родителей – солдат дарит выжившему ребёнку значок с ракетой, который мальчику очень нравится). В дальнейшем в романе «Гранд-отель» главный герой признаётся, что выше описанную ситуацию придумал, но показательным остаётся описание поведения русских, которое представляется персонажу. Здесь можно говорить об оживлении стереотипов одного народа по отношению к другому.

В отношении к будущему (5) в творчестве Ярослава Рудиша обнаруживается лишь несколько тенденций.

Произошёл уход от советского Востока, потому что по словам одного из членов музыкальной группы «U-bahn» «восток чем дальше, тем больше на восток» (Rudiš 2002, 9). Вместо него остаётся либо ностальгия по старым временам, либо поиски «нового» Востока с его экзотикой. Поиск такого, как будто бы нового Востока, авторы (Ярослав Рудиш в соавторстве с Петром Пыхой) высмеивают в пьесе «Лето в Лапландии» (Rudiš, Pýcha 2006). Это Восток эзотерический, полубуддистский, полувыведуманный чешским лецителем.

В других произведениях (напр. «Чешский рай») можно обнаружить намёк на постепенное изменение геополитической ситуации в мире не без участия России. С одной стороны, упоминается конфликт между Россией и Украиной – актуальное событие, с другой стороны, мужички, судача в сауне о современной политике, говорят, что: «Всё равно, если что-то и начнётся, то не у нас ведь? По-моему, оно начнётся в Америке или в России» (Rudiš 2018, 73).

* * *

Подытоживая анализ аксиологии «русского» в прозе Ярослава Рудиша, необходимо подчеркнуть, что автор, не ставя в своих произведениях задачу сравнить русских и чехов, тем не менее представляет весьма подробную имагологию «русского» аспекта. Показательно, что это не главная, а, вероятно, и для самого автора неожиданная сторона его прозы, поскольку главным мотивом многих его произведений является жизнь чехов на территории бывших Судет, взаимодействие чехов и судетских немцев, развитие этих территорий в наши дни.

В начале статьи был более содержательно представлен роман «Небо под Берлином» в качестве основы поэтики писателя, помещающего своих героев в среду, в которой они неизбежно встречаются с представителями других этносов и субкультур. Среда и пространство, в которое попадают

персонажи, показательны и сильно воздействуют на них. Не меньшее влияние оказывают на персонажей воспоминания.

Рудиш описывает гетероимидж русских, исходя из исторического опыта взаимодействия двух народов – чехов и русских. Анализ гетероимиджа русских производился на основании более ста двадцати цитат из семи произведений Ярослава Рудиша. Цитаты были выбраны как на основании прямой связи с Россией и СССР (упоминание реалии, фамилии политика, певца, космонавта и т. д.), так и по второстепенным признакам (упоминание о «советском» Востоке, включая ГДР, Чехословакию, страны Варшавского договора, некоторые типичные элементы советской системы или их символы на территории других стран). При анализе цитат была выделена аксиологическая ось, которая базируется на тождестве русского и советского, что преломляется либо в ностальгию по ушедшим временам, либо в иронию относительно «несовершенства» прошлого.

В итоге можно констатировать, что в прозе Рудиша взгляд на русских не сугубо отрицательный, но и не положительный. Автор, безусловно манипулируя с сознанием читателя, насмехается над некоторыми чертами поведения русских, но не выставляет русских как стереотипно и односторонне отрицательных персонажей. Старается быть в отношении русского аспекта объективным. Аксиология «русского» – средство достижения комического эффекта, воздействия иронии. Наиболее положительным героем, связанным с Россией, становится Гагарин. Он уже представляется как что-то нарицательное, но наполненное светлым позитивным смыслом. Гагарин – это некий святой, о котором уже известно мало, но он начинает вступать в фольклор и литературу почти как архетип. Он покорила нечто необъятное и растворился в необъятном с прекрасной улыбкой на лице. Некоторые герои произведений Рудиша воспринимают его именно так.

Ещё одна положительная сторона аксиологии «русского» связана с материальной культурой, когда ностальгически оценивается не всегда изящная, но добротная продукция, поставленная из СССР. Показательно, что в первых произведениях о России и СССР говорится больше, в последних – намного меньше, но и с меньшей иронией, т. е. осмысление советского прошлого постепенно уходит на второй план.

При анализе аксиологических доминант в текстах Ярослава Рудиша удалось выделить пять составляющих аксиологии «русского»: историческую, материальную, метафорическую (включая имена собственные и аллюзии), культурно-исторические стереотипы и будущее.

Библиография

- PEŠKOVÁ, M. (2016), Hodnocení „jiného“ ve výuce IKK (na příkladu ruštiny). In: Pešková, M./Kubíková, K. (eds), Rozvíjení interkulturní komunikační kompetence ve výuce cizích jazyků. Plzeň, 53-61.
- RUDIŠ, J. (2002), Nebe pod Berlínem. Praha. [«Небо под Берлином».]
- RUDIŠ, J. (2006), Grandhotel. Praha. [«Гранд-отель».]
- RUDIŠ, J. (2007), Potichu. Praha. [«В тишине».]
- RUDIŠ, J. (2010), Konec punku v Helsinkách. Praha. [«Конец панка в Хельсинках».]
- RUDIŠ, J. (2013), Národní třída. Praha. [«Национальный проспект».]
- RUDIŠ, J. (2018), Český ráj. Praha. [«Чешский рай».]
- RUDIŠ, J./PÝCHA, P. (2006), Léto v Laponsku. Praha. [«Лето в Лапландии».]
- SOUKUP, D. (2006), Stereotypy, imagologie a literární hodnoty. In: Fedrová, S. (ed.), Otázky českého kánonu. Sborník příspěvků z III. Kongresu světové literárněvědné bohemistiky (svazek 1). Praha, 622-630.
- ГЛАНЦ, Т. (2019), СССР как приём в художественной практике Павла Пепперштейна. В: Новое литературное обозрение. 155/1, 246-256.

MARTA ZAJĄC

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3190-7759>

Uniwersytet Śląski w Katowicach

WIZERUNEK WSCHODNIOEUROPEJSKIEGO ŻYDA W LITERATURZE I KULTURZE. PARADOKSY I SPRZECZNOŚCI

The cultural self-image of the East European Jew. Paradoxes and contradictions

WYRAZY KLUCZOWE: wschodnioeuropejscy Żydzi, żydowska tożsamość, wizerunek, A. J. Heschel, J. Shechter, I. Szahak, naród wybrany

KEYWORDS: East European Jews, Jewish identity, self-image, A. J. Heschel, J. Shechter, I. Szahak, the chosen people

ABSTRACT: In my paper I tackle the issue of the cultural self-image of the East European Jew. I provide a critical analysis of a number of texts, of different kinds and bents – confessional, literary, historical, political – to demonstrate the paradoxes and contradictions of Jewish identity. Noticing the bi-polar paths of Jewish self-interpretation (as exemplified, for instance, by Heschel and Szahak), neither free from the subjective and emotional trends, I argue for the truth closer to those views which acknowledge the religious specificity of the Jewish nation as the chosen people. Regardless of multiple contexts worth considering and at work, the essence of Jewishness dwells in the religious feeling.

1. Żydowska tożsamość

Nazwa „Żyd” wywodzi się od imienia biblijnego patriarchy Judy, jednego z dwunastu przywódców starożytnego ludu Izraela. Starożytny Izrael ma swoje miejsce w historii, ale przypada mu też szczególne miejsce w zbiorowej wyobraźni; jego kulturową tożsamość tworzą strony księgi nazwanej Pismem Świętym. Od zarania swojej historii Izrael wyróżnia się więc na tle innych narodów jako naród *w y b r a n y*, „naród księgi”, „naród religii” (Jakubiec 1953, 8-9), istnieje na pograniczu historii i mitu. Starożytny Izrael nie miał tożsamości politycznej, lecz ukonstytuował się na gruncie religijnym (tamże). Co więcej, przez większą część swojej historii był również jednym z nielicznych narodów, których tożsamość nie wiązała się z określonym miejscem, geograficzną lokalizacją. W tym sensie można powiedzieć, że Izrael *z a m i e s k i w a ł p r z e s t r z e ń*, budował swoją

tożsamość poza ograniczeniami, jakie niosą przestrzeń i czas, ukierunkowany na pozaziemskość, na wieczność. Takie wyobrażenie jednak, nawet jeśli stoją za nim niepodważalne historyczne i polityczne racje, jest niekompletne, i może nawet wydać się naiwne. Żydzi, jakkolwiek szczególna jest ich geneza, pozostają ludźmi swoich czasów, i tacy mierzą się z wyzwaniem, jakie niewątpliwie stanowi ich wyjątkowa, uwikłana w transcendencję tożsamość. Tożsamość fascynująca, ale nad wyraz skomplikowana. Wewnętrznie, wydawałoby się, sprzeczna. W swojej niejednoznaczności – paradoksalna i niepokojąca.

W niniejszym artykule pragnę przedstawić kilka ujęć żydowskiej tożsamości, a dokładniej, kilka opisów Żydów aszkenazyjskich we wschodnioeuropejskim okresie¹. Przywołane kulturowe i literackie obrazy wschodnioeuropejskich Żydów nazwę w i z e r u n k a m i, przy czym określenie „wizerunek” wskazywać ma na proces nie tyle autokreacji, ile autoreprezentacji (i reprezentacji). Powinam w tym miejscu dodać, że autokreacja i autoreprezentacja, nawet jeśli brzmią podobnie, nie są tożsame. Autoreprezentację należy rozumieć jako próbę uchwycenia własnej tożsamości; autokreacja obiera kierunek odwrotny, to odejście od samego pojęcia i projektu tożsamości. Może się jednak okazać, że poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: kim jestem? kim jesteśmy? zakłada jednocześnie ucieczkę od pewnych na to pytanie odpowiedzi, przez co zbliża się do znaczenia wizerunku w sensie autokreacji. Ostatecznie, podziały i definicje sprawdzają się bardziej w wymiarze teoretycznym, podczas gdy w wymiarze egzystencjalnym często tracą swoją czytelność i wymagają uzupełnień.

Wschodnioeuropejscy Żydzi opisywani byli na wiele sposobów. Za pomocą refleksji filozoficznej, jako postaci fikcji literackiej, w opracowaniach historycznych, włączeni w spory polityczne i ideologiczne. Takim właśnie kilku odsłonom tożsamości Żydów Europy Wschodniej chcę się przyjrzeć. Za każdym razem będę brać też pod uwagę medium samego przekazu i jego wpływ na kształtujący się w umyśle odbiorcy obraz. Moim przewodnikiem pozostanie jednak jeden z najważniejszych współczesnych żydowskich filozofów i teologów, Abraham Joshua Heschel, od którego refleksji zacznę i którego głos przywołam na końcu swoich rozważań.

2. A. J. Heschel. Ukryte światło żydowskiej duszy

Bez wątplenia Heschel należy do piewców żydowskości, a najbardziej przejmującym z jego opisów nieobecny już świata małych żydowskich miasteczek, na przełomie wieków XIX i XX rozsianych na terenach dzisiejszej Polski, Białorusi

¹ Często przyjmuje się, że Żydzi aszkenazyjscy w większym stopniu niż sefardyjscy zachowali więź ze swoimi religijnymi początkami (por. Heschel 1997, 21 i n.). Jeśli tak, stanowiliby oni bardziej wyrazisty obraz wspomnianej złożoności i niejednoznaczności żydowskiej tożsamości.

i Ukrainy, pozostaje skromne objętościowo dzieło „Pańska jest ziemia”, ze znaczącym podtytułem „Wewnętrzny świat Żyda w Europie Wschodniej”. Czytając zawarte tamże opisy żydowskiej duszy, a konkretnie duszy Żyda aszkenazyjskiego, odnosi się wrażenie, że Heschel jest w niej zakochany. I tak jak każdy zakochany, zachwyca się nawet tym, co w oczach pozostałych nie zasługuje na uwagę albo jawi się wręcz brzydkie czy odpychające. Heschel ma pełną świadomość, jak prezentuje się na zewnątrz codzienność tych, których kocha, Żydów zamieszkujących Kresy dziewiętnastowiecznej Polski, jak bardzo może wydać się ona szara i uboga. Píše jednak, odwracając przyjęty porządek i do tego też nawołując: „Mierzyliśmy wartości Berdyczowa i Ger według Paryża i Heidelbergu, podczas gdy można i należy mierzyć wartość Paryża i Heidelbergu według Berdyczowa i Ger” (Heschel 1997, 91). Mówiąc inaczej, to nie wielki świat ma być wzorem i punktem odniesienia dla skromnego mieszkańca żydowskiego miasteczka, lecz na odwrót, wielki świat mógłby, gdyby tylko zechciał, wiele się nauczyć od zepchniętych na jego margines. Wschodnioeuropejscy Żydzi, twierdzi Heschel, to najlepsi nauczyciele duchowości: „Judaizm jest śladem Boga na pustyni zapomnienia” (tamże, 94). Wymienia nazwy żydowskich miast i miasteczek Europy Wschodniej, Korzec, Karolin, Braclaw, Lubawicz, Ger, Lublin (tamże, 78), zestawia je z pysznymi się wspaniałą architekturą Safedą, Wormacją, Kordową (tamże, 85), i jasno wskazuje, na czym polega duchowa przewaga tych pierwszych. „Czy było gdziekolwiek więcej światła w duszach Żydów przez ostatnie tysiąc lat?” (tamże), pyta, znając doskonale odpowiedź.

Nawiązując do tego ostatniego pytania, dodam jeszcze, że podstawowe przeciwstawienie, które organizuje refleksję Heschela, to *z e w n ę t r z n y b l a s k i u k r y t e ś w i a t ł o*. Zewnętrzny blask można rozumieć jako zestaw cech czy właściwości, dzięki którym coś lub ktoś budzi nasz podziw i uznanie, wyróżnia się na tle innych form zdecydowanie mniej odeń doskonałych, mniej pociągających. Zewnętrzny blask nie opromienia jednak z pewnością tych, których życie roztacza niemiłą woń skrajnej biedy, którzy dosłownie, ale i symbolicznie – „sprzedają cebulę” (tamże, 84), znają głównie „smak ziemniaków” (tamże, 36), doświadczają „przerażającego ubóstwa” (tamże, 39), którzy uosabiają prozę codzienności, brak wyrafinowania, pospolitość, których życie jest niczym brudna ziemia przyklejona do pokrytych szarym nalotem pomarańczowych łusek czasu. A tak właśnie przedstawia Heschel swoich duchowych braci, świat, w którym urodził się i częściowo też wyrósł. Ale owa na oko mało pociągająca egzystencja ma swój rewers, a potem kolejne odsłony i komplikacje. Te same cechy można odczytać na przykład w kluczu „archaicznej prostoty, pomysłowej naiwności i niekłamanej naturalności” typowej dla „pokornych mas” (tamże, 22). Byłyby to więc znane z wielu innych opowieści – wdzięk prostaczka, dobroć maluczkich, łagodność i wyrozumiałość ludzi pozbawionych większych życiowych ambicji. Ale Heschel idzie jeszcze dalej, przekracza samo przeciwstawienie biedy, która poniża, i biedy, która uszlachetnia.

Kiedy pisze o „chłopach, tragarzach, rzemieślnikach, sklepikarzach” (tamże, 32) i ich ujmującej pokorze, stwierdza ostatecznie, że owi przedstawiciele żydowskiego prostego ludu czuli się jak – królowie i księżęta: „Żyd mógł zewnątrznie wyglądać na biedaka, ale wewnątrznie czuł się księciem, krewnym króla królów” (tamże, 84). Nie trudno się domyślić, co było owym bogactwem, które przypadało w udziale nawet największym biedakom, jaki to skarb posiadali wszyscy w tym samym stopniu, bez wyjątków. Duchowe bogactwo i skarb każdego Żyda to – udział w życiu samego Boga, a w szczególności, znajomość świętych ksiąg, możliwość studiowania świętych tekstów, ich bliskość, dostępność i przedziwna moc. Pisze więc Heschel i tak:

Małe żydowskie gminy w Europie Wschodniej były jak święte teksty otwarte przed oczami Boga – tak bliskie były ich domy modlitwy góry Synaj. W skromnych drewnianych synagogach Żydzi – wyglądający tak, jak gdyby rozmyślnie odgradzali się od świata – oczyszczali dusze, które dał im Bóg, i doskonalili swoje podobieństwo do Boga. Pojawił się w nich nieskończony świat duchowości, „*Tora w sercu*” – obok *Tory* pisanej i *Tory* ustnej. Nawet prości ludzie byli podobni do artystów, którzy wiedzą, jak napełnić godziny dnia mistycznym pięknem. Nie pisali pieśni – sami byli pieśnią. Kiedy Żydzi stali przygotowani na otrzymanie „Dodatkowej sobotniej duszy” i kolejny raz zakochiwali się w Bogu, odmawiając fragment księgi *Zohar* na temat „tajemnicy szabatu”, osiągnęli wyżyny piękna i ekstazy. Często brakowało im zewnętrznego blasku, pełni byli jednak ukrytego światła (tamże, 81).

Przywołane przeze mnie przeciwstawienie, zewnętrzny blask i ukryte światło, wybrzmiewa w tym opisie nader wyraźnie. Dodam jeszcze, iż owo ukryte światło żydowskiej duszy to według nauk kabalistów iskry boskiej obecności, „chwała Pana”, *Szekina*, Boża Obecność rozsiana we wszechświecie, której blask trzeba przechować i zachować w świecie pogrążonym w duchowych ciemnościach. Chasydyzm, pod wieloma względami zwieńczenie żydowskiego mistycyzmu, podtrzymuje zatem ideę narodu wybranego, którego misją, duchowym celem, a zarazem tożsamością, jest pragnienie ocalenia boskiej obecności w świecie, który w sporej części o Bogu postanowił zapomnieć, a może nawet dawno już zapomniał:

Dla Żyda najcięższym grzechem jest zapomnieć, co sobą reprezentuje [...] zadanie jest [...] jasne – zachować nasz udział w Bogu na przekór niebezpieczeństwu i wżgardzie. [...] Wierni obecności ostatecznego w zwykłym, potrafimy uczynić jasnym, że człowiek jest kimś więcej niż tylko człowiekiem (tamże, 95).

A zatem niemal przysłowiowa izolacja wschodnioeuropejskich Żydów, którzy wyglądali i zachowywali się tak, jakby „odgradzali się od świata”, którzy bronili się przed obcymi wpływami, którzy starali się donieść w swojej drodze ku wieczności nienaruszoną tożsamość, naukę, kult, jest kolejnym paradoksem. W jednym przynajmniej sensie, w sensie duchowym, izolacja ta była pozorna. Żydzi, twierdzi

Heschel, odgradzali się od świata po to, aby świat ów ocalić. „Będąc tym, czym jesteśmy – a więc Żydami – kierując naszą tęsknotę ku samotnej świętości w tym świecie, pomagamy ludzkości bardziej niż przez jakąkolwiek inną przysługę, którą moglibyśmy jej wyświadczyć” (tamże, 94), pisze w imieniu swoim, oraz tych wszystkich, z którymi duchowo pozostał związany.

Taki oto – liryczny, głęboko poruszający, zapadający w serce – obraz/wizerunek wschodnioeuropejskiego Żyda pozostawia Heschel. Kiedy jako młody człowiek wyemigrował z Europy Wschodniej, jego życie w nowych miejscach (Berlinie, Nowym Jorku i wielu innych) nabrało bez wątpienia zewnętrznego blasku, stał się w miarę upływu czasu człowiekiem znanym, podziwianym i wpływowym, ale to wewnętrzne światło judaizmu pozostało jego przewodnikiem i największym skarbem. Tę silną, wewnętrzną więź i wdzięczność wyczuwa się bez trudności we wszystkich jego dziełach. Spójrzmy jednak na inne teksty, inne jeszcze kreacje, inne wizje żydowskości w jej wschodnioeuropejskim okresie.

3. J. Shechter. Kolorowe iskierki i szara egzystencja

Wyrazisty obraz żydowskiej społeczności znajdujemy także w opowiadaniu „Biesy i demony” J. Shechtera, którego akcja toczy się w galicyjskim miasteczku Kurów. Wiele elementów tego opisu zgadza się z tym, co przedstawia w „Pańska jest ziemia” Heschel. Odnajdujemy więc znajome postaci „prostego ludu”. Oto – „krawcy, woźnice, drobni handlarze, bednarze” (Shechter 2018, 156). Shechter kształtuje jednak nasze na nich spojrzenie nieco inaczej. Już sama fraza „ciężko pracujący ludek” (tamże), którą w odniesieniu do nich się posługuje, stanowi pierwszą zapowiedź dystansu, jaki ten akurat pisarz zachowuje wobec mitu, pielęgnowanego przez Heschela. Shechter, urodzony w roku 1956, jest przedstawicielem innego już, późniejszego, pokolenia, a jego związki z judaizmem są znacznie bardziej skomplikowane niż Heschela – potomka chasydzkich przywódców, rabina, wyznawcy judaizmu w jego ortodoksyjnej postaci. Shechter, dorastający w komunistycznej Odessie, wrócił wprawdzie do swoich duchowych korzeni, przeżył osobiste nawrócenie, i zaliczany jest w tej chwili do gorliwych wyznawców religii żydowskiej. Niemniej przez jakiś czas fascynowały go też obrzeża ortodoksji – związał się między innymi ze znaną sektą Mirzabaja, rozwijał propagowany przez nią ezoteryczny mistycyzm (por. Łaniewski 2019, 127-128). Zdaję sobie sprawę, że to radykalne stwierdzenie, ale moim zdaniem takie doświadczenia mogą generować później przekonanie o pewnej fikcyjności, czy względności, wyznawanych praktyk i poglądów. Wierzę w coś, co mnie przede wszystkim pociąga, co w moim przekonaniu zasługuje na wiarę, a niekoniecznie w to, co uznaję za obiektywnie prawdziwe. Trudno byłoby taką zależność uznać za prawidłowość, ale faktem jest, że tego typu postawę, pewną zewnętrzną w spojrzeniu na wewnętrzny świat wschodnioeuropejskiego

Żyda odnajduję w opowiadaniu Shechtera. Żydowska społeczność Kurowa to w moim odczuciu bardziej świat, który Shechter opisuje, niż rzeczywistość, z którą się identyfikuje. Wróćmy do naszej analizy.

Wiele mówi takie choćby przedstawienie egzystencji, jaką wiódł opisywany przez niego „ciężko pracujący ludek”:

Życie tych ciężko pracujących biedaków, przepelnione szczerym i czystym służeniem Stwórcy, który stworzył im takie warunki, płynęło równo i nie pozostawiało na tym świecie żadnego śladu. Możliwe, że w jakichś podniebnych wysokościach każde chrapnięcie podczas nabożeństwa, każda fraza psalmu powtórzona w pamięci podczas bieganiny i krzątania zapisywane były diamentowym piórem na złotych tablicach. Na tym padole leż szare płótno ich dni upiększały jednak rzadkie kolorowe iskierki, sami zaś przechodzili oni przez życie niezauważalnie, jeden za drugim przepadali bez śladu pod pokrywającymi ich groby kamiennymi płytami (Shechter 2018, 156).

Opis ten, jeden z wielu mu podobnych, jasno dokumentuje różnicę między spojrzeniem na żydowskość Heschela i Shechtera. Życie duchowe w prozie Shechtera, ujęte w nawias ironii i niedowierzania, zostaje przywołane za pomocą życzliwej, ale mało przekonującej frazy: „możliwe, że w jakichś podniebnych wysokościach...”. Możliwe, ale raczej mało prawdopodobne, wydaje się podpowiadać autor, co potwierdza dalszy ciąg opisu. Życie tych prostych, pocziwych postaci „nie zostawia śladu”, a określenia „kolorowe iskierki” nie należy rozumieć w przywołanym przez Heschela duchowym sensie. U Shechtera „kolorowe iskierki” mają znaczenie jak najbardziej potoczne, nienacechowane religijnie – to nie tyle rozsiana i przechowywana w ludzkich duszach boska obecność, ile krótkie chwile radości, przebłyśki rzeczywistości o nieco bardziej atrakcyjnej kolorystyce. Nic jednak na tyle istotnego, aby przeważać kamienne płyty znaczące koniec szarej egzystencji kurowskich Żydów. Przypatrzmy się jeszcze bliżej głównej postaci opowiadania Shechtera, jak zostaje nakreślona i na ile będzie dla nas rozpoznawalna na tle duchowej tradycji żydowskiego mistycyzmu.

Bohaterem „Biesów i demonów” jest Szama, młodzieniec uważany przez lokalną społeczność za świętego. Wyróżnia się on oddaniem w studiowaniu Tory, poświęca temu zajęciu dni i noce, nie pracuje, nie bawi się, mało śpi, i niczego więcej nie pragnie, jak tylko wznieść się na wyżyny rozumienia i interpretowania świętego tekstu. Szama to szczerzy i oddany swojemu powołaniu młody chłopak, gorliwy i bezpretensjonalny. Pewnego dnia zostaje jednak poddany próbie, w jego życie wkraczają – demon i bies. Bies, figura bardziej drugoplanowa, to piękna i zmysłowa „oblubienica”, kobieta, z którą Szama się zaręcza i którą ma poślubić, dość stereotypowe przedstawienie pokusy seksualnej. Demon z kolei przybiera postać duchowego mistrza i przewodnika, jego pojawienie się w życiu Szamy wydaje się wypełnieniem Bożych obietnic, a on sam kimś, na kogo Szama całe swoje krótkie i nieco beznadziejne życie czekał. Ostatecznie jednak młodzieniec wychodzi zwycięsko

z duchowego pojedynku, jaki przypadło mu stoczyć. Rozpoznaje podszywające się pod dobro i świętość moce ciemności, ocala własną duszę. Szama reprezentuje bardzo wysoki poziom zaangażowania w życie duchowe („Jego dusza spłotła się z książkami i jego serce jedynie w nauce znajdowało ukojenie”, tamże, 157) i najwyraźniej to dzięki świętym księgom unika on ostatecznie zasadzki zastawionej przez złego ducha. „Pewnie to zasługa studiowania Tory, świętość wspierała twoje serce, nie pozwoliła cię zgubić” mówi do Szamy rabin, który pomógł mu wypłatać się z sieci powiązań z mocami zła (tamże, 187). Świat duchowy jest więc obecny w opowiadaniu Shechtera w całej swojej rozciągłości i okazałości, ale, powiedziałabym, w perspektywie ostatecznie bardziej folklorystycznej czy magicznej niż *stricte* religijnej.

Idea osobowego zła traktowana jest w tekście biblijnym, a zatem także w teologii chrześcijańskiej i judaizmie, z pełną powagą. Ale Shechter stawiając swoje postaci oko w oko z demonicznym Innym, nadmiernie jednocześnie zło antropomorfizuje, co w połączeniu z mglistą raczej na tym tle ideą Boskiej obecności, jako przynajmniej przeciwwagi dla tytułowych biesów i demonów, rodzi poczucie, że przedstawione wydarzenia nie mają bezpośrednich odniesień do codziennych i rzeczywistych duchowych zmagani. Ostatecznie więc w opowiadaniu Shechtera mamy do czynienia z czymś na kształt realizmu magicznego, a dramat ludzkiej duszy, dla niektórych dramat jak najbardziej realny, ustępuje miejsca fascynacji światem wyobrażonym, wymaginywanym duchowym zagrożeniom.

4. Przewodnik turystyczny. Święte odbłaski i krawiec-poeta

Kolejnym tekstem, a zarazem najbardziej zobiektywizowanym i z założenia zewnętrznym rodzajem opisu, jest przewodnik turystyczny wydawnictwa Pascal – „Śladami Żydów polskich”. Przewodnik turystyczny nie jest formą pisarską, która stwarzałaby szczególnie szerokie pole do interpretacji literaturoznawczej czy kulturoznawczej. Nie trzeba jednak pogłębionej analizy, aby zauważyć, że ów popularny, nastawiony na masowego odbiorcę tekst przedstawia postać wschodnioeuropejskiego Żyda w dość typowy i przewidywalny sposób, zgodny z tym, co znajdujemy u Heschela, a częściowo także u Shechtera. Nie dziwi więc kompozycja, kiedy to w obszernym wstępie („Kultura ocalona”) po sekcji historycznej („Dzieje narodu żydowskiego”) następują opisy życia duchowego („Religia”). Nie brakuje w tej ostatniej części nawiązania do chasydyzmu i nawet w tak małym, kilkustronicowym formacie sekcji poświęconej żydowskiej religii można przeczytać o jakże istotnym w argumentacji Heschela motywie, czyli iskrach świętości, „świętych odbłaskach» (*nicocot*), które pobożność uwalnia ze «skorupy zła», aby wróciły do Boskiego źródła” (Dylewski 2010, 22). Inny znajomy motyw to panująca w XIX wieku w zaborze austriackim „skrajna bieda” (tamże, 15), a wśród zajęć, jakie były udziałem ludności żydowskiej

(w tym konkretnie wypadku wzięto pod uwagę Polskę w 1939 roku), zostają wymienione i wyszczególnione ilościowo następujące zawody i profesje: 42,4% drobne rzemiosło, głównie krawiectwo, 36,6% handel, 4,5% rolnictwo i ogrodnictwo, około 2% lecznictwo, tyleż samo oświata, 1,8% wolne zawody, w tym prawnicy i adwokaci (tamże, 16). Zestawienie to mówi samo za siebie. Tym bardziej nie dziwi fakt, że angielskie wydanie przewodnika zostało opatrzone tytułem: „Where the Tailor Was a Poet...”. Krawiec jest więc postacią reprezentującą przeciętnego mieszkańca ziem polskich żydowskiego pochodzenia, ale jednocześnie tenże krawiec jest też p o e t ą . Fraza postulująca szczególny, natchniony charakter egzystencji, jaką wiedli owi prości, żydowscy rzemieślnicy, odpowiada myśli, do której przekonuje nas Heschel. Wschodnioeuropejscy Żydzi wyróżniają się na tle innych narodów; w życiu tych, także prostych, ludzi nic nie jest proste w sensie – prozaiczne, pospolite, nieznaczące. Jeśli myślimy o języku prozy i poezji jako o różnych sposobach opisu rzeczywistości, poezję wyróżniać będzie większy poziom skomplikowania i swoista wzniosłość; poezja mierzy wyżej, sięga dalej. I tak, kartkując wspomniany przewodnik, na każdej praktycznie stronie natrafiamy na opisy owej szczególnej mieszanki biedy i duchowości, zwyczajności i artyzmu, codzienności przesyconej i kształtowanej tęsknotą za niecodziennym.

5. I. Szahak. Mroczne sekrety judaizmu?

Są jednakże i takie opracowania, które znacząco odbiegają od kierunku do tej pory przeze mnie przywołanego. Brzmi w nich inna nuta, występują tony dotychczas nieobecne. Takim doświadczeniem była bez wątpienia lektura dzieła autorstwa Izraela Szahaka, „Żydowskie dzieje i religia. Żydzi i goje – XXX wieków historii”. Określiłabym ten tekst jako najbardziej z wszystkich do tej pory omawianych – upolityczniony i w stosunku do tożsamości żydowskiej – zewnętrzny. Z tego też względu napotykam w omówieniu tego właśnie tekstu na największe trudności. Nie bronię się przed wyrażaniem poglądów, ale Szahak formułuje swoje opinie na podstawie danych, których kompleksowej oceny mało kto byłby w stanie się podjąć. Opinie, dodajmy, ostre, gdyż, w największym skrócie, autor – sam będąc Żydem z pochodzenia – stawia tezę, iż żydowskie dzieje i religia, żydowskość i judaizm, są skonstruowane w taki sposób, że stanowią trwałe zagrożenie dla innych narodów. Żydowskość i judaizm są podszyte czy wręcz ufundowane na niechęci, czy nawet nienawiści, wobec innych, wobec nie-Żydów, pogardliwie nazywanych gojami. Teza ta znajduje w jego pracy pozornie trudne do podważenia historyczne i kulturowe zaplecze. Fakt historyczny, wydaje się, pozostaje faktem historycznym, a cytat – cytatem. W tym punkcie pozwolę sobie jednak na częściowo osobisty komentarz. Długoletnia lektura różnorodnych tekstów krytycznych nauczyła mnie ostrożności, zwłaszcza w obliczu demaskujących opracowań o zbyt globalnym charakterze

i zbyt przejrzystym ukierunkowaniu. Nie twierdzę, że książka Szahaka nie zawiera informacji wartych być może poznania i godnych zastanowienia, niemniej jednak wyczuwam w niej przede wszystkim uproszczenia, myślowe skróty i tendencyjność, maskowane pozornym obiektywizmem faktów. Naród żydowski w ujęciu Szahaka nie ma duchowej głębi. Jego przedstawienie żydowskości to (boleśnie) z e w n ę t r z n y świat (także) wschodnioeuropejskiego Żyda, w którym judaizm zostaje sprowadzony do przepisów prawa, a bogata mistyka żydowska nabiera cech dość prymitywnego przedstawienia duchowej rzeczywistości. Jednocześnie autor pisze w sposób, który ma sugerować niezwykłą przenikliwość prowadzonego przez siebie argumentu, co w moim rozumieniu powinno oznaczać zdolność przenikania tak wnętrza, jak i zewnątrz omawianych zagadnień. A pod tym względem właśnie mam spore wątpliwości, na co podam z konieczności dwa tylko przykłady.

Pisze Szahak, iż jednym z najczęstszych „przeinaczeń” dotyczących żydowskości jest przekonanie, że „religia żydowska jest, i zawsze była, monoteistyczna” (tamże, 50). I podkreśla, iż uważna lektura starotestamentowych ksiąg w zupełności wystarcza, aby dostrzec w dziejach Izraela istnienie innych niż Jahwe „bogów» i ich mocy” (tamże). Myślę, że obecność w Starym Testamencie wielu bogów – lokalnych bóstw, z których kultem toczy się nieustanna walka, przedmiot nawoływań proroków, treść wielu psalmów, powtarzający się wątek także tych najbardziej znanych biblijnych narracji – jest czymś równie oczywistym jak obecność Boga Jahwe, który wybrał sobie lud Izraela jako swoją szczególną własność i którego wierności zazdrośnie się domaga. Mówiąc inaczej, jeśli ktoś wie o historii biblijnego Izraela jedno, wie też i drugie. Stwierdzenie, że religia żydowska jest monoteistyczna, nigdy nie było chyba rozumiane jako brak jakichkolwiek biblijnych odniesień do innych religijnych kultów i związanych z nimi lokalnych bogów. To nie na obcych kultach jednak i zapożyczonych wierzeniach opierała się religia żydowska, lecz – przeciwnie – na systematycznej z nimi walce.

Inny jeszcze przykład wypowiedzi mocnych, ale budzących moje wątpliwości, stanowi dla mnie taki sposób odnoszenia się do żydowskiej duchowości: „w latach 1500-1795, jednym z okresów judaizmu całkowicie zdominowanym przez przesąd, polscy Żydzi należeli do najbardziej zabobonnych i fanatycznych społeczności żydowskich” (tamże, 92). Dopowiedzmy w tym miejscu, że w wieku XVI do Polski trafiła kabała (Dylewski 2010, 21), a wieku XVIII rozkwitł chasydyzm (tamże, 22). To, jak autor postrzega i przetwarza duchowy przekaz żydowskich mistyków, i jak mało sobie te treści ceni, widać niejednokrotnie. Szechina, Boża Obecność, występuje na przykład w kontekście bardzo silnie nacechowanym seksualnie (tamże, 51-53), gdzie duchowość jest objaśniana za pomocą określeń „zespolenie seksualne”, „gwałt” i tym podobnych, a liczne odniesienia do Szatana ukazują go niemal jako równoprawnego uczestnika duchowych poszukiwań. (Pragnących zgłębić te zagadnienia i odnaleźć ich głębszy, duchowy wymiar, odsyłam do dzieła Scholema „Kabała i jej symbolika”).

Ostatecznie więc powiedziałabym, że postulowana przez autora mroczność, wręcz demoniczność, judaizmu wybrzmiewa przede wszystkim w języku, jakim on sam się posługuje, i w myślowych zaułkach, w które nas prowadzi.

6. Wschodnioeuropejscy Żydzi. Pisać pieśni czy być pieśnią?

Pisząc w „Pańska jest ziemia” o wschodnioeuropejskiej fazie w rozwoju Żydów aszkenazyjskich, Heschel stwierdza, że był to „złoty okres w żydowskiej historii, w historii żydowskiej duszy” (Heschel 1997, 7). A na okładce jednego z wydań tejże książki znajdujemy taką jej zapowiedź: „Trzy są sposoby uśmierzenia smutku» (...) «Płakać, milczeć albo przekształcić swój smutek w pieśń». Abraham Joshua Heschel [...] swój smutek po Zagładzie polskich Żydów przekształcił w pieśń. Tak powstała ta niezwykła książka”. Słowa te przywołują cytowany już opis autorstwa samego Heschela, ów szczególny obraz typowego mieszkańca wschodnioeuropejskich żydowskich miast i miasteczek: „Nawet prości ludzie byli podobni do artystów, którzy wiedzą, jak napełnić godziny dnia mistycznym pięknem. Nie pisali pieśni – sami byli pieśnią”.

Pieśń kojarzy się zazwyczaj z czymś wzniosłym i zarazem delikatnym, niesie ze sobą nutę smutku i melancholii. Pieśń jest też, bez wątpienia, utworem lirycznym. Wszystkie te cechy odnajdujemy u Heschela, w jego obrazie wschodnioeuropejskich Żydów, którzy, jak zapewne uważał, ze swoją pieśnią – życiem, które prowadzili – nie zawsze potrafili zaistnieć w zbiorowej świadomości, w świadomości tych, którzy im na ziemskich drogach towarzyszyli, a później na tychże ich zastąpili. Czy pieśń mówi prawdę? Na ile można zaufać (czyjejs) pieśni? Nie ulega wątpliwości, że brutalność, z jaką został ostatecznie potraktowany „naród wybrany”, może sprzyjać idealizacji jego historii, kultury i misji. O tym zresztą informują przytoczone słowa – o przekuwaniu smutku w pieśń. Nie zapominajmy jednak, że prawda, zwłaszcza historyczna, powinna w jakimś sensie być sumą prawd częściowych, owych pieśni wyśpiewanych z głębi serca, doświadczającego tak cierpienia, jak i zachwytu. Dlatego pieśń Heschela o wschodnioeuropejskich Żydach, nawet jeśli jest to obraz w części wyidealizowany, jest dla mnie czymś więcej niż autokreacją, to wizerunek w sensie autoreprezentacji. To obraz wschodnioeuropejskiego Żyda jako nosiciela treści duchowych, przedstawiciela „narodu religii”, narodu, który nie może być rozumiany bez odniesień do treści duchowych. W taki sposób postać Żyda została wpisana w naszą kulturę i w taki sposób, w kontekście i na tle religijnym, powinna być też, częściowo przynajmniej, rozpoznawana.

Bibliografia

- BOTTERO, J./OUAKNIN, M.-A./MOINGT, J. (1998), *Najpiękniejsza historia Boga*. Warszawa.
- DYLEWSKI, A. (2003), *Where the Tailor Was a Poet... Polish Jews and Their Culture. An illustrated guide*. Bielsko-Biała.
- DYLEWSKI, A. (2010), *Śladami Żydów polskich. Przewodnik ilustrowany*. Bielsko-Biała.
- HESCHEL, A. J. (1996), *Pańska jest ziemia. Wewnętrzny świat Żyda w Europie Wschodniej*. Warszawa.
- HESCHEL, A. J. (2005), *Prorocy*. Kraków.
- HESCHEL, A. J. (2015), *Szabat*. Kraków.
- JAKUBIEC, C. (1956), *Słowo wstępne*. W: Ricciotti, G., *Dzieje Izraela*. Warszawa, 8-9.
- ŁANIEWSKI, P. (2019), *Jakov Shechter, czyli odrodzenie metafizyki*. W: *Iudaica Russica*. 2 (3), 127-129.
- QUANKIN, M.-A. (2016), *Dziesięć przykazań*. Warszawa.
- QUINZIO, S. (2005), *Hebrajskie korzenie nowożytności*. Kraków.
- SCHOLEM, G. (2014), *Kabała i jej symbolika*. Warszawa.
- RICCIOTTI, G. (1956), *Dzieje Izraela*. Warszawa.
- SHECHTER, J. (2018), *Z Rosji do Izraela. Opowiadania*. Katowice.
- SZAHAK, I. (1997), *Żydowskie dzieje Izraela. Żydzi i goje – XXX wieków historii*. Warszawa.

ALINA KUZBORSKA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8234-8139>

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

DAS BILD VON HERKUS MONTE IN DER DEUTSCHEN UND LITAUISCHEN LITERATUR UND KULTUR

The image of Herkus Monte in German and Lithuanian literature and culture

SCHLÜSSELWÖRTER: Herkus Monte, Prußen, der Deutsche Orden, Peter von Dusburg, historischer Roman, historisches Drama, Film

KEYWORDS: Herkus Monte, Prussians, Teutonic Knights, Peter from Dusburg, historical novel, historical drama, film

ABSTRACT: This article focuses on the historical figure of the leader of the second uprising of the colonized Prussians against the Teutonic Order, Herkus Monte, who is presented here primarily as a literary figure. The increasing interest in Prussian history changed the written media, so that the order chronicle of the 13th century later turned into literary works, primarily historical novels and historical dramas in Germany. Because of the geographical proximity and linguistic relationship, the Lithuanians feel a strong affinity for the Prussians and their heroes. In the following, we analyze literary works by Lithuanian authors on the basis of which a feature film and an opera were created.

1. Historische Quellen: Ordenschroniken und Geschichtsschreibung

Die spärliche Anwesenheit des prußischen Volkes und ihrer gesamten Kultur in der gegenwärtigen Öffentlichkeit kann dadurch erklärt werden, dass die getilgten Balten selbst kein Schrifttum entwickelten, so dass sie in ihrem eigenen Namen nicht sprechen konnten. Seit der Kolonisierung der baltischen Gebiete durch den Deutschen Orden im 13. Jahrhundert beginnt die historische und demzufolge auch literarische Dokumentation der Existenz der Prußen. Das erste schriftliche Zeugnis und zugleich das Ausgangsmittel über die Unterwerfung der baltischen Prußen bietet die lateinische Chronik Peters von Dusburg, die 1323 niedergeschrieben wurde (Dusburg 1861)¹. In diesem kolonialisatorisch geprägten Werk wurden sowohl die

¹ Im Folgenden wird die moderne Übersetzung der Dusburgischen Chronik zitiert, nämlich aus der Ausgabe: Peter von Dusburg, Chronik des Preussenlandes. Übersetzt und erläutert von Klaus Scholz und Dieter Wojtecki, Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt 1984.

Eroberungsgeschichte des Landes und die Heldentaten der Ordensbrüder als auch zahlreiche Erscheinungen der göttlichen Hilfe im Kampf gegen die wilden Barbaren dargestellt. Ungeachtet der Glorifizierung der blutigen christlichen Mission im Nordosten Europas ist dem ersten Ordenschronisten die Erwähnung der Einzelheiten zu Topographie, Sitten und Religion der alten Prußen zu verdanken. Dank Dusburg wurden die zwölf von ihm aufgelisteten „prußischen Gauen“ bekannt, die in der darauf folgenden historiographischen Literatur und Kartographie verzeichnet wurden. Einige Namen der prußischen Häuptlinge wurden hier im Kontext ihres Aufstands (1260-1274) gegen die Eroberer ebenfalls erwähnt:

Sie fielen wiederum vom Glauben und den Gläubigen ab und kehrten zu ihren früheren Irrtümern zurück, und die Samländer wählten einen namens Glande, die Natanger den Heinrich Monte, die Warmier den Glappus, die Pogesanier den Auttume und die Barter den Divan zu Befehlshabern und Führern ihres Heeres (Dusburg 1984, 211).

Dieses den Deutschen Orden und sein Missionierungswerk rühmendes mittelalterliches Manuskript eröffnete den Weg zur Erkenntnis der Geschichte der Altpreußen, die hier vornehmlich als Prußen bezeichnet wurden. Zu der namhaftesten Figur stieg der prußische Natangenführer Herkus Monte² auf. Laut Dusburg gehörte er der Familie der Nobiles von Natangen an, wurde als Kind von den Ordensrittern entführt und in Magdeburg in einem Kloster nach der Taufe in der deutschen Kultur erzogen und zum Ritter geschlagen. Solche Kinder wie Herkus vel Heinrich Monte sollten später als Konfidenten des Deutschen Ordens bei der weiteren Kolonisierung des Landes ihre Dienste erweisen. In seiner alten Heimat bekannte sich Herkus Monte wieder zu seinem Volksstamm und sagte sich vom Christentum los. Als Kriegsführer war er sehr erfolgreich, hielt während der Auflehnung lange stand, bis er im Jahre 1273 durch den Komtur von Christburg, Bruder Heinrich von Schönburg, und seine Mitbrüder den Tod fand: „bei Heinrichs Anblick freuten sie sich sehr, fingen ihn, hängten ihn an einen Baum und durchbohrten ihn mit dem Schwert.“ (Dusburg 1984, 255).

Die Dusburgische Erzählung ließ die literarischen Lebensläufe des prußischen Helden in den darauf folgenden Epochen verschiedenartig (re)konstruieren. Sie lieferte ein paar Motive aus dem Leben von Herkus Monte, die ihn nicht nur als Hauptfigur des prußischen Aufstandes, sondern auch als einen Menschen von starkem Charakter kreierten, dem jedoch Zweifel und Mitleid nicht fremd waren. Dies gilt in erster Linie der Episode mit Ritter Hirzhals aus Magdeburg, den Monte

² Im Beitrag werden verschiedene Formen des Vor- und Nachnamens des prußischen Helden verwendet. Neben der tradierten Form „Herkus Monte“ tritt in der zitierten deutschen Literatur mancherorts alte Schreibweise des Vornamens „Hercus“ auf, in der litauischen Literatur – die gebräuchliche Form des Nachnamens „Mantas“. In der Chronik von Dusburg und manchen deutschsprachigen Quellen wird sein Taufname „Heinrich“ verwendet.

in seiner Kindheits- und Jugendzeit persönlich kannte und mit dem er befreundet war, den er nach vielen Jahren in seiner Heimat, als Aufstandsführer, zum Scheiterhaufen verurteilen und den heidnischen Göttern opfern musste. Dieses Motiv wurde in der Geschichtsschreibung des 19. Jahrhunderts oft verwendet. A. L. Ewald schrieb dazu:

Also wurde das Loos, das der Götter Willen verkündete, über die Kriegsgefangenen geworfen, und wen es traf, der sollte verbrannt werden. Es fiel auf einen vornehmen und wohlhabenden Kreuzfahrer Hirzhals aus Magdeburg. Den aber der natangische Hauptmann Monte während seiner Aufenthalt in dieser Stadt näher kennen gelernt und ihm wie auch dessen Familie viel Gutes und Liebes zu verdanken gehabt. Monte, solcher Wohltaten eingedenk, trat für seinen früheren Freund ein und wollte ihn retten. Daß er das überhaupt wagen durfte, beweist, welchen hohen Grad von Autorität er genoß. Das Loos mußte noch einmal geworfen werden, aber zum zweiten Male traf es Hirzhals. Und von neuem trat Monte für seinen Jugendgenossen ein. Doch auch zum dritten Male fiel des Todeswurf auf Hirzhals. Da wies der Gefangene hochherzig jede weitere Einsprache Montes zurück und bot sich selbst als Opfer dar. Er wurde dann auf sein Roß gebunden und bald umloderten ihn die Flammen des Scheiterhaufens (Ewald 1884, IV, 12 f).

Außer den oben genannten biografischen Tatsachen wird der Natange von Dusburg im 167. Stück seiner Erzählung „Von der Bosheit der der deutschen Sprache mächtigen Prußen“ als ein tückischer Mensch charakterisiert:

Heinrich Monte, der Anführer der Natangen, und viele andere Prußen, die von Jugend auf bei den Brüdern erzogen worden waren, fügten dem Christenvolk in der Zeit ihrer Verfolgung viele Übeltaten zu; so kam es sehr häufig vor, daß, sobald ein heidnisches Heer durch das Gebiet der Brüder streifte, das Christenvolk sich in Wäldern, Strauchhecken und Sümpfen verbarg, soweit es in nicht in Burgen Zuflucht fand. Das bemerkte auch jener Heinrich Monte, der sich mit mehreren Bewaffneten an jene Stellen begab, von denen er solches mutmaßte; indem er bei seiner List friedfertige Worte verwandte, rief er in deutscher Sprache: „Wenn sich hier jemand verbirgt, soll er jedoch ohne Furcht herauskommen, weil sich das heidnische Heer gerade zurückgezogen hat.“ Sobald die Leute im Vertrauen auf seine Worte aus dem Versteck hervorkamen, drang er mit seinen Mannen auf sie ein, nahm alle gefangen oder tötete sie (Dusburg 1984, 287).

Der Tod von Herkus Monte bedeutete sowohl in der historiographischen als auch in der fiktionalen Literatur den Untergang des Stammes. Den Natangern folgten andere prußische Gauen, 1273 wurde der Aufstand der Prußen endgültig unterdrückt. A. von Kotzebue, einer der bedeutendsten Literaten und Historiker Anfang des 19. Jahrhunderts, schrieb in seinem vierbändigen Werk „Preußens ältere Geschichte“ voller Empörung und Mitleid über den Tod Montes:

Doch nimmer mochten sich die Ritter ihrer Siege ungestört erfreuen, so lange nur noch Einer jener tapfern Anführer athmete, vor welchen sie so oft gezittert. Das Glück blieb dem Verbrecher hold. Hercus Monte, nach jener verlorenen Schlacht, nur von wenigen Gefährten und seinem ungebeugten Muth begleitet, war, gleich der Freyheit seiner Brüder, in Wälder geflohen, lebte dort von Wurzeln und erjagtem Wilde. Durch Zufall bemächtigte sich seiner der Comthur von Christburg, Heinrich von Schoemberg [Schönberg], der mit ewiger Schande sich bedeckte, indem er dem Helden, den Griechenland und Rom vergöttert haben würden, an einen Baum knüpfen ließ. So rächt sich Feigheit für ausgestandene Angst (Kotzebue II, 43).

In seiner literarisierten Erzählung, die den preußischen Kriegsherrn neben die antiken Heroen stellte, verschwieg Kotzebue eine Einzelheit von dem Tode Montes, die die Dusburgische Beschreibung bereits registrierte: Der Komtur von Christburg erhängte seinen Erzfeind an einem Baum und zur Gewissheit, dass er wirklich tot war, durchstach er ihn noch mit einer Lanze. Die Erzählung des Ordensbruders zeigte in dieser Szene unwillkürlich oder doch ganz bewusst eine Inszenierung des Todes Christi, der am Kreuze sterbend, noch zusätzlich mit dem Dolche erstochen wurde. Dadurch wurde der bekannteste bekehrte Heide und der spätere abtrünnige Christ zum Universalheiligen, also zum Helden, der bis zum Ende seinen Idealen und seiner Pflicht treu blieb.

2. Herkus Monte in der deutschen Literatur

Im 19. und in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts erschienen in Deutschland viele historische Romane, die Herkus Monte gewidmet waren und seinen Namen im Titel trugen (Lubojatzky 1840; Heinrich 1865; Springborn 1897; Cüppers 1912; Graf von Keyserlingk 1936; Lauckner 1937). In diesen Werken erschien Herkus Monte als ein tapferer Kämpfer für sein Volk, der jedoch unausweichlich scheitern musste. Bezeichnend ist das Ende des Romans von Heinrich, in dem Monte als mutiger Held gepriesen wird, jedoch zusammen mit seinem Volke untergehen musste, weil den Preußen gegenüber eine unbezwingbare Macht stand, die Macht des Christentums:

Den Segen des Christentums kannten sie nicht, gegen dasselbe kämpften sie auch nicht. Es galt ihnen nur, die fremden Eroberer, die sie ihrer Freiheit beraubt und zu elenden Knechten gemacht hatten, zu vertreiben. Erhebt sich ein Volk zu einem solchen Befreiungskampfe, so darf man keinen Stein auf dasselbe werfen (Heinrich 1865, 64).

Lubojatzkys Monte-Roman enthält unglaubliche Peripetien des Lebens des Protagonisten, die spätromantische Fiktion gehört eher der Abenteuerliteratur als der Gattung des historischen Romans, sein Ende klingt jedoch christlich-national:

„Herkus Monte’s Name lebt nur noch in den Büchern der Geschichte, aber der Nachruhm bleibt ihm, so lange die deutsche Zunge gilt. Friede seiner Asche!“ (Lubojatzky 1840, 150).

Springborn stellte die letzten Lebensjahre des preußischen Helden dar. Ohne christliche bzw. historische Korrekture zeichnete die Autorin die Lebensweise der Prußen Ende des 13. Jahrhunderts auf. Die in dem Roman dargestellte Liebesgeschichte galt aber der Tochter Montes, Nomedas, die sich in den deutschen Ordensritter Klaus von Eckstein verliebt. Die Prußen wurden hier als Gleichberechtigte, als Ureinwohner des Landes mit großer Sympathie geschildert. Am Ende des Romans musste Herkus Monte sterben, seine schändliche Exekution durch den Kreuzritter Schonenberg wurde von den Ordensbrüdern nicht akzeptiert. Die Kritik über dieses ehrenlose Verhalten brachte der edle Ritter Holdenstete zum Ausdruck:

Es ist eine allgemeine Entrüstung gegen Schoneberg unter den Rittern. Die nicht das Kreuz tragen, würdigen ihn kaum eines Grußes. Er mußte den Wehrlosen gefangen nehmen, nicht selber den Henker machen und zuletzt noch die Leiche erhängen lassen. Das war ein Hohn, den er dem Manne nicht anthun durfte. Wir haben alle den Natanger Fürsten gehasst als Anführer der Feinde, aber man musste ihn achten als Helden (Springborn 1897, 232).

Wenn die Erzähler des 19. Jahrhunderts in erster Linie die Handlung und unerwartete Schicksalswendungen des preußischen Helden hervorhoben, so begannen die Autoren des 20. Jahrhunderts seine tiefgründigeren Porträts zu entwerfen, indem sie seine Willensstärke und Entschiedenheit apostrophierten. In dieser Zeit werden neben den Charaktereigenschaften auch seine visuellen Merkmale sichtbar. Was die Chronik nicht enthielt, wurde in Worte gefasst und in Bildern gezeigt. Der Roman von A. J. Cüppers (1912) erschien im Verlag von J. P. Bachem in Köln, in der mit Bildern versehenen Sammlung „Aus allen Zeiten und Ländern“, deren Ziel es war, die historischen Hintergründe der europäischen Geschichte aufzuzeigen. In seinem Monte-Roman skizziert Cüppers eine idealisierte, jedoch in vieler Hinsicht verfälschte Geschichte des Natangers, wobei hier im Sinne der guten Erziehung der Jugendlichen im Wilhelminischen Deutschland die moralische Überlegenheit des Deutschen Ordens gezeigt werden sollte. Nur eine Tatsache stimmte mit dem Dusbürgischen Lebenslauf überein: Herkus wurde im Kloster in Magdeburg getauft und erzogen, wo er sich mit dem Ritter Hirzhals befreundete. Nun sollte er in seine Heimat zurück, um seinen sterbenden Vater zu verabschieden.

Zwei Bilder aus dieser tendenziösen Ausgabe visualisieren den Helden zum ersten Mal: seine Segnung vom Klosterabt in Magdeburg sowie seinen Schwur in der heidnischen Kultstätte Romowe, die preußischen Stämme im Kampf gegen den Deutschen Orden anzuführen. Diese graphischen Szenen projizierten die Abwendung des „schönen Jünglings“ vom Christentum zur Religion seiner Vorfahren.



Abb. 1. Segnung Montes in Magdeburg



Abb. 2. Der Monte-Schwur in Romowe

Die dekorativen Grafiken von H. Kaufmann im Geiste des herrschenden Jugendstils mit vielen Details und theatralischer Figurenkonstellation sollten die Fantasie der jungen Leser anregen und den Zeitgeist des Mittelalters veranschaulichen. Wenn das Abbild des knienden Herkus in der Magdeburger Klosterkirche und die segnende Geste des Abtes unter dem Gekreuzigten das tradierte Milieu der damaligen Jugend mit mittelalterlichen Kostümen darstellte, so bot das Bild des Romowe-Schwurs Einblick in die fremde und exotische Kultstätte der Heiden. Am imaginativen Altar an der heiligen Eiche stehen die Figuren der prußischen „Dreieinigkeit“: die Götter Potrimpos, Perkunos und Pikullos, am Opferstein brennt Feuer und ein junger Waidelotte hält eine Schale mit Blut in seinen Händen. Die Schwurworte, die der Priester vorsagte, klingen wild und mörderisch, was den Eindruck erwecken sollte, dass die Prußen rachsüchtige Barbaren gewesen seien:

Schwöre hier im Angesicht der allwaltenden Götter, daß du dem Kreuz auf ewig entsagen, daß du seine Diener verfolgen willst mit Feuer und Schwert und austilgen aus unserem Lande, daß du mit ihrem Blute die Altäre der Unsichtbaren röten willst! (Cüppers 1912, 54).

Diese erzieherisch-moralische Erzählung baute den Lebenslauf des prußischen Helden um – am Ende des Romans wurde er nicht getötet, sondern er ließ sich

wieder zum Christentum bekehren: „Kurze Zeit darauf verschwand er und ward im Preußenlande nicht mehr gesehen. Die Sage ging, er sei zum Heiligen Lande gepilgert“ (Cüppers 1912, 135).

In den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts entstanden zwei weitere Werke, die Herkus Monte gewidmet waren: der Roman „Monte, der Rebell. Aufstand in Preußen um 1260“ von B. Graf von Keyserlingk und das Drama R. Lauckners „Herkus Monte und der Ritter Hirzhals“, wovon das zweitgenannte Werk ursprünglich einen anderen Titel hatte („Der letzte Preuße. Tragödie vom Untergang eines Volkes“). Die beiden Monte-Inszenierungen sind seinem Charakter nach unterschiedlich, beide stellen aber Monte als einen tapferen Helden dar, einen Heros, der sich für sein Volk opfert. Graf von Keyserlingk geht sogar einen Schritt weiter, indem er in der historischen Monte-Figur eine Affinität zum Germanen-Helden Arminius-Hermann aufzeigt. Im 20. Jahrhundert wurde die Bedeutung dieser Figur wesentlich verändert: von der romanzenhaften, abenteuerlichen Gestalt zur selbstsicheren, tatkräftigen Persönlichkeit, eine autonome Rolle einer historischen Figur zuteilwurde. Im Roman Grafen von Keyserlingks wurde zum ersten Mal der religiöse Diskurs aus der postkolonialen Perspektive angesprochen. Herkus Monte erscheint hier als zentrale Figur des religiösen Krieges. Der als Kind von den Ordensrittern entführte Knabe wurde von den Feinden in Magdeburg ausgebildet, getauft (sein christlicher Name lautete Heinrich), zum Ritter geschlagen, später sollte er zur Kontaktperson und zum treuen Helfer im eroberten Prußenland werden. Er durfte als Freier seine Familiengüter wiedergewinnen, wenn er getreu dem Orden dienen würde. Diese Bedingung konnte er jedoch nicht erfüllen, weil ihn sein kulturelles und privates Gedächtnis als Prußen definierte. Selbst die Liebe zu der Magdeburgerin, der Bürgerstochter Katharina-Susanne (später Namega), konnte seine Liebe zur Heimat nicht blenden. Die Absichten des Ordens, ausgesprochen von Montes Lehrer und Erzieher Ritter Hirzhals, sind ganz klar:

Wir haben es mit dir und deinen Schicksalsgenossen wie die alten Römer mit Hermann dem Cherusker getrieben, der eben diese Römer schlug, nachdem er bei ihnen in alle Kriegskünste gebührend eingeführt und Ritter des Kaisers geworden war. Vielleicht erzogen wir uns in euch ebenbürtige, ja überlegene Gegner (Keyserlingk 1936, 18).

Diese Worte waren eine eigenartige Prophezeiung, weil Herkus Monte tatsächlich das Schicksal von Hermann wiederholte, der zum Verräter der Römer wurde. Herkus' Überlegungen über die Unterwerfung der Prußen kommen – noch in Magdeburg – in der Antwort auf die Frage von Hirzhals, warum sich die Mehrheit der Preußen nicht bekehren lässt, zum Ausdruck:

[...] weil die Eroberungszüge der Christenheit wegen des Einflusses der Pfaffen und der Opferbereitschaft der Christen als Bekehrungszüge anzusehen sind, muß der

Angegriffene neben seinem Grund und Boden auch seinen Glauben verteidigen. Bei den Unterjochten entsteht die Vorstellung, daß sie nur mit dem alten Glauben wieder völlig frei werden, daß der alte Glaube Hand in Hand mit der Freiheit der Heimat geht, daß es nicht nur ein Kampf um irdische Güter ist, sondern auch um Ideale, weshalb denn auch ein fürchterlicher Fanatismus alle diese Kriege begleitet. Der Kampf wäre ehrlicher gewesen, wenn der Orden uns zugerufen hätte: Wir wollen Land mit Gewalt erobern. Aber er kam mit einer Maske vor dem Gesicht. Er meinte das Land und sprach von Taufe. Glaube mir, Hirzhals, mit dem Christengott kam das Unglück meines Volkes (Keyserlingk 1936, 19-20).

Graf von Keyserlingk zeichnet das Bild Montes als eine widerspruchsvolle, zweifelnde Gestalt, eine hybride Persönlichkeit, die nach dem Tod des Freundes Hirzhals eine tiefe Identitätskrise erlebt. Nachdem es ihm nicht gelungen war, seine Stammesgenossen vom Verzicht auf die Aufopferung des Freundes zu überzeugen, sagte er voller Resignation:

Wenn ich mich ernstlich prüfe, so bin ich von Geburt Preuße, von Erziehung Deutscher, von Geburt Heide, von Erziehung Christ, von Überzeugung aber Preuße ohne Bekenntnis zu den Göttern der Heimat. – Was bin ich nun eigentlich? (Keyserlingk 1936, 188).

3. Herkus Monte in der litauischen Literatur und Kultur

Die Affinität der Litauer zu der Geschichte der Prußen ist sehr stark: als Balten füllen sie sich nicht nur dem untergegangenen Volksstamm sprachlich verwandt, sondern auch verantwortlich für das kulturelle Gedächtnis über die aus der Landkarte getilgten Brüder. Sehr oft kann man eine volle Identifizierung der Litauer mit den Prußen beobachten, in erster Linie in den Abhandlungen zur Religions- oder Kulturgeschichte, die als gemeinsames Gut betrachtet werden. Bereits 1934 schrieb der litauische Memelländer F. Arvydas:

Die Altpreußen und Altlitauer standen völkisch einander so nahe, dass man sie mit vollkommenen Recht als Brüderstämme bezeichnen kann. [...] Mit vollem Recht kann und darf also der grosse preussische Freiheitskämpfer gegen den deutschen Orden Heinrich Monte als ein litauischer Nationalheld bezeichnet werden, umsomehr, als durch die Vernichtung der stolzen und kriegerischen Stämme der Altpreußen, der Pogesanen, der Ermländer, der Barten, der Samländer und Natanger Litauen heute der einzige rechtmäßige Erbe ihrer geschichtlichen Vergangenheit ist, denn an der Seite dieser Stämme haben die Szamaiten und Aukštaiten, die Sudauer, Nadrauer und Skalauer den Kampf gegen den im Gewande des Glaubens getarnten germanischen Expansionsdrang brüderlich mitgekämpft (Arvydas 1934, 5).

Das Herkus-Monte-Motiv wurde vom litauischen Dramatiker Juozas Grušas in den 50-er Jahren des 20. Jahrhunderts fortgesetzt. Sein historisches Drama „Herkus Mantas“, das 1957 im Druck erschien, spielt auf den kurze Zeit vorher unterdrückten Partisanenkrieg der Litauer gegen das sowjetische Regime an. Grušas gehört zu den bedeutendsten Dramatikern Sowjet-Litauens. Ein beträchtlicher Teil seiner Werke wurde den historischen Themen und Persönlichkeiten gewidmet, denn mittels der Geschichte konnte man über die real existierenden Bedrohungen der einst existenten Heimat sprechen. Das Monte-Drama von Grušas wiederholt die bekannten Tatsachen aus Montes Leben und seiner Umgebung, die schon Dusburg beschrieb: den Mord an prußischen Anführern in der Lenzensburg, die Belagerung Königsbergs, das Dilemma um den Ritter Hirzhals, der Monte in Magdeburg erzog und in den ritterlichen Künsten unterrichtete, den Monte später als Gefangenen den heidnischen Göttern opfern musste. In der dramatischen Hirzhals-Szene ist Mantas zerrissen, denn er als der Häuptling der Prußen soll über das Schicksal des Freundes und Lehrers entscheiden. Er lehnt sowohl den christlichen Gott als auch die eigenen Götter ab, die nach blutigen Opfern verlangen. Als Hirzhals auf dem Scheiterhaufen stirbt, spricht Monte seinen dramatischen Monolog, in dem er sein Credo offenbart:

Dies ist noch ein sinnloses Opfer! Und welches! Wem nützte es? Den Göttern? Was sind die Götter? Ist es nicht die von uns angebetete Grausamkeit, Unterdrückung, Angst?! Die Christen töteten uns im Namen ihres Gottes. Wir entgelten es ihnen mit Gleichem. Die einen wie die anderen zahlen einen zu hohen Preis für ihren Glauben. Wenn wir aber die Götter vom Thron und vom Altar stürzen würden? An wen könnten wir dann glauben? Ich glaubte an den Menschen. An seine Vernunft und Tat. [...] Woran glaube ich? [...] An Heimat Erde! Meine Brüder! Ich glaube an unsere Freiheit und die große Zukunft. Im Namen der Freiheit werden wir leben und sterben! (Grušas 1988, 61)³.

Das Drama wurde im Erscheinungsjahr, 1957, im Dramatheater in Kaunas vom Regisseur H. Vancevičius uraufgeführt. Das Stück war ein großer Erfolg: es wurde in verschiedenen Theatern Litauens gezeigt, das Drama gehört seitdem zur Schullektüre.

Nachdem Litauen nach dem Zerfall der Sowjetunion die Unabhängigkeit erlangt hatte, wurde die Tragödie wieder auf den Theaterbühnen Litauens gespielt. 1990 fand die Premiere des Theaterstücks in der Regie von P. Gaidys in Klaipėda statt. Anhand des Dramas schrieb der litauische Komponist G. Kuprevičius eine Oper unter dem Titel „Prūsai“ [Prußen], die 1997 im Musiktheater in Klaipėda uraufgeführt wurde. Das Libretto schrieb der Komponist nach dem Dramentext von Grušas. Genauso wie in der Tragödie wurde auch in der Oper die Menschlichkeit

³ Zitate aus der Tragödie „Herkus Mantas“ von J. Grušas und dem Roman „Mantas“ von V. Talačka wurden aus dem Litauischen von A. Kuzborska übersetzt.



Abb. 3. Das Staatliche Dramatheater in Kaunas.
J. Grušas: „Herkus Mantas“.
Tragödie in 5 Aufzügen. Regie: H. Vancevičius.
Premiere am 31.03.1957.
Szene aus der Aufführung



Abb. 4. Szene aus der Oper „Prūsai“, Musik:
G. Kuprevičius. Aufführung des Klaipėdaer
Musiktheaters im Litauischen Nationalen
Opern und Ballettheater in Vilnius
am 15.11.2019

von Herkus Mantas, die Liebe zu seiner christlichen Frau Kristina, aber auch ihr Familiendrama dargestellt: ihr gemeinsamer Sohn musste bei den Ordensrittern bleiben, Kristina wurde von den Stammesgenossen von Mantas getötet, d.h. den Göttern geopfert.

Der zweiteilige Film „Herkus Mantas“ wurde 1972 gedreht. Das Drehbuch von S. Šaltenis stützte sich hauptsächlich auf die Tragödie von Grušas. Es soll erwähnt werden, dass G. Kuprevičius auch die Musik für den Spielfilm in der Regie von M. Giedrys komponierte. Der Film war ein großer Erfolg, denn er wurde in der russischen Sprache in der ganzen Sowjetunion gespielt. Die Idee des Films entsprach den ideologischen Erwartungen der sowjetischen Kulturfunktionäre, weil hier der entscheidene, wenn auch aussichtslose Kampf gegen die deutschen Eroberer im Mittelpunkt stand. Das Ende von Herkus Mantas wurde weder in der Tragödie noch im Spielfilm gezeigt. Man kann nur vermuten, dass die Schlusszenen des Films mit dem mächtigen Heer der Ordensritter, das an die letzten prußischen Kämpfer heranrückte, auf den unausweichlichen Tod des erschöpften und resignierten Häuptling hinweisen. Das Drama endet mit dem Kampfruf von Mantas: „Prußen! Zum Kampf! Für freies Prußenland! Für freie Prußen! Für freies Land der Väter!“ (Grušas 1988, 98). Das Ende des Schwarz-Weiß-Films zeigt eine enorme Verwüstung des Landes, apokalyptische Schlachtszenen weisen auf einen endgültigen Untergang der Prußen hin. Mantas rettet noch die verwundete Fürstenschwester aus Litauen, setzt sie aufs Pferd und spricht ein bis heute manifestes Testament aus: „Reit nach Litauen, sag, dass sie bereits unsere Leichen überschritten haben!“ Dann stellt er sich allein mit erhobenem Schwert dem mächtigen Heer entgegen. Somit wurde die Brücke des kulturellen Gedächtnisses über die Prußen nach Litauen geschlagen.



Abb. 5. Szene aus dem Spielfilm „Herkus Mantas“ von M. Giedrys. Herkus (A. Šiurna) und Kotryna (E. Pleškytė), 1972



Abb. 6. Herkus Mantas. Radierung von A. Každailis

1991 erschien der Roman „Mantas“ des litauischen Schriftstellers Vytautas Talačka. Dieses Prosawerk erzählt vom Leben des prußischen Helden nach seiner Rückkehr aus Magdeburg. Das Prußenland war größtenteils unterworfen, die Ordensritter als Herren im Lande bewirtschaften die eroberten Gebiete, sie organisieren den Bau neuer Kirchen und Burgen, die Prußen müssen nicht nur Tribut zahlen, sondern auch die Arbeitskräfte liefern. Die unterjochten Prußen sind sich nicht einig: einige Nobiles können sich mit der Versklavung nicht abfinden, sie kämpfen um ihre Würde und ihren Besitz, die anderen arbeiten mit den Eroberern zusammen – für ihre Dienste, die oft gegen die Stammesgenossen gerichtet waren, bekommen sie Grundstücke und Geld. Talačka zeigt die gesellschaftliche Verwirrung durch die verschiedenen Haltungen der Prußen selbst. Der Kampf gegen den Orden bedeutete oft den Kampf gegen andere Prußen. So wurde das Panorama des doppelten Krieges wiedergegeben: des Befreiungskrieges und des Bürgerkrieges. Die erzählte Zeit umfasst die Jahre des zweiten prußischen Aufstands, also die Jahre 1260-1274. Die bereits getauften Einwohner Natangens und Warmiens wandten sich ihrer alten Religion zu. Nach der tückischen Verbrennung der prußischen Nobiles in der Lenzburg – unter denen sich auch der Vater von Herkus Mantas befand – durch den Komtur Volrad Mirabilis, wurde die traditionelle Begräbniszeremonie veranstaltet:

Auf dem Hügel, der mit hundertjährigen Eichen bewachsen war, richteten die Seher das Feuerholz an. Von den Kreuzrittern vertrieben, kehrten alte Götter in ihre Heimat zurück, mit ihnen auch ihre Diener – Seher, Waidelotten und Waidelottinnen. Viele

Jahre saßen sie im Walddickicht versteckt, beteten Perkunos, Pikullos und Potrimpus an, alte Bräuche bewahrend (Talačka 1991, 33).

Herkus übernimmt das väterliche Erbe und wird zum Natangenhäuptling gewählt, was die Entrüstung seiner Gegner hervorruft. Die Verräter Skumas, Samulis und Girdenis entführen Mantas' Frau Vida und ihren Sohn, die in Königsberg gefangen gehalten werden. Die Auseinandersetzungen zwischen den Stammesgenossen tragen wesentlich zum Untergang des Aufstandes bei. Am Ende des Romans liefern die Verräter Mantas dem Komtur von Schöneberg aus. Mantas wird von dem Ordensritter Goldbach – aus Mitleid und Ehrfurcht – mit dem Schwert getötet, danach wird er von seinem Erzfeind Schöneberg an einem Eichenast erhängt, was sowohl für die christlichen als auch für die heidnischen Krieger eine Schande bedeutete. Talačka zeichnete ein breites Panorama des durch den Krieg verwüsteten Landes, das harte Leben der Bauern, den Kampf mit Waffen um ihre Freiheit, den Kampf auf dem Felde um ihr Getreide, die Hoffnung und Resignation der Prußen und ihres Anführers Herkus Mantas, dem er ein tiefes psychologisches Porträt schenkte. Der Roman, der Ende des 20. Jahrhunderts in einem kleinen Verlag in Litauen publiziert wurde, fand bisher keine breite Leserschaft, ähnlich wie die deutschen Monte-Romane des 19. und 20. Jahrhunderts.

Das kulturelle Gedächtnis an die Prußen wird unter verschiedenen Nationen gepflegt, die als Erben des durch Christianisierungs- und Kolonisationsmaßnahmen getilgten baltischen Stammes gelten, vor allem den Deutschen und den Litauern. Die sprachliche Verwandtschaft der Litauer und die historische Affinität der Deutschen tragen zur Bildung eines vieldimensionalen Erinnerungskonstruktes bei. Der Haupttext, auf den sich nicht nur die Geschichtsschreibung und Literatur, sondern auch die bildende Kunst dieser Kulturen bezogen, ist die lateinische Ordenschronik von Peter von Dusburg. In der neuesten litauischen Ausgabe der Chronik (Dusburgietis 2005) trifft sich das mittelalterliche Zeugnis der deutschen Ordensritter mit dessen postkolonialer Revision – in den Kommentartexten von R. Batūra sowie in 65 Graphiken von A. Každailis, die von der polnischen Prußen-Forscherin Ł. Okulicz-Kozaryn inspiriert worden sind. Das Buch in dieser Gestalt darf als Ort einer multikulturellen – synchronen und diachronen – Begegnung mit der Kultur der Prußen bezeichnet werden.

Herkus Monte kennt man in Deutschland kaum noch, er lebt ausschließlich in den Geschichtsbüchern, die nur die Historiker des Mittelalters kennen. In Litauen dagegen gedenkt man der Prußen und insbesondere Herkus Mantas recht tatkräftig. Zu den beliebten männlichen Vornamen gehört nicht nur „Herkus“, sondern auch „Mantas“. Das Herkus-Mantas-Denkmal steht in der Herkus-Mantas-Straße, wo sich auch das Hauptgebäude der Universität Klaipėda befindet. Das Mantas-Bild von A. Slapšys und das Mantas-Denkmal von B. Aleknavičius zeugen vom lebendigen Kulturgedächtnis der baltischen Angehörigen.



Abb. 7. A. Slapšys: Herkus Monte



Abb. 8. B. Aleknavičius: Herkus Mantas, 1986

Bibliographie

- ARVYDAS, F. (1934), Der litauische Nationalheld der Natanger Heinrich Monte Führer des grossen Aufstandes gegen den Kreuzritterorden. Memel.
- DUSBURG, P. von (1984), Chronik des Preussenlandes. [Ausgewählte Quellen zur deutschen Geschichte des Mittelalters. Freiherr von Stein-Gedächtnisausgabe, Band XXV]. Darmstadt.
- DUSBURG, P. DE (1861), Chronicon terrae Prussiae. In: Töppen, M. (Hrsg.), *Scriptores rerum prussicarum*. Die Geschichtsquellen der preussischen Vorzeit bis zum Untergange der Ordensherrschaft, Hrsg. von Theodor Hirsch, Max Töppen, Ernst Strehlke, Erster Band. Leipzig, 3-219.
- DUSBURGIETIS, P. (2005), Prūsijos žemės kronika. Teutonų-Kryžiuočių ordinas ir Prūsijos užgrobimas. Senovės prūsų laisvės kova (1231-1283). Vilnius.
- CÜPPERS, A. J. (1912), Hercus Monte. Geschichtliche Erzählung aus der Zeit der Eroberung Preußens durch den Deutschen Orden. Köln.
- GRUŠAS, J. (1988), Herkus Mantas. Penkių veiksmyų tragedija [Tragödie in fünf Aufzügen]. Kaunas.
- EWALD, A. L. (1884), Die Eroberung Preußens durch die Deutschen. Drittes Buch. Die Eroberung des Samlandes, des östlichen Natangens, östlichen Bartens und Galindens. Halle.
- HEINRICH, A. (1865) Herkus Monte. Aus Altpreußens Vergangenheit. Mohrungen.
- KEYSERLINGK, B. Graf von (1936), Monte, der Rebell. Aufstand in Preußen um 1260. Görlitz.
- KOTZEBUE, A. von (1811), Preußens ältere Geschichte. Zweiter Band. Hamburg.
- LAUCKNER, R. (1953), *Gesammelte Werke*, Bd. 5. Darmstadt.
- LUBOJATZKY, F. (1840), Herkus Monte. Historische Erzählung aus der letzten Hälfte des dreizehnten Jahrhunderts. Marburg.
- OKULICZ-KOZARYN, Ł. (1983), *Życie codzienne Prusów i Jaćwiegów w wiekach średnich (IX-XIII w.)*. Warszawa.
- SPRINGBORN, M. (1897), Herkus Monte. Eine Erzählung aus Altpreußens Vorzeit. Berlin.
- TALAČKA, V. (1991), Mantas. Romanas. Jonava.

MICHAELA PEŠKOVÁ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0289-6368>

University of West Bohemia (Plzeň)

**ВЗАИМООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ
«АВТОИМИДЖ» И «ГЕТЕРОИМИДЖ»
(К ВОПРОСУ ВОСПРИЯТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ
АСПЕКТОВ РОМАНОВ)**

**Relationship concept ‘autoimage’ and ‘heteroimage’
(Perception of the sociocultural aspects of novels)**

Ключевые слова: имагология, литературоведческая имагология, художественный текст, имидж, «автоимидж», «гетероимидж», Владимир Сорокин, Яхим Топол

KEYWORDS: literary imagology, text semiotics, “autoimage”, “hereroimage”, Russian literature of the 21st century, Czech literature of the 21st century, Jachym Topol, Vladimir Sorokin

ABSTRACT: The paper aims to introduce research in the field of the literary imagology and text semiotics. It focuses on the analysis of the creation of “autoimage”, or rather a self-image, and “hereroimage”, or a counter-mage, the image of otherness, as a means of shaping national identity, by interpreting the artistic texts written by the Czech writer Jáchym Topol and the Russian writer Vladimir Sorokin. It pays attention particularly to their novels from the first decade of the 21st century. The texts will be compared in a broader context of social discourse. Moreover, it will address the issue of the disproportion between the intensity of attention of one nation to another (Czech-Russian and Russian-Czech) and the differences in the perception of cultural distance.

1. Введение

В 2017 году были изданы романы чешского писателя Яхима Топола (1962) «Citlivý člověk» («Чувствительный человек») и русского писателя Владимира Сорокина (1955) «Манарага». Несмотря на то что они имеют существенные жанровые различия – произведение Я. Топола представляет собой реалистический общественно-политический роман о «дне сегодняшнем», а роман В. Сорокина можно отнести к научной фантастике, – оба текста согласуются с выдвигаемыми в статье критериями имагологического описания и могут быть сопоставлены с имагологической точки зрения. Задачи статьи: во-первых, систематизация имагологических элементов, воплощенных в данных

романах; во-вторых, обоснование понятий «автоимидж» и «гетероимидж» и изучение отношений между ними в данных текстах; в-третьих, анализ новой имагологической ситуации, сложившейся в XXI веке в условиях глобализации.

Мы основываемся на принципах сравнительной литературоведческой имагологии, объектом которой являются художественные тексты. Цель имагологических исследований состоит в том, чтобы понять собственную национальную идентичность, а также национальную идентичность других, изучить механизмы ее формирования, выявить межкультурные сходства и различия, очертить границы между отдельными культурами (Dyserinc 1966).

2. Исходная имагологическая ситуация в романах

Оба романа представляют собой своеобразный вариант роуд-муви и плутовского романа. Топол (Topol 2017) пишет о современной Чехии. Главные герои романа – члены одной семьи (отец, мать, двое сыновей) – возвращаются из-за рубежа на родину через несколько стран (Великобритания, страны Центральной и Восточной Европы). Главный герой В. Сорокина (Сорокин 2017) – повар, готовивший («читавший») блюда клиентам по всему миру. Секретная процедура приготовления еды называется *book'n'grill*. Топливом для жаровни, печи в *book'n'grill* служат первоиздания книг. Действие романа происходит в далеком будущем.

В обоих романах встречаются элементы дистопии. Я. Топол показывает мрачный, жестокий мир провинциальной Чехии, мир низших социальных слоев с атрибутами апокалипсиса. Он предвещает новую мировую войну, конец Чехии, ее поглощение мировыми державами и исчезновение чешского языка (детские персонажи не научились говорить не только по-чешски, но и вообще). В романе чехи как народ оказываются в ситуации постоянной внешней угрозы и ищут стратегию выживания.

Сорокин в свою очередь предвещает конец России после новой мировой войны. Война с исламистами дала в его романе толчок к распаду государств на части со «старыми/новыми» названиями и формами государственного устройства (например, Лангедок, Пруссия, Уральская Республика, Королевство Бавария). Потеряв свой мир, русские ассимилировались во всем мире. По словам автора, даже трудно встретить носителя русского языка. Реальную Россию полностью заменило представление о ней (например, усадьба под «русский стиль», деревня Толстово в рассказе, включенном в роман). Прототип уступил место имиджу, бренду, симулякру, имитации несуществующего.

Оба автора изображают мир, в котором имагологические механизмы чрезмерно активизируются. Имагологическое начало романов состоит из четырех основных слоев: 1) изображение транзитивного исторического

времени, в котором происходит трансформация систем, переселение народов, крах и перестройка ценностей; 2) протекание действия в переходных, «горячих» зонах (границы, Запад-Восток, «кровавые земли» (Snyder 2013); 3) хронотоп дороги как источник диалога культур; 4) осложненная этническая идентичность главных героев (герои «вне системы», «аутсайдеры»).

Этническая идентичность героев Топола не ясна, их корни лежат где-то в Восточной Европе. Главный герой «Манараги» Геца имеет предков разных национальностей, он отличается «мультиидентичностью» и «гибридностью» (Геца говорит на нескольких языках, имеет несколько разных паспортов, у него несколько лет уже нет постоянного места проживания, он живет в гостиницах).

Герои этих романов находятся фактически в «непрерывной» межкультурной ситуации. Различие в том, что у Топола преобладает более традиционный подход, т. е. биполярное восприятие мира, изображение двусторонней интеракции собеседников – представителей разных народов, этносов, культурных кодов. Хотя встречается описание полилога, например, в сценах фестивалей, переговоров в рамках Евросоюза или НАТО и т. п., Топол не ставит под сомнение понятие «этнос», причем изображенные им представители этносов в большинстве случаев являются одновременно представителями «этноса своей культуры», значит, они тесно связаны с ценностями, картиной мира, типичным стилем жизни (Чернявская 2010, 313). В отличие от Топола, Сорокин понятие этноса подвергает деконструкции. Национальная принадлежность членов международной организации «Кухня» не играет никакой роли. Определение национальности зависит от того, с книгами каких авторов повара работают. С национальной принадлежностью не совпадают личные имена героев (русский Геца, американец Владимир, поляк Джон и пр.).

Мир Сорокина вообще построен на бесконечной комбинации контактов разнообразного типа, полилоге и многонациональности. В романе эта авторская установка находит выражение в описании аэропортов, международной организации «Кухня», пиршеств с международным участием и т. д.

Имагологические установки в текстах реализуются в двух типах имиджей: «автоимидж» и «гетероимидж». «Автоимидж» – это сконструированный образ самого себя, «гетероимидж» – намеренно сформированный образ «другого» (Zelenka 2019, 8). Оба эти понятия включают в себя оценочный элемент: «автоимидж» бывает скорее положительным, «гетероимидж» может быть положительным или отрицательным в зависимости от ряда факторов, в том числе от актуальных геополитических проблем. Понятиям «автоимидж» и «гетероимидж» свойственны общие признаки имиджа: «Имидж – сформировавшийся в психике людей образ объекта, к которому у них возникает оценочное отношение, проявляемое в форме мнения» (Панкрухин/Игнатъев 2008, 19). Имидж – это искусственное образование, результат сознательной внешней деятельности, навязанный субъекту извне в готовом виде, имеющий

групповую природу. Он в определенной мере динамичен (Чепкасов 2017, 74-82). Хотя имидж строится рационально, он содержит значительное количество аффективных, образных и ассоциативных элементов. Он символичен и может быть связан с реальностью в очень широком диапазоне (Петрова 2007, 37).

«Гетероимидж» по-разному соотносится с точками зрения автора, рассказчика и персонажа. В романах выступают представители самых разных национальностей (Я. Топол: русские, украинцы, китайцы и др.; Сорокин: около 20 национальностей). Дана культурно-специфическая информация. Этнические стереотипы показаны по принципу «другой – странный». Топол не ставит под сомнение понятие этнической идентичности. Сорокин понятие этноса подвергает деконструкции. Образ народа он упрощает до уровня бренда, этничность у него превращается в «товар» (тайландцы = массаж, китайцы = медицина и др.). В текстах преобладают самые частотные стереотипы. Большинство народов связано лишь с одним-двумя атрибутами (румыны = вампиры, тибетцы = монахи, немцы = «Ordnung muss sein!»).

Описано формирование «автоимиджей». Национальная идентичность чехов – одна из главных тем в творчестве Топола. У Сорокина в романе «Манарага» полностью отсутствует «автоимидж» русских, что является большим исключением в русской литературе. На основании выделения «гетероимиджей» и «автоимиджей» в текстах закреплена оппозиция «мы – они»: чехи – русские, китайцы, исламисты; русские – Евросоюз, украинцы (Топол); европейцы – исламисты, американцы, латиноамериканцы (Сорокин). Как упоминалось выше, составной частью имиджа всегда является оценочный элемент (Чепкасов 2015, 74-76), который проявляется у обоих писателей в высокой, иногда даже гипертрофированной мере.

Выделяется типичная оценочная триада (Soukup 2006, 623; Zelenka 2019, 8): положительный взгляд на другого, мания (Топол: поляки, «айвары» – обитатели Новороссии; Сорокин: американцы, англичане, Европа); отрицательный взгляд, фобия (Топол: русские, китайцы, немцы, исламисты; Сорокин: исламисты, кавказцы, балканцы); нейтральный взгляд, равенство, филия (Топол: британцы, венгры; Сорокин: немцы, норвежцы, китайцы).

Тексты можно рассмотреть и по классификации Тодорова (Todorov 1996), которая основана на следующих признаках: аксиологическом – «другой хорош или плох, я его люблю или не люблю» (сильный оценочный элемент присутствует в обоих романах); праксиологическом – «я пытаюсь приблизиться к другому или от него отойти» (Топол, например, описывает «побег» чехов из Восточной Европы на Запад; Сорокин – попытки приблизиться ко всему американскому); эпистемическом – «я другого знаю или не знаю» (многие этносы, конечно, остаются за пределами интереса и внимания авторов).

3. Взаимообусловленность и взаимодействие «автоимиджей» и «гетероимиджей»

Взаимоотношения между «гетероимиджем» и «автоимиджем» очень сложны, динамичны, взаимообусловлены. Мы предлагаем общую схему системы таких отношений (на примере «русские – чехи») – Рис. 1.

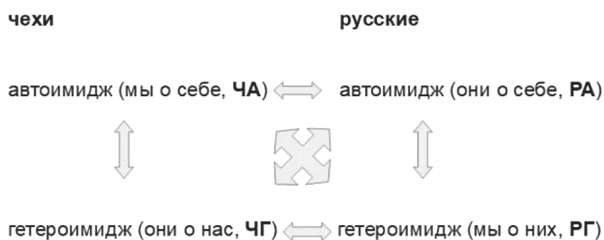


Рис. 1. Взаимоотношение «автоимиджа» и «гетероимиджа». Комментарий к рисунку:
 ЧА = «автоимидж» чехов, ЧГ = «гетероимидж» чехов, РА = «автоимидж» русских,
 РГ = «гетероимидж» русских

Каждый тип отношений имеет свой набор признаков (Таблица 1).

Таблица 1. Типы и характер отношений между «автоимиджем» и «гетероимиджем»

Тип отношений		Характер отношений
ЧА мы о себе	ЧГ они о нас	– сходство и различие культур, народов, этносов – заимствование, «проникновение», внушение образов – формирование «официальных» имиджей – трансформация «автоимиджа» с целью опровержения «гетероимиджа» – оценочность (положительная, отрицательная) – степень взаимной обусловленности «автоимиджа» и «гетероимиджа»
РА они о себе	РГ мы о них	– типология культур – общие/разные ценности – роль народов в мировом сообществе Самые слабые связи (независимость имиджей друг от друга).
ЧГ они о нас	РГ мы о них	– предварительные представления, ожидания, репутация, стереотипы, предрассудки, коллективная память Самое сильное отношение, определяющее ход межкультурной ситуации.
ЧА мы о себе	РГ мы о них	– определение самого себя на основании отношения к другому: притяжение (мания), отталкивание (фобия), равенство (филия) – мера интереса и внимания (включая нулевое внимание) – диспропорция интереса одного народа/этноса/государства/сообщества к другому
ЧГ они о нас	РА они о себе	Очень сильный оценочный элемент.

Учитывая вышеприведенную классификацию, можно выделить следующие аспекты сопоставительного анализа рассматриваемых текстов: 1) сравнение имиджей в романе «Чувствительный человек» Топола, например, как Топол изображает чехов в глазах чехов (ЧА-ч), и как он описывает образ чехов в глазах русских (ЧГ-ч); 2) сравнение имиджей в романе «Манарага» Сорокина, например, как Сорокин описывает образ чехов в глазах чехов (ЧА-р), и как он изображает чехов в глазах русских (ЧГ-р); 3) сравнение имиджей

Таблица 2. Способы реализации «автоимиджей» и «гетероимиджей» у Я. Топола

1) ЧА-ч — ЧГ-ч (Топол)	
ЧА-ч = чехи о себе глазами чешского автора	ЧГ-ч = русские о нас глазами чешского автора
<ul style="list-style-type: none"> – небольшой народ, выживающий в «долине» между Западом и Востоком («о его судьбе договариваются другие») – под постоянной угрозой уничтожения – небоеспособный – внешний имидж рая, сада – отсутствие сильного чувства принадлежности к славянам – отсутствие патриотизма 	<ul style="list-style-type: none"> – зона отдыха для русских и китайцев – райский уголок, сад – прислуга – под диктовкой Евросоюза – славянские братья и друзья – отсутствие патриотизма

Таблица 3. Способы реализации «автоимиджей» и «гетероимиджей» у В. Сорокина

2) ЧА-р — ЧГ-р (Сорокин)	
ЧА-р = чехи о себе глазами русского автора	ЧГ-р = они (рассказчик без определенной этнической идентичности) о нас; русские о чехах глазами русского автора
0	<ul style="list-style-type: none"> – провинциальный мир без особого геополитического значения (названо Брно, а не Чехия или Прага) – захолустье – разруха (после войны)

Таблица 4. Сравнение реализации чешских «автоимиджей» и «гетероимиджей» у Я. Топола и В. Сорокина

3) ЧА-ч (Топол), ЧГ-р (Сорокин)	
ЧА-ч = чехи о себе глазами чешского автора	ЧГ-р: = они (рассказчик без определенной этнической идентичности) о нас; русские о чехах глазами русского автора
<ul style="list-style-type: none"> – небольшой народ, выживающий в «долине» между Западом и Востоком (о его судьбе договариваются другие) – под постоянной угрозой уничтожения – небоеспособный – внешний имидж рая, сада – отсутствие сильного чувства принадлежности к славянам – отсутствие патриотизма 	<ul style="list-style-type: none"> – провинциальный мир без особого геополитического значения – захолустье – разруха

Таблица 5. Сравнение реализации чешских «гетероимиджей» у Я. Топола и В. Сорокина

4) ЧГ-ч (Топол), ЧГ-р (Сорокин)	
ЧГ-ч = чехи о себе глазами чешского автора	ЧГ-р: = они (рассказчик без определенной этнической идентичности) о нас; русские о чехах глазами русского автора
<ul style="list-style-type: none"> - зона отдыха для русских и китайцев - райский уголок, сад - прислуга - под диктовкой Евросоюза - славянские братья и друзья - отсутствие патриотизма 	<ul style="list-style-type: none"> - провинциальный мир без особого геополитического значения - захолустье - разруха

в рассматриваемых романах, например, как Я. Топол изображает чехов в глазах чехов (ЧА-ч), и как В. Сорокин изображает чехов в глазах русских (ЧГ-р); 4) сравнение одного и того же типа отношений в этих романах, например, как Я. Топол описывает чехов в глазах русских (ЧГ-ч), и как В. Сорокин описывает чехов в глазах русских (ЧГ-р).

Рассмотрим реализации «автоимиджа» и «гетероимиджа» в указанных аспектах (Таблица 2-5).

4. Новая имагологическая ситуация в условиях глобализации XXI века

Как показывает анализ, оба романа описывают не только «бинарное состояние» мира, но в значительной степени воспроизводят поликультурный, многонациональный мир. Такой мир приобретает следующие основные характеристики: 1) «преодоление» предыдущего «геополитического распределения», изменение «картографической реальности», глобализация; 2) исходная жизненная ситуация = постоянная межкультурная ситуация; 3) неясная этническая идентичность человека; 4) смешение языков и коммуникативных кодов.

Описанные кардинальные изменения в мире создают «новую» имагологическую ситуацию. Получается явный контраст старого и нового: дихотомия, биполярный мир – «мультиситуация», билингвизм – мультилингвизм; прирожденная этническая идентичность – «непрозрачная», гибридная, мнимая, приобретенная этническая идентичность, «полиидентичность»; этноцентризм – этнорелятивизм; «постнационализм», постколониализм – неоколониализм; общество с духовными ценностями – общество массового потребления без духовных ценностей. Приведем примеры проявления такой ситуации в рассматриваемых текстах (Таблица 6).

Таблица 6. «Старая» и «новая» имагологические ситуации

«старая» ситуация	«новая» ситуация
дихотомия	«мультиситуация»
билингвизм	мультилингвизм – территориальный – на уровне отдельного человека
четкая этническая идентичность	нечеткая этническая идентичность
этноцентризм	этнорелятивизм, «постнационализм»
постколониализм	неоколониализм
духовные ценности	отсутствие духовных ценностей

«Мультиситуация» у Сорокина проявляется, например, в том, что действие романа происходит в интернациональных городах (Берлин с турецким, арабским, китайским, русским районами). Изображены результаты глобализации, т. е. одно торговое пространство, проявление всех нововведений сразу везде (сеть ресторанов «Book n' grill» открывается одновременно в Париже, Нью-Йорке, Лондоне, Шарлоттенбурге, Будапеште, Новгороде, Пекине), непрерывное подключение к мировой сети, мобильность. Появляются специфические «мультипродукты» (первым романом для молекулярной кухни выбран роман «Ада», написанный русским автором на английском языке во французской части Швейцарии).

Мультилингвизм Топол показывает посредством смещения языков, «борьбы языков», «языковой каши», переключения языковых кодов, пародии на разные языки, слов-гибридов и т. п., что проявляется в речи рассказчика и персонажей. В романе Сорокина «Манарага» побеждает «главный мировой язык» (не назван конкретно), сосуществует несколько разных языков в одном, даже в закрытом пространстве (в одной деревне), герои свободно переключают языковые коды благодаря «цифровому переводчику в мозге», причем трудно назвать родной язык героев. У Сорокина язык в некоторых случаях уже не является составной частью национальной идентичности.

Что касается нечеткой этнической идентичности, у обоих авторов происхождение героев является смешанным, у них есть предки, которые имеют разную национальную принадлежность. У Сорокина этническая идентичность не всегда связана со страной, допускаются «сдвиги» в этнической идентичности, что сказывается на формировании «авто-» и «гетероимиджей»: «Мы» – это «братские народы Европы», а не, например, русские.

С деконструкцией концепта национальной идентичности связан этнорелятивизм в эпоху «постнационализма». Сорокин его доводит до абсурда. *Русский* не тот, кто русский по национальности, а тот, кто «читает» (т. е. сжигает) книги русских авторов.

Этнонимы превращаются в условные наименования, обозначающие не национальность, а нечто иное. В. Сорокин представляет идею особенного мультинационального героя в виде коллективного персонажа, нового громадного «Всечеловека», выраженного в образе многонациональной деревни, встречающей посетителей одним хором (слияние разных языков как мистическое воплощение Льва Толстого).

Неоколониализм у Топола показан в геополитическом смысле: миром правят большие державы, и от них зависят другие государства (Чехия подчиняется России, Китаю, ЕС, НАТО, исламистам и не оказывает на мировые процессы никакого влияния). У Сорокина в геополитическом смысле многие, даже небольшие государства пользуются независимостью, но от лидеров они зависят в экономическом смысле, заимствуя общие марки товаров.

Исчезновение духовных ценностей идет рука об руку с распространением общества массового потребления. Безудержное потребление размывает культурную специфику и ослабляет чувство национальной идентичности.

5. Заключение

Как показал анализ двух актуальных с имагологической точки зрения романов выдающихся авторов, В. Сорокина и Я. Топола, современный мир существенно изменился, а следом за ним изменилась и «имагологическая ситуация». В отличие от «традиционной», относительно «наглядной ситуации» в настоящее время мы имеем смешение, хаотичность, нечеткость, переходность и гибридность, вытекающие из бесконечности «комбинаций» межкультурных контактов и связей. «Исходная ситуация» мультикультурна. Понятия и категории, относящиеся к этнической идентичности, становятся расплывчатыми. Ответы на важнейшие имагологические вопросы – «Кто мы?», «Кто они?», «Какова наблюдающая и какова наблюдаемая культура?» – неоднозначны.

Имагологические элементы имеют разные формы осколков, из которых не всегда складывается единая система представлений. В новых условиях понятие имиджа часто сужается до уровня бренда. Усиливается фактор фиктивности, остаются имиджи без реально существующих прототипов. В условиях глобального мира усиливается взаимное влияние «автоимиджей» и «гетероимиджей». Их систематическое сопоставление дает, с одной стороны, пластический образ «взаимовосприятости» и презентации отдельных народов (существенные отличия в случае «малого» и «большого» народов – чехов и русских), с другой стороны, указывает на переход к этнорелятивизму.

Библиография

- ПАНКРУХИН, А. П./ИГНАТЬЕВ, А. Ю. (2008), Имидж страны: смена парадигмы. Взгляды из Канады, России, Великобритании и Латвии. В: Корпоративная имиджелогия. 2 [http://www.ci-journal.ru/article/112/200802image_country].
- ПЕТРОВА, Е. А. (2007), Имидж и судьба человека. В: Материалы Третьего международного симпозиума «Имиджелогия – 2007: феноменология, теория, практика». Москва [<http://hpsy.ru/authors/x667.htm>].
- ПЕШКОВА, М. (2018), «Автоимидж» и «гетероимидж» народа в языковой картине мира и их методическая разработка. В: Догнал, Й. (ред.), Определение картины мира в русском языке, культуре и литературе. Brno, 151-156.
- СОРОКИН, В. (2017), Манарага. Москва.
- ЧЕПКАСОВ, А. В. (2017), Имидж, образ, стереотип, бренд, репутация: сходное и специфичное. В: Русский язык за рубежом. 264/5, 74-82.
- ЧЕРНЯВСКАЯ, Ю. (2010), Модель этноса современного белоруса: опыт культурологического исследования в интернете. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. 1/1, 313-329.
- DYSERINC, H. (1966), Zur Entwicklung der komparatistischen Imagologie. In: Colloquium Helveticum. 7, 19-42.
- SNYDER, T. (2013), Krvavé země. Praha.
- SOUKUP, D. (2006), Stereotypy, imagologie a literární hodnoty. In: Fedrová, S. (red.), Otázky českého kánonu. Praha, 622-630.
- TODOROV, T. (1996), Dobyť Ameriky: Problém druhého. Praha.
- ТОПОЛ, J. (2017), Citlivý člověk. In: Praha.Sborník příspěvků z III. kongresu světové literárněvědné bohemistiky (sv. 1). Praha, 622-630.
- ZELENKA, M. (2018), K teórii komparatistickej imagológie (úvodné tézy). In: Zelenka, M./Tkáč Zabáková, L. (red.), Imagológia jako výskum obrazov kultúry. Nitra, 7-16.

LYUDMILA SAFRONOVA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0337-9418>

AYGERIM BEKMURATOVA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2950-1971>

Abai Kazakh National Pedagogical University

ETHNOCULTURAL IMAGES IN POSTCOLONIAL PUBLICATIONS IN THE RUSSIAN-LANGUAGE PROSE OF THE KOREAN DIASPORA

KEYWORDS: ethnocultural images, postcolonial publications, prose of the Korean diaspora of Kazakhstan

ABSTRACT: The literature of the Korean diaspora of the former Soviet Union combines the national characteristics of the Korean culture of the metropolis, the Korean national mentality, and at the same time reflects the historical realities and difficult, sometimes tragic fates of all peoples of the USSR and post-Soviet period. In this respect, the evolution of the literature of the Korean diaspora, leading from the prose in Korean to the first settlers from Korea to Sakhalin, was shown, which later were deported by Stalin's decree to Kazakhstan and Uzbekistan. The literature of the Korean diaspora in Kazakhstan goes through all stages of the development of Soviet literature – from anti-Stalin prose, romanticized thaw literature and “quiet” stagnation prose, to postmodern and feminist literature. Moreover, Confucianism and Christian motives, Buddhism and Taoism, shamanism and Russian traditional literary images, motives, and themes are organically intertwined in the work of Russian and Kazakhstani Koreans. However, crosscutting issue through all the work of Korean writers who find themselves outside their homeland, it is an appeal to national identity, attempts to acquiring, preserving or tragedy and the pain of loss.

The literature of the Korean diaspora of the former Soviet Union countries combines the national characteristics of the Korean culture of the metropolis, the national Korean mentality, and at the same time reflects the historical realities and the difficult, sometimes tragic, fate of all the peoples of the USSR and post-Soviet period (Kim/Men 1995; Kim 1999; 2006). In this respect, the evolution of the Korean diaspora's literature, which has its origins in Korean from the first migrants from Korea to Sakhalin, who were later deported to Kazakhstan and Uzbekistan by Stalin's decree, is indicative (우정권, 임형모 2010; 이광일 2012; 이정선 2014; 강희진 2015; 김병학 2018; Literatura... 2019).

In this regard, the work of Khan Din (Khan De Yen) and especially his story “Fear” in K. Shishov' translation can be an example (Khan Din 1990, 6-29). According

to Vladimir Son, “Khan Din’s early story “Fear” stands out from his diverse and extensive works”. It is about how teacher Li, deported from Vladivostok, together with the Korean Pedagogical Institute, overcoming fear, saved the unique books of ancient Korean literature which were ordered to burn by the rector’s order in Kzyl-Orda. If he had fallen ..., he would have been punished, because the case “smelled” of politics from the rector-tyrant’s opinion. Noble Lee saved the priceless books, and they found their place in the National Library of Kazakhstan. The story is based on real events of the distant 1930.

- (1) “Fear” ends with a conclusion: a person can overcome fear if there is a strong spiritual core in him, and he cannot give up his conscience if his name and honor are dear to him. This is a triumph of the spirit! (Son 2002).

The story is built on a documentary basis, but there are a lot of symbolic images and details in it that require reference to the traditions of classical Korean literature and folklore (이명재 2002; 조규익 2012). For example, this is an image of a *bloody tornado (Devil’s wind)*, symbolizing the blind destructive power of the Stalin era and fate in general.

Swallows and swallow nests mean the hero’s spiritual resurrection, awakening to a new life and hope. Swallow is a symbol of spring, goodness, happiness, hope, rebirth, home warmth, sunrise, beginning, positive transition, morning, etc. The swallow, arriving from beyond the sea, is connected with another world, with death, acts as an intermediary between death and life, a distant alien sea and near own land. In Christianity, to which many Koreans are committed, the swallow is a symbol of resurrection, since, returning with the arrival of spring, it brings a new life.

Books – a symbol of the memory of the people, their national identity. Saving the cultural memory of his people, lecturer Li gets rid of the fear of the Stalin’s regime, which has deprived him of communication with his people, parents, friends, because he symbolically shares his ethnic roots, the “collective intelligence” of his ethnic group. The image of fear, tormenting a small lonely defenseless Korean immigrant in front of a huge and blind state “machine-meat grinder”, expressed by physical metaphors, disappears as a result of spiritual involvement with the cultural values of his people.

A simple Russian peasant from the Cossacks, a freedom-loving, oppositional to Stalin’s and, in general, to any “monarchical” dictatorship person helps in the feat of saving the cultural heritage of Korean immigrants

The story “Kocho – bitter herb” by Lee Din, also a Korean migrant from the first generation, contains both genre signs of a legend and a parable (Lee 1990, 292-301). Legend usually tells a story of a hero who saves his people from disasters. The parable contains morality, which follows from a life situation told by an author. In the allegorical form, the author poses the most painful problem for the

Soviet / Stalin era – the person and the government, the person and the authority. This problem seems to be superimposed on the traditional Korean theme of the opposition of the people and officials, an honest person, a person of duty, a scientist, and a ruler who does not correspond to the Confucian commandments. As a result, a life path of such a hero is a hermit, a dialogue with nature, where he draws the missing harmony and learns the wise way of life. A traditional Korean hero chooses to serve his duty and purpose in solitude and rejection in the face of those in power.

Romantic influence on the Korean literature of the twentieth century provides in his works Mikhail Pak, who was born in North Korea and experienced a strong cultural influence of Soviet literature. According to N. O. Dzhuanyshbekov,

the fate of man and mankind at the turn of the XX-XXI centuries – the central theme of Mikhail Pak's works. The writer's appeal to it is due to his desire to find the cause of the negative phenomena occurring in society. Picturing in his works the most different people, revealing their characters and inner world, M. Pak is trying to understand why people with so much historical experience, who have great spiritual potential, sometimes commit cruel and terrible atrocities, the consequences of which have recently begun to threaten death to all mankind. The theme of death is opposed to the theme of love (2013, 66).

Pak's story "Beyond the threshold of nights" (1990, 76-127) is one of the most romantic masterpieces. It tells about the story of the tragic love of the driver Ilbo to an ordinary girl Oksun, who was poisoned by lazy and barren Menne because of the envy of Oksun's beauty. Her husbands left her all the time because of her grumpy temper and unworthy behavior, and she envied Ilbo and Oksun's family happiness.

The work is closely connected with the Korean cultural and literary traditions in the image of characters' representation and their author's assessment. The system of the characters is clearly divided into positive and negative. Positive character images are endowed with humanistic characteristics (kindness, responsiveness, connection with art, love for people, children, animals, external beauty), negative – greedy, envious, lonely, soulless, even outwardly repelling and other characteristics.

Images of nature and home description of the characters are also a means of characterizing the character row.

Traditionally for Korean literature, the theme of the hermit, the main character Ilbo, is revealed, which is connected with his rejection of an unjust human society. The image of Menne is particularly interesting, evolving into a story on the model of Christian repentance and forgiveness.

The image of the dog – Cholak – symbolizes the child that is absent in Ilbo's life in accordance with Russian and world literature (parallel with I. Turgenev's story "Mumu"); and it is the dog that becomes the hero's first hold on life, awakens him from depression caused by the loss of his beloved wife.

One more symbolic detail is valuable for the disclosure of the artistic intent of the story– an ear ring in the form of a ring, presented to Ilbo by the Gypsies. The Gypsies in literature symbolize not only freedom, asceticism, but also the image of fate, the “ring of fate”, as if predicting Ilbo’s return to society.

The image of fate, predestination is especially important for the Korean cultural tradition, so Ilbo’s encounter with the filmmaker Ladyshev (a person from the world of art) and teacher Lina (an image associated with humanism and love for children, usually symbolizing a happy future in literary works) is not accidental.

Mikhail Pak’s works unites the idea that love is the “border” connecting two worlds expressed by Pak in his story “Beyond the threshold of nights”. When a man loves and his beloved is near, he is happy, and when he loses his love, his life becomes hopeless, meaningless. Love can be regained only by learning to love the people around again, as Ilbo did in M. Pak’s work (Dzuanishbekov 2013, 67).

Alexander Kan, the author of the novel “Candidate,” reveals another fundamental and very painful topic for the Korean diaspora – isolation from national and cultural roots, half-heartedness, borderline of national identity. Kahn himself in his essay “The Bridge (History of one attraction)” annotates the content of the story:

The hero of the story, a physicist, junior researcher, writes a PhD dissertation (a thesis), a project of his dreams, living in a family with a young wife, – Of course, it is not easy, especially since a child was born, so he works at night, in a narrow room of the toilet. Moreover, his mother-in-law, while making her night patrols around the apartment, every now and then turns off the light in the toilet so as not to waste energy, which is known to turn on outside, but our hero somehow copes with it while suffering. And so it goes through the long months of his hard night classes. In the end, he presents his dissertation to his supervisor. He is very happy – he did it, everything came together! But after some time, the hero with horror found out that his brilliant work was given to another PhD student. How? What for? And then that in the USSR, especially in the Asian republics, there was such a monstrous practice: mediocrity, idlers and crooks, but equipped with rich parents, embezzled alien talented works for obtaining a scientific degree. But the talents in public, as usual, were silent, while alone with themselves they violently reflexed. In the end, our hero, who has a fragile psyche, especially against the background of eternal squabbles with his wife and mother-in-law over money, locks himself in his toilet at night and becomes crazy (Kan 2004, 421).

The story “The Candidate” expresses the theme of borderland, the psychological trauma of the oriental half-breed, who is cut off from his national and related roots (Kan 1990, 127-216). It was the circumstance that “derailed” the lives of many characters in the story – the orphanage parents of the protagonist, the “fragments” of their unknown family, the protagonist himself and his friend – the fatherless

Korean with low self-esteem and the impossibility of joining any group, the inability to fully take place in the role of a student, a talented scientist, father, as it were, the initial marginality of fate.

This blood mixing, which in the Eastern mentality is often recognized as a flaw and a violation of traditions and rules, a violation of “blood purity”, makes the hero unacceptable for himself, as he does not tolerate the chaos of uncertainty, does not tolerate the “spoiled mechanism” with his defective national identity. Even talent does not save, if a person does not have reliable support in his ancestral roots. A man without birth sources does not pass initiation, cannot take a worthy place in society, become a good husband and father, and the only way out for him is to die. A long dark corridor and a small restroom, an analogue of a coffin, become the prototype of death long before the real death of Heraclius and his Korean friend, who devoted his life to the search for his father as a fundamental starting point in destiny. Such a plot of reverse knowledge, predestination, signs of destiny is common in classical Korean literature.

Korean life is impossible outside its society, without determining its tribal affiliation. This existential problem of the Korean-half-blooded loneliness outside its collectivist nation is superimposed on the theme of the social injustice of the Soviet type with the venal and hypocritical science, leveling the uniqueness of the scientist’s personality. This contradiction is inherent at all levels of poetics: the desire for uniqueness (the rare name Heraclius) and the craving for the collective and at the same time the rejection of the Soviet takeover (figurative surname Shesternin, it means “a gear, a cog”).

Andrey Khan’s story “The Province” is already a typical postmodern text of the late 80s and early 90s of the 20th century, the heyday of postmodern poetics (Khan 1990, 216-291). “Soviet” writers with Korean roots at the end of the twentieth century are introduced to the newest literary movement, which originated in American culture and is cosmopolitan in its essence. They stop to be focused only on their national problems and the trauma of forced emigration and are included in the globalized world cultural processes.

In particular, there is a lot of intertext (hidden quotations) in this story, since the postmodern text is focused on the elite reader, who is able to learn the veiled quotes from I. Brodsky, A. Kushner, N. Gumilyov, M. Tsvetaeva, etc.

There is also a lot of experimentation with art form, especially with style. The text is thickly metaphorical, as if it was a form of poetry, not prose. The plot outline is surrealistically broken, since postmodernism sees the world as an absurd anti-system, like chaos, because from this point of view the world is fundamentally unknowable. This is symbolically expressed in the image of the blind main character.

Postmodernism introduces themes into culture that were formerly forbidden in Soviet literature – these are themes of physical and mental illness, declassification of characters, and accented physiology. So a new direction is mastering

a new material, there is a development of literature, which is trying to respond to completely different requests for reality – the “bad” time, depression, transition crisis of the end of the twentieth century in the post-Soviet countries.

The protagonist is mad, but schizophrenia is recognized as the main disease of the 21st century by modern philosophers, and the interest in a different way of thinking in literature and culture is particularly relevant. The madman’s mentality contains truth and freedom from society with its banal order and violence against the person. This story overlaps with the following works of Russian postmodernism as “Life with an idiot” by Viktor Yerofeyev, “School for Fools” by Sasha Sokolov, “Blue Fat” by Vladimir Sorokin and the modernist novels by J. Joyce, F. Kafka, W. Faulkner, etc.

Anatoliy Kim’s works take a special place in the literature of the Korean diaspora of the post-Soviet countries. A. Kim, the most famous Korean writer of Kazakhstan and Russia, was born in Shimkent, Kazakhstan. He went to Moscow, studied there and taught at the Literary Institute. His works of art hardly made their way into print during the period of stagnation, being examples of underground prose, not fitting into realistic aesthetics. His work is called mythological realism, as the Kim heroes can speak with the spirits of the dead, rise from the dead, be reborn into the body of animals or plants.

- (2) The happy birds of the whole world and the waves of all the oceans are nothing for me; the bright showers of spring light fall, tearing into shreds the shroud of white snow are nothing for me. My son came to visit me – from the world of the living stretched an even footprint to me, threw a blue necklace of his tracks on clean drifts! (Kim 1983, 488).

For the Soviet reader with a European mentality, the artistic world of Kim, relying on Buddhism and shamanism, was strange and often caused misunderstanding and even rejection. Kim was especially unlucky with the reception in Soviet criticism. Criticism has long been helpless in front of his revelations, because it did not largely coincide with the European mentality. The novel “Belka” was denied printing several times (Kim 1984). In the scandalous story of Kim “Lotos”, the artist Lokhov is experiencing a love meeting at the bedside of a dying mother. This love scene caused horror and disgust in Soviet readers, while its significance in the aspect of the Buddhist worldview was absolutely innocent. If one soul leaves this world, another soul, a small child, must come to this world to replace the outgoing one. In the Russian-language Korean literature of Kazakhstan and Russia, Kim also presents postmodern literature primarily from the late period of his work with his series of philosophical novels.

There is feminist prose with its purely feminine theme and imagery in the literature of a Korean diaspora. She is represented by Henrietta Kan with the story

“The Cycle” (Kan 1990, 170-192) and a number of dramatic works. The story of the famous Kazakhstani playwright Kan “The Cycle” is built on the basis of dramatic principles but based on realistic poetics (with a large number of dialogues, like author remarks explaining the character of the heroes and the motives of their actions, mobile scene change, energetic plot and effective decoupling) and is dedicated to theatrical life and theatrical image “behind the scenes”. This work is from the so-called Korean “women’s prose”, which most clearly manifested itself in the post-Soviet 1990s, describing the vicissitudes of women’s fate, winning a worthy place in the modern literary process and society. The story in this regard can be put on a par with theatrical works and prose of Russian writer Lyudmila Petrushevskaya, who also focuses her artistic attention on the image of a woman, her little worries and problems, her fate, obeying natural rock, her natural needs, unconsciously submitting to instincts, who cannot analyze her psychological state, limply obeying the flow of life carrying it.

In this aspect, Kan’s heroine Lera Lee is a typical image for this literary era. The writer shows her feminine evolution: in her youth she falls in love with the theatrical world and theatrical actor, since art is a textbook of life, a “pre-flight” training for a future life. The image of her husband, the genius actor, is given, on the one hand, in the common European tradition – as an “eternal child”, and, on the other hand, in the Russian tradition – as a loser, “not enduring the well-being”. This perspective of the image of a creative person – an indispensable loser – is especially common for the literature of the so-called “seventies”, in which Kim is considered to be a cohort. These are the so-called “odd people” who do not want to participate in the life race, are more victims than predators who cannot adapt to the era of stagnation with its hypocrisy, aggressive mediocrities-opportunists, etc. “We are the lowest», – wrote a representative of this literary generation Andrei Sinyavskiy, emphasizing the positive character of the hero – a social outsider. According to the Kazakhstani researcher A. Mashakova, “The leitmotif of the story ‘Cycle’ is a revolt of the dignity of the man-creator, the ruler of the scene against mediocrity” (Mashakova 2013, 79).

However, to support such an outsider and devote his life to a woman, especially a pragmatic Korean, is not always a feasible and correct life strategy. Husband-child – unnatural model of a man in marriage. His marriage with the actor Lera feels like a state of illness, a painful growth. And only in relations with Kolesov she feels truly happy, falling under the protection of the wise and reliable “breeder” of her internal growth. However, this is only a temporary state of her soul. It is not by chance that the name of the hero “Kolesov” (in Russian it means “a circle”, “a cycle”) corresponds with the title of the story “Cycle”. Reminiscence from the Bible clarifies the essence of their relationship – this is only passion, another passion in the life of a woman, only part of the wheel of her fate. It is not by chance that Kolesov never divorces his wife. And the destiny punishes lovers

for their lawless relationship. Kolesov dies from a heart attack. “What will happen to Lera now?” Her former husband and eternal child Oleg Lee wondered remotely. The answer to this question is contained in the concept of the fate of a woman in the prose of the writer – a representative of the literature of the Korean diaspora in Kazakhstan – all stages of women’s fate must be passed and played.

One more remarkable author of the period of the colonial literature of Kazakhstan is Lavrentiy Son. The story “The Area of the Triangle” describes the typical Korean character, revealing in the conditions of the deportation trauma. The little nameless Korean woman, hardworking and responsible seamstress, who survived all the horrors of the Stalin era, firmly believes in her rituals of taking clothing measures (“magic tricks to take measurements”, see: Son 1990, 73), bringing good people happiness and well-being, and bad people giving according to their merit.

- (3) Here is a little secret, which I invite you to unravel. And for a start I will inform the following. If a mother sews a handkerchief of a neighbour girl who has a flu, she recovers; if she builds trousers for Vaska who is held back a year, he will master the program of the third class and move on to the fourth; if the working dressing-gown of the master of the heavy engineering is done (and the master is in bad count with the bosses), then his affairs will get better and everyone will begin to understand that he is an excellent worker and person; if a suit is sewn to a commercial agent, our Soviet one, the merchant will certainly conclude a successful contract with the German company for the supply of equipment; if they fulfill the order of young people to sew fashionable suits and dresses, they do not change in curved mirrors, as we have already seen ... (Son 1990, 63).

There are a lot of kinds of rituals and amateur prayers in the text, since the Korean soul requires divine protection, especially – in such alarming and dangerous times.

- (4) Let’s say together a prayer-spell to the Most High, who so mocked the old master ... O heaven! Why are you so unkind and heartless to the bearer of rare magic, a skillful tailor, mother, that you, elevating the master to the top of the eternal triangle, plunged to its base, where the forces of envy and ill overcame truth and love; after all, life should go on without a tailor, without a mother, why are the fines and taxes imposed by talent and miracles so powerful, what forces drive the conveyor of silent humiliations, as you allowed small right is recognized even more minor, and the big one is blind in heart blindness, deprived of complacency and long-suffering, and you have an intention to raise the master to the throne, will your bitter smile of despair disappear from his mother’s face? (Son 1990, 74).

According to Y. Kristeva (2004, 256), focusing on the symbolism of numbers serves to protect identity, which is subject to the risks of loss. Therefore, the extension to the magic number as a kind of deity who knows both the past and the future

becomes an attempt by Korean settlers to solve the problems of adaptation in an alien society, retaining, above all, their national identity and reducing anxiety and insecurity in the Soviet country.

Lavrentiy Son's main heroine, a small Korean woman, seems to be starting her personal meditative deity – a unique, magical combination of numbers – magical clothing measures, the embodiment of her relationship to good and evil, which not only gives her a sense of identity realization that goes back to the Korean mentality (a necessary condition for self-affirmation any person), but also reliably protects against the particular evil and danger addressed to her. This is how emigrant-neurotic is only capable of dealing with its own discreteness and dispersion of the surrounding reality in order to preserve the remnants of mental health and national identity (Safronova 2015, 60).

The collection of stories “Lunar calendar pages” by writers-members of Korean diaspora in CIS, which became the main material of our research, wasn't published by accident in 1990, at the beginnings of postcolonial epoch. The collection includes creations with the theme of protest, which was obvious or mostly hidden, which is more typical for the east behavior type. First of all, these creations are in the anti-Stalinist and anti-authoritarian direction, which were written by natives of North Korea Lee Din and Khan Din. Their puny, physically weak, bodily small characters were devoted to their nation and work, despite fatal threat proceeded from the power of wealthy people. The image of an old woman seamstress from L. Son's story “The square of triangle” was in the same type, the type of the victim of Stalinist mode. Because of despair and exposure, she invented her own religion. Also there are Ilbo, the main character of Pak's story “Beyond the threshold of nights”, who was typical Korean recluse character with romantic idealizations. He was expressing his protest against imperfections of reality without any aggression, but with depression.

The character of Kan's story “Candidate”, Irakliy Shesternin, was half-breed, the product of multinational Soviet incubator, loser in all kind of things, “eternal candidate”, who didn't have any kind of inner core things due to fuzzy national identity. Therefore he wasn't a strong character, who was able to insist on his own ideas. That's why he was just a small screw of the whole system, built on the Soviet hierarchical principle, when the chief can do everything.

The idea of the lost identity and its consequences, declassification, madness was brought to absurdity in Andrey Khan's postmodernist story “Province”. Khan's character-madman finds freedom from the society in his inner world while in reality he was living in the poor conditions of the basement room.

Kim's characters-painters from “Lotus” and “Squirrel” were foreign in the Soviet atheistic society, because they believed in reincarnation, ghosts, professed zen-buddhism, denied death. They believed not in revolution, but in social evolution.

It's better to set all of the characters with creative personalities from the stories of Korean CIS writers to another group. Actually, they were always children, unsettled, unlucky, marginal, who didn't want to participate in the life race, mostly madmen. According to Kim's thoughts, all of them are the guests from the future, the favorable to live on the Earth time isn't there for them.

Kan's feminists are also falling out of the Soviet context, living a tumultuous female evolution, finding themselves more stylish and viable than their men.

Thus, we can conclude that the literature of the Korean diaspora of the USSR and then the Commonwealth of Independent States goes through all the stages of the formation of Soviet literature – from anti-Stalin prose, romanticized literature and “quiet” stagnation prose to postmodern and feminist literature. Moreover, Confucianism and Christian motifs, Buddhism and Taoism, shamanism and Russian traditional literary images, themes are quite organically intertwined in the works of Russian and Kazakh Koreans. However, a cross-cutting theme through all the work of Korean writers who find themselves outside their homeland is an appeal to national identity, an attempt to attain it, save it, or the pain of loss. As well as a hidden but constant protest, an emphasized difference, the strangeness of Korean characters in Soviet society.

This research has been funded by the Science Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan (Grant No. AP05136097).

References

- DZUANISHBEKOV, N. O. [Джуанышбеков, Н. О.] (2013), Корейская русскоязычная литература Казахстана (творчество С. Ли, М. Пака, А. Кима, А. Кана). В: Сафронова, Л. В. (ред.), Литература корейской диаспоры Казахстана. Алматы, 24-35.
- KAN, A. [Кан, А.] (1990), Кандидат. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 127-216.
- KAN, A. [Кан, А.] (1990), Невидимый остров. В: Проза и поэзия корейских писателей. Москва, 170-192.
- KAN, A. [Кан, А.] (2014), Мост. История одного притяжения. В: <https://koryo-saram.ru/aleksandr-kan-most-istoriya-odnogo-prityazheniya> [доступ 09 IX 2016].
- КНАН, А. [Хан, А.] (1990), Провинция. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 216-271.
- КНАН, А. [Хан, А.] (1990), Страх. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 6-29.
- КИМ, А. [Ким, А.] (1983), Собиратели трав. Москва.
- КИМ, G. N. [Ким, Г. Н.] (1999), История иммиграции корейцев. Кн. 1. Вторая половина XIX в. – 1945 г. Алматы.
- КИМ, G. N. [Ким, Г. Н.] (2006), История иммиграции корейцев: молодежное движение корейцев Казахстана. 1945-2000 годы. Кн. 1. Ч. 1. Алматы.
- КИМ, G. N./МЕН, D. V. [Ким, Г. Н./Мен, Д. В.] (1995), История и культура корейцев Казахстана. Алматы.

- KRISTEVA, J. (1980), *Désire in language*. New York.
- LEE, D. [Ли, Д.] (1990), Кочо – горькая трава. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 292-301.
- MASHAKOVA, A. K. [Машакова, А. К.] (2013), О творчестве писателя и драматурга Генриетты Кан. В: Сафронова, Л. В. (ред.), Литература корейской диаспоры Казахстана. Алматы, 156-164.
- PAK, M. [Пак, М.] (1990), За порогом ночей. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 76-127.
- SAFRONOVA, L. V. [Сафронова, Л. В.] (2014), Символика чисел и акцентуации корейского национального характера в рассказе Лаврентия Сона «Площадь треугольника». В: Литература и общество: корейцы СНГ. Сеул, 58-64.
- SAFRONOVA, L. V. [Сафронова, Л. В.] (ред.) (2019), Литература корейской диаспоры Казахстана: анализ и интерпретация. Алматы.
- SON, L. [Сон, Л.] (1990), Площадь треугольника. В: Сон, Л. (сост.), Страницы лунного календаря. Антология. Москва, 60-76.
- SON, L. [Сон, Л.] (2007), Дин – это правда, истина. В: <https://koryo-saram.ru/din-eto-pravda-istina> [доступ 10 VIII 2019].

- 이광일. (2012), 조선족과 고려인 문학발전단계 비교 고찰. 국제한인문학연구. 9. 87-112면.
- 우정권, 임형모, (2010), 고려인문학의 성격과 전개 양상. 현대소설연구. 44. 229-265면.
- 강희진, (2015), 『레닌기치』에 수록된 중앙시아 고려인 문학 비평 고찰. 시학과언어학회 제30. 69-95면.
- 이정선, (2014), CIS 고려인 소설에 나타난 한국전쟁. 국제한인문학연구, 14. 89-110면.
- 김병학, (2018), 재소고려인 한글신문 고려일보의 역사와 전망. 제외한인연구, 46. 35-66면.
- 조규익, (2012). 『구소련 고려인 작가 한진의 문학세계』, 한국어문학연구59, 한국어문학 연구학회. 61면.
- 이명재. 『소련지역의 한글문학』, 국학자료원, 2002. – 37면.

WOJCIECH KAJTOCH

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3000-2384>

Uniwersytet Jagielloński

POSTMODERNISTYCZNA POWIEŚĆ W OCZACH SZKOLNEGO POLONISTY

Postmodern novel in the eyes of high school Polish literature teacher

SŁOWA KLUCZOWE: Jerzy Sosnowski, Apokryf Agłai, polska powieść, współczesna literatura polska, teoria powieści, fantastyka naukowa, banalizm, powieść sensacyjna, powieść o miłości

KEYWORDS: Jerzy Sosnowski, Apocrypha of Aglaya, Polish novel, contemporary Polish literature, theory of the novel, science fiction, banality, thriller, romance novel

ABSTRACT: The article is an analysis of the well-known and popular novel by Jerzy Sosnowski – “Apocrypha of Aglaya”. Although the problem of the unusual complexity of the story and the mystery of the sense within it is usually raised, the author of the article believes that the work can be examined with simple analytical tools, without resorting to analytical instruments more complex than those used at school. Obviously “Apocrypha of Aglaya” draws on various traditions and conventions, but it is generally based on known plot patterns. However, it is original and valuable, it contains important statements about the modern condition of man, without ceasing to be a romance and a thriller. The article is methodologically structuralist and opposes postmodern research trends.

Była prężna. Raptowna. Zapięta w gorsecik,
Z linijką do karcenia zbyt ospałych dzieci,
Klaszcząc w dłonie dymiące
Okrucami kredy
Kordegarda w kokardach siłaczkowej biedy.

Ani mnie wiodła do cnoty, ni na pokuszenie,
Ani jej śmiech wstydlivy, ni słona powaga,
Tylko uczniom pryszczatym znajome pragnienie.
By właśnie guwernantkę
Rozebrać do naga.

Stanisław Grochowiak

1. Rozważania wstępne

Jerzy Sosnowski [ur. 1962] w latach dziewięćdziesiątych, kiedy jego pokolenie¹ zdobywało w artzinach literackie szlify, był raczej dziennikarzem i krytykiem literackim. Funkcjonował więc trochę na generacyjnym marginesie, o czym świadczy choćby to, że nie ma własnego hasła w „Parnasie bis...” (Dunin-Wąsowicz/Varga 1998) i występuje tam jako współautor „Chwilowego zawieszenia broni” (Klejnocki/Sosnowski 1996), owszem, książki ważnej, określonej jako „pierwsza monografia literatury trzydziestolatków” (Dunin-Wąsowicz/Varga 1998, 28-30), ale tylko krytycznoliterackiej. Lecz kiedy wystąpił z powieściowym debiutem, okazał się pisarzem znaczącym, którego książka zwróciła na siebie uwagę licznych przedstawicieli polskiego literaturoznawstwa, krytyki i publicystyki, przy czym (co we współczesnej Polsce jest nieczęste) niezależnie od przynależności generacyjnej i poglądów politycznych.

Oczywiście zainteresowali się powieścią rówieśnicy². Przede wszystkim, bardzo już wtedy znany i utytułowany, P. Czapliński [1962], uważany niebezpiecznie za lidera krytyków swojego pokolenia, zrecenzował³ rzecz w „Polityce” (Czapliński 2001). Kolejnym, nieco młodszym polonistą, akademikiem i krytykiem, który napisał recenzję – w ważnym czasopiśmie był D. Nowacki [1965] podówczas głównie znawca J. Andrzejewskiego (Nowacki 2001). Natomiast nurt prawicowej refleksji nad interesującym nas utworem zapoczątkowali: P. Kępiński [1964], poeta, dziennikarz „Czasu Kultury” i późniejszy znawca problematyki polsko-litewskiej (Kępiński 2001), a przede wszystkim R. Ziemkiewicz (2001), obecnie publicysta tak znany, że przedstawiać go nie trzeba. Ziemkiewicz jest współzałożycielem stowa-

¹ Zapowiadając swoje późniejsze postępowanie, przytoczę obowiązującą już w szkole definicję, gdyż w tym miejscu słowo *pokolenie* traktuję jako termin: „pokolenie literackie – grupa pisarzy o przybliżonym czasie urodzenia i wynikającym stąd pewnym wspólnym zespole doświadczeń życiowych, z czym łączy się wspólność podejmowanych problemów, sposobów reagowania, emocji itp. Za źródło tej wspólnoty uważa się tzw. przeżycie pokoleniowe – wstrząs duchowy, który przypadłszy na lata młodości, określa treści duchowe pokolenia” (Jaworski 1990, 48). Poruszając się na terenie Sosnowskiego i tych, którzy recenzowali „Apokryf...”, jeśli odrzucić nielicznych literatów starszych, zajmujemy się tzw. pokoleniem „bruLionu” albo „urodzonych po 1960 roku”, dla których przeżyciem pokoleniowym było wprowadzenie stanu wojennego, oraz nienazwanym jeszcze pokoleniem urodzonym w latach siedemdziesiątych, dla którego przeżyciem pokoleniowym był koniec PRL i trudy transformacji, zwłaszcza na początku lat dziewięćdziesiątych.

² To znaczy, urodzeni w latach sześćdziesiątych; w nawiasach kwadratowych podawać będą daty urodzenia wymienianych osób, o ile poznałem je, czerpiąc z ogólnie dostępnych, internetowych źródeł. Tamże zacytowałem ogólną o nich wiedzę. Zdaję sobie sprawę, że data urodzenia nie oznacza precyzyjnie, jaka jest przynależność danego literata do pokolenia literackiego, ale sądzę, że ogólnie jednak tak. Nie będę więc każdorazowo przynależności pokoleniowej określał, lecz pisał o „urodzonych w latach sześćdziesiątych”, „... w latach siedemdziesiątych” itd.

³ Zainteresowanie Sosnowskim pojawiło się też w kręgu współpracowników Czaplińskiego. Zarówno kolegów-rówieśników z poznańskiej polonistyki (P.Ś. 2001), jak i nieco młodszych (Cuber 2001), do których grona, obok M. Cuber (obecnie profesora UŚ), należy chyba zaliczyć także T. Mizerkiewicza (1971), dwadzieścia lat temu głównie krytyka literackiego, a dziś uczonego filologa, profesora UAM (Mizerkiewicz 2001).

rzyszenia Endecja, skąd można wnioskować, z którym z prawicowych nurtów się utożsamia. O „Agłai...” jednak pisał także prawicowiec młodszy i chyba bardziej radykalny W. Wencel (1972; 2001), zwany „poetą smoleńskim”, zaangażowany w ruch Solidarni 2010.

Ziemkiewicz w latach osiemdziesiątych był przede wszystkim pisarzem i krytykiem SF, działaczem fandomu. Fandom na „Agłaje...” nie pozostał obojętny i wydał w osobie M. Oramusa [1952] swoją opinię (Oramus 2001). Innymi, wypowiadającymi się o powieści przedstawicielami generacji urodzonej w latach pięćdziesiątych, byli: P. Bratkowski [1955], przedstawiciel nowej, postsolidarnościowej elity kulturalnej – pisarz, ale m.in. i dziennikarz „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, członek jury nagrody Nike (Bratkowski 2001), i P. Piaszczyński, poeta będący przedstawicielem emigracyjnej fali lat osiemdziesiątych (Piaszczyński 2003). Do urodzonych w latach pięćdziesiątych należy też autor niniejszego tekstu. Natomiast chyba najstarszym recenzentem piszącym o „Agłai...” był L. Żuliński [1949], znany już pod koniec istnienia PRL prominentny krytyk literacki, a później reprezentant tradycyjnej, postpeerelowskiej lewicy (Żuliński 2001).

Oprócz już wymienionych w powitaniu na literackim rynku „Apokryfu Agłai” brali udział i inni reprezentanci generacji urodzonej w latach siedemdziesiątych: M. Cieślik [1971] – krytyk, powieściopisarz, a w latach późniejszych ważna postać w Instytucie Książki; R. Ostaszewski [1972] – redaktor „Fa-Artu” i „Dekady Literackiej”, znany jako autor terminu *proza północy*; A. Madaliński [1976], który m.in. napisał doktorat o twórczości Andrzeja Stasiuka (Cieślik 2001; Ostaszewski 2001; Madaliński 2002). Nowe wątki wprowadziła Bernadetta Darska [1978] (pisząca pod pseudonimem) – literaturoznawczyni, specjalistka w dziedzinie krytyki feministycznej i M. Witkowski [1975] prozaik piszący zwłaszcza o problemach homoseksualistów (Cytadelski 2002; Witkowski 2001). W ten sposób w krytyce „Apokryfu...” pojawił się kolejny punkt widzenia.

Powitalne teksty napisali także inni recenzenci, których dat urodzenia nie znalazłem (Dudziak 2002; Zygmunt 2001; Opoka 2002).

Generalnie tego rodzaju przyjęcie można nazwać wyjątkowym. To jest najważniejsze, że o powieści wypowiedzieli się przedstawiciele różnorodnych kulturalnych elit Rzeczypospolitej, począwszy od katolickiej prawicy, na najrozmaiej zbuntowanych kończąc.

To jednak nie zakończyło historii odbioru powieści Sosnowskiego. Po paru, parunastu latach rozpoczął się jej drugi rozdział, już poważniejszy, literaturoznawczy. Zaczęto poruszać kwestie związane z powieścią w pracach doktorskich (Rusinek 2010) lub też ich fragmentach czy zapowiedziach (Zajac 2014), monografiach i zbiorach szkiców należących już do dziedziny krytyki uniwersyteckiej (Nęcka 2014; 2015), choć ta nieuniwersytecka nie rezygnowała (Staszewski 2018). Poza profesor UŚ, dr hab. A. Nęcką [1980], specjalistką w kwestiach problematyki

erotycznej w literaturze, wymienione w tym akapicie osoby nie ujawniły w dostępnych mi źródłach lat urodzenia, ale spodziewam się, że to już następne pokolenie pisze o „Apokryfie Agłai”.

Kończąc ten przegląd, sygnalizuję, że „fan-club” „Apokryfu...” przekroczył swym zasięgiem nasze granice i badacze nim zainteresowani pojawili się w Rosji (Koz'mina 2018; Stefanskiy 2007; 2011; 2016). Spodziewam się przy tym, że to nie koniec tamtejszych prac nad powieścią, zawierającą wszak istotny wątek rosyjski.

2. Punkt wyjścia analizy

Opublikowany w 2001 roku „Apokryf Agłai” Sosnowskiego dość powszechnie uznany został za powieść skomplikowaną, wymagającą starannej i nowoczesnej analizy. Tego typu poglądy z reguły traktuję jako wyzwanie. Od lat korci mnie sprawdzanie, czy coś bardzo prostego nie jest – tak naprawdę – trudne, a coś na pozór bardzo niejasnego – w gruncie rzeczy oczywiste. W niniejszym artykule postawiłem sobie karkołomne zadanie: zanalizowanie utworu będącego wysmakowaną, postmodernistyczną grą (kolejny przykład *communis opinio*) za pomocą narzędzi najprostszych, przynajmniej jeszcze niedawno stosowanych w szkole, a konkretnie z aparatu pojęciowego zaczerpniętego z niewielkiego opracowania S. Jaworskiego: „Słownik szkolny. Terminy literackie”, wydane w 1990 roku. Uważam bowiem, że nie tylko pisarz, lecz także literaturoznawca ma w dzisiejszym świecie prawo do miłej zabawy.

Z reguły pierwszą czynnością wykonywaną niegdyś⁴ w szkole podczas tzw. przerabiania lektury było sprawdzenie, czy została przez uczniów przeczytana. Pozytywna odpowiedź wymagała wiedzy o tym, jaka historia została – na przykład w powieści – opowiedziana. Przynajmniej wstępną znajomość fabuły⁵ uczeń szkoły średniej (nikt by nie polecił zrozerotyzowanego „Apokryfu...” jako lektury dla podstawówek) powinien zdobyć sam. Powinien się zorientować, z jakimi wydarzeniami ma do czynienia, jak połączyć je w wątki⁶, czyli poznać i uporządkować w głowie tzw. czas fabuły⁷, zaś owo uporządkowanie zakłada przede wszystkim chronologiczny układ i ukazanie na tle czasu historycznego⁸ (o ile utwór choć

⁴ Uczyłem w latach dziewięćdziesiątych. Nie znam dzisiejszej praktyki.

⁵ „Układ zdarzeń przedstawionych w utworze” (Jaworski 1990, 48).

⁶ „Fabuła obejmuje wydarzenia połączone ze sobą w jednym lub dwóch wątkach, z których każdy skupiony jest na ogół wokół działań dwóch lub więcej postaci, zespolony więzią przyczynowo-skutkową, następstwem w czasie lub dążeniem do określonego celu” (Jaworski 1990, 48).

⁷ „Czas obejmujący wszystkie wydarzenia, o których mowa w utworze, łącznie z elementami przedakcji, wydarzeń przywoływanych za pomocą retrospekcji, wspomnień, dygresji itp.” (Jaworski 1990, 30).

⁸ „Czas rzeczywistości realnej, rzeczywistych wydarzeń historycznych, na których tle umieszczone są wydarzenia przedstawione w utworze” (Jaworski 1990, 30).

w swojej części jest realistyczny, a „Apokryf...” poniekąd – jest). Generalnie zatem uczeń i każdy wykształcony czytelnik, w ramach podstawowej analizy utworu, koniecznie poprzedzającej analizy szczegółowe i interpretację – powinien unaocznic sobie (przynajmniej schematycznie i ogólnie) coś takiego, co w szczegółowy sposób niżej zaprezentuję:

3. Kalendarium wydarzeń fabuły „Apokryfu Agłai”⁹

- 1^a – początek XIX wieku: w Petersburgu ma miejsce kradzież człękoksztalnego automatu – Jasnowłosej Roxany.
- 2^a – połowa XIX wieku: wynalezienie pianoli.
- 3^a – jesienią 1917 roku Edwarda Abramowskiego męczą przedśmiertne sny.
- 4^a – wiosną 1918 Abramowski wydaje „Poemat śmierci”.
- 5^b – 1929: Henry Piraux skonstruował model psa reagującego na światło.
- 6^b – 1948: powstał cybernetyczny żółw Elmer.
- 7^b – 1958: powstaje „manipulator bioprądowy, makieta dłoni, oddająca ruchy dłoni realnej”.
- 8^x – około 1960: rodzi się Adam Kleszczewski.
- 9^x – 1963: rodzi się Andrzej Walczak.
- 10^x – ok. 1965: rodzi się Wojtek – narrator¹⁰ „Odwiedzin”.
- 11^a – początek lat 70.: ciocia Lusja (krewna Adama) wysyła syna do Ameryki.
- 12^a – 1972: nieudane próby radzieckiego atomowego okrętu podwodnego na Bałtyku.
- 13^a – wiosna 1975: ojciec Adama Kleszczewskiego chce opuścić rodzinę.
- 14^{abcx} – wakacje 1977: siedemnastoletni Adam podkochuje się w skrzypacze Barbarze, której akompaniuje (A^{ab}), Andrzej Walczak ma 14 lat (B^c), śmierć Pyjasa (C^x).

⁹ Kalendarium podaje kolejność chronologiczną. Numery 1-47 mają umożliwić skrótowe przywoływanie wydarzeń w moim wywodzie. Jeśli dane wydarzenie posiada jakieś etapy, może być przedstawione jako ciąg pomniejszych sytuacji – pojawiają się litery A, B, C, D. Litery a, b, c, x w indeksie górnym (np. 14^{abcx}, A^{ab} itd.) informują, w ramach której narracji fakty są relacjonowane. Przywołanie paru narracji oznacza, że wydarzenie relacjonowane jest w nich wszystkich. I tak: a – oznacza opowieść narratora „Odwiedzin”, w tym jego relację z tygodniowej rozmowy z Adamem. Co prawda Adam opowiada tak szczegółowo, że sam się staje niekiedy narratorem, ale rozdzielenie w ramach „Odwiedzin” głosów Wojciecha i Adama uznałem za nieopłacalne; b – fakty dane w narracji operatorki robota – Ireny, c – wydarzenia przedstawiane przez Andrzeja Walczaka – narratora „Rewizyty” (a jednocześnie fikcyjnego autora „Odwiedzin”), x – fakty ogólnie znane lub niewspominane w powieści, lecz logicznie wynikające z wydarzeń fabuły danych w narracji i przytoczeniach; te drugie bywają umieszczane w czasie w sposób przybliżony.

¹⁰ „Podmiot wypowiedzi narracyjnej ukształtowany zgodnie z obowiązującym dla tej roli (w danej epoce, gatunku, prądzie itp.) wzorcem postępowania literackiego” (Jaworski 1990, 97).

- 15^b – 1978: Irena, późniejsza operatorka Agłai/Zofii/Lilii¹¹, kończy studia i zaczyna karierę naukowo-wojskową.
- 16^b – marzec 1980: Irena wyjeżdża do ZSRR i rozpoczyna pracę w projekcie Venus (A^b), istnieje niedoskonały prototyp: Natasza (B^b).
- 17^a – około 1980/1981: odbywa się prywatka, w której uczestniczą licealista Wojtek i student – Adam Kleszczewski.
- 18^b – późna wiosna 1981: prace nad androidem zostają przeniesione na pokład okrętu podwodnego.
- 19^c – początek lat 80.: Andrzej Walczak interesuje się „Magiem” J. Fowlesa – prekursora postmodernizmu.
- 20^b – lato 1983: Irena w ramach przygotowań pobiera u aktorki lekcje kobiecości.
- 21^b – koniec 1983: kończą się prace nad marionetami, już można je wypróbować.
- 22^b – luty 1984 – zapada decyzja o rozpoczęciu akcji, tj. „eksperymentu” nad Adamem/ Krzysztofem.
- 23^{ab} – marzec 1984: (A^{ab}) przygotowujący się do Konkursu Chopinowskiego Adam/Krzysztof poznaje dziennikarza (B^{ab}).
- 24^{ab} – maj 1984: dziennikarz zaprasza Adama/Krzysztofa na przyjęcie (A^{ab}), na którym ów poznał Lilę/Zofię/Agłaję (B^{ab}).
- 25^{ab} – wrzesień 1984: Adam/Krzysztof, rzucił karierę (A^{ab}) pianistyczną i mieszka z Zofią/Lilą (B^{ab}); CIA anonimowo dzwoni do niego (C^a); tej jesieni Irena zaczyna męczyć się sytuacją i dostaje pierwszy urlop (D^b).
- 26^a – wiosna 1986: agent CIA przychodzi do Adama/Krzysztofa z głową androida.
- 27^a – czerwiec 1986: Wojtek kończy liceum na Woli.
- 28^{ab} – rok 1987: zaznacza się psychologiczna katastrofa mieszkającego z Agłają/ Lilką Adama/Krzysztofa.
- 29^{ab} – wiosna 1987: umiera ojciec Adama (A^{ab}), Adam/Krzysztof zaczyna pić (B^{ab}).
- 30^a – czerwiec 1987: Wojtek, kończąc 1 rok studiów, zdaje egzamin z łaciny.
- 31^b – styczeń 1988: Pojawiają się trudności techniczne w obsłudze androida związane z telewizorem, który kupił Krzysztof/Adam.
- 32^{ab} – kwiecień 1988: zniknięcie Zofii/Lilii/Agłai (A^{ab}) – tzn. Irena zostaje wycofana z akcji (B^b) i poddana kuracji psychologicznej (C^b). CIA porywa Adama, pokazuje mu dowody istnienia robotów (D^a) (uwaga: operatorka Agłai nie jest już przy Krzysztofie i jej relacja nie może potwierdzić faktu porwania, ani finału „Odwiedzin” – patrz p. 42).
- 33^a – druga połowa 1988: Adam/Krzysztof, szukając Lilii/Zofii/Agłai, wyjeżdża do Gdyni.

¹¹ Niekiedy w różnych relacjach (a nawet w ramach jednej) ta sama postać jest różnie nazywana, np. w odwiedzinach kochanek robota nazywa się Adam Kleszczewski, a w opowieści Ireny – Krzysztof; robot-kochanka wspomniany przez Irenę ma na imię Zofia, dla Adama jest – Lilą, a w ogóle to Agłaja. Zaznaczam to ukośnikiem.

- 34^b – koniec lipca 1988: Irena ucieka z „wypoczynku” (A^b), ale w Warszawie nie znajduje Adama/Krzysztofa (B^b), szuka go w kraju – udaje się do Gdyni (C^b).
- 35^{ab} – przełom 1988/89: Adam/Krzysztof spotyka w Gdyni miłość sprzed lat – skrzypaczkę Barbarę (A^a), śmierć matki Adama/Krzysztofa (B^{ab}), spotkanie Krzysztofa z Ireną, ale romans się nie udaje (C^b). Irena zostaje porwana przez KGB i uwięziona na pokładzie okrętu podwodnego (D^b).
- 36^a – styczeń 1989: powrót Adama z Gdyni do Warszawy.
- 37^b – koniec 1989: Kapitan okrętu podwodnego wypuszcza Irenę (A^b), ta zostaje w Polsce i urządza sobie życie (B^b).
- 38^a – początek lat 90.: Adam/Krzysztof zaczyna pracę w liceum.
- 39^a – jesień 1993: Wojtek dostaje stypendium doktoranckie – ma pisać o Edwardzie Abramowskim.
- 40^a – styczeń 1994: Od Wojtka odchodzi żona – Beata, zaczyna się akcja¹² „Odwiedzin”.
- 41^a – koniec 1994: Wojtek zatrudnia się jako polonista w wolskim liceum i spotyka tam Adama – kuzyn pracuje jako nauczyciel śpiewu.
- 42^a – styczeń/luty 1995: po studniówce Wojtek i Adam zbliżają się (A^a), ten drugi przez tydzień opowiada mu historię swego związku z Lilą/Agłą (B^a). Na koniec udają się do podziemi liceum (C^a) i po konfrontacji z nauczycielem chemii – „uśpionym” agentem KGB oraz uruchomieniu systemu sterowania uwalniają zmagazynowane tu roboty (D^a – koniec akcji „Odwiedzin”).
- 43^a – wiosna 1995 – samozniszczenie ostatnich robotów (wstęp do całego „Apokryfy Agłaji” i równocześnie poakcja¹³ „Odwiedzin”).
- 44^{ac} – styczeń 1999: Andrzej Walczak odbywa rozmowę z panem Krzysiem (być może z A./K. Kleszczewskim) – bezdomnym (?) alkoholikiem, który krótko opowiada mu historię o sobie i dziwnej kochance (A^{ac}) – okoliczności prowadzące do tego spotkania stanowią początek akcji „Rewizyty”¹⁴; parę dni później pan Krzys znikną (B^{ac}).

¹² „Ciąg zdarzeń dający się wyodrębnić w fabule dzieła lit. [...] pozostających z sobą w związku przyczynowo-skutkowym i stanowiących rezultat celowego postępowania postaci” (Jaworski 1990, 11).

¹³ Poakcja są to wydarzenia wchodzące w skład fabuły utworu, które zaszły już po zakończeniu akcji – tego terminu co prawda Jaworski w swoim słowniku nie umieścił, ale chyba tylko przez zapomnienie, bo przecież jest najzupełniej zgodny z terminologicznym systemem, do którego autor „Słownika...” się odwołuje.

¹⁴ Ewentualnie można go upatrywać w samym fakcie wydrukowania książki oraz rozpoczęcia promocji i wówczas spotkanie z panem Krzysiem wypadłoby uznać za element preakcji „Rewizyty” oraz poakcji „Odwiedzin”. Trudność polega na tym, że z jednej strony spotkanie i rozmowa nasunęły narratorowi – Andrzejowi Walczakowi – pomysł, który zdecydował o powstaniu jego powieści, z drugiej zaś ciąg wypadków, które decydują o spotkaniu narratora z Ireną, zaczyna się od wydania książki (tzn. „Odwiedzin” pióra Walczaka), które umożliwiło Irenie kontynuację dawno przerwanych poszukiwań Adama/Krzysztofa.

- 45^{bc} – koniec 1999: wychodzi powieść Andrzeja Walczaka i odbywa się jej promocja.
- 46^{bc} – początek 2000: po paru próbach nawiązania kontaktu (A^{bc}) Irenie udaje się spotkać z Andrzejem Walczakiem i w ciągu ok. 3 godzin opowiada mu całą historię uczestnictwa w projekcie Venus tudzież „romansu” z Adamem/Krzysztofem i późniejszych prób znalezienia go. Koniec spotkania (i jednocześnie koniec akcji „Rewizyty”) i powrót narratora do domu przyjaciela (B^c – poakcja).
- 47 – 12 maja, 11 listopada 1999; marzec 2000: umieszczone pod tekstem daty zakończenia pracy nad powieścią.

4. Kwestia kompozycji

Na podstawie powyższego zestawienia można poczynić kolejne obserwacje dotyczące już cech kompozycyjnych. W pierwszej kolejności chodziłoby zwłaszcza o wyróżnienie wątków i wskazanie powiązań między nimi.

W fabule „Apokryfu Agłai” traktowanego jako całość, a nie jako wydane pod jedną okładką dwie powieści – „Odwiedziny” i „Rewizyta” – widzimy następujące powiązane z danymi bohaterami ciągi przyczynowo-skutkowe:

Wątek techniczno-fantastyczny, historia powstawania automatów/robotów androidów, zdolnych do naśladowania czynności człowieka: 1^a, 2^a, 5^b, 6^b, 7^b, 16B^b, 21^b, 22^b, 31^b.

Wątek Wojtka – nieszczęśliwego męża, doktoranta, nauczyciela i narratora „Odwiedziny”, powiernika i pomocnika Adama Kleszczewskiego: 3^a, 4^a, 10^x, 17^a, 27^a, 30^a, 39^a, 40^a, 41^a, 42A^a, 42B^a, 42C^a, 42D^a, 43^a.

Ścisłe związane z poprzednim i następnym wątek Krzysztofa/Adama Kleszczewskiego (a może i pana Krzysia), zdolnego pianisty, który skutkiem niefortunnego romansu zmarnował talent i się stoczył, aczkolwiek zachował godną uwagi umiejętność opowiadania. Przewija się on przez niektóre epizody narracji Wojtka i Ireny i konstytuuje dwie wspomnieniowe opowieści – bardzo szeroko zarysowaną tygodniową „spowiedź” Adama w kawiarni i wypowiedzi Ireny w czasie rozmowy z Walczakiem. Autor „Apokryfu...” każe się też domyślać, że historii Kleszczewskiego dotyczyła i rozmowa Walczaka z panem Krzysiem.

Wątek Krzysztofa/Adama dotyczy zatem największej liczby zdarzeń: 1^a, 2^a, 11^a, 13^a, 14A^{ab}, 17^a, 23A^{ab}, 23B^{ab}, 24A^{ab}, 24B^{ab}, 25A^{ab}, 25B^{ab}, 25C^a, 26^a, 27^a, 28^{ab}, 29A^{ab}, 29B^{ab}, 32A^{ab}, 32D^a, 33^a, 35A^a, 35B^{ab}, 35C^b, 36^a, 38^a, 41^a, 42A^a, 42B^a, 42C^a, 42D^a, 43^a, 44A^{ac}, 44B^{ac}. Ponadto pełni rolę konstrukcyjnego zwornika łączącego „Odwiedziny” i „Rewizytę”, co w sumie każe widzieć w tym wątku centralny nurt fabularnych wydarzeń; ponadto epizody 14A^{ab}, 24^{ab}, 25A^{ab}, 25B^{ab}, 25C^a, 26^a, 28^{ab}, 29B^{ab}, 32A^{ab}, 32D^a, 33^a, 35A^a, 35C^b, 42B^a, 42C^a składają się na rozwiniętą, posia-

dającą własną preakcję i poakcję historię miłosną Adama/Krzysztofa i Lilii/Zofii/Agłai. Ten wątek decyduje o istotności, ważności, ocenie całego „Apokryfu...”.

Wątek Ireny – naukowca, który wplątał się we współpracę ze służbami specjalnymi i srogo za to zapłacił, obejmuje z kolei epizody: 1^a, 15^b, 16A^b, 16B^b, 18^b, 20^b, 21^b, 22^b, 23A^{ab}, 23B^{ab}, 24A^{ab}, 24B^{ab}, 25A^{ab}, 25B^{ab}, 25D^b, 28^{ab}, 29B^{ab}, 31^b, 32B^b, 32C^b, 34A^b, 34B^b, 34C^b, 35C^b, 35D^b, 37A^b, 37B^b, 46A^{bc}. Wiąże on „Rewizytę” z „Odwiedzinami”, a przede wszystkim pozwala na wyważoną interpretację wątku miłosnego. Niektóre epizody, symbolizowane są oznaczeniem ^{ab}, co wskazuje, że konstytuujące je wydarzenia oświetlane są z dwóch punktów widzenia.

Ostatni wątek – i zwięzy, i niezbyt dokładnie przeze mnie zarysowany (9^x, 19^c, 44A^{ac}, 44A^{ac}, 45^{bc}, 46A^{bc}, 46B^c) – to historia Andrzeja Walczaka, średniej klasy pisarza, który napisał „Odwiedziny”, a jest bohaterem „Rewizyty”.

Kolejny krok to całościowe określenie kompozycji¹⁵ utworu.

„Apokryf...” ma kompozycję szufladkową (szkatułkową)¹⁶. Ramę główną stanowi „Rewizyta”, tj. powieść Adama Walczaka o tym, jak mu się powieść „Odwiedziny” obmyślało, a potem promowało. W ramie tej zostają ujęte: sama powieść „Odwiedziny” oraz spowiedź Ireny. Z kolei „Odwiedziny” są ramą dla miłosnej opowieści Adama (przez Irenę zwanego potem Krzysztofem).

Ten wbrew pozorom prosty układ zyskuje pewne pozory intrygującego skomplikowania dzięki częstemu achronologicznemu omawianiu wydarzeń przez narratorów (np. retrospekcje¹⁷), a więc – generalnie – dzięki niesprzyjającemu jasności narracji stosunkowi między czasem wypowiedzi¹⁸, czasem przedstawionym¹⁹ i czasem fabuły²⁰. Kompozycja całego utworu też częściowo ignoruje naturalną chronologię, skoro najpierw przytoczono *in extenso* całe „Odwiedziny”, a potem Walczak objaśniał ich genezę.

Drugim elementem komplikującym odbiór utworu są zabiegi stylizacyjne²¹. „Odwiedziny” stylizowane są na powieść sensacyjną, a właściwie są taką powieścią,

¹⁵ „Organizacja wszystkich elementów dzieła, ich układ w następstwie kolejnych członów tekstu” (Jaworski 1990, 75).

¹⁶ „Układ fabularny wielostopniowy; narrator główny tworzy swoim opowiadaniem ramę narracyjną, w jej obrębie pojawia się narrator pomocniczy, rozpoczynający swoją opowieść, w której może wystąpić kolejny narrator itd.” (Jaworski 1990, 76).

¹⁷ „Przedstawienie wydarzeń z przeszłości zakłócające tok narracji i chronologiczny układ fabuły” (Jaworski 1990, 129).

¹⁸ „Fikcyjny, zawarty w dziele czas jego pisania” (Jaworski 1990, 29)

¹⁹ „Czas, w którym rozgrywają się wydarzenia przedstawione bezpośrednio w utworze” (Jaworski 1990, 30)

²⁰ „Czas obejmujący wszystkie zdarzenia, o których mowa w utworze, łącznie z elementami przedakcji, wydarzeń przywoływanych za pomocą retrospekcji, wspomnień, dygresji” (Jaworski 1990, 30)

²¹ Stylizacja – „ukształtowanie dzieła literackiego z nastawieniem na określony wzorzec literacki lub pozaliteracki” (Jaworski 1990, 142)

tyle że złą. Motyw²² tajnego składu KGB umieszczonego w szkolnej piwnicy wskazuje nawet na parodię²³. Z kolei miłosna opowieść Kleszczewskiego, nieco egzaltowana, w opisach namiętności przypomina na przykład „Miłosne wtajemniczenie” O. Miłosza²⁴ (opowieść mogłaby być nawet przejmująca i wzniosła, gdyby nie mówiła o miłości do ruchomej lalki). Końcowy monolog²⁵ Ireny jest poważny w tonie, przynosi historię w miarę realistyczną i psychologicznie prawdopodobną, dzięki czemu intrygująco kontrastuje z nieprawdopodobieństwem i banalnością szpiegowskich motywów „Odwiedzin”. Ów monolog jest chyba elementem bardziej porządkującym niż zakłócającym wrażenia odbiorcy, skoro potwierdza autentyczność przeżyć Kleszczewskiego, a raczej byłby, gdyby nie tytuł utworu, o czym za chwilę.

Do komplikujących odbiór czynności stylizacyjnych zaliczam także niezwykłą obfitość zapożyczeń różnych motywów literackich. Oprócz wymienionych autorów mamy pomysły zaczerpnięte z dzieł S. Lema (Sosnowski dziękuje mu za tzw. fantomologię, powinien przynajmniej także za „Tragedię pralniczą”, „Maskę” i „Rozprawę”), „Procesu” F. Kawki (pomysł ukrycia potężnej instytucji w niewidocznej na co dzień, ale standardowej przestrzeni miasta – u Kawki to strychy, u Sosnowskiego – szkolne piwnice), przypomina się „Traktat o manekinach” B. Schulza, „Mała doboszka” J. le Carré²⁶ – spis można przedłużyć.

²² „Najmniejsza cząstka znaczeniowa dająca się wyodrębnić w strukturze dzieła literackiego” (Jaworski 1990, 93)

²³ „Utwór literacki nawiązujący do określonego wzorca literackiego [...] w celu wydobywania efektów komicznych, uzyskiwanych albo przez zestawienie pewnych cech wzorca [...] z niestosownym kontekstem [...] albo przez szczególne przejawienie cech wzorca” (Jaworski 1990, 108).

²⁴ „Amoureuse initiation: roman: extrait des mémoires du chevalier Waldemar de L... [par] Oscar Vladislas de Lubicz Miłosz”, wydane we Francji w 1910 roku. Polski przekład: O. Miłosz, „Miłosne wtajemniczenie: Fragment pamiętników kawalera Waldemara de L...”, przeł. A. Międzyrzecki, Kraków 1978.

²⁵ „Jedną z podstawowych form wypowiedzi językowej, wypowiedź jednego podmiotu, stanowiąca samodzielną całość znaczeniową (w przeciwieństwie do poszczególnych wypowiedzi dialogu)” (Jaworski 1990, 91). Ścisłej rzecz biorąc, wypowiedź Ireny, mająca miejsce w sytuacji rozmowy, zmienia swą formę. Najczęściej to wspomnienie, które przybiera kształt monologu-spowiedzi, niekiedy staje się rozmową, a kiedy indziej „udaje” rozmowę i jest tzw. monologiem wypowiedzianym – bardzo wysmakowaną i w literaturze polskiej rzadką formą, powszechnie związaną z twórczością F. Dostojewskiego. Niestety Jaworski nie zdefiniował „monologu wypowiedzianego” w swoim słowniku, więc nie omawiam cech wypowiedzi Ireny realizujących ten wzorzec. Przypomnę tylko definicję z ibłowskiego „Słownika terminów literackich”: „Forma narracji występujące w prozie współczesnej. [...] W monologu wypowiedzianym narracja kształtowana jest na wzór wypowiedzi ustnej, dużą rolę grają w niej więc takie czynniki, jak zwroty do rozmówcy, gesty foniczne, powtórzenia i inne, mające naśladować nieład potocznego opowiadania. [...] Ma on zazwyczaj charakter spowiedzi, jest rozrachunkiem ze światem, polemiką z systemem przyjętych wartości” (Głowiński/Kostkiewiczowa/Okopień-Sławińska/Sławiński 2000, 323). Monolog Ireny spełnia kryteria wymienione w ostatnim zdaniu definicji, natomiast język jego tylko w małym stopniu i incydentalnie przypomina potoczną odmianę polszczyzny.

²⁶ „The Little Drummer Girl”, United Kingdom 1983. Powieść zekranizowano w USA w 1984 r.: „The Little Drummer Girl”, reż. G. R. Hill, Pan Arts Warner Bros. Pictures, grali m.in. D. Keaton i K. Kinski.

O ile jednak czerpanie różnych motywów, kontrastowanie ze sobą części utworu, stylizacje itp. „Apokryf...” wzbogacają, to zmienność imion głównych bohaterów²⁷, którzy cały czas są obecni w świecie przedstawionym utworu (obok innych czynników nadają mu więc jedność), jest komplikacją tylko mechaniczną. Natomiast prawdziwy problem Sosnowski stworzył czytelnikom swojej prozy, nadając powieści tytuł: „Apokryf Agłai”. Apokryf, jak wiadomo, to „wszelki tekst nieautentyczny, falsyfikat” (Jaworski 1990, 17), ale ani cała powieść, ani jakakolwiek jej część nie może być apokryfem, ponieważ cały utwór nie tylko niczego tajnie nie falsyfikuje, lecz także wręcz podkreśla swoją literackość i sztuczność.

Sosnowski jednak nadał jej tytuł właśnie taki, jaki nadał – prawdopodobnie słowo *apokryf* ładnie mu współbrzmiało z imieniem *Agłaja*. Trudno orzekać, czy zorientował się, że możliwy do utworzenia skrót tytułu – A.A. nieodparcie kojarzyć się będzie z funkcjonującymi w naszym kraju samopomocowymi grupami Anonimowych Alkoholików, co w połączeniu z tym faktem, że bohaterowie powieści często bywają nietrzeźwi, stwarza pokusę traktowania powieści jako niepoważnej zabawy, czystej fantasmagorii i unieważnia wszystkie ewentualne wnioski, które można by wysnuć z lektury. Zresztą czy ten efekt osiągnięto intencjonalnie, czy nieintencjonalnie – różnicy nie czyni.

5. Nowatorstwo czy tradycjonalizm?, oryginalność czy naśladownictwo?

Z powyższych rozważań można na razie wyciągnąć ten wniosek, że „Apokryf Agłai” jest utworem mało interesującym, wręcz prostym – że ma przeciętną fabułę, która „obrosła” intertekstualną i autotematyczną zabawą, że – tak naprawdę – nie ma w tym utworze nic oryginalnego, przyciągającego uwagę. Pamiętam jednak o zadeklarowanej na początku tego artykułu programowej zasadzie: „sprawdzaj, czy coś bardzo prostego nie jest – tak naprawdę – trudne, a coś na pozór bardzo niejasnego – w gruncie rzeczy oczywiste”, i nie widzę powodu, dla którego nie miałbym jej zastosować do twórczości własnej.

Czy „Apokryf Agłai” rzeczywiście jest banalny? Owszem, może częściowo być realizacją tak zwanego „banalizmu”²⁸, ale czy nie wnosi do polskiego, intelektualnego dyskursu ostatnich dwudziestu lat jakiejś nowej myśli?

²⁷ Przypominam, że Agłaja może być Lilą i Zofią, a Adam – Krzysztofem.

²⁸ „Banalizm – nurt w najnowszej literaturze polskiej przejawiający się celowym pisaniem tekstów nieinteresujących. [...] W próbie usystematyzowania polskiej alternatywy poczynionej przez M. Fleischera banalizm jawi się jednym z głównych nurtów: «To, co codzienne, banalne i trywialne stanowi centrum wielu tekstów, „banalne” są zarówno tematy, jak i zastosowane środki, które służą osiągnięciu tego celu» – pisze Fleischer – [...] «tekst kształtowany jest jako ‘nieinteresujący’ [...] jednak w taki sposób, który sprawia, że staje się on ponownie ‘interesujący’, dla kogoś, kto należy do danej subkultury, a zatem

Rozpatrzmy główny zamysł powieści. Sam pomysł cielesnego obcowania mężczyzny z człekokształtnym robotem czy automatem, a choćby i erotycznego zainteresowania nim jest nienowy, choć częstszy dopiero po rewolucji seksualnej przełomu lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych²⁹. Jeśli chodzi o klasykę, lub współczesną klasykę SF, to znawcom tematu udało się wyszukać motyw miłości do urodziwej maszyny w „Piaskunie” („Der Sandmann”) E. T. A. Hoffmanna z 1817 roku (Gajewska 2016, 126), a także: „Ewę przyszłości” („L' Ève future” – 1886)³⁰ A. de Villiers de L'Isle-Adam (Gajewska 2016, 126-127; Lem 1973, 42), „The Silver Eggheads” F. Leibera z 1956 roku (Lem 1973, 225-226). I Lem, i Gajewska omawiają „Kobietę modelowaną” („La Femme-Modelée”) L. Vignana³¹ (Lem 1973, 48-50; Gajewska 2016, 126-127). Trzeba przyznać, że nowela Vignana dobrze zapadała w pamięć, dzisiaj zapewne byłaby „kultowa”.

Jako udany film o ludzko-robocich romansach wymienilibym „Żony ze Stepford”³², wybitną produkcją (nie tylko jeśli chodzi o realizację interesującej nas tu idei) okazał się „Łowca androidów” („Blade Runner”)³³.

Pomysł jest już nawet realizowany w praktyce, ponieważ lale-masturbatory, które można kupić w sex-shopach, mają coraz to nowe funkcje i są coraz to bardziej realistyczne. Intelktualnie taki pomysł można zinterpretować następująco: mężczyźni pożądamy kobiet, ale nie są radzi płacić ceny za współzycie z jedną z nich, płacić wolnością, wyrzeczeniem się obcowania z innymi, koniecznością codziennego pójścia na kompromis, podporządkowania się kobiecym żądaniom. Wymyślili więc

zna powyższą metodę” (Dunin-Wąsowicz, 1998 – cyt. Fleischera z: Fleischer 2002). W przypadku „Apokryfu...” możemy mówić tylko o banalistycznych wpływach, ponieważ powieść ogólnie jest interesująca i dla mnie, a ja nie jestem członkiem subkultury. Ale jednak miewa fragmenty dość banalne, jak opisy szkolnego życia nauczycieli czy niby-sensacyjne zakończenie „Odwiedzin”. Ponadto banalistyczne jest zmienianie bohaterom imion – por. publikacje opowiadania Andrzeja Stefana Rodysa: „Morska róg Kwiecistej” (np. „Lampa i Iskra Boża” 1995, nr 9).

²⁹ Charakterystyczne, że ukończona w 1971 r. w Nowym Jorku książka V. Graaf w podrozdziale „Konstrukcja i sterowanie. Robot” w ogóle nie wspomina o erotycznych przygodach z robotami (Graaf 1975, 143-163), podczas gdy cytowana Gajewska w stosownym miejscu swojej książki wymienia przynajmniej kilka pozycji o interesującym mnie temacie, publikowanych od lat siedemdziesiątych (Gajewska 2016, 123-142).

³⁰ A. Villiers de L'Isle Adam, „Ewa przyszłości”, przeł. Cz. Kozłowski, Lwów 1922, porównaj także współczesne tłumaczenie R. Engelkinda: „Ewa jutra” (PIW: Warszawa 2015).

³¹ W Polsce znany tę nowelę. Pod tytułem „Cynthia”, w przekładzie L. Kossobudzkiego, weszła ona do wydanej w 1968 r. antologii francuskich opowiadań fantastycznych „Wakacje cyborga” (wyb. J. Rogozińskiego, Iskry: Warszawa 1968, seria Fantastyka – Przygoda).

³² „The Stepford Wives” („Żony ze Stepford”), USA 2004, reż. F. Oz, scen. P. Rudnick, główne role grają m.in. N. Kidman, M. Broderick, Ch. Walken, F. Hill (remake produkcji pod tym samym tytułem z 1975 r., w reż. B. Forbesa, w której grali K. Ross i P. Masterson); na podstawie powieści „Żony ze Stepford” I. Levina („The Stepford Wives” – 1972).

³³ Produkcja z 1982 r., reż. R. Scott (w Polsce na ekranach od 1990), produkcja USA-Hongkong, grali H. Ford, R. Hauer, S. Young. Swobodna ekranizacja opowieści „Czy androidy śnią o elektrycznych owcach?” autorstwa P. K. Dicka („Do Androids Dream of Electric Sheep?” 1968). Należy pamiętać, że problem „kiedy robot staje się człowiekiem” należał w twórczości Dicka do ulubionych, obok przewidywania przyszłości i przebywania w – jak byśmy to dziś powiedzieli – wirtualnych rzeczywistościach.

sobie ideę współczesnej niewolnicy – automatu, który zawsze będzie słuchać, a nigdy – protestować, nie będzie się narzucał, nie będzie ograniczał, ani nie przyniesie wenerycznych chorób i zawsze można go bez kłopotu wymienić.

Ale przecież Agłaja nie jest androidem stworzonym do uprawiania seksu, jest doskonałym narzędziem do uprawiania seksu wirtualnego, atrakcyjniejszym od rzeczywistych kobiet³⁴, choć właśnie kobieta musi nią sterować, pozostając z marionetą w stałej łączności zakładającej odczuwanie (a w każdym razie posiadanie świadomości) tego, co urządzenie mogłoby odczuwać, gdyby było żywe (ze swej strony kobieta nadaje marionecie ruch i mowę – na przykład przy symulowaniu kopulacji). Marioneta nijako umożliwia płciowe obcowanie Adamowi/Krzysztofowi, synowi nadopieczniczki matki pozostającemu na granicy impotencji – i oziębłej Irenie. Zauważmy także, że współżycie za pomocą robota obydwójgu w następstwie utrudnia, jeśli nie uniemożliwia, normalną miłość.

6. Zakończenie

Jeśli potraktować tę sytuację dosłownie, możemy uznać, że to tylko jeden z motywów naukowej fantastyki. Ale jeśli uznać, że w „Apokryfie Agłai” ten motyw funkcjonuje jako metafora szerszych zjawisk, to można w tej powieści dostrzec zarys myślenia o tym, jak współczesne kreowanie wirtualnych rzeczywistości z pomocą rozwiniętej komputerowej techniki alienuje człowieka od jego najgłębszej istoty i może się stać narzędziem powszechnej manipulacji. Idąc tropem tego rozumowania, skonstatować możemy, że „Apokryf Agłai” w kapitalnym, metaforycznym skrócie ujmuje istotę współczesnego wyobcowania człowieka ze świata natury, za które odpowiada nowoczesna cyfrowa cywilizacja.

A kiedy wyciągnie się ten wniosek, trudno już będzie uważać powieść Sosnowskiego za postmodernistyczną zabawę. Stanie się w naszych oczach ważnym ostrzeżeniem, które po prawie dwudziestu latach od momentu, w którym je opublikowano, wydaje się wciąż aktualne. Ba! Na dobrą sprawę dopiero teraz zaczyna być aktualne. Pokolenie błądzące po ulicach miast z nosami w swoich smartfonach bardzo dobrze wie o tym.

³⁴ „Nikt nie miał zabezpieczeń przeciwko mocy Agłai. Nie zwierzyłam się z tego dowództwu, bo pewnie doszliby do tego samego wniosku: że to właściwie jest koniec eksperymentu. Strach pomyśleć, co się stanie, jeśli ktoś kiedyś opanuje technologię taniego wyrobu takich marionet, bo to była jednak droga zabawka, taki *exclusiv* dla przeciwników politycznych, tych kilku, których należałoby zneutralizować, a na wielką skalę można by było pewnie, czy ja wiem? zlikwidować w ogóle przyrost naturalny w jakimś kraju? bo w konfrontacji z marionetami, niech pan nie ma złudzeń, kobiety nie miałyby żadnych szans. Sterylizacja całych narodów, skanalizowanie popędu seksualnego za pomocą maszyn, pan to sobie wyobraża?” (Sosnowski, 335).

Bibliografia

- BRATKOWSKI, P. (2001), Agłaja, czyli kto? W: Wysokie Obcasy. 18, 36.
- CIEŚLIK, M. (2001), (nota). W: Magazyn Literacki. 2, 51.
- CUBER, M. (2001), Fotele i demony. W: Pogranicza. 3, 132-136.
- CYTADELSKI, T. (2002), O kobiecie-robocie i ideałach. W: Portret. 12, 106-107.
- CZAPLIŃSKI, P. (2001), Sosnowski do czytania. W: Polityka. 11, 64-65.
- DUDZIAK, P. (2002), Świat do składania. W: Tygodnik Powszechny. 19, 13.
- DUNIN-WĄSOWICZ, P./ VARGA, K. (1998), Parnas bis. Słownik literatury polskiej urodzonej po 1960 roku, wyd. 3 i ost. Warszawa.
- FLEISHER, M. (1994), Overground. Die Literatur der polnischen alternative Subkulturen der 80er und 90er Jahre (Ein Einsicht). München.
- FLEISCHER, M. (2002), Overground. W: Paweł Dunin-Wąsowicz, Xeroferia 2.0. Antologia artzinów. Polskie alternatywne pisma literackie 1980-2000. Wersja beta. Warszawa, 18-19.
- GAJEWSKA, G. (2016), Erotyka sztucznych ciał z perspektywy studiów nad rzeczami. Gniezno.
- GŁOWIŃSKI, M./KOSTKIEWICZOWA, T./OKOPIEŃ-SŁAWIŃSKA, A. et al. (2000), Słownik terminów literackich. Wrocław.
- GRAAF, V. (1975), Homo Futurus. Analiza współczesnej science fiction. Warszawa.
- JAWORSKI, S. (1990), Słownik szkolny. Terminy literackie. Warszawa.
- JAZ (2001), W: Przekrój. 13, 74.
- КЕПІНСКИ, П. (2001), Traktat o manekinach. W: Życie z 15 III, dod. Życie z Książkami. 8.
- KLEJNOCKI, J./ SOSNOWSKI, J. (1996), Chwilowe zawieszenie broni. O twórczości tzw. pokolenia „Brulionu” (1986-1996), Warszawa.
- KOZ’MINA, YE. YU. [Козьмина, Е. Ю.] (2018), Композиция романа Е. Сосновского «Апокриф Аглаи»: моделирование читательской позиции. In: Вестник РГГУ. 2. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2 (35), 284-293.
- LEM, S. (1973), Fantastyka i futurologia, t. 2. Kraków.
- MADALIŃSKI, A. (2002), Przyjemność prostoduszna albo kicz w prozie Jerzego Sosnowskiego. W: FA-art. 4, 90-97.
- MIZERKIEWICZ, T. (2001), Anty-Pigmalion. W: Nowe Książki. 5, 70-71.
- NEĆKA, A. (2014), Zmagania z metafizyką: o twórczości Jerzego Sosnowskiego. W: Nećka, A./ Nowacki, D./Pasterska, J. (red.), Skład osobowy: szkice o prozaikach współczesnych. Cz. 1. Katowice, 417-436.
- NEĆKA, A. (2015), Polifonia: literatura polska początku XXI wieku. Katowice.
- NOWACKI, D. (2001), Ależ namiesza! W: Gazeta Wyborcza, dod. Magazyn z Książkami. 1, 14.
- ОРОКА, М. (2002), Samotność z automatu. W: Akcent. 1-2, 224-225.
- ORAMUS, M. (2001), Jaskółka uwięziona. W: Nowa Fantastyka. 10, 78.
- OSTASZEWSKI, R. (2001), Figury jazdy obowiązkowej. W: FA-art. 2, 53-54.
- PIASZCZYŃSKI, P. (2003), Szkice mniejsze: Sosnowski. W: Dziennik Polski i Dziennik Żołnierza – The Polish Daily and Soldiers Daily. 204, 5.
- P. Ś. [Śliwiński, P.] (2001), [recenzja]. W: Polonistyka. 6, 380.
- RUSINEK, W. (2010), Debiuty prozatorskie po roku 1989 i problem tekstualizmu [praca doktorska]. Katowice.
- SOSNOWSKI, J. (2001), Apokryf Agłai. Warszawa.
- STASZEWSKI, D. (2008), Jerzego Sosnowskiego gra w lokalność z towarzyszeniem orkiestry i fałszujących solistów. W: Tekstualia. 1 (12), 165-171.
- СТЕФАНСКИЙ, YE. YE. [Стефанский, Е. Е.] (2007), «Побежденное смехом страшное...» в романах М. Булгакова «Мастер и Маргарита» и Е. Сосновского «Апокриф Аглаи». In: Вестник СамГУю 5/2 (55), 187-203.

- STEFANSKIY, YE. YE. [Стефанский, Е. Е.] (2011), «Мастер и Маргарита» М. Булгакова и «Апокриф Аглаи» Е. Сосновского сквозь призму эмоции страха. W: *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego, Seria Filologia, Glottodydaktyka*. 3, cz. 1. 68, 155-167.
- STEFANSKIY, YE. YE. [Стефанский, Е. Е.] (2016), Гротеск и его мифологические истоки и в романах М. Булгакова «Мастер и Маргарита» и Е. Сосновского «Апокриф Аглаи». In: Нестеров, А. Ю. (ред.), *Третьи Лемовские чтения*. Самара, 250-264.
- WITKOWSKI, M. (2001), Jak czytać „Apokryf Aglai”? W: *Dekada Literacka*. 7/8, 98-101.
- WENCEL, W. (2001), *Papier mâché*. W: *Nowe Państwo*. 16.
- ZAJĄC, J. (2014), Wampir i namiętny cyborg. Z psychoanalizy dwóch przypadków zauroczenia przez femme fatale. W: *Postscriptum Polonistyczne*. 1 (13), 135-145.
- ZIEMKIEWICZ, R. A. (2001), Rymowanie dreszczowca. W: *Magazyn Literacki*. 3, 19.
- ZYGMUNT, T. (2001), Powieść dla wszystkich. W: *Opcje*. 3-4, 20-21.
- ŻULIŃSKI, L. (2001), Czarne dziury (z tego cyklu:) *Dmuchana laleczka prozy*. W: *Aneks Trybuny*. 154, H.

JĘZYK, TEKST, DYSKURS

ALEKSANDER KIKLEWICZ

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6140-6368>

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Czelabiński Uniwersytet Państwowy

IMAGOLOGIA A KONSTRUKTYWIZM¹

Imagology and constructivism

WYRAZY KLUCZOWE: semantyka, obraz, reprezentacja mentalna, imagologia, konstruktywizm

KEYWORDS: semantics, image, mental representation, imagology, constructivism

ABSTRACT: The author considers the problem of creating images, namely its psychological and ontological aspects. Based on the assumption that mental representation is not a mimetic reproduction of objective reality, but a reference to mutually imputed collective knowledge, the author discusses various factors of this situation. The concept proposed by the author is based on presumption that the measure of the compatibility of the image and its designate is the content dispersion occurring in society, i.e. the number of different points of view. In the constructivist model, imaging is based on communication as a modus of the social system, in this case there is a diversification of viewpoints, and the compatibility of the image with its designate is close to 0.

Słowo i obraz zgadzają się w tej mierze, w jakiej wszyscy staramy się poukładać znaczenia naszej egzystencji w jakiś, mniej lub bardziej czytelny, wzorek.

Michał Paweł Markowski, „Dzień na ziemi”

1. Wstęp

W odróżnieniu od innych form kodowania informacji w umyśle, np. takich jak pojęcie/koncept, idea, założenie, sąd, przekonanie, mniemanie itd., obraz (wizerunek, image) wymaga odniesienia do desygnatu – innymi słowy, zawsze jest o b r a z e m c z e g o ś: przedmiotu, stanu rzeczy, zjawiska, procesu, zdarzenia.

¹ Artykuł powstał w ramach realizacji projektu naukowego „Mediaestetyczny komponent współczesnej komunikacji”, wspieranego przez Rosyjską Fundację Naukową (Российский научный фонд), grant nr 18-18-00007.

Istnieje też druga ważna charakterystyka *obrazu*, szczególnie zauważalna na tle *znaczenia*: o ile znaczenie (np. leksykalne) jest przyporządkowane formie językowej (lub innemu materialnemu wykładnikowi), o tyle obrazowi jest właściwa *a t r y b u - c j a e g z e k u c y j n a*, tzn. odniesienie do określonego podmiotu obrazowania. Innymi słowy, obraz ponadto *j e s t c z y j ś*.

Uznanie reprezentacji mentalnej za jeden z fundamentalnych wymiarów semantyki języka rozpowszechniło się w epoce poststrukturalizmu – za sprawą epistemologii i fenomenologii, a także nawiązującego do tych nurtów filozoficznych kognitywizmu. Poprzedni, strukturalistyczny (neopozytywistyczny) paradygmat językoznawstwa opierał się na koncepcji znaczenia jako wartości, uwarunkowanej systemem znaków, tzn. jako zespołu cech dystynktywnych, ukazujących się w opozycjach. Aspekt psychologiczny oraz ontologiczny znaczenia pozostawały na uboczu badań lingwistycznych, w związku z czym J. Rokoszowa słusznie pisze o „zachwianiu pojęcia prawdy” w semiotyce języka, tłumacząc ten stan rzeczy wpływem strukturalizmu, który „uzmysłowił badaczom [...] sytuację rzekomego zamknięcia na rzeczywistość struktury języków naturalnych” (1997, 11). Za charakterystyczny przykład takiego ujęcia znaczenia może posłużyć definicja zaproponowana przez O. N. Sieliwierstową:

Uwzględniając istnienie języka w akcie komunikacji, znaczenie można określić przez *p o j ę c i e i n f o r m a c j i* – pod warunkiem przyjęcia następujących ograniczeń: 1) znaczenie to informacja znakowa, tzn. dotycząca denotatu jednostki językowej; 2) znaczenie to informacja przekazywana za pośrednictwem pewnej sekwencji dźwięków lub znaków graficznych, tzn. za pośrednictwem signifiant; 3) znaczenie to informacja możliwa do zrozumienia przez większość użytkowników języka operujących daną eksponentą znaku; 4) znaczenie to informacja, którą otrzymuje odbiorca poprzez przetwarzanie znaku językowego (i tylko poprzez to); inne dodatkowe informacje, które mogą towarzyszyć wypowiedzeniu w świadomości użytkownika języka, na przykład na podstawie tego, że wiedział on coś wcześniej na temat denotatu znaku, lub na podstawie ogólnego sensu wypowiedzenia, nie należą do znaczenia jednostki językowej (Sieliwierstowa 2004, 35; rozstrz. A. K.).

Jak widzimy, definiując znaczenie, badaczka posługuje się pojęciem informacji. Nie dość, że pojęcie to nie zostało zdefiniowane w słownikach terminologii lingwistycznej, to niezupełnie jasna jest jego charakterystyka ontologiczna: Sieliwierstowa pisze o informacji ze względu na odniesienie do denotatu, manifestację, odbiór i inne parametry zewnętrzne, choć brakuje jej charakterystyki psychologicznej – wszak informacja rodzi się i jest przetwarzana w ludzkim umyśle.

Nowe, fenomenologiczne spojrzenie na język zerwało z tradycją lingwistyki strukturalnej – na pierwszy plan wysunęła się kwestia znaczenia jako reprezentacji mentalnej, zintegrowanej z systemem ludzkich zachowań (zob. Kiklewicz 2017, 41 i n.). Obrazy jako kategorie pojęciowe są generowane w celu zarządzania

zachowaniem jednostek lub grup jednostek, zwłaszcza ich reakcjami na różnego rodzaju oddziaływania zewnętrzne. Konceptualizacja z tego punktu widzenia ma charakter adaptacyjny czy też, w terminologii J. Piageta (2006), akomodacyjny. Znajdujące wyraz w znakach pojęcia wynikają z właściwego naszemu gatunkowi dążenia do wyrobienia i utrwalenia określonych typów refleksów wobec określonych typów bodźców.

Przedmiotem tego artykułu jest reprezentacyjny aspekt zjawiska obrazowania. Na początku już zaznaczono, że obrazy mają swoje odniesienie referencyjne i swoją atrybucję egzekucyjną – problem polega na tym, jak te dwa aspekty są ze sobą skonfigurowane.

2. Obraz jako reprezentacja mentalna

Wykorzystując zaproponowaną przez M. Fleischera (2007, 42 i n.) terminologię, adaptacyjny proces konceptualizacji można przedstawić następująco: istniejące w systemie fizycznym obiekty i ich współoddziaływania za sprawą postrzegania w systemie biologicznym otrzymują stosowne reprezentacje w umyśle. Powstaje kwestia zgodności jednego z drugim. Z jednej strony, w procesach reprezentacji obowiązuje supozycja prawdziwości:

Nasz (postrzegany!) świat najprawdopodobniej jest mniej więcej taki, jakim go postrzegamy, ponieważ z tym widzeniem świata właśnie w nim przetrwaliśmy (ibidem, 43),

zaś z drugiej, reprezentacja mentalna (nawet o charakterze analogowym) nigdy nie przewiduje kompletnie autentycznego odtwarzania obiektu w umyśle. Często występują ponadto tzw. miraże, czyli nietrafne albo i wręcz wypaczone reprezentacje w tekstach artystycznych, publicystycznych i in. (zob. Riabczikowa 2018, 52). Na przykład w wierszu białoruskiego poety Michasia Baszłakowa czytamy:

(1) Душа моя,
Ты снова бродишь где-то.
Я одинок,
Как журавлиный крик.
[Duszo moja,
Znowu gdzieś się błąkasz.
Jestem samotny
Jak żurawi krzyk]

Trudno zrozumieć, dlaczego ten autor kojarzy sobie krzyk żurawia z samotnością – w rzeczywistości żurawie głośno krzyczą wówczas, gdy gromadzą się w (czasem liczne) stada.

„Miraże” są spotykane także w tekstach naukowych. Za jeden z przykładów może posłużyć rozpowszechniony w środowisku akademickim obraz wybitnego literaturoznawcy i semiotyka J. M. Łotmana jako dysydenta. Można o tym np. przeczytać w *Słowie wstępnym* do zbioru jego artykułów autorstwa B. Żyłki (2017, 10 i n.). Polski wydawca pisze, że w latach 60.-70. XX wieku Łotman był inwigilowany przez KGB, wpisano go na listę „niewyjezdnych”, nie wydawano paszportu – a to z powodu jego kontaktów z dysydentami. W podobnym duchu opowiadała o Łotmanie i szkole tartusko-moskiewskiej znana badaczka T. J. Jelizarenkowa w czasie swojego wykładu na Uniwersytecie Wiedeńskim w 1994 roku, którego miałem okazję wysłuchać. Inne fakty jednak zdecydowanie przeczą temu obrazowi (więcej o tym zob. Kiklewicz 2018). Po dwóch latach od czasu zatrudnienia na Uniwersytecie w Tartu (najpierw w Instytucie Nauczycielskim) Łotman obronił rozprawę doktorską (w 1952 roku), której temat brzmiał w duchu panującego wówczas realizmu socjalistycznego: „A. N. Radiszczew w walce ze społeczno-politycznymi poglądami oraz estetyką szlachecką N. M. Karamzina”. W 1961 roku na podstawie dysertacji nt. „Kierunki rozwoju literatury rosyjskiej w okresie przed powstaniem dekabrystów” przyznano mu stopień naukowy doktora habilitowanego. Tytuł profesora Łotman otrzymał w 1963 roku – w wieku 41 lat. Książki Łotmana były regularnie publikowane przez największe radzieckie wydawnictwa naukowe (w Moskwie i Leningradzie), w Tartu zaś wydawał *Prace o systemach znakowych* (ros. *Труды по знаковым системам*). Jak widać, kariera naukowa Łotmana była wręcz błyskotliwa, co można wytłumaczyć tym, że w przymusowo przyłączonej do ZSRR Estonii pełnił on ważną misję państwową oraz ideologiczną: reprezentował i aktywnie promował kulturę rosyjską. Owszem, w latach 70. strukturalizm Łotmana stał się obiektem krytyki czołowych radzieckich literaturoznawców (M. B. Chrapczenki czy J. J. Barabasza), ale później, w latach 80. i 90. Łotman sam odwrócił się od strukturalizmu na rzecz badania kulturowo-historycznych aspektów tekstów literackich.

Można wyróżnić trzy czynniki decydujące o nietrafnym, nieadekwatnym charakterze obrazowania.

Po pierwsze, system biologiczny (refleksyjny) człowieka jest wyposażony w receptory, które działają w sposób wybiórczy i mają swój ograniczony zasięg (tę okoliczność uwzględnia się m.in. w ergonomii). Niemiecki filozof R. D. Precht w związku z tym pisze:

Jakkolwiek daleko sięgną nasze odkrycia, konstruować będziemy przyrodę przy użyciu dostępnych nam narzędzi i w ramach możliwości naszej myśli. Mózg kręgowca i obiektywna rzeczywistość nie są jednak pasującymi do siebie fragmentami układanki, co wynika już z samego faktu, że sami wytwarzamy nasze przedstawienia tego, co ma być „obiektywną rzeczywistością”. „Prawdziwa rzeczywistość” jest i z konieczności pozostanie tylko naszym konstruktem” (2009, 268 i n.).

Poza tym na efekt obrazowania wpływają także czynniki kontekstowe, takie jak sposób postrzegania i warunki (np. odległość od obiektu, oświetlenie, przeszkody, wykorzystywane narzędzia itd.)². O niezbyt trafnym przedstawieniu obiektywnych stanów rzeczy mówi się, że ktoś widzi świat przez różowe okulary.

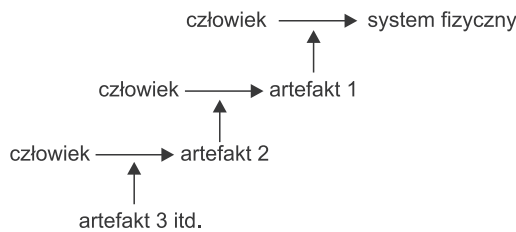
Po drugie, miarą trafności postrzeżeń (oraz utrwalających je w języku nazw) nie jest podobieństwo między obrazem a desygnatem, czyli mimesis, ponieważ człowiek działa w systemie społecznym (tzw. trzeciej rzeczywistości, według Fleischera), opartym na komunikacji. Mentalnej kategoryzacji obiektów dokonuje się w określonym kontekście społecznym, a więc przy uwzględnieniu perspektywy behawioralnej i współuczestniczeniu innych ludzi, reprezentujących określone punkty widzenia czy też oczekiwania. Dlatego framing jako proces przyporządkowania doświadczeń określonym kategoriom mentalnym (a także, oczywiście, proces tworzenia takich kategorii) oscyluje między dwoma obszarami odniesienia: systemem fizycznym oraz systemem społecznym. Taka ambiwalencja procesu obrazowania skutkuje tym, że reprezentacyjność konceptów i znaczeń leksykalnych w sensie ontologicznym zostaje zachwiana. Jak pisze Rokoszowa: „Pojęcia ludzkiego języka nie odpowiadają inherentnym cechom rzeczy, lecz ich cechom interakcyjnym” (1997, 12). Badaczka uważa, iż we współczesnym paradygmacie kultury

prawda przestała przynależeć rzeczom w sposób absolutny, stała się dostępna w działaniu i w zależności od wielu czynników. Stała się mianowicie funkcją naszego systemu pojęciowego, a nie jego objawieniem danym z zewnątrz, obiektywnie przynależnym światu pozajęzykowemu. Opiera się ona na doświadczeniu i zrozumieniu – akcie permanentnego odnoszenia poprzez procedury umysłowe do warunkowanych kulturowo i gromadzonych w osobowej pamięci konfiguracji i wzorców – stanów naszej wiedzy. Nastąpiła zatem zmiana zasady kwalifikacji postrzeganego świata – rzeczy i cech. Opiera się ona [...] na permanentnym uczestnictwie, konstruowaniu sceny, tworzeniu układów komunikacyjnych, operowaniu ruchomą skalą odniesień, która choć niedowolna, jest podatna na tworzenie nowych układów (Rokoszowa 1997, 12).

² Z jednej strony, na postrzeganie i konceptualizację bodźców znacząco wpływa zespół poprzednich doświadczeń, wytworzone w procesach przetworzenia informacji nawyki i stereotypy, z drugiej zaś, struktura rzeczywistości w dużym stopniu określa te nawyki i ukształtowane na ich bazie predyspozycje mentalne, co może nasuwać wniosek o determinizmie fizycznym. Ideę tę zrealizowano w fundamentalnej monografii W. Podogori (2013), w innym, publicystycznym stylu pisze o niej Agnieszka Krzemińska w artykule „Liczenie na Sofię” na łamach „Polityki” (2019/37). Jak czytamy w artykule, ciekawość do matematyki wzbudził u Sofii Kowalewskiej brat ojca Piotr, ale też... wystrój jej pokoju. W trakcie remontu dworu zamówiono zbyt mało tapet, więc ktoś wpadł na pomysł, by ściany w pokoju dzieci wykleić znalezionymi na strychu papierami. Traf chciał, że były to litografie ze skryptu wykładów Michaiła Ostrogradskiego, jednego z założycieli petersburskiej szkoły matematycznej, na temat rachunku różniczkowego i całkowego. Sonia całe dnie wpatrywała się w tajemnicze wzory i, chcąc je zrozumieć, zasypywała gubernera Józefa Malewicza matematycznymi pytaniami. Dziewczynka po kryjomu zaczęła studiować „Kurs algebry” Louisa Bourdona i podręcznik do fizyki Nikolaja Tyrtowa. U matematyka Aleksandra Strannolubskiego zrozumiiała, co oznaczają tajemnicze wzory z tapety.

Czynnik społeczny sprawia, że kategorie umysłu stanowią, jak pisze Fleischer, „o p e r a t y w n e f i k c j e” (2005b, 21). Powołując się na S. Schmidta (2003, 25), Fleischer twierdzi, że celem obrazowania nie jest kontyngencja poprzez „obiektywne porównanie z rzeczywistością”, lecz „odniesienie do wzajemnie imputowanej kolektywnej wiedzy”.

Po trzecie, pierwsza (w terminologii Fleischera) rzeczywistość nie sprowadza się do bytów materialnych (substancji) i ich relacji – Precht pisze, że „organizmy [...] powstają w procesie wymiany z otoczeniem” (2009, 268; zob. także: Welton 2011, 23), a kluczowym elementem tej wymiany jest wpływ człowieka na środowisko naturalne. Sam proces postrzegania i proces tworzenia artefaktów umysłu ma ponadto charakter wielopoziomowy: początkowo występują one jako pośredniki w relacjach między człowiekiem a środowiskiem (systemem fizycznym), jednak na kolejnych etapach rozwoju systemu biologicznego i systemu społecznego same stają się obiektami refleksji (zob. Kiklewicz 2004, 74).



Rys. 1. Stratyfikacyjny układ artefaktów

Obiekty obrazowania tworzą hierarchię, poczynając od postrzeganych przez zmysły obiektów fizycznych, a kończąc na wirtualnych fenomenach mentalnych, tzn. o wysokim stopniu abstrakcji. Struktura obrazowania poniekąd odpowiada stratyfikacyjnej strukturze ludzkich p o t r z e b (fizjologicznych, bezpieczeństwa, przynależności, szacunku i samorealizacji), które – zgodnie z teorią A. Masłowa (2006) – realizują się na kilku poziomach. Na pewnym etapie funkcjonowania, tzn. w obrębie i w warunkach systemu społecznego, obiekty obrazowania stanowią jednocześnie produkty ludzkiej działalności. W sytuacji, gdy tak obraz, jak i jego desygnat wywodzą się z tego samego źródła (podmiotowej i społecznie znaczącej) aktywności, pojęcie „prawdziwego obrazu rzeczywistości”, a nawet pojęcie „obiektywnej rzeczywistości” traci swój podstawowy sens. Na przykład sposób postrzegania i konceptualizacji relacji międzyludzkich, takich jak miłość, wierność, przyjaźń itp., bezpośrednio zależy od subiektywnych doznań miłości, wierności, przyjaźni itd. Pod tym względem reprezentacje mentalne, zgodnie z biologią poznania w wersji H. R. Maturany i F. J. Vareli (1987), mają charakter a u t o p o j e t y c z n y.

W celu realizacji informacji semantycznej tego rodzaju ukształtowała się kategoria reprezentacyjnych czy też asertywnych aktów mowy (typu *Stara miłość nie rdzewieje*).

Zgodność obrazu z desygnatem (czyli stopień obiektywizmu) można określić poprzez liczbę (organicznych i funkcjonalnych) charakterystyk desygnatu, znajdujących wyraz w treści obrazu. Taka mierzalność obrazowania jest jednak nie zawsze możliwa, o czym w odniesieniu do pojęcia „narodowego esencjalizmu” pisze J. Leersen (2018, 12) – zwłaszcza dotyczy to domniemanych, pozornych, sublimacyjnych (w terminologii N. D. Arutiunowej, zob. 1988, 76) składników charakteru narodowego, np. takich jak gościnność, wrogość, tolerancja, temperament, usposobienie i in.

3. Obrazowanie w świetle konstruktywizmu

Koncepcja znaczenia jako reprezentacji mentalnej nawiązuje do fenomenologii i empiriocentryzmu. Jej genezy można dopatrywać się w XIX-wiecznej filozofii romantyzmu. Precht pisze o charakterystycznym dla poglądów filozoficznych A. Schopenhauera czy F. Nietschego sensualizmie:

[...] Zdolności poznawcze ludzkiego ducha są bezpośrednio zależne od wymogu ewolucyjnego przystosowania. Człowiek jest w stanie poznać tylko to, na co pozwala aparat powstały w ewolucyjnej walce o przetwarzanie. [...] Człowiek tworzy sobie obraz świata wedle tego, na co pozwalają jego zmysły i świadomość [...] (2009, 25).

Niemiecki autor dodaje:

Nawet najbardziej wymyślna aparatura pomiarowa i najbardziej wyrafinowane obserwacje nie zmieniają tego podstawowego faktu, że człowiekowi po prostu odmówione jest obiektywne poznanie (tamże, 26). Jakkolwiek daleko sięgną nasze odkrycia, konstruować będziemy przyrodę przy użyciu dostępnych nam narzędzi i w ramach możliwości naszej myśli (tamże, 268).

Takie ujęcie ludzkiego poznania traktuje się jako k o n s t r u k t y w i s t y c z n e (Barnes/Bloor/Henry 1996, 87; Beutinger-Menzen 2006, 131; Zimmermann 2006, 269). W odróżnieniu od realistów, którzy twierdzą, że kategorie poznawcze odzwierciedlają rzeczywistość, konstruktywiści dowodzą ich względności³: kategorie to subiektywne, generowane w procesach i na rzecz komunikacji konstrukty umysłu.

Pod wpływem XIX-wiecznego sensualizmu w XX stuleciu powstała socjologia wiedzy (konstruktywizm społeczny), m.in. za sprawą M. Schelera (1926, 61 i n.),

³ Zgodnie z przekonaniem G. Batesona: „Wszelkie doświadczenie jest subiektywne” (1996, 48).

który wyodrębnił osiem typów wiedzy kształtowanej w warunkach empirycznych doświadczeń i specyficznych nastawień mentalnych członków poszczególnych grup społecznych. Apologię tak rozumianego konstruktywizmu znajdujemy m.in. w słynnym artykule „Jak to być nietoperzem” autorstwa T. Nagela (1974).

Postulat A. Schütza (1962, 149) o społecznej dystrybucji wiedzy (ang. *social distribution of knowledge*) (zob. też Berger/Luckmann 1966, 28) znalazł swój wyraz w modelu umysłu dyskursywnego, którego główna teza brzmi:

W umyśle istnieje pewna liczba względnie autonomicznych całościowych modułów reprezentacji, z których każdy wiąże z pewnym specyficznym kontekstem społecznym, obecnym w historii socjalizacji człowieka (Stemplewska-Żakowicz/Zalewski/Suszek i in. 2009, 70)⁴.

Autorzy tej koncepcji podkreślają, że „każda wiedza jest czyjaś”, czyli „społecznie skonstruowana”, a jej podmiotem jest „osoba w swej tożsamości społecznej, wynikającej z uczestnictwa w danej grupie lub relacji” (tamże, 75). Dlatego w przypadku torowania czy też poprzedzania (ang. *priming*) nie można liczyć na ten sam efekt dla wszystkich odbiorców – każdy przekaz powinien być dostosowany do kontekstu, w którym są aktywizowane określone struktury wiedzy⁵. Autorzy zaznaczają:

W systemie poznawczym wiedza pochodząca z różnych kontekstów społecznych zapisuje się w odrębnych modułach reprezentacji – nawet jeśli dotyczy tego samego przedmiotu (tamże, 75).

Za jedną z form konstruktywizmu można np. uznać p r e z e n t y z m: w historiografii jest to ekstrapolacja danych o terażniejszości na obszar wydarzeń z przeszłości, czyli intelektualne konstruowanie przeszłości. Terażniejszość jest traktowana jako następstwo przeszłości, więc na podstawie analizy terażniejszości generuje się informację o przyczynach i motywach kolejnych stanów historycznych (więcej o tym zob. Sawieliewa/Poletajew 2008, 385 i n.).

We współczesnym kognitywizmie zarysowała się tendencja do ujęcia zjawiska obrazowania w perspektywie s a m o r g a n i z a c j i o r g a n i z m ó w (Precht 2009, 269). Tak więc I. K. Archipow pisze:

Obiektywny charakter wiedzy nie jest uwarunkowany mechanizmem poznania, lecz określony konsensualnie, w odniesieniu do ocen ekspertowych, którym ufamy (2013, 512 i n.).

⁴ W powieści Daniła Granina *Idę na burzę* czytamy: „Specjalista to człowiek, który wie coraz to więcej na temat coraz mniejszej liczby rzeczy, tak że w końcu będzie wiedział wszystko o niczym. A filozof wie coraz to mniej na temat coraz większej liczby wiedzy, tak by w końcu nie wiedzieć nic o wszystkim”.

⁵ Konstruktywizm zakłada zależność spostrzegania od kontekstu (Grochalska/Falkowski 2008, 54).

W tym samym duchu wypowiada się Fleischer: jego zdaniem z punktu widzenia konstruktywizmu problem pośredniczenia rzeczywistości oraz manipulacji w mediach w ogóle nie istnieje, gdyż, jak podkreśla badacz, „manipulacja jest immanentnym procesem w systemie konstrukcji rzeczywistości, i w tym sensie wszyscy manipulujemy i jesteśmy manipulowani” (2005a, 10). Podobnie P. Nowak i R. Tokarski piszą, że komunikacja medialna oparta jest na przekazywaniu deklaracyjnych (w swej istocie kreatywnych, perswazyjnych, a nie informujących, orzekających) aktów mowy, a różnorodność oczekiwań odbiorców pozwala dziennikarzom tworzyć subiektywną wizję świata (2007, 12). Twórczy, a nie odtwórczy charakter ma także obraz literacki – jest to „fragment rzeczywistości przedstawionej w utworze, niekiedy pojmowany jako odbicie cząstki świata realnego, gdy w istocie jest on zawsze jego artystycznym przetworzeniem” (Handke 2008, 240).

U Fleischera czytamy:

Komunikacja nie jest ukierunkowana na przekazywanie informacji, [...] lecz na odbywające się za pośrednictwem komunikatów dopasowanie, przystosowanie, sprawdzanie i negocjowanie intersubiektywnych konstruktów z uwagi na ich zgodność, pokrywanie się z innymi kolektywnymi konstruktami i ich elementami oraz z obrazami świata (2005a, 10).

Wszystkie obiekty językowe są [...] kognitywnymi konstruktami. [...] Konstrukty te nie funkcjonują jako odzwierciedlenia lub reprezentacje rzeczywistości, lecz jako konstrukty kulturowe, co do których zakładamy – z tych czy innych, lecz wewnątrzsystemowych powodów – że mają coś wspólnego z rzeczywistością [...] (2005b, 117)⁶.

W taki relatywistyczny sposób traktuje się wizerunek jako kategorię komunikacji społecznej: podkreśla się, że jest to subiektywne wyobrażenie o obiekcie, które nie musi pokrywać się z rzeczywistością (Huber 1994, 15). W związku z tym rozróżnia się pojęcia wizerunku i tożsamości, czyli, jak pisze A. Kozłowska (2005, 3), tego, co powstaje w umyśle konsumenta, i tego, czym firma lub produkt w rzeczywistości jest.

Mechanizm komunikacji, według Fleischera, polega na samoregulacji czy też rekurencji:

Mówimy przede wszystkim po to, by utrzymywać mówienie w ruchu; mówimy, by brać udział i przynależać (do czegoś), ponieważ przez to możemy mniemać (wierzyć), że jesteśmy członkami grup, organizacji, społeczeństw itp. (2008, 31).

⁶ W podobnym duchu pisze Marcin Piątkowski na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2019/19): „Lubię cytować powiedzenie Napoleona, że historia jest zbiorem kłamstw, które postanowiliśmy uważać za prawdę. Dotyczy to także tradycji szlacheckiej, którą nasza arystokracja wytworzyła głównie na własny użytek”.

Owszem, można obserwować sytuacje komunikacyjne, oparte na zachowaniach rekurencyjnych – taki charakter mają tzw. fatyczne akty mowy. Nie można jednak się zgodzić, że całe zjawisko komunikacji polega na zasadzie rekurencji. U Fleischera (2008, 30) komunikacja stanowi modus (globalnego) systemu społecznego, lecz ze zdroworozsądkowego punktu widzenia komunikacja istnieje także na poziomie intersubiektywnym, tzn. poprzez realizację aktów mowy, których funkcjonalność nie ma nic wspólnego z samoorganizacją w wymiarze globalnym („utrzymywaniem mówienia w ruchu”), lecz dotyczy okazjonalnych, sytuacyjnie uwarunkowanych zachowań jednostek we współdziałaniu z otoczeniem. Zwracając się do przechodnia z pytaniem: *Która godzina?*, nie mamy na myśli „negocjowania intersubiektywnych konstruktów” – chodzi nam o uzyskanie konkretnej informacji, niezbędnej do zorientowania się w sytuacji (tu i teraz).

Wiedza ludzka w dużym stopniu ma charakter konsensualny (por. koncepcję prawdy konsensualnej: Dębowski 2010, 77), tzn. jest kształtowana według zasady: „Wiem, bo inni wiedzą”⁷. Zasada ta sprzyja rozwojowi konformizmu społecznego, co obecnie obserwuje się w środowisku portali społecznościowych. C. O’Connor i J. O. Weatherall w artykule „Dlaczego wierzymy w kłamstwa” na łamach czasopisma „Świat Nauki” (2019/10) piszą o wpływie opinii publicznej na przekonanie wielu osób co do bezpieczeństwa szczepionek:

Społeczne zaufanie ma znaczenie wtedy, gdy dany osobnik niektóre źródła wiedzy traktuje z większą estymą niż inne. Obserwujemy to zjawisko, gdy antyszczepionkowcy bardziej ufają dowodom dostarczanym przez innych członków ich grupy niż tym, które przedstawiają członkowie Centrum Badań i Zapobiegania Chorobom lub innych grup zajmujących się naukami medycznymi. [...] Wynik symulacji sieci pokazuje, że antyszczepionkowcy nie czerpią wiedzy od ludzi, którzy zgromadzili najlepsze dowody na interesujący ich temat. [...] Konformizm to preferowany wybór takiego postępowania, jaki reprezentuje reszta członków danej społeczności. Pęd do zgodności jest głęboko zakorzeniony w ludzkiej psychice i popycha nas do czynów, o których wiemy, że są szkodliwe. [...] Pojawiają się kliki agentów obstających przy błędnych przekonaniach. Wynika to z faktu, że agenci mający połączenie ze światem zewnętrznym nie przekazują informacji sprzecznych ze światopoglądem prezentowanym wewnątrz grupy, a to z kolei oznacza, że wielu jej członków nigdy nie ujrzy prawdy.

Istnienie konformizmu oraz konsensualny charakter przekonań nie zmienia jednak faktu, że część posiadanej przez nas wiedzy została zdobyta na podstawie doznań empirycznych, czyli według zasady: „Wiem, bo widziałem (słyszałem, dotykałem itd.)”. Dotyczy np. rozwiązania trudnej kwestii, jaką jest interpretacja fenomenów na pograniczu kategorii. Tak więc Fleischer (2005b, 57) rozważa (za niemieckim

⁷ Teza o subiektywności wiedzy i przekonań leży u podstaw teorii językowego obrazu świata. Jak pisze J. Bartmiński, konotacje form językowych zawsze są subiektywnie determinowane, odzwierciedlają interpretację rzeczywistości w ramach określonych „społecznych modeli poznawczych” (1998, 64).

filozofem R. Riedlem) przykład pumeksu. Za jedną z cech kamieni uważa się to, że toną w wodzie. Pumeks, będąc kamieniem, nie spełnia jednak tego warunku. Wobec tego powstaje problem definiowania kamieni (czy toną w wodzie, czy nie), jak również problem definiowania pumeksu (czy jest kamieniem, czy nie). Fleischer jest zdania, że problem nie dotyczy „obiektywnych” podstaw konceptualizacji, lecz ma naturę *stricte* kognitywną:

Szczegółność pumeksu powstaje [...] tylko i wyłącznie z powodu naszej definicji i stanowi rezultat procesów kognitywnych. [...] Problem falsyfikacji/potwierdzenia jest produktem kognicji i zależy jest od tworzenia klas, jest zgoła ich produktem (tamże).

Z taką interpretacją, moim zdaniem, nie można się zgodzić dlatego, że tworzenie klas, wbrew twierdzeniu Fleischera, nie jest procesem dowolnym, zupełnie oderwanym od doświadczenia i działalności praktycznej ludzi, inaczej klasy i klasyfikacje straciłyby na swojej wartości i celowości, w każdym razie jeśli chodzi o klasyfikację obiektów fizycznych. Owszem, pumeks, który nie tonie w wodzie, jest kwalifikowany do kategorii kamienia, ale nie można tego uznać za „odskok” kognicji, wszak istnieją inne właściwości kamieni, które pumeks obiektywnie spełnia – i właśnie to, pod warunkiem pewnej aproksymacji, stanowi podstawę takiej, a nie innej jego kategoryzacji i nominacji.

T. Skalski (2002) słusznie pisze, że aspekt semantyczny i aspekt medialny (komunikacyjny, społeczny, perswazyjny) niekiedy są wzajemnie sprzeczne: perswazja jest ograniczona w sytuacjach, gdy adresat dysponuje wiedzą:

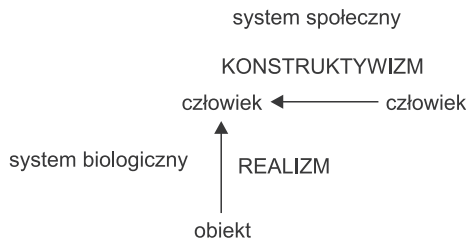
Załóżmy [...], że ktoś opisuje umeblowanie pokoju, w którym się właśnie znajduję. Przyjmijmy, że w pokoju tym znajdują się trzy krzesła, a mój rozmówca powiada *W pokoju znajdują się dwa krzesła*. Nie przekonałby mnie i to niezależnie od tego, jakimi środkami medialnymi byłby się posłużył. Mógłby wynająć ekspertów od promocji i reklamy, a ja i tak obstawałbym przy swoim – *W pokoju znajdują się trzy krzesła!* Gdy mamy dobry dostęp do aspektu semantycznego, to [...] medialny schodzi na plan dalszy i – wydaje się – nigdy lub prawie nigdy nie odgrywa decydującej roli (2002, 160 i n.).

Portret człowieka z wąsami, na którym nie widzimy wąsów, będzie budził nasz sprzeciw z powodu (stwierdanego empirycznie) braku zgodności między obrazem a desygnatem (czy też prototypem). Należy w ogóle pamiętać, że obrazowanie nie tylko dotyczy kategorii ogólnych, obiektów zbiorowych czy fenomenów wirtualnych, lecz także poszczególnych, bezpośrednio obserwowanych okazów. W sytuacjach tego drugiego typu odwołujemy się do własnego doświadczenia albo też do danych, przekazywanych nam przez urządzenia pośredniczące. Tak więc we współczesnej fizyce, jak pisze G. Musser (2019, 24), przyjmuje się, że istnieją elementy rzeczywistości, które zależą od obserwatora, oraz takie, które są wspólne dla wszystkich obserwatorów. O tych drugich pisze jako o „niezmiennikach”.

4. Metarelatywizm

W filozofii nauki i epistemologii rywalizują dwa diametralnie odmienne nurty. W przypadku realizmu (określanego także mianem ontologicznego esencjalizmu), jak pisze Z. Muszyński (1996, 34), „prawda jest oparta na obiektywnych relacjach semantycznych”⁸, zaś w przypadku antyrealizmu (i jego odmian: formalizmu oraz fikcjonalizmu) zależy od subiektywnych preferencji (ustaleń, założeń) badaczy, w tym też takich, które są zależne od innych punktów widzenia (np. są uwarunkowane tradycją lub panującą koniunkturą). Ujęcie realistyczne jest m.in. charakterystyczne dla marksistowskiej (materialistycznej) filozofii języka: w przekonaniu G. W. Kołszańskiego (1990, 12) zmagazynowany w świadomości jednostek obraz świata zasadniczo nie różni się od świata rzeczywistego – jest on strukturalizowany „zgodnie z ogólnymi prawami”. Według tego badacza myślenie ludzi mówiących różnymi językami jest zasadniczo podobne, co wynika z fizycznej natury człowieka oraz funkcji wyższego systemu nerwowego.

W terminologii Fleischera miałyby to oznaczać, że realistyczny typ obrazowania występuje na poziomie systemu biologicznego – na skutek dostosowania w procesie ewolucji systemu recepcyjnego do środowiska, podczas gdy konstruktywistyczny typ obrazowania występuje na poziomie systemu społecznego i ma w swej istocie charakter konsensualny.



Rys. 2. Realizm vs konstruktywizm

Rozróżnienie reprezentacji mentalnych o charakterze obiektywnym lub subiektywnym tylko pozornie wydaje się oczywiste. Owszem, w odniesieniu do obiektów materialnych, postrzeganych za pośrednictwem ludzkich zmysłów, można oszacować zgodność między obrazem a desygnatem (o czym była mowa w p. 2) – głównie poprzez weryfikację elementów treści obrazu jako kompatybilnych lub niekompatybilnych z empirycznymi doznaniem podmiotów. „Sukces teorii fizycznych byłby cudem, gdyby nie opisywały rzeczywistości” – pisze Musser (2019, 24). Reprezentacje mentalne tego rodzaju są określane jako „mimetyczne pochodne faktów z rzeczywistego świata” (Leersen 2018, 10).

⁸ Por. pojęcie paktu faktograficznego w dziennikarstwie (Bauer 2004, 146 i n.).

Poza tym na (obiektywny lub subiektywny) charakter konceptualizacji wskazują odpowiednie wykładniki, np. autoryzujące operatory modalne typu *moim zdaniem*, *wydaje mi się*, *w moim przekonaniu* itp. Na przykład definicja pojęcia „mapa” w „Małej Encyklopedii PWN” (1995) odpowiada wymogom obiektywizmu:

- (2) Mapa – przedstawiony w zmniejszeniu w sposób zgodny z odwzorowaniem kartograficznym i przy użyciu umownych znaków; różni się m.in. mapy fizyczne (przedstawiające ukształtowanie terenu i jego pokrycie, szatę roślinną, zbiorniki wodne wraz z ich głębokością), polityczne (podział polityczny lub administracyjny danego obszaru, linie komunikacyjne), tematyczne, np. historyczne, geologiczne, klimatyczne.

Zupełnie inny charakter ma obraz mapy np. w wierszu Wisławy Szymborskiej:

- (3) Płaska jak stół,
na którym położona.
Nic się pod nią nie rusza
i ujścia sobie nie szuka.
Nad nią – mój ludzki oddech
nie tworzy wirów powietrza
i całą jej powierzchnię
zostawia w spokoju.
- Jej niziny, doliny zawsze są zielone,
wyżyny, góry żółte i brązowe,
a morza, oceany to przyjazny błękit
przy rozdzieranych brzegach.
- Wszystko tu małe, dostępne i bliskie.
Mogę końcem paznokcia przyciskać wulkany,
bieguny głaskać bez grubych rękawic,
mogę jednym spojrzeniem
ogarnąć każdą pustynię
razem z obecną tuż tuż obok rzeką.
[.....]
- Lubię mapy, bo kłamią.
Bo nie dają dostępu napastliwej prawdzie.
Bo wielkodusznie, z poczciwym humorem
rozpościerają mi na stole świat
nie z tego świata.

Na subiektywizm ujęcia desygnatu w tym wierszu wskazują wykładniki obecności interpretatora: *mój ludzki oddech*, *przyjazny błękit*, *dostępne i bliskie* i in.

W wielu przypadkach subiektywny charakter obrazowania ukazuje się poprzez celową niekompatybilność zawartej w obrazie informacji z desygnatem: chodzi

o wyselekcjonowanie wybranych charakterystyk obiektu-prototypu lub o ich zniekształcenie. Zjawisko to w psychologii określa się jako *widzenie tunelowe* (ang. *tunnel vision*) – polega ono „na regulacji szerokości funkcjonalnego pola widzenia wokół punktu fiksacji” (Olszanowski 2008, 52). W stanie silnego pobudzenia emocjonalnego podmiot ma ograniczone możliwości co do obiektywnego przetwarzania płynącej z otoczenia informacji, szczególnie dotyczy to „informacji znajdujących się na peryferiach pamięci, tzn. mających mniejsze znaczenie w zrozumieniu sytuacji przez przedmiot i słabiej z nią powiązanych” (tamże).

Podłożem widzenia tunelowego mogą być ponadto względy pragmatyczne. Celowej aberracji obrazu może towarzyszyć ironia, jak np. w przypadku żartobliwego „Słownika wyrazów wyborczych” autorstwa Przemysława Wilczyńskiego („Tygodnik Powszechny”; 21 VIII 2011). Oto jeden z przykładów:

- (4) Debata – 60-minutowa, oglądana przez kilkanaście milionów Polaków wymiana nieuprzejmości między liderami dwóch największych partii, poprzedzona wzywaniem do wzięcia w niej udziału oraz wyzywaniem (zwykle od tchórzy) wzywanego, który ostatecznie zgadza się na debatę, twierdząc, że to on pierwszy wzywał do jej przeprowadzenia.

Za inny przykład mogą posłużyć celowo prowokacyjne, a nawet szokujące określenia powszechnie znanych obiektów (w tym osób) – por. fragment wywiadu, którego w 1985 roku udzielił Ireneusz Iredyński dziennikarce tygodnika „Kobieta i Życie”:

- (5) – A jak pan traktuje kobiety? Boi się pan ich?
– Ja jeszcze normalnie. Jako naczynie na spermę albo... hmm.

Konceptualizacja przedmiotów i faktów z rzeczywistego świata przybiera specyficzny charakter w przypadku różnego rodzaju destrukcji. Gdy mówimy (i jednocześnie myślimy) o *złamanym krześle*, zachodzi pewna sprzeczność: złamane krzesło to nie jest krzesło, innymi słowy – konkretny egzemplarz, o którym mówimy, nie jest kompatybilny z treścią pojęcia „krzesło”. Konsekwentność, z jaką posługujemy się kategoriami w odniesieniu do obiektów destrukcyjnych, daje do zrozumienia, że obrazowanie ma charakter subiektywny: nie oddajemy w obrazie tego, czym obiekt jest, lecz to, czym powinien być zgodnie z naszym nastawieniem mentalnym. Wymóg ten jest szczególnie silny w przypadku reprezentacji mentalnych, znajdujących wyraz w formach nominacji językowej, na co wskazuje przytoczony niżej dowcip:

- (6) – Tato, co to jest? – pyta Jasio.
– Czarne jagody, synku.
– A dlaczego są czerwone?
– Bo są jeszcze zielone.

Z przytoczonych trzech określeń: *czarne*, *czerwone* i *zielone* (jagody), tylko drugie ma charakter obiektywny: dziecko widzi, że jagody są czerwone. Określenie *zielone* nawiązuje do koloru roślin w stanie niedojrzałym, a określenie *czarne* wywodzi się z egocentryzmu podmiotu, tzn. jego przekonania o tym, jak powinny wyglądać jagody nadające się do jedzenia.

Utrwalenie określonych reprezentacji mentalnych w formach językowych nie tylko służy komunikacji międzyludzkiej, lecz także przyczynia się do przekonania podmiotów, że stojące za nazwami (proste i złożone) pojęcia są prawdziwe, tzn. odzwierciedlają obiektywne charakterystyki obiektów (zob. Archipow 2013, 510), choć w rzeczywistości stopień obiektywizmu pojęć leksykalnych bardzo się różni. Warto w związku z tym przytoczyć wypowiedzenie A. Mańczyka:

Między przedmiotami myśli a znakami lub systemem znaków istnieje częściowa izomorfia. Dlatego też język, będący systemem znaków, należy traktować jako środek wspomagający myślenie, a nie demiurga wyzwającego idee (1982, 21-22).

Ekstensjonalny aspekt obrazowania jest jednak mniej oczywisty w przypadku obiektów domniemanych, zwłaszcza o wysokim stopniu abstrakcji. Są to zjawiska (konteksty, relacje, procesy) społeczne, psychiczne (zwłaszcza dotyczące sfery emocji), egzystencjonalne, funkcjonalne i in. Wirtualny charakter obiektu nie pozwala na jego przedstawienie w umyśle w trybie inwentaryzacji cech (tzw. deskryptorów) – proces obrazowania w dużym stopniu zależy od subiektywnego punktu widzenia i społecznej (interakcyjnej) perspektywy obrazowania. Dlatego obiektywizm lub subiektywizm konceptualizacji w sytuacjach tego rodzaju można określać poprzez stopień zgodności punktów widzenia, czyli w aspekcie uzualistycznym. *D y s p e r s j a t r e ś c i*, tzn. liczba odmiennych punktów widzenia, z reguły jest mniejsza w przypadku mentalnej reprezentacji obiektów postrzeganych, substancjonalnych i większa w przypadku obiektów wirtualnych.

Używając pojęcia „dyspersja treści”, można wyjaśnić zaznaczoną wyżej różnicę między realizmem i antyrealizmem. Obrazowanie w modelu realistycznym jest oparte na postrzeganiu jako modusie systemu biologicznego, za sprawą czego dyspersja treści jest minimalna, co może, choć nie musi świadczyć o zgodności między obrazem a desygnatem bliskiej 1, por. charakterystyczne dla postawy realistycznej przekonanie/twierdzenie:

(7) Śnieg jest biały.

Odwrotnie, w modelu konstruktywistycznym obrazowanie jest oparte na komunikacji jako modusie systemu społecznego. W tym przypadku zachodzi (większa lub mniejsza) dywersyfikacja punktów widzenia, na skutek czego zbiorowy obraz

desygnatu stanowi zespół deskryptorów połączonych relacją dyzjunkcji. Jest to np. typowa sytuacja w sferze kreowania wizerunku krajów i miast, por.

- (8) American Airlines od przyszłego roku uruchamia nowe połączenia do Tel Awiwu, Budapesztu, Pragi, Casablanki i Krakowa. W krótkiej internetowej reklamówce już dziś jednak przekonuje Amerykanów, dlaczego warto się tam wybrać. Do Tel Awiwu po to, by skorzystać z pięknych piaszczystych plaż, do Budapesztu, żeby popłynąć Dunajem, do Pragi, by obejrzeć teatr marionetek, do Casablanki, bo trzeba odwiedzić bazar pełen egzotycznych przypraw. A do Krakowa? By „napić się wódki z przyjacielem” – wyjaśnia nastrojowym głosem wiceprezes AA do spraw siatki połączeń. I z namaszczeniem odkręca miniaturową buteleczkę trunku, lejąc go do wielkiego kieliszka pełnego lodu. – Jest wiele lepszych powodów, dla których warto odwiedzić Kraków. By zobaczyć miasto Jana Pawła II, zwiedzić fabrykę Schindlera, by pójść śladami noblistów Wisławy Szymborskiej i Czesława Miłosza, spoglądać z Wawelu, spotkać się na Plantach – wylicza wiceprezydent Krakowa Bogusław Kośmider. Dodaje, że Kraków to miasto magiczne. Żeby to dostrzec, nie trzeba alkoholu („Polityka” 2019/35).

Jak widzimy, inny obraz Krakowa został zbudowany zgodnie z parametrem rekreacyjnym, inny – zgodnie z modelem kulturowo-poznawczym.

Konstrukttywizm zakłada nie tylko subiektywny charakter reprezentacji mentalnej, lecz także (jako konsekwencję) *p l u r a l i z m p u n k t ó w w i d z e n i a*, co zbliża go z antyfundamentalizmem i neopragmatyzmem, o czym pisze A. Bronk (1995, 49). W przypadku neopragmatyzmu decydującą rolę w procesach obrazowania przyznaje się adaptacji:

Adaptacja to coś znacznie więcej niż dynamiczne przystosowanie, które umożliwia organizmowi lepsze radzenie sobie w swoim środowisku, w odniesieniu do wewnętrznych, samo-wytworzonych norm. Jest to również przeobrażenie wewnętrznych procesów i norm organizmu zgodnie z wymogami stawianymi przez środowisko, które narzuca własne „nadające-sens”, lub „żądatające-sensu” wymagania. [...] Środowisko, które organizm sobie otwiera lub ustanawia, jest także światem, który je angażuje i zwrótnie przeobraża zarówno procesy, jak i strukturę komórki [swoiście] temu środowisku odpowiadającej (Welton 2011, 23).

Na podobnych założeniach bazuje imagologia, której celem jest „zrozumienie [...] logiki dyskursu i ustanowionego zestawu konwencji kulturowych i poetyckich” (Leersen 2018, 16) – jako źródeł czy też motywacji procesu obrazowania.

Pluralizm poznawczy stanowi tezę wyjściową w badaniach dotyczących antropologii kulturowej. W jednej z publikacji (Matsumoto/Juang 2007, 214) możemy przeczytać, że w wielu kulturach (zwłaszcza kolektywistycznych i nastawionych na działania grupowe) za pożądany efekt rozwoju psychicznego człowieka uważa się „zdrowy rozsądek”, a nie umiejętności poznawcze *per se*.

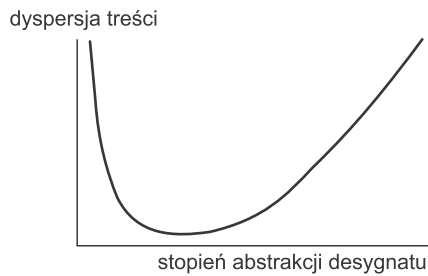
Zarówno realizm, jak i konstruktywizm w swoich wersjach radykalnych stanowią hipostazy, niezupełnie reprezentujące rzeczywiste procesy konceptualizacji: nieuwzględnienie podmiotu (jego intencji, kompetencji, a także warunków funkcjonowania i otoczenia) oznacza esencjalizm ontologiczny, podczas gdy nieuwzględnienie obiektywnych charakterystyk desygnatu – esencjalizm epistemologiczny. Obydwie opcje dobrze się pozycjonują w opozycji do siebie na poziomie rozważań ogólnych, jednak nie są wystarczające z empirycznego punktu widzenia. Zgodność obrazu z desygnatem nie jest wielkością stałą i nie jest determinowana tylko jednym rodzajem czynników: obiektywnych lub subiektywnych. W rzeczywistości każdy proces konceptualizacji jest oparty na *i n t e r a c j i* tych dwóch czynników, na co zwrócił uwagę wspomniany wcześniej Muszyński (1996, 34; zob. też Karaułow 1976, 246). Mańczyk pisał o metabolizmie językowym, w którym „łączą się ze sobą porządek obiektywny świata z porządkiem subiektywnym ludzi” (1982, 62).

Jak już zaznaczono w poprzednim punkcie, dyspersja treści jest z reguły mniejsza w przypadku obrazowania obiektów fizycznych i większa w przypadku obiektów domniemanych (zjawisk estetycznych, społecznych, etycznych, poznawczych i in.). Nieco inaczej, co prawda, tę zależność ujął J. N. Karaułow (1976, 255), który zwrócił uwagę na fakt, że stopień realizmu lub subiektywizmu w systemach konceptualizacji świata zależy od poziomu konceptualizacji: najbardziej ogólne, szerokie kategorie mają uniwersalny charakter, tzn. występują we wszystkich kulturach – rozbieżności zaś zachodzą na niższych poziomach, tzn. w przypadku pojęć szczególnych, które odzwierciedlają osobliwości praktyki materialnej i duchowej grup etnicznych i subkulturowych (zob. też Kołszański 1990, 29).

Z ontologicznego punktu widzenia obiekty konceptualizacji nie układają się w opozycje binarne (obiekty materialne vs obiekty domniemane) – struktura rzeczywistości jest bardziej skomplikowana. Inny stopień realności (doświadczalności) przysługuje np. przedmiotom policzalnym, takim jak *filizanka*, *palec* czy *kompas*, inny zaś – przedmiotom niepoliczalnym, takim jak *dym*, *wiatr* czy *mżawka*. W przypadku obiektów mikroświata (np. tzw. cząstek – na poziomie atomowym oraz subatomowym) bezpośrednia percepcja staje się niemożliwa, dlatego proces obrazowania takich obiektów zależy od stosowanych narzędzi badawczych jako produktów działalności zespołowej. Wspomniany wcześniej Musser w odniesieniu do cząstek pisze: „Nie istnieje coś takiego, jak odizolowany fakt. Wszystko należy oceniać w szerszych ramach wyznaczonych przez wiedzę” (2019, 24).

Na obraz cząstek duży wpływ wywiera charakter interfejsu. Poza tym obraz, zapisany w języku interfejsu, wymaga (podmiotowej) interpretacji przy zastosowaniu kodów naturalnych. To wszystko sprawia, że konceptualizacja mikroobektów jest w dużym stopniu narażona na wysoki stopień dyspersji treści⁹, co obrazuje rysunek 3.

⁹ Musser (2019, 26) przywołuje w związku z tym pojęcie dualności z fizycznej teorii strun.



Rys. 3. Zależność między dyspersją treści a stopniem abstrakcji desygnatu

Zgodnie z biologią poznania istoty żywe, szczególnie dzięki ich autopojetyczności i adaptacyjności, mogą „surfować” wśród zjawisk, które wydarzają się w środowisku, i modulować je według swoich własnych celów. *A s y m e t r i a i n t e r a k c y j n a* to zdolność do modulowania współdziałania ze środowiskiem (zob. Barandiaran/Di Paolo/Rhode 2009). Polega ona na tym, że na poziomie potrzeb podstawowych zachodzi przewaga zabiegów adaptacyjnych, podczas gdy na poziomie potrzeb wyższych – przewaga zabiegów arbitralnych.

Można więc konstatować, iż alternatywę dla realizmu i antyrealizmu (konstruktywizmu) stanowi *u j ę c i e m e t a r e l a t y w i s t y c z n e*, zgodnie z którym proces konceptualizacji ma charakter dynamiczny i realizuje się przy oddziaływaniu czterech czynników (więcej o tym zob. Kiklewicz 2007, 59 i n.):

1. obiektu reprezentacji, tzn. w obrębie Fleischerowskiej pierwszej rzeczywistości;
2. podmiotu reprezentacji – w obrębie drugiej rzeczywistości;
3. kontekstu społecznego – w obrębie trzeciej rzeczywistości;
4. dostępnych środków werbalizacji (nominacji językowej – leksykalnej oraz składniowej).

Obok rzeczywistości fizycznej, biologicznej i społecznej istnieje, jak wynika z powyższych rozważań, też *c z w a r t a r z e c z y w i s t o ś ć* – język, który, jak było zaznaczone, nie tylko umożliwia komunikację, tzn. współdziałanie ludzi za pośrednictwem informacji, wymiany znaków, lecz także w pewnym stopniu wpływa na system refleksyjny poprzez jego dostosowanie do potrzeb i możliwości wymiany informacyjnej. O takich a takich obiektach myślimy to a to w zależności od sytuacji, w której przychodzi nam działać, oraz w zależności od charakteru informacji, którą musimy przekazać w trakcie interakcji komunikacyjnej bądź której musimy użyć w trakcie subiektywnie zaprogramowanego, niezaadresowanego działania.

Działalność językowa często ma charakter rekursywny: użycie tych lub innych znaków nie wiąże się z koniecznością wyrażenia jakiegokolwiek informacji semantycznej (realizacji funkcji ideacyjnej) lub pragmatycznej (realizacji funkcji interpersonalnej), ale bazuje na idiomatyce językowej, tzn. nabytych przez człowieka

nawykach wykorzystania sekwencji znaków. Na przykład w języku rosyjskim (w mowie potocznej) występują wykrzykniki w postaci rzeczowników liczby mnogiej:

- (9) Батюшки! [lp. батюшка ‘ojciec, ojczulek’]
 (10) Матушки! [lp. матушка ‘matka, mateczka’]

Trudno jest (ze względów oczywistych) zrozumieć zasadność wykorzystania tu liczby mnogiej, jednak nawyk językowy programuje nasze zachowania niezależnie od reprezentacji mentalnej. Podobną sytuację obserwujemy w sztuce klasyka literatury białoruskiej Janki Kupały „Paulinka”. W XI akcie występuje następujący dialog:

- (11) ПАЎЛІНКА. Але ж калі я яго люблю, цёткачка.
 АГАТА. Мала што, *дзеткі*, тудэма-сюдэма, любіш яго, але калі бацька не хоча, дык падумай, што людзі скажуць, як супроці волі старых пойдзеш.
 ПАЎЛІНКА. А што там людзі? Яны ж з ім жыць за мяне не будуць і па маёй смерці за мяне пакута-ваць не будуць. Пагавораць, пагавораць ды перастануць, як намазоляць языкі.
 АГАТА. Як уважаеш, мае *дзеткі*. Што ж, я, тудэма-сюдэма, нічога не дараджу.

Jak widać, Agata, zwracając się do młodej dziewczyny, używa rzeczownika *дзеткі* ‘dziatki, dzieci’ w liczbie mnogiej, choć wydaje się to sprzeczne z logiką sytuacji komunikacyjnej. Odwrotnie, w „Martwych duszach” Nikołaja Gogola poczmistrz, zwracając się do grupy słuchaczy, używa rzeczownika w liczbie pojedynczej (*сударь ты мой* ‘panie dobrodzieju’):

- (12) После кампании двенадцатого года, *сударь ты мой*, – так начал почтмейстер, несмотря на то что в комнате сидел не один сударь, а целых шестеро, – после кампании двенадцатого года, вместе с ранеными прислан был и капитан Копейкин. [– Po kampanii dwunastego roku, *proszę ja pana dobrodzieja* – tak zaczął poczmistrz, nie bacząc na to, że w pokoju siedział nie jeden dobrodziej, ale aż sześciu – po kampanii dwunastego roku przysłany był wraz z rannymi i kapitan Kopejkin.]

Gogol zwraca uwagę na tę sprzeczność: „w pokoju siedział nie jeden dobrodziej, ale aż sześciu”, którą możemy również wytłumaczyć funkcją sterującą języka. Znajduje w tym wyraz zjawisko, określane jako determinizm technologiczny (zob. Płonkowski 2006): narzędzia zaczynają programować działania i uzależniać tych, którzy je wytworzyli.

Kreatywna, sterująca, heurystyczna (według określenia E. Sapira) funkcja języka polega też na tym, że istnienie nazwy jest równoważne ze społecznym lub osobistym uznaniem leżącego u jej podstaw konceptu jako wartości istotnej pod

względem procesów posługiwania się informacją. Treść pojęcia leksykalnego, stereotypowo kojarzonego z danym znakiem, jest dostosowana do warunków i celów komunikacji oraz do kontekstu ludzkiej działalności.

Władanie językiem, a zwłaszcza zespołem nazw, rozwiązuje problem kategoryzacji obiektów, które jednocześnie wykazują przynależność do kilku kategorii (jak np. wspomniany wcześniej pumeks). A. D. Koszelew (1996, 88) słusznie pisze, że z pragmatycznego punktu widzenia w zdecydowanej większości przypadków użytkownik języka bez trudności (dodałbym: stosując aproksymację) określa takie obiekty, co tłumaczy się tym, że pojęcia leksykalne nie są tożsame z kategoriami umysłu, którymi człowiek operuje w procesie rozwiązywania wielu zadań intelektualnych, podejmując decyzję itd.

Język poza tym pełni w stosunku do myślenia funkcję wspomagającą: procesy myślenia stają się bardziej zintensyfikowane, gdy ulegają operacjonalizacji za pośrednictwem znaków (zob. Norman 1987, 80). Reguła ta jest wykorzystywana w terapii psychologicznej (pod wpływem psychoanalizy) oraz w praktykach wychowawczych. Tak więc w książce A. Faber i E. Mazlish (2013, 25 i n.) możemy przeczytać, że dziecko będzie lepiej radziło sobie z własnymi uczuciami, jeśli w rozmowie z dzieckiem nazwiemy te uczucia. Autorki np. radzą, żeby w sytuacji, gdy dziecko mówi:

(13) Kierowca autobusu wrzasnął na mnie i wszyscy się śmiali.

określić to, co dziecko czuje za pomocą wyrazu *zawstydzenie*:

(14) Wygląda na to, że cię zawstydził.
Musiało ci być wstyd.

Uzewnętrznienie, materializacja przeżywanego stanu emocjonalnego służy lepszej operacjonalizacji radzenia sobie z problemami. Jak piszą autorki, „zdania tego typu dodają dziecku otuchy i wyzwalają w nim siłę do przezwyciężenia problemów” (tamże, 36).

W podobny sposób można tłumaczyć integrującą funkcję sloganów używanych przez grupy społeczne. M. Kochan (2007, 87) pisze, że zwykle przyczyniają się do tego slogany, uznawane za dominujące, które nie tylko najlepiej wyrażają pewną ideę, lecz także determinują łączenie się ludzi wokół wspólnie uznanych racji.

5. Zakończenie

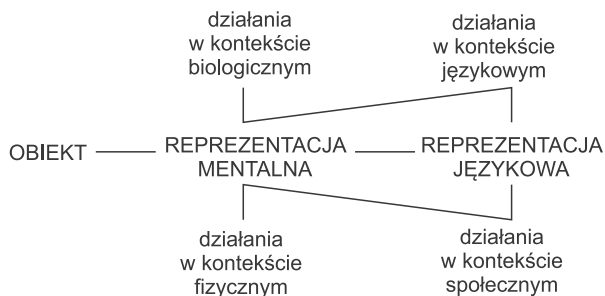
W artykule została omówiona kwestia zgodności obrazu (jako reprezentacji mentalnej) z desygnatem. W tradycji filozofii nauki, epistemologii, logiki i semiotyki ukształtowały się dwa diametralnie odmienne nurty: z jednej strony – realistyczny

(obiektywistyczny), z drugiej zaś – antyrealistyczny (subiektywistyczny, konstruktywistyczny). Stanowią one dwa rodzaje hipostazowania, niezupełnie kompatybilne z rzeczywistym stanem rzeczy, w którym obrazowanie polega na oscylacji między obiektywizmem a subiektywizmem. Wbrew przekonaniom konstruktywistów względność reprezentacji mentalnych jest względna – nie stanowi reguły obowiązującej we wszystkich obszarach, sferach i sytuacjach działalności poznawczej człowieka. Zaproponowane w artykule ujęcie metarelatywistyczne opiera się na twierdzeniu o interakcji kilku czynników reprezentacji mentalnej o charakterze fizycznym, psychologicznym, społecznym i symbolicznym (językowym).

Ujęcie takie nawiązuje do biologii poznania (Maturana/Varela 1987): obrazowanie, z jednej strony, stanowi reakcję na bodźce zewnętrzne, ale z drugiej – jest narzędziem działalności zespołowej. Za sprawą tak rozumianej ambiwalencji obrazy w większym lub mniejszym stopniu, w zależności od warunków ludzkiej działalności, wykazują zgodność z prototypem, jak również zgodność z obowiązującymi w grupie schematami wyobrażeniowymi.

Interpretację omawianych w artykule kategorii w dużym stopniu ułatwiło zastosowanie koncepcji M. Fleischera, zwłaszcza jego tezy o trzech rzeczywistościach: fizycznej, biologicznej i społecznej. Model koncepcyjny Fleischera został nieco zmodyfikowany. Obrazy, koncepty, pojęcia, sądy itd. stanowią reprezentację mentalne obiektów, w najprostszym przypadku – obiektów fizycznych. Reprezentacje mentalne umożliwiają (a także ułatwiają, optymalizują itd.) jednostkom ich działania w kontekście fizycznym, jak również w kontekście biologicznym – w tym drugim przypadku chodzi o wpływ konceptualizacji na stany fizjologiczne, poznawcze oraz emocjonalne jednostek.

Reprezentacje mentalne znajdują wyraz w reprezentacjach językowych, które są niezbędne przede wszystkim w celu koordynacji działań w kontekście społecznym, ale w pewnym stopniu także w kontekście językowym, tzn. w celu organizacji tekstu/dyskursu. Schematycznie można to przedstawić w następujący sposób.



Rys. 4. Syntetyczne ujęcie procesu reprezentacji mentalnej

Rysunek 4 ukazuje też dodatkowe relacje: zależność reprezentacji mentalnych od potrzeb komunikacji społecznej (w przypadku zjawisk o wysokim stopniu abstrakcji, zwłaszcza dotyczących zjawisk społecznych), jak również od możliwości ich werbalizacji oraz utrwalonego w języku systemu nominacji.

Bibliografia

- ARCHIPOW, I. K. [= Архипов, И. К.] (2013), Еще раз о «скрытых значениях» или о том, почему слова не ботинки. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IV, 509-532.
- ARUTJUNOWA, N. D. [= Арутюнова, Н. Д.] (1988), Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва.
- BARANDIARAN, X./DI PAOLO, E./RHODE, M. (2009), Defining Agency Individuality, Normativity, Asymmetry and Spatio-temporality in Action. In: *Adaptive Behavior*. 17 (5), 367-386.
- BARNES, B./BLOOR, D./HENRY, J. (1996), *Scientific Knowledge. A Sociological Analysis*. London.
- BARTMIŃSKI, J. (1998), Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki. W: *Język a Kultura*. XII, 63-83.
- BAUER, Z. (2000), Gatunki dziennikarskie. W: Bauer, Z./Chudziński, E. (red.), *Dziennikarstwo a świat mediów*. Kraków, 143-173.
- BATESON, G. (1996), *Umysł i przyroda: jedność konieczna*. Warszawa.
- BAUER, Z./CHUDZIŃSKI, E. (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków.
- BERGER, P. L./LUCKMANN, T. (1966), *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London.
- BEUTINGER-MENZEN, B. (2006), *Fiktionen des Wirklichen. Eine soziologische Auseinandersetzung mit den Positionen des Radikalen Konstruktivismus*. Hamburg.
- BRONK, A. (1995), Fundamentalizm i antyfundamentalizm. W: Bronk, A. (red.), *Filozofować dziś. Z badań nad filozofią najnowszą*. Lublin, 39-73.
- DĘBOWSKI, J. (2010), *Prawda i warunki jej możliwości*. Olsztyn.
- FABER, A./MAZLISH, E. (2013), *Jak mówić, żeby dzieci nas słuchały. Jak słuchać, żeby dzieci do nas mówiły*. Poznań.
- FLEISCHER, M. (2005a), Media w perspektywie konstruktywizmu. W: 2K: *Kultura i Komunikacja*. 1-2, 10-33.
- FLEISCHER, M. (2005b), *Obserwator trzeciego stopnia. O rozsądnym konstruktywizmie*. Wrocław.
- FLEISCHER, M. (2007), *Zarys ogólnej teorii komunikacji*. W: Habrajska, G. (red.), *Mechanizmy perswazji i manipulacji. Zagadnienia ogólne*. Łask, 29-72.
- FLEISCHER, M. (2008), *Koncepty – elementy sterujące komunikacji*. Wrocław.
- GROCHALSKA, A./FALKOWSKI, A. (2008), Struktura typowości reklamy. Stabilność reklamy prasowej jako kategorii. W: *Studia Psychologiczne*. 46/2, 53-68.
- HANDKE, R. (2008), *Poetyka dzieła literackiego*. Warszawa.
- HUBER, K. (1994), *Image, czyli jak być gwiazdą na rynku*. Warszawa.
- KARAULOW, J. N. [= Караулов, Ю. Н.], *Общая и русская идеография*. Москва.
- KIKLEWICZ, A. (2004), *Paradoksy społecznego charakteru języka*. W: Wojtak, M./Rzeszutko, M. (red.), *W kręgu wiernej mowy*. Lublin, 69-79.
- KIKLEWICZ, A. (2007), *Aspekty teorii względności lingwistycznej*. Olsztyn.
- KIKLEWICZ, A. (2017), *Znaczenie a prawda. Fantomy semantyczne*. Olsztyn.
- KIKLEWICZ, A. (2018), *Jurij Łotman, Kultura, historia, literatura. Wybór, przekład i wstęp Bogusława Żyłki*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2017. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/1, 377-381 [rec.].
- KOCHAN, M. (2007), *Slogany w reklamie i polityce*. Warszawa.

- KOŁSZAŃSKI, G. W. [= Колшанский, Г. В.] (1990), Объективная картина мира в познании и в языке. Москва.
- KOSZELEW, A. D. [= Кошелев, А. Д.] (1996), Референциальный подход к анализу языковых значений. В: Московский лингвистический альманах. 1: Спорное в лингвистике. 82-194.
- KOZŁOWSKA, A. (2005), Reklama. Od osobowości marki do osobowości konsumenta. W: Grzegorzczak, A. (red.), Instrumenty kształtowania wizerunku marki. Warszawa, 1-19.
- LEERSEN, J. (2018), Imagologia: o zastosowaniu etniczności do nadawania światu sensu. W: Porównania. 2 (23), 9-28.
- MAŃCZYK, A. (1982), Wspólnota językowa i jej obraz świata. Krytyczne uwagi do teorii językowej Leo Weisgerbera. Zielona Góra.
- MASLOW, A. (2006), Motywacja i osobowość. Warszawa.
- MATSUMOTO, D./JUANG, L. (2007), Psychologia międzykulturowa. Gdańsk.
- MATURANA, H. R./VARELA, F. J. (1987), The tree of knowledge the biological roots of human understanding. Boston.
- MUSSER, G. (2019), Rzeczywiste czy wirtualne? W: Świat Nauki. X, 22-26.
- MUSZYŃSKI, Z. (1996), Światy za słowami. Ich natura i porządek. W: Grzegorzczak, R./Pajdzińska, A. (red.), Językowa kategoryzacja świata. Lublin, 27-45.
- NAGEL, T. (1974), What Is It Like to Be a Bat? In: The Philosophical Review. 83/4, 435-450.
- NORMAN, B. J. [= Норман, Б. Ю.] (1987), Язык: знакомый незнакомец. Минск.
- NOWAK, P./TOKARSKI, R. (2007), Medialna wizja świata a kreatywność językowa. W: Nowak, P./Tokarski, R. (red.), Kreowania światów w języku mediów. Lublin, 9-35.
- OLSZANOWSKI, P. (2008), Pamięć tunelowa obiektów emocjonalnych. W: Studia Psychologiczne. XLVI/4, 51-64.
- PIAGET, J. (2006), Studia z psychologii dziecka. Warszawa.
- PŁONKOWSKI, T. (2006), Determinizm technologiczny – drugie pokolenie. W: Sokołowski, M. (red.), Definiowanie McLuhana. Media a perspektywy rozwoju rzeczywistości wirtualnej. Olsztyn, 49-61.
- PODOROGA, W. [= Подорога, В.] (2013), Метафізика ландшафта. Коммуникативные стратегии в философской культуре XIX-XX веков. Москва.
- PRECHT, R. D. (2009), Kim jestem? A jeśli już, to na ile? Podróż filozoficzna. Poznań.
- RIBASZKOWA, E. E. [= Рябчикова, Е. Е.] (2018), Имагология как раздел литературоведческой компаративистики. В: Слово.ру: балтийский акцент. 9/2, 52–59.
- ROKOSZOWA, J. (1997), Obraz świata we współczesnych teoriach językoznawczych. W: Biuletyn PTJ. LIII, 9-14.
- SAWIELIEWA, I. M./POLETAJEW, A. W. [= Савельева, И. М./Полетаев, А. В.] (2008), Теория исторического знания. Москва.
- SCHELER, M. (1926), Die Wissensformen und die Gesellschaft. Leipzig.
- SCHMIDT, S. J. (2003), Geschichten & Diskurse. Reinbeck.
- SCHÜTZ, A. (1962), Collected Papers. Vol. 1. The Hague.
- SIELIWIERSZTOWA, O. N. [= Селиверстова, О. Н.] (2004), Труды по семантике. Москва.
- SKALSKI, T. (2002), Sprawcza funkcja języka. Z zagadnień naturalizacji umysłu i języka. Łódź.
- STEMPLEWSKA-ŻAKOWICZ, K./ZALEWSKI, B./SUSZEK, H. i in. (2009), Relacyjnie ustrukturalizowany umysł. Model teoretyczny. W: Przegląd Psychologiczny. 52/1, 69-85.
- WELTON, D. (2011.), Can a Top-Down Phenomenology of Intentional Consciousness Be Integrated with a Bottom-Up Phenomenology of Biological Systems? In: Philosophy Today. 55, 102-113.
- ZIMMERMANN, K. (2006), Wilhelm von Humboldts Verstehens- und Wortbegriff. Eine konstruktivische Sprachtheorie *avant la lettre*. In: Beiträge zur Geschichte der Sprachwissenschaft. 16, 263-284.
- ŻYŁKO, B. (2017), Słowo wstępne. W: Łotman, J. Kultura, historia, literatura. Gdańsk, 7-28.

LARISA UTKINA / ЛАРИСА УТКИНА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4222-0509>

Russian State University for the Humanities

ОБРАЗ КАЛИНИНГРАДА (КЕНИГСБЕРГА) ПО МАТЕРИАЛАМ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ

Image of Kaliningrad (Königsberg) in British media

Ключевые слова: образ города, темы статей, ключевые слова, геополитическая важность Калининградской области, военные отзвуки и современные военные проблемы, чемпионат мира 2018, отношения со странами-соседами (Польша, Литва)

KEYWORDS: city image, article topics, key-words, geo-political importance of Kaliningrad region, World War II echoes and modern military issues, World Cup 2018, relationships with neighbour countries (Poland, Lithuania)

ABSTRACT: The article builds up the image of Kaliningrad (Königsberg) on the basis of publications in modern British media (BBC News, the Times and several others) of the last 3 decades. The articles were selected by key-words Search (Kaliningrad/Königsberg/Kaliningrad-Königsberg). This method gave 70 stories from BBC News and 65 articles from The Times (some articles from the Guardian, the Independent and the Sun are also included). The techniques of creating the image with linguistic means are described. The historical, social, political, economic and cultural aspects of inculcating the image into the readers' minds are dwelt on. The main topics discussed in the publications are: 1) World War 2; 2) German heritage in the city (I. Kant, etc.); 3) downs and ups in the development of the region; 4) military issues and worries of neighbor countries (Poland, Lithuania); 5) Soccer World Cup 2018 (Kaliningrad was one of its locations). Several other topics are also covered. The analysis, in general, shows that the image created does not look very positive, except for the fantastic atmosphere during World Cup.

1. Теоретические основания

1.1. Исследования образа (имиджа) территории

В последнее время исследования образа территорий (стран, регионов, городов) становятся все более популярными в связи с необходимостью осмыслить свою идентичность, а также улучшить имидж этих территорий для создания в дальнейшем более комфортных условий проживания. Такие исследования проводятся во всем мире (см. Al-Ghamdi 2015; Везнер 2014; Cantón-Correa 2019; Горелова 2012; Grzelak-Kostulska/Kwiatkowski/Biegańska 2017; Морозова 2010;

Osóch 2019; Shirvani 2019a; 2019b; Włodarczyk 2019). Многие из них связаны с конструированием подобных образов в СМИ.

В российской науке принято различать термины *имидж* и *образ*, особенно в русле политико-психологических исследований по классификации А. А. Гравера (2012, 30 и др.; см. также: Леонтьев 2000, 19-20), который выделяет шесть подходов к исследованию образа, имиджа и бренда страны: 1) психологический (в русле политической психологии); 2) историко-культурологический (в работах этого направления чаще используется термин *образ*, что понятно, поскольку и *имидж*, и *бренд* являются заимствованными терминами); 3) маркетингово-экономический (здесь, наоборот, чаще используются понятия *имиджа* и *бренда*, а *имидж* и *образ* часто выступают в роли синонимов); 4) теоретический; 5) социологический; 6) в контексте функционирования СМИ. Последний подход наиболее важен для данной работы, поскольку образ города строится в ней на основании анализа публикаций британской прессы. СМИ часто конструируют имидж территории на основе имеющихся образных представлений о ней, а также исходя из политической конъюнктуры текущего момента. Нам показалось интересным и важным проанализировать внешний образ города Калининграда, изучить взгляд на него со стороны. Поскольку мы придерживаемся точки зрения, что СМИ играют огромную роль в формировании общественного сознания, отношения к другим странам и народам, в данной статье образ Калининграда анализируется на основе ключевых тем и используемой лексики, преобладающих в британской прессе.

Данная территория привлекала и привлекает внимание исследователей прежде всего из-за своего статуса и положения: это самая западная территория России, к тому же являющаяся эксклавом (см. De Lombaerde 2009; Йокубайтис 2010; Kiknadze 2019; Klemeshev 2017; Минакова 2004; Sukhankin 2014). В связи с расширением Евросоюза на восток эта территория привлекла особое внимание средств массовой информации. Стали появляться исследования, анализирующие образ этой территории в СМИ.

1.2. Образ Калининграда и Калининградской области в СМИ

Как мы уже подчеркивали, Калининград и область всегда привлекали внимание средств массовой информации как в связи со своей богатой и необычной историей, так и особым, важным географическим положением. Практически все, даже короткие новостные статьи BBC News, так или иначе упоминают эти два факта. Создание образа города и региона в материалах прессы уже привлекало внимание исследователей (Маслов 2016; Швец 2013; Момот 2012, Минакова 2004 и др.). Данные исследования проводились на материалах

русскоязычной прессы (Маслов 2016), немецкоязычной прессы (Швец 2013), польскоязычной прессы (Момот 2012), публикаций в отечественной и зарубежной прессе, телевизионных сюжетов, радиоинформации (Минакова 2004). В первом случае автором выбирались праздничные номера «Калининградской правды», которые отражали образ региона советского времени (1946-1991 гг.), и были выделены и описаны 17 его специфических особенностей. Во втором случае автор (аспирант политологии университета им. Канта Яна Швец) исследовала номера немецких газет за 2012 год, который был объявлен годом Германии в России («Der Spiegel», «Die Welt», «Handelsblatt», «Tageszeitung», «Nordkurier», «Ostsee Zeitung») для аналитического обзора, опубликованного в «News Balt». В третьем случае польские авторы из Торуня (Катажина Момот и Рафал Сивицки) провели анализ двух популярных польских ежедневных изданий «Rzeczpospolita» и «Gazeta Wyborcza» за январь-сентябрь 2012 года, а также текстов веб-портала «Dziennik.pl», связанного с еще одной популярной польской ежедневной газетой «Dziennik Gazeta Prawna».

Первый образ, как пишет В. Н. Маслов (2016, 28), был официальным, имел сильную политическую и идеологическую составляющие и включал такие характеристики: 1) древняя славянская земля; навсегда наша земля; 2) область, созданная на территории бывшей Восточной Пруссии; 3) область, возникшая в результате разгрома фашизма; 4) одна из областей СССР (часть страны); 5) самая молодая в СССР область (новая область); 6) обновленная земля; 7) возрожденная земля; 8) строящаяся область; 9) одна из цветущих областей Родины; 10) передовой (высокоразвитый) край; 11) крепость; 12) форпост; 13) здравница; 14) область-символ; 15) самая западная; 16) Янтарный край.

Второй образ (Швец 2013) отражает важные для Германии и немцев события, происходившие в то время в городе и регионе в целом. К ним относились: 1) строительство Балтийской АЭС (в связи с отказом Германии от ядерной энергетики); 2) планируемое размещение ракетных комплексов «Искандер» и скандал с российским сухогрузом «Алаид» с самолетами для Сирии на борту (заметим, что тема милитаризации региона выделена также и автором данных строк в материалах британской прессы как одна из самых важных); 3) свободное приграничное сообщение с Польшей, что не сильно радовало ее западных соседей, так как Калининградская область имела плохую репутацию криминального, кризисного региона; 4) сотрудничество Германии и российского анклава в разных областях (создание автомобильного кластера, юбилей Совета государств Балтийского моря, будущее проведение некоторых матчей чемпионата мира в Калининграде, совместные культурные и спортивные мероприятия, приезд знаменитого немецкого актера Армина Мюллера-Шталя в город Советск, бывший Тильзит, где он родился).

На основании перечисленного выше Швец делает вывод, что официальная позиция правительства Германии не очень дружелюбная, образ Калининграда неблагоприятный, вызывающий опасения, а вот газеты восточных земель больше пишут о сотрудничестве, дружеских связях и настроены более лояльно. Швец указывает, что Германия проявляет большой интерес к своим бывшим территориям: «Во всех немецких статьях Калининград называют Кёнигсбергом, а у городов области в скобочках подписывают довоенные названия».

Третий образ (Момот 2012, 48-50) оказался очень неоднородным и, естественно, отражал темы, важные для ближайшего соседа – Польши: 1) экономический партнер, сосед, с которым нужно сотрудничать («Rzeczpospolita»); 2) угроза для Польши и всей Западной Европы («Dziennik.pl»); 3) прусская история региона (Тевтонский орден, университет Альбертина, философ И. Кант); 4) Вторая мировая война как поворотный момент в истории города, превращение его в советский военный форпост (данное исследование показало, что две последние темы также ярко звучат и в британской прессе); 5) особое чувство локального патриотизма калининградцев, близость их менталитета к европейскому; 6) самый европейский и самый демократичный регион России («Gazeta Wyborcza»).

В данной статье термин *образ* используется как синоним слова *имидж* и строится, как уже подчеркивалось выше, на основе преобладающих в СМИ тем и соответствующей тематической лексики, в связи с чем анализ текстового материала осуществляется по пяти выделенным темам.

2. Методы исследования

Отбор материала был частично объективным (в строку поиска вносились ключевые слова на английском языке: *Kaliningrad*, *Königsberg*, *Kaliningrad/Königsberg* и отбирались все статьи британских СМИ с данными словами), а частично субъективным (по уже отобранному заранее газетам, новостным сайтам, а именно – «The Times» и «The BBC News») – те же самые ключевые слова вводились уже непосредственно на сайты данных газет. Таким способом было отобрано 135 статей (70 из «BBC News», 65 из «The Times», а также несколько из «The Guardian», «The Independent», «The Sun», причем «The Times» рассматривалась как международная корпорация, т.е. туда была включена одна статья из «The Financial Times» и шесть статей из «The Irish Times», но не были включены три статьи из «The New York Times», так как задачей исследования была только британская пресса). Возможно, включение в анализ статей из «The Irish Times» также было не вполне обоснованным, а, вернее, политически корректным, так как слово британский не включает ни Ирландскую Республику, ни Северную Ирландию.

Далее анализ проводился уже по самим текстам статей с использованием контент-анализа в качестве основного, а также дополнительного метода лингвистического анализа смысла по ключевым словам (в том числе, лингвистической интерпретации и описания) и метода статистического анализа полученных данных. Основные темы статей можно разделить на пять групп:

1. Вторая мировая война (которая стала поворотным пунктом в новой истории региона); эта тема прямо не отражена в публикациях, но практически все материалы используют термины «эксклав» («анклав»), отсылающие к этому периоду;

2. немецкое (восточно-прусское) прошлое;

3. падения и взлеты в развитии региона;

4. милитаризация региона и опасения по этому поводу стран-соседей (данная тема отражена не только в британских, немецких и польских СМИ, но даже в советской прессе (правда, лингвистическими маркерами ее являются имплицитные единицы форпост и крепость);

5. чемпионат мира по футболу 2018 года (Калининград стал одним из 11 российских городов, где проходили матчи) как факт уже новейшей истории города.

Далее будут представлены результаты анализа статей по данным группам. Ассоциации, возникающие на базе данных тем и соответствующим образом отобранной лексики, и формируют образ (имидж) Калининграда в головах британских читателей.

3. Анализ и описание материалов

Временной диапазон статей из BBC News – с 2001 по 2019 годы. Это время новейшей истории города, в которой продолжают присутствовать и тема войны, и тема прусской истории города. Из 70 проанализированных статей 7 относятся к 2001 году, 15 – к 2002 году, 3 – к 2003 году, 2 – к 2004 году, 2 – к 2005 году, 1 – к 2006 году, отсутствуют статьи за 2007-2012 годы, 1 – к 2013 году, 2 – к 2014 году, 6 – к 2015 году, 12 – к 2016 году, 11 – к 2017 году, 7 – к 2018 году, 1 – к 2019 году.

Возможно, этим методом не удалось обнаружить абсолютно все публикации, касающиеся Калининграда, но даже в этом случае можно говорить об определенных периодах интереса к данному региону со стороны британской прессы. Из статистических данных видно, что 2001-2002 годы были периодом большого интереса, на наш взгляд, потому, что на рубеже веков происходила демилитаризация региона, переход к сотрудничеству и мирной конкуренции с соседями, урегулирование разногласий и взаимодействие с учетом национальных интересов.

Стабилизация отношений произошла при переходе к стадии сотрудничества и конкуренции, для которой характерно взаимодействие в сферах общих национальных интересов, а также урегулирование разногласий или признание возможных различий в интересах сторон (Йокубайтис/Лопата 2010, 30).

Еще одной причиной большого интереса к региону является подготовка в этот период стран-соседей (Польши и Литвы) к вступлению в ЕС. Калининградская область, в таком случае, оказывалась анклавом внутри Европейского Союза, со многими вытекающими из этого проблемами для обеих сторон. На первый план затем выходят вопросы Балтийского региона, а, следовательно, и заинтересованность, в основном, стран этого региона. Этим, скорее всего, объясняется очень малое число публикаций в период с 2003 по 2014 годы.

Расширение Европейского Союза и НАТО на восток постепенно начало менять ситуацию: с 2007 года велись переговоры о размещении американских систем ПРО в Восточной Европе (Польше, Чехии, Венгрии, Румынии), и в ответ на согласие ряда европейских стран разместить их на своей территории (Великобритании, Дании) тогдашний президент России Д. Медведев заявил о размещении ракетных комплексов «Искандер» на территории Калининградской области. Это дало новый толчок к публикациям военной тематики в 2015-2017 годах. Однако, таких статей не очень много (хотя профиль Калининграда на страницах «BBC News» появляется именно и только в 2015 г), так как с 2014 года в центр внимания передвинулись другие военные темы и регионы (Крым, Восточная Украина, Сирия). Публикаций в 2018 году также немного, так как 1) тема военного противостояния НАТО и России ранее уже много обсуждалась, появились новые регионы, где эти вопросы стоят значительно острее; 2) тема чемпионата мира по футболу 2018 распределилась также по другим 10 городам, где проводились матчи.

Используя метод контент-анализа при исследовании семантической структуры публикаций (под которой автор понимает полевую структуру с основной темой в качестве ядра и по-разному взаимодействующие с ней дополнительные идеи) приведем лингвистическое описание тех тем, смыслов и идей, которые оказываются важными для формирования образа Калининграда третьего тысячелетия.

Статей, прямо посвященных теме Второй мировой войны, не встретилось, но использование терминов «анклав» и «экслав» практически в каждой публикации отсылает именно к этому периоду. Исключением можно считать статью об открытии мемориальной доски в Линкольншире в память о сбитом в районе Кенигсберга британском бомбардировщике и гибели 7 членов его экипажа. Статья демонстрирует, что память о жертвах войн в Великобритании жива, и что 2 мировая война оставила глубокий след в жизни нации. Заканчивается статья словами: «After the Second World War, Königsberg became

part of Russia and was renamed Kaliningrad» (BBC 7). Но во многих статьях звучат упоминания о тяжелой битве за город, об огромных потерях, о сильных разрушениях:

- (1) [...] Following World War II when it saw bitter fighting and suffered extensive destruction; after Soviet forces drove the Nazis out in 1945, at huge cost. It was mostly in ruins after the fighting. [...] Königsberg was heavily bombed by the British in World War Two; a German church that was almost totally flattened during the air raids; Old Königsberg was devastated in the war; locals told me of a beach no-one visits because it is still strewn with the skeletons of soldiers from WWII) (BBC 1, BBC 2, BBC 3, BBC 4, BBC 6).

И во многих публикациях, посвященных региону, повторяющимся аккордом звучат слова: аннексированная территория:

- (2) Annexed from Germany in 1945. [...] The region was part of Germany until annexation by the USSR. [...] The Soviet Union annexed this former German territory on the south-eastern shores of the Baltic Sea after World War II; Soviet forces captured Kaliningrad, then called Königsberg, at the end of the World War II. [...] Formerly part of Germany, it was annexed by the Soviet Union in 1945 and given its current name (Sovetsk), having previously been called Tilsit; illegal annexation of Crimea (BBC 1, BBC 4, BBC 5, BBC 9, BBC 8).

Так как это же слово употребляется по отношению к другой географической территории – Крыму, это вызывает негативные ассоциации о незаконности, несправедливости.

Во многих статьях упоминается прусское прошлое региона. Это относится к статьям по самым разным темам (за исключением статей о милитаризации региона): Кант, Вторая мировая война, социально-экономическое положение региона, чемпионат мира по футболу 2018, вопросы туризма и пр. (даже частое употребление названия *Кенигсберг*, а не *Калининград* можно считать косвенным подтверждением этого). Понятно, что чаще всего это касается статей, связанных с великим немецким философом И. Кантом, который прожил почти всю свою жизнь в Кенигсберге. Как уже упоминалось, старое название *Кенигсберг* и другие бывшие названия ныне российских городов упоминаются в британских статьях очень часто (а про Кенигсберг также часто говорится, что это бывшая столица Восточной Пруссии). Например, современная деревня Веселовка, где Кант проработал учителем после окончания университета 3 года, и в которой современный вандал сделал оскорбительные надписи граффити, называется также бывшим прусским названием *Юдшен*:

- (3) Kant is believed to have lived in the village for three years from 1748, when it was known as Yudshen. He went on to live in Koenigsberg, then the capital of Prussia (BBC 10).

Перед чемпионатом мира по футболу в британской прессе было много справочных материалов о местах проведения матчей, в том числе о Калининграде. Естественно, что там говорилось о его историческом прошлом и интересных туристических местах. Часто встречающимися здесь лексическими единицами являются *Тевтонский Орден, тевтонские рыцари, (Восточная) Пруссия, битва при Эйлау* (пруссский город Прейсиш-Эйлау, где сражались русско-прусская и французская армии), *часть Германии* (до 1945 г.), *древний немецкий город, былая слава города, древняя канализационная система, германское королевство Пруссия, богатство и слава Кенигсберга*. BBC радио сделало в 2014 году специальную программу о Калининграде как месте рождения и жизни Канта, в которой, естественно, рассказывалось о прусской (немецкой) истории города и о том, что в Германии до сих пор живет память об этой части немецкого государства – Пруссии.

Близость к странам Центральной и Западной Европы, осознание того, что совсем недавно эта земля была частью Германии (одного из столпов современного ЕС), оторванность от России (для путешествия в Россию также нужны визы, как и для путешествия в Европу) способствует тому, что молодежь Калининграда и области ощущает себя больше европейцами, чем русскими. Это не вызывает удивления у корреспондента BBC News Каролины Виатт (Caroline Wyatt), так как,

- (4) Had it not changed hands during World War II, Kaliningrad – or Koenigsberg as it was known – would already have been part of the EU (Если бы город остался в руках Германии после войны, он сейчас уже был бы в Европейском союзе).

А одна из статей The Guardian от 31.05.2018 так и называется *Kaliningrad: the Russian exclave with a taste for Europe*.

Одной из основных тем, освещавшихся в 2001-2005 годах в мировой и британской прессе, была оторванность Калининградской области от основной России (результат эксклавного положения), об отношениях, в связи с этим, с соседними странами, готовящимися вступить в ЕС, о визовом режиме между ними, о боязни Польши и Литвы открыть с помощью безвизового режима дорогу к себе многим проблемам Калининграда (болезни, загрязнение окружающей среды, преступность, бедность, наркотики, проституция, ВИЧ-инфекция). Этих вопросов касаются 19 статей из нашей выборки «BBC NEWS». Экономическое положение данного региона, особенно по сравнению с другими балтийскими странами, никогда не было хорошим, в том числе и по

сравнению с остальной территорией России. Для решения данного вопроса Калининградской области были даны права свободной экономической зоны, что помогло ей частично выправить положение, улучшив экономические показатели и материальное положение жителей (BBC 12). Германия также с большим вниманием относилась к своей бывшей территории, развивала экономические связи с регионом, создавала совместные предприятия, построила там завод по сборке BMW. Тем не менее, образ города в прессе оставался негативным, что подтверждается прямым высказыванием по этому поводу помощника мера Калининград в 2002 г. Сильвии Гуровой:

- (5) Yes, we do have social problems – she admits – but the image of Kaliningrad you often see in the foreign papers is unfair... (Да, у нас действительно есть социальные проблемы, признает она, но образ Калининграда, который мы часто встречаем в зарубежных газетах, несправедлив ...) (BBC 11).

В последнее время, начиная с 2010-х годов, основной темой, развивающейся вокруг Калининграда, является милитаризация региона. В нашей выборке таких статей BBC – 25. У каждой стороны свои объяснения ситуации: Россия обеспокоена размещением военных баз США и НАТО, противоракетных комплексов союзников вблизи своих границ (*US tanks and troops in Poland a threat, Russia says*). НАТО, Польша и Литва – милитаризацией региона новейшими российскими вооружениями. Две граничащие с Калининградской областью страны укрепляют свои границы:

- (6) Poland plans paramilitary force of 35,000 to counter Russia; Poland to buy US Patriot missiles amid Russia tensions; Lithuania issues updated Russian invasion advice booklets; Poland to build Russia border towers at Kaliningrad; Lithuania plans fence on Russian Kaliningrad border.

Тревога звучит во всех без исключения статьях, обе стороны (НАТО и Россия) понимают, насколько опасно угрожать кому-бы то ни было, особенно, если речь идет о ядерном оружии – но, к большому сожалению, ситуация не улучшается. В военной истории Калининградской области были разные периоды:

1. до 1991 года, когда она была закрыта для иностранцев, а ее прусская история неизвестна жителям; город Балтийск, база Балтийского флота, был закрытым военным городом, секретным объектом;
2. с начала 90-х годов, когда развивались ее связи с соседями: европейскими государствами, когда сюда приезжало много иностранцев, а военные объекты ржавели и разрушались;
3. с 2010-х годов, когда здесь снова стала развиваться и укрепляться военная инфраструктура, стали перебрасываться новейшие виды вооружений.

Остается только надеяться, что разум возобладает, гонка вооружений, опасная для будущего Земли, прекратится, а Балтийский регион будет жить безопасной мирной жизнью.

Радостной темой для образа Калининграда, сильно испорченного военными страхами и напряженностью, явилась тема чемпионата мира по футболу 2018, ведь он стал одним из городов проведения матчей. Во-первых, во время подготовки к чемпионату многое преобразилось в городе и области, приведя к улучшению отдельных сторон жизни. Во-вторых, образ города значительно улучшился в глазах приехавших болельщиков со всего мира, а также благодаря публикациям в прессе, в том числе, британской. Калининград и вся Россия стали восприниматься в гораздо более положительном свете, а Калининград даже выделился благодаря благожелательности своих жителей, которые уже давно ощущают себя близкими Европе. Многие иностранцы сравнивали Калининград с европейским городом, а репортеры называли его, возможно, самым гостеприимным и дружелюбным городом для путешественников:

(7) [...] One of the most traveler friendly World Cup host cities.

Другие статьи ВВС посвящены некоторым важным для региона темам, таким, как добыча янтаря (более 90% мирового янтаря добывается в эксклаве); загадка Янтарной комнаты; празднование 750-ой годовщины основания города в 2005 году; восстановление замка Эйлау в Багратионовске; намерение мэра Янтарного продать здание городской администрации для решения социально-экономических проблем в поселке; укрепление связей между Великобританией и Польшей и усиление военной помощи последней в связи с милитаризацией Калининградской области; замена вечного огня в селе Переславское картонной имитацией; демонтаж советских памятников в Вильнюсе и желание мэра Советска разместить их в своем городе; охота за янтарем после сильного шторма на побережье города Пионерского; арест в Калининграде первого демонстранта, 18-летнего Ивана Лужина, по новому закону о митингах и демонстрациях.

65 газетных статей международной корпорации «The Times» также распределяются по 5 выделенным категориям, охватывают период с 2000 г. по 2019 г. Статей о визовом режиме с соседними странами здесь почти нет, так как в выборку попало всего несколько статей этого периода (2000-2003 гг.), а вот статей о милитаризации региона, озабоченности НАТО, США и Балтийских стран намного больше (более 30). Тематами в них являются: *размещение ракет Искандер и другой военной техники на территории области; угроза, исходящая отсюда; предположения о захватнических намерениях России; Калининград как военный аванпост у дверей Европы; американские военные учения для демонстрации силы и защиты Европы от агрессии России;*

призывы прибалтийских государств и Польши к НАТО активизировать свои действия в данном регионе; ядерные военные игры.

Об этом, в частности, говорит даже название одной из статей в *The Times*: *The Suwalki Corridor: Moscow's invasion route to Europe*. В данных статьях встречается большое количество лексики с отрицательной коннотацией: *aggression, fears, threat, confront, invasion route, tensions, military exercise, the front line, military confrontations, increasing alarm, a cockpit of tension, the terror of the Baltic states, the most militarised zone in Europe, a Russian military push, nuclear warheads, armoured vehicles, S-400 air defence systems, anti-ship missiles, military base to deter Putin, Moscow's expansion ambitions, an attack from the territory, cross-border "provocations", frequent military drills, territorial ambitions, etc.* (*The Times* 1, *The Times* 2, *The Times* 3). Эти и многие другие выражения с негативной окраской создают образ врага, вызывают у читателей резко отрицательное отношение к данной территории.

Есть здесь и статьи о чемпионате мира по футболу, но они не такие положительные и эмоциональные, как в «BBC News». В целом, образ Калининграда оказывается здесь еще более неприглядным. Особенно негативными являются 6 статей из ирландской газеты (*Irish Times*), 5 из них по военной тематике с уклоном в политику, и даже статья о чемпионате мира 2018 достаточно критична и не украшает образ Калининграда, а наоборот рисует все события, происходившие в городе с 1945 года в черном цвете (политика в этой публикации одерживает верх над спортом) (*IRISH TIMES*).

4. Выводы

Исследование образа/имиджа, а с недавнего времени еще и бренда территории приобретает всё большую популярность в связи с многими причинами: влияние имиджологии и политического маркетинга, необходимость усиления экономического развития регионов и привлечения большего числа предпринимателей и туристов (необходимость «продвижения» территорий), потребность в улучшении среды обитания и условий проживания, решение проблемы сохранения национальной идентичности и межнациональных отношений, стремление понять «душу» пространства (территории), в котором мы обитаем, «идея о текстуальности /нарративности городского пространства» (Везнер 2014, 221), усиление имиджевого ресурса территории среди других ресурсов, а также ухудшение экологической ситуации в самых разных частях мира.

Терминологизация слова *image* в английском языке при исследовании образов различных территорий (в особенности стран и городов), заимствование этого термина во многие языки мира, привели, в частности, в русском языке к появлению двух близких по значению терминов *образ* и *имидж*, которые

в некоторых исследованиях употребляются как синонимы, но в большинстве работ разграничиваются. *Образ* трактуется как более широкое понятие, оно первично по отношению к *имиджу*, чаще рассматривается как спонтанное, в то время как *имидж* как конструируемое, «образ чаще связывается с уже существующими, самостоятельно сложившимися представлениями, имидж – с существующими, но конструируемыми представлениями в целом (в разных областях, сферах деятельности)» (Гравер 2012, 38), «имидж – это образ, целенаправленно создаваемый для того, чтобы произвести наиболее благоприятное впечатление в той или иной сфере, при тех или иных обстоятельствах» (Морозова 2010). В последнее время при изучении территорий часто используется также термин *бренд* (Shirvani 2019a; 2019b; Гравер 2012; Леонтьев 2000).

Город Калининград, Калининградская область в целом, а также весь Балтийский регион часто становятся объектом различного рода исследований в силу своего географического (стратегически важного) положения.

Анализ 70 статей британской прессы за 2001-2019 годы выявил пять основных тем, которым они были посвящены: вторая мировая война; восточно-прусское прошлое; взлеты и падения региона; милитаризация региона; чемпионат мира по футболу 2018. СМИ отражают ситуацию сегодняшнего дня: политические, экономические и социальные реалии накладывают свой отпечаток на темы публикаций, что четко прослеживается в данном исследовании. Великобритания находится достаточно далеко от Балтийского региона, но, тем не менее, имеет там свои интересы. Естественно, она также встает на позиции своих союзников, а не противников. Это не может не найти отражения даже в публикациях независимой прессы.

Проведенный анализ публикаций британской прессы дает возможность заключить, что образ Калининграда в его представлении читателям является большей частью отрицательным. Это отражается как в темах материалов, так и в приводимых примерах, а также в отборе языковых средств, часто имеющих негативную коннотацию. По нашему мнению, это является отражением политических взаимоотношений Великобритании и России, зависимости Европы от США, разного отношения к историческим событиям, а также во многом объясняется и некоторыми действиями России, которые не всегда согласуются с международным правом. Однако, одна из тем, которая громко звучала в 2018 году – чемпионат мира по футболу, немного поменяла тон и отношение к стране в публикациях британских СМИ во время и после чемпионата. В них отразилось восхищение природными и культурными богатствами России, высокая оценка отличной подготовки к чемпионату, дань уважения к необыкновенно гостеприимным жителям страны. Это дает надежду на более взвешенные оценки в будущем, конечно, при общем улучшении климата во взаимоотношениях двух стран.

Библиография

- ВЕЗНЕР, Л. Н. (2014), Структура образа города: основные теоретические подходы. В: Вестник экономики, права и социологии. 4, 221-224.
- ГОРЕЛОВА, Ю. Р. (2012), Образные характеристики городской среды: сущность, механизмы формирования, классификация. В: Омский научный вестник. 3 (109), 234-237.
- ГРАВЕР, А. А. (2012), Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования. В: Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 3 (19), 29-45.
- ЙОКУБАЙТИС, А./ЛОПАТА, Р. (2010), Геополитическая трансформация Калининградской области. В: Балтийский регион. 2, 28-43.
- ЛЕОНТЬЕВ, Д. А. (2000), От образа к имиджу. Психосемантический брендинг. В: Реклама и жизнь. 1. 19-22.
- МАСЛОВ, В. Н. (2016), Образ калининградской области на страницах газеты «Калининградская Правда» советского времени. В: Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 3, 25-35.
- МИНАКОВА, Р. Д. (2004), Проблема формирования позитивного имиджа Калининградской области во взаимоотношениях России и Евросоюза [автореферат диссертации. Москва].
- МОМОТ, К./СИВИЦКИ, Р. (2012), Образ калининградской области в польской прессе. В: Слово. ру: Балтийский акцент. 3 (4), 43-51.
- МОРОЗОВА, Т. А. (2010), Имидж города как основа его продвижения. В: Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 1 [<https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-kak-osnova-ego-prodvizheniya>].
- СРУЖИК, Д. В./БУРАНОК, С. О./ЛЕВИН, Я. А. (2019), Блокада Ленинграда в оценках прессы США. В: Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 24/1, 123-129.
- ШВЕЦ, Я. (2013), Образ Калининграда в медиа ФРГ: «Дыра в шенгенском заборе» и «пешка в борьбе Кремля с Западом». В: <http://newsbalt.ru/analytics/2013/04/obraz-kaliningrada-v-media-frg-dyra-v/> [доступ 16 VI 2019].
- AL-GHAMDI, S. A./AL-HARIGI, F. et al. (2015), Rethinking Image of the City in the Information Age. In: *Procedia Computer Science*. 65, 734-743.
- CANTÓN-CORREA, F.-J./ALBERICH-PASCUAL, J. (2019), Construcción social de la imagen de una ciudad a través de Instagram: el caso de Granada. In: *El profesional de la información*. 28/1, 1-12.
- GRZELAK-KOSTULSKA, E./KWIATKOWSKI, M./BIEGAŃSKA, J. et al. (2017), Events as a factor shaping the image of a tourist city. In: 20-th International Colloquium on Regional Sciences: Conference proceedings. June 14-16, 2017. Brno, 736-743. In: <https://www.econ.muni.cz/en/colloquium-on-regional-sciences/past-colloquia/conference-proceedings-2017> [доступ 17 V 2019].
- KIKNADZE, V. G./MIRONYUK, D. A./KRETININ, G. V. (2019), The military and political situation in the Baltic region in the late 20th/early 21st centuries: the prospects of 'uneasy peace'. In: *Baltic Region*. 11/1, 6-75.
- KLEMESHEV, A./FEDOROV, G./FIDRYA, E. (2017), Specific Kaliningrad character of the Russian identity. In: Biegańska, J./Szymańska, D. (eds), *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*. No. 38, Toruń, 47-55.
- KOURTIT, K./NĪJKAMP, P./ROMÃO, J. (2019), Cultural Heritage Appraisal by Visitors to Global Cities: The Use of Social Media and Urban Analytics in Urban Buzz Research. In: *Sustainability*. 11/3470, 1-21.
- ЛИУНТО, К. (2009), Review of the book *Adapting to European Integration? Kaliningrad, Russia and the European Union*, ed. by Gänzle, S./Müntel, G./Vinokurov, E. (Manchester, 2008). In: *Journal of Common Market Studies (JCMS)*. 47/5, 1142-1143.

- OSÓCH, B./CZAPLIŃSKA, A. (2019), City image based on mental maps – the case study of Szczecin (Poland). In: *Miscellanea geographica – regional studies on development*. 23/2, 111-119.
- SHIRVANI, A. D./DE LUCA, G. (2019a), Boosting City Image for Creation of a Certain City Brand. In: *Geographica Pannonica*. 23/1, 23-31.
- SHIRVANI, A. D./DE LUCA, G. (2019b), Strengthening the city's reputation in the age of cities: an insight in the city branding theory. In: *City, Territory and Architecture*. 6/2, 1-7.
- SUKHANKIN, S. (2014), A Story of One Unsuccessful "Island". Kaliningrad, 1991-2010: from "Baltic Hong Kong" to the Center dependent entity. In: *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*. 1, 1-16.
- WŁODARCZYK, B./DUDA, M. (2019), The role of the novel in shaping a city's image and its choice as a tourist destination: The case of Łódź. In: *Moravian Geographical Reports*. 27 (1), 41-53.

Источники

- BBC NEWS. 1. Kaliningrad profile – Overview. 12 March, 2015.
- BBC NEWS. 2. No you Kant: Russians reject German thinker's name for airport. 4 December, 2018.
- BBC NEWS 3. World Cup 2018: Kaliningrad – the venue next door to the West by Sarah Rainsford. 12 June, 2018.
- BBC NEWS 4. Kaliningrad: The forgotten land by Steven Paulikas. Saturday, 26 March, 2005.
- BBC NEWS 5. Germany starts Kaliningrad link. 12 February, 2004.
- BBC NEWS 6. Kaliningrad rediscovers its history by Alexander Kwiatkowski. 16 September, 2002.
- BBC NEWS 7. Lincolnshire WWII Lancaster Bomber crew plaque unveiled. 9 July, 2014.
- BBC NEWS 8. US tanks and troops in Poland a threat, Russia says. 12 January, 2017.
- BBC NEWS 9. Lithuania: Soviet-era statues offered a home in Russia. 29 July, 2015.
- BBC NEWS 10. Philosopher Kant attacked by Russian graffiti artist. 19 March, 2015.
- BBC NEWS 11. Kaliningrad mulls border problem. 21 June, 2002.
- BBC NEWS 12. Kaliningrad erases stains of past by Laura Sheeter. 16 October, 2006.
- BBC Radio 4. Kafka, Kant and Lost Capitals. Producer Paul Kobrak. In: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b04jlnn>.
- IRISH TIMES. Letter from Kaliningrad: A World Cup venue where no one cares by K. Duggun. Thu, 28 Jun, 2018.
- THE TIMES 1. The Suwalki Corridor: Moscow's invasion route to Europe. 8 September, 2018.
- THE TIMES 2. Ethnic Germans hemmed in and hounded by Putin's steamroller. 25 February, 2018.
- THE TIMES 3. Lithuania to fence off exclave. 18 January, 2017.

IRINA OUKHVANOVA

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0842-4062>

Jan Kochanowski University in Kielce

Belarussian State University

NATALLIA YELSUKOVA

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4079-8518>

Belarussian State University

INTEGRATIVE METHODOLOGICAL PLATFORM TO RECONSTRUCT MACROUNITS OF DISCOURSE IN FUNCTIONING: BELARUSIAN CASE STUDY

KEYWORDS: Discourse Linguistics, discourse composites and codes, discourse community, image-building type of discourse, a Belarusian discourse community.

ABSTRACT: Discourse Linguistics, an applied field of research focused on complex content-macrostructures open to multiple transformations in functioning, currently raises such a research problem as how to cope with its multidimensional units staying focused on its holistic nature. For this integrative methodological platforms are introduced and tested. The authors, accepting discourse community representations built within the composites of the image-making discourse type as a forefront research object, introduce and verify such kind of a platform both theoretically and practically (on the discourse of respondents who represent one of currently built Belarusian discourse communities). The approaches inbuilt into the platform are Tartu-Moscow semiotic school (Lotman 2005, 205-226), French school of discourse analysis (Maingueneau 2002, 185-190), the causal-genetic approach of discourse modeling / CGA (Oukhvanova 2017, 5-16), and Swales' approach to discourse community research (2016).

1. Introduction

Discourse Linguistics or extended linguistics (Dictionnaire 2002), which can be treated as macrolinguistics as it accepts types of discourses and discourse communities as holistic functional macrostructures built on the same functional primitives. This idea of discourse dynamics and transformational character has been studied since 1993 (Oukhvanova 1993, 10-27) coming to the hypothesis that discourse communities are built on discourse types and can be studied accordingly. This very hypothesis we are testing in the given article.

The methodology introduced by CGA or the causal-genetic approach to discourse theoretical modeling reconstructs a set of discourse models (from structural

to functional) deductively, e.g. from general to particular via confronting, first two types of discourse causes (factors and facta) each producing contents of a different type represented in ideational structures (pragmatic, textual, cognitive and language) and phenomenological structures (referential / thematic and cortege / behavioral, each within its verbal and nonverbal representations). Merged in case of functioning they produced 8 functional primitives (composites) of discourse which, organized in 4-D clusters, form confronted (and, at the same time, complementary) types of discourse (Oukhvanova 2017, 12-13). Among such dichotomies is the dichotomy image-making and identity-building types of discourses.

The first type of discourse (a set of discourse practices of image production) is represented via the 4-D content cluster, which is composed of actual functional primitives and, thus, highly visualized and sensed, while the second one (a set of discourse practices of identity building) is represented via the 4-D cluster, which is composed of latent content primitives and, as such, is as if hidden from an actual vision of the public. Our vision is that discourse community is a mixture of these types and can be studied from both sides.

Our research object is a discourse community actualized by 4 composites actual for the image-building type of discourse and supported by relevant codes that represent these composites.

The research subject-matter is 4 codes of composites representations. Originally, the codes are treated as discourse inherent features (Maingueneau 2002, 187-190) but, while inscribing them into the integrative model of three linguistic approaches (see Fig. 1 in the practical part of the article), it became clear that they play the role of discourse codes of representation.

Finally, the goal of the research is to lay arguments both theoretical and practical to prove the research hypothesis stated in the first paragraph of this section of the article.

2. Image-making discourse: an interdisciplinary perspective

Image making is an actual research objects for many disciplines. The fact that its theory for quite a long time was developing within social and communication sciences made us pay a special attention to the approaches of treating it in their research fields. The tendency of discussing image making as both a multidisciplinary concept composed of specific set of practices and a communicative activity means that an ideational parameter and a phenomenological one are not viewed here as contradictory but rather as complementary. Furthermore, the idea of identifying image making practice within a communicative activity brings with itself another actual theoretical dichotomy – the vision of such complementary elements of this practice building as verbal and nonverbal. (Marland 2012, 214-233; 2016). It comes

clear, while studying relevant literature sources closer, that the basics of image-making in Politics and other domains is intertwined with the communicative approach, which, in its turn, attracts the ideas of the strategic development and tactic steps. The latter is actual while focusing on both research practices – packing and unpacking images.

With reference to other researchers, Canadian researchers Marielle Lalancette and Vincent Raynaud (2017) discuss three stages of the image –making, namely (1) image shaping, which is a kind of pre-image aimed at promoting image as a holistic emotionally acceptable pack of positive qualities; (2) message salience, a stage of quantifying a pre-image built, and (3) message credibility that conceptualizes the image via the categories intended public (an addressee-focused image), personal qualities (an addresser-focused image), construction and circulation of narratives (a visual rhetoric or text-focused image), and message framing (a context-focused image).

It is worth remembering these 4 categories given in brackets, which we added to comment on the ideas discussed by Lalancette and Raynaud. In fact, these 4 categories that actualize a finalizing step of image production – the step of image representation – are in coherence with what we did before (Oukhvanova/Markovich/Oukhvanov 2008) and what we are planning to discuss further.

3. Methodological background: three linguistic perspectives

Discourse Linguistics is a natural step of the development of contemporary linguistics focused on gradually increasing the volume of linguistic units under research. The volume of the unit of discourse can be well seen, if we refer to this linguistic unit as a phenomenon, idea, and activity that unites the first two. This specifics of discourse vision explains its content-transformative behavior in functioning, while social and individual parameters of content are mixed but stay evident. In order to catch and unpack discourse content within its changeable nature, it is necessary to find its *i n h e r e n t c o n t e n t c o m p o s i t e s a n d c o d e s*. The inherent composites form discourse *s e m i o s i s*, while the inherent codes form its *g e n e s i s* (Oukhvanova 2015, 46-50).

The approaches involved in the current research accept discourse within its 8-dimension functional structure (see: Maingueneau 2002, 187-190; Oukhvanova 2017, 12-30; Swales 2016). The difference in their nominative representation demonstrates the fact that the mentioned theoretical approaches found out the dimensions on different layers of discourse functioning. For example, particularizing discourse specifics from the bottom of research (an inductive type of discourse thinking), Maingueneau names the inherent codes of discourse, which are: (1) transfrastic, (2) orientational, (3) interactive, (4) action-formed, (5) contextual,

(6) situational, (7) normative, and (8) interdiscursive discourse practices (Maingueneau 2002, 187-190). In her turn, Oukhvanova finds inherent causes (factors) of discourse in people's 4 ideational content-bringing practices (Lotman's semiosphere (Lotman 2005, 205-226) and other causes (facta) in people's 4 types of phenomenological content-bringing activities (key content axes as symbols of verbal and non-verbal unity are as a metaphor of scaffoldings that keeps semiosphere holistic thought segmented into communicative referents and corteges). The causes (factors and facta) married, the composites are borne to be alive and form content clusters – types of discourses (archetypes of functional content patterning). To read these archetypes we are to use the codes presented by Maingueneau (see the integrative discourse model that unites the approaches of Lotman, Maingueneau, and Oukhvanova in Fig. 1).

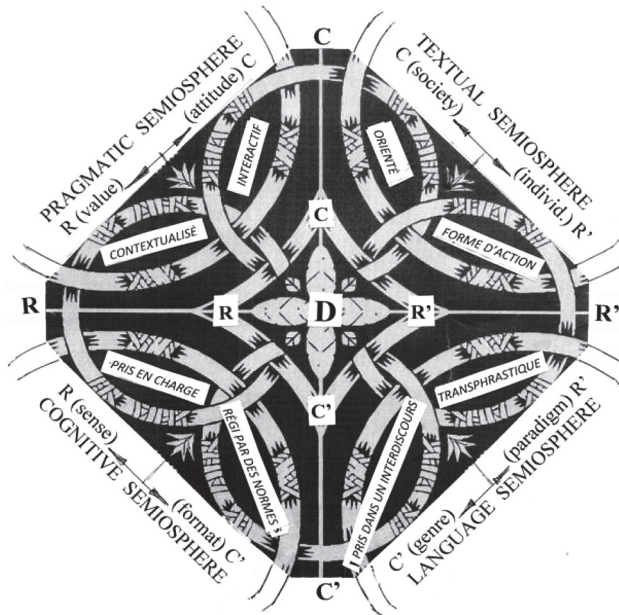


Figure 1. The integrative model of discourse organisation and production inspired by three methodological approaches: CGA, French school of discourse analysis and Tartu-Moscow semiotic school (see in: Oukhvanova, forthcoming in 2020).

4. Case study: Conceptual structure

The field of our pilot case study is Discourse Linguistics open to an applied research. The object is its macrocategory – a discourse community with a focus on its self-image-making via discourse practices – codes of discourse representations. The tasks to be solved specify the previously formulated goal of the research:

- to test the theoretical model of image-making type of discourse formed by its 4 inherent codes in their interdependence (a set of such discourse practices as: contextualisation (a social context-focused practice), interaction (an addresser-focused practice) , orientation (an addressee-focused practice), and an action-bound textualisation (persuasive rhetoric practice). Reconstruction of the content and specific meanings, which these practices bring, is based on the way they are represented verbally and, within it, explicitly or implicitly. Collecting the verbal forms used in the messages of the respondents from the community's structural segments (groups) and organizing them in tables to make the comparative analysis visual is a necessary technique applied in our research;

- to correlate the findings (on what kind of information about the discourse community under research each of 4 discourse practices collects) with 8 criteria of discourse community in functioning introduced with a renewed with a current expertize information given in a relatively recent article by John Swales (2016). As a result we will check if any criterion is appropriate to apply and, if yes, how abundant is the information presented. Such a task solved will give us a proof whether the community is really a discourse one or whether it is just a kind of a regular social group.

The material involved for our case study is the discourse of respondents (as expected, members of a holistic discourse community) presented in Russian and Belarusian languages (in rare cases words in English are used). The forms of messages are isolated words, word expressions, phrases, sentences. The latter does not interfere with the idea of the discourse under analysis as all of them are messages rooted in questions becoming, as a result, their continuation.

To make the previous information about the conceptual structure of our case study really informative, let us place it in the terminological context of research. The key terms of our pilot case study are:

Q u e s t i o n n a i r e. It has an extended version (50 questions) and a narrowed down versions (24 questions), the first one designed for those who realize the project, while the second one – for the participants and spectators. The repeated set of questions for both versions was the questions on Project as a phenomenon, an idea and an activity. The open questions covered mostly the tasks to present the associations on the key words and notion of the project. Among the latter are those, which help to recover the image of the event and people in it together with their activities contextualized, aims, orientation (target groups) and the attitudes to caused interactive patterns viewed by the respondents. Among the words in the focus is Project's title and its location as they being interconnected still open to produce different associations, which also reveal the respondents themselves. The time of filling in the questionnaire is from August 20 (two weeks after Festival-2019) till the end of December 2019;

D i s c o u r s e is positioned as content within its phenomenological, ideational and activity based representations actualized by respondents in the frame of the research context;

P r o j e c t. It is titled 'Vulica Brasil'. Vulica in Belarusian means street as initially (in 2014) its location in Minsk was a part of a remote territory of an 1,3 km length street (Octjabrskaja / October street), which looked unpopulated with closed industrial buildings of the factories that stopped functioning; besides the street was closed for public transport (before there used to be the tram transport going along it and tram tracks are still there). At the same time at the very beginning of the street there is a university set of hostels with spot grounds as the street is still close to the city centre. So in 2014 the remote part of this street was given for 2 weeks to the street-artists from Belarus and Brasil to conduct a first, not numerous and not-really advertised festival of street-art sponsored at first by a few private and state Belarusian institutions and by a cultural program of the Brazilian Embassy in Belarus (Minsk). And that is how Project started becoming at present (within its 5 festivals took place) a self-organized and much wider sponsored by the Belarusian side event involving the activities of street-artists and architects of both countries (Belarus and Brasil) but also ecologists, designers, and all others whose individual or teams' coordinated projects are accepted to add their mark on the area open for Project activities.

For us Project is being treated as Discourse within its 5 festivals open to be monitored by quantitative and qualitative research sponsored by the researchers themselves. That is the history of Questionnaire appearing on the Project Web-site and conducted via google forms.

F e s t i v a l – a Project produced event with its discourse content verified by representation analysis;

D i s c o u r s e c o m m u n i t y. It is a holistic social group, the members of which, while communicating, realize themselves as its inherent part, the fact proved by the image collectively formed by its members, while sharing their discourse practices with others;

I m a g e o f d i s c o u r s e c o m m u n i t y as a set of discourse practices, which actualize representation of the referential content plan of discourse (the axes R-R') via contextualisation and textual / social action techniques of discourse representation together with a partial representation of the cortege content plan of discourse (the axes C-C' with its C-focus of attention) via interactive and orientation techniques of discourse representation;

R e s p o n d e n t s as representatives of a holistic discourse community (as a hypothesis to be checked) and so actualising a certain Image of the whole discourse community built on relevant discourse categories.

Let us look at the research material of the case study closer.

The total number of respondents is 111, all participated in Project and its five festivals are grouped into three sub-communities, which are categorized as:

(1) **Project realizers** (total – 22); within them: 6 – organizers, 3 – those who realize their individual projects or were leaders of a small team project; 11 – volunteers assisting the first two subgroups; 4 active participants (those who worked in festivals' workshops and were members of other sub-groups. Each respondent presented their history of inclusion into the community, which showed that if someone at first was active spectator or volunteer, next year they were already individual or team project realizers or became one of organizers. Tough Festival-2019 showed another tendency. Those, who were too small to participate in previous festivals, managed to be worthy joining in 2019 all three subgroups of Project community – volunteers, individual or team project realizers, and even organizers;

(2) **Project participants** (total 68); they were the participants in suggested Festival activities (workshops, film sessions, trees planting, etc.) or just spectators of the activities who expressed their positive attitude to and enthusiasm in connection with Project, Festival, and the events involved;

(3) **Project spectators** (total 21); they are mostly (more than a half) young people under 20, studying at different Belarusian universities (mostly arts and humanities).

Table 1 represents the respondents structure within its three social groups accepted as segments of Project discourse community.

Table 1. The structural specification of the discourse community under research

Categories	Variables	Group 1 (22 people)	Group 2 (68 people)	Group 3 (21 people)
Age	Under 20	11,1%	24,2%	57,1%
	From 20 to 29	27,9%	22,7%	33,3%
	From 30 to 39	44,5%	33,3%	9,6%
	From 40 to 49	5,5%	10,6%	10,6%
	From 50 to 59	5,5%	4,6%	–
	No answer	5,5%	4,6%	–
Gender	Women	50%	82,4%	66,6%
	Men	50%	17,6%	33,3%
Education	Secondary	5,5%	–	19%
	Undergraduates	11,1%	33,3%	52,5%
	MA students	11,1%	7,6%	19%
	Higher	72,3%	57,6%	–
	No answer	–	1,5%	9,5%
Professional profile	social communication	–	19,7%	23,7%
	design and fine arts	33,4%	16,7%	4,8%
	education and philology	11%	13,6%	7,8%
	architects	5,5%	–	–
	psychologists	5,5%	–	–
	mass media	–	9,0%	4,8%
	services	–	7,6%	4,8%
	law	–	6,1%	–
	sociology	–	3%	14,3%
	others	39,1%	3% and less	4,8%
	no answer	–	10,6%	33,3%

Group 1 (22 respondents). This group of those who realize the project includes equal number of women and men. The group is represented by people from 30 to 40 (almost half) or younger (from 20 to 30 – 1/4th of the group). Almost all have a higher education. What concerns their professional profiles, one third of the respondents work in the domains of design and fine arts, a lesser part is in philology and education, still lesser part is composed of architects and psychologists; the smallest group represents a rarely met professional domains, as, for example, a specialist in content expertize or a person, who answered “I am in many professions at once”.

Group 2 (68 respondents) is represented by all age groups up to 40 almost equally. The majority of them are with higher education. They are interested in the art-project and its activities.

Group 3 (21 respondents) is represented mostly by young people under 20, mostly university students. They are interested in street art and it made them come to the festival to see murals and graffiti. Though they were not interested in the art project as such in the frame of which the recent festival was organized. Their interest was exclusively to see the newly produced murals and graffiti in the Oktjabrskaja Street (October Street).

5. Case study: Results and discussion

While collecting a representative data for reconstructing and commenting on Project discourse community and its image-produced discourse practices, we focused on the categories of contextualisation, textual action, interaction and orientation.

Below there are four tables (tables 2-5), which illustrate the data collected, followed by the community's and its structural group's description of the information gathered. As a final touch, a result of the search of a relevant criterion of the discourse community realisation is given. The criterion is chosen from Swales' set of 8 statements on the base of which we can consider whether the group in the focus can be qualified as a discourse community or not (Swales 2016).

1. **C o n t e x t u a l i s a t i o n**. This technique of Respondents' discourse organisation is well seen in the question on naming the associations to the key words of Festival. All three group explicitly formulate their *v i s i o n* of the event via the *f r a m e* of its actualization, which, nevertheless, differs in the *s c a l e* of *v i s i o n*. While *g r o u p 2* actualizes mostly an international (European and North American) together with local contexts (other parts of Minsk where street-art is represented in its different forms) (ted Belarusian settings suggesting the frames of similar events and streets (as the event location), *g r o u p 3* actualizes exclusively local context (naming the neighboring to the Festival street institutions as, if knowing their geographical position, it is easier to find the location of Festival). Besides, this group mentions a historical context as the original name of Festival

Street – October Street – is associated with October revolution of 1917. In its turn, members of group 1 are more creative (which seems quite natural). Respondents actualize a historical context of October Street before it unofficially changed its name to Vulica Brasil. This contextualisation brings the vision of a quick change both of a phenomenological and ideational nature. The social context is explicitly present and within it the context of a person, creator changing its environment. The additional contexts are given in the question on adding the key terminology apart the commonly seen. As we see the general tendency of applying this technique has the common ground (see table 2).

Table 2. Evaluation of referential content of discourse via
its contextualisation / framing

Group 1	Group 2	Group 3
Бывшая мертвая улица, быстро меняющаяся; рапах баллонов, малярка на обуви, командная работа; смесь города и человека, веселье, живость, агрегатное состояние вневременного лета; современный социальный контекст; сверхзадача, миссия художника, цели должны быть гигантские, стремлюсь к осуществлению давней мечты, новые цели	GTA: SanAndreas; Флаконт (Москва), УЖУПИС, Бэнкси, Нью-Йорк; мальчик на Лещинского, девушки на Городском валу'	станция метро, площадь, правительство, центр, студенческий городок; революция

If we have a look at the 1st criterion of discourse community introduced and in 2016 reconsidered by Swales, we shall see that it is in a direct correspondence with the first discourse practice, which we have just reconstructed and commented on. Swales comments on it in the following way: “A DC has a potentially discoverable set of goals. These may be publicly and explicitly formulated (as in “mission” or “vision” statements); they may be generally or partially recognized by its members; they may be broadly consensual; or they may be separate but continuous (as when older and younger members have different ideas about something)” (Swales, 2016).

2. *I n t e r a c t i v i t y*. This technique is vividly actualized in discourse of the group members. In a most general way the attitude to Festival interaction patterns is represented by the members of group 3 – they simply name patterns of interactive behavior that they accept (hanging out, making noise, having fun). The same positive attitude actualizes group 2 but their realities are different – they accept justice in relationship and effective intercultural communication. Together with this, they prefer meaning-bringing interaction and attempt to enquire whatever is necessary. The members of group 1, in their turn, actualize what is closer to them. They express their positive attitude to the corteges formed during Festival emotionally evaluating friendship, cooperation in work, learning habits, sharing creativity. This seems so natural that the expression ‘no comment’ adds the idea that such an attitude is so natural that words does not add anything to the feelings experienced (see the data collected in Table 3).

Table 3. Actualization of attitude to cortege content via interactivity discourse practice

Group 1	Group 2	Group 3
Согласование, теперь обращаю внимание на все теги, встречающиеся по пути; теслы готовы взаимодействовать, то детали по типу национальности не имеют никакого значения, можно учиться друг у друга; уставшие улыбки тех, с кем работаешь, время проведенное с Хайпером и его командой добавляет теплоты в работу; гремучая смесь бразильских и беларусских взглядов на быт дало красочную вспышку длиной в 13 солнечных дней;любые 2 культуры в сотрудничестве интереснее, чем по отдельности, дружба, без комментариев.	все люди равны; специально для минчан: редкий повод увидеть город под другим углом. Что хотел сказать ими (своими работами) автор?	тусовки, шум, веселье; sms

Here it is worth to refer to the 2nd criterion of discourse community specified in a new way by the founder of the discourse community theory:

“A DC has mechanisms of intercommunication among its members. Fine, but we now need to emphasize the roles of new digital channels, such as emails, blogs, tweets, etc., and we also need to stress that without any means of intercommunication of any kind, there is no real community” (Swales, 2016).

3. Discourse as a textual form of action chosen by individuals actualized information about the referential reality of each segment of the discourse community (each group) and the community in general. The referential reality of the respondents from group 1 is the one that makes them competitive in action; it mobilizes their will, attention, brains and are open to influence the way people live in the city. In discourse they are in the center of action. The referential reality of the respondents of group 2 is the one, which actualizes both centers. On one hand, it is Festival activities which make them act with optimism, positive emotions, and open to widen their knowledge and to make them feel involved being within the community. Moreover, the referential reality seems to be able to widen the experience of the others (‘will teach them to love their Motherland’). On the other hand, they feel themselves open to a somewhat new action, e.g. ready to travel (to Brazil).

The members of group 3 continue to apply minimalized forms of discourse as their messages are just words or expressions. They view action whether in a dichotomy set of notions (‘hanging out – studying’) or in a vector way (‘extension’).

Table 4. Textualizing referential content by individuals via performing the choice of the form of action

Group 1	Group 2	Group 3
Шрифтовая графика так и тянет на то, чтобы научиться делать круче; (festival) оживил меня, и теперь я обращаю внимания на теги; влияние на город; надо еще с кем-нибудь побомбить новые смыслы; (надо) беречь, ценить	(Festival) для людей; (он) вытащил меня из депрессии, дал ярких эмоций, расширил кругозор; объединить независимо от менталитета; научит их любить свой город; паехаць у Бразілію	расширение, посыл, опасность; тусовка – учеба

As we can see, the data given in Table 3 works in correspondence with the 3rd criterion of discourse community, which in its newer version presented as:

A DC uses its participatory mechanisms to provide information and feedback. This third criterion was always sadly incomplete. A DC uses its participatory mechanisms to manage the operations of the DC and to promote (usually) recruitment, change, growth, and development, and to orchestrate (rarely) retrenchment and demise. In other words, these mechanisms are used to initiate actions and activities, rather than simply providing information (Swales 2016).

4. Discourse as a discourse community itself, e.g. a society inside the society. It actualized information about the common cortege reality and each of its segment indirectly and in some cases implicitly (though for the community it is definitely explicitly: they read the words / terms in their own way. If to specify, the cortege reality of the respondents from group 1 (those who realize Project) is, firstly their colleagues with whom they work to realize their common creative, result-focused urge ('the more visible work aims, the easier to follow the path') designed for the others who are participants and spectators (suggested logo of Festival as Belarusian folk musician – 'huslar' ('as a junction of graffiti culture of Brazil and the Belarusian soul'). The society is narrated by them as the reality for themselves and the whole community, otherwise, why they have numerous followers (participants and spectators). The members of group 2 (Project participants) actualize, as their cortege, Project realizers and their creativity ('by the efforts of many motivated and talented people') together with the whole community's international attitude ('we have what to show foreigners') and a wider Belarusian community (start-ups as a supportive reality). The members of group 3 are also discourse community oriented narrating their reality in their vocabulary though understood as appreciation of what the others are engaged in. In their group 3 they are 'hanging out' enjoying what is realized by group 1 by naming street-art key genres; they also sharing a general spirit of the whole discourse community expressed by the members of group 2 – the spirit of something new, the spirit

Table 5. Actualizing cortege content via representational forms relevant in the community as a society inside the society – an orientation discourse practice

Group 1	Group 2	Group 3
Запах баллонов похож на конфеты барбариски; чем нагляднее работа и чем проходимее маршрут, тем больше восторга; скульптура окунает в художественное монументальное прошлое; отличный мужик, в этом году Хайпер привез с собой прекрасный трек-гимн для Вулицы; постоянно меняющийся логотип или гусяр как стык граффити-культуры Бразилии и белорусского духа. Холодный ум, горячее сердце, свободная душа.	у нас есть что показать иностранцу; появилось уникальное место в достаточно одноликом городе усилиями многих мотивированных и талантливых людей; старт-апы	тусовка, посыл, учеба

of a positive bright presence (within Festival's hanging out) and future preferring not to verbalize whatever is around as the main thing is that it is accepted as such. Implicit discourse in this case is what finally makes the discourse community.

Finally, let us compare the comments and data given in table 4 with a relevant criterion of the discourse community from the revisited version of 6 previous criteria developed by Swales and the two one added (Swales 2016). While doing it we have find out that it is a new criterion – number 7 – which suits our case, which says: “A DC develops a sense of ‘silential relations’ (Becker 1995), whereby there is a sense of things that do not need to be said or to be spelt out in detail in either words or writing”. As the reader would definitely agree, these words says for themselves.

6. Conclusions

We consider that the following 5 thesis reflect the essence of the research presented in this article:

- The idea of introducing Discourse Linguistics as macrolinguistics helps focusing on adequate methods, which, making macro categories a priority, keeps pace of micro and meso categories of discourse as still influential content-building elements.

- The integrative method chosen within its multileveled terminological items being coherent, the research object stayed holistic within its centrifugal and centripetal vectors inbuilt and balanced.

- The application of the integrative method (involving its intra references and, thus, verification) and visualized techniques (including the usage of tables for data organisation within confronting the messages produced by the respondents of the sub-communities (groups) keeping a holistic nature of the discourse community) permitted to deal with the research problem most effectively.

- The research hypothesis on the discourse nature of the holistic though segmented Belarusian community newly formed but still in its development is proved with a focus on its image, naturally build within selfimage-making discourse techniques.

- The pilot study shows that the research should be continued to check the way the 4 left inherent discourse composites are represented and how effective are the codes of the identity-building technique within this open discourse community under research as the latter is the result of both.

- Finally, we want to underline the applied character of the given article. With the integrative model introduced, the method born and described, and the research procedure tested, its application in other research projects for reconstructing discourse portraits of different discourse communities currently in development is possible.

References

- CHARAUDEAU, P./MAINGUENEAU, D. (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil.
- LALANCETTE, M./RAYNAULD, V. (2017), The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. In: *American Behavioral Scientist*. 63/7, 888-924.
- LOTMAN, J. (2005), On the semiosphere. In: *Sign Systems Studies*. 33/1, 205-226.
- MAINGUENEAU, D. (2002), *Discours*. En: *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris.
- MARLAND, A. (2012), Political photography, journalism and framing in the digital age: The management of visual media by the prime minister of Canada. In: *International Journal of Press/Politics*. 17, 214-233.
- MARLAND, A. (2016), *Branding command: Canadian politics and democracy in the age of message control*. Vancouver/Columbia.
- OUKHVANOVA, I. (2015), Discourse as a macro sign: the causal genetic perspective of discourse linguistics. In: Kikiewicz, A./Uchwanowa-Szmygowa, I. (red.), *Dyskurs: aspekty lingwistyczne, semiotyczne i komunikacyjne*. Olsztyn, 43-56.
- OUKHVANOVA, I. (2017), Discourse viewed from a complex system perspective: Causal-genetic approach as an integral discourse theory. In: Kuzmina, Y./Oukhvanova, I./Savich, A. (eds), *Discourse Linguistics and Beyond. 2. Current approaches in Eastern Europe (D-ART)*. Berlin, 5-16.
- OUKHVANOVA, I. (Forthcoming in 2020), Discourse 8-D thinking as the object of research and training. In: *Baltic Journal of English Language, Literature and Culture*. 10, n.p.
- OUKHVANOVA, I./MARKOVICH, A./OUKHAVANOV, V. (2008), *Des portraits discursifs des leaders politiques russes et bielorusses*. Minsk.
- OUKHVANOVA-SHMYGOVA, I. F. [УХВАНОВА-ШМЫГОВА, И.] (1993), План содержания текста: От анализа к синтезу, от структуры к системе. In: *Филологическая и социологическая мысль*. 3. 10-27.
- SWALES, J. M. (2016), Reflections on the concept of discourse community. In: *ASp*. 69, 7-19.

OLGA SEVERSKAYA / ОЛЬГА СЕВЕРСКАЯ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6277-9756>

Vinogradov Russian Language Institute

LEVON SAAKYAN / ЛЕВОН СААКЯН

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5046-7894>

Pushkin State Russian Language Institute

ОБРАЗ, ИМИДЖ, РЕПУТАЦИЯ ПОЛИТИКА В ЯЗЫКЕ И АКТУАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (ОПЫТ КОРПУСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Figure, image, reputation of politicians in the language and the actual political discourse (a corpus research experience)

Ключевые слова: имиджелогия, политическая лингвистика, актуальный политический дискурс, корпусные исследования, образы политиков, речевое портретирование

KEYWORDS: imageology, political linguistics, modern political discourse, corpus studies, images of politicians, speech portraits

ABSTRACT: The purpose of the article is to show the evolution of the concepts of “figure”, “image” and “reputation” in the Russian language in the last fifty years, to analyze their use in modern political discourse. The corpus study on the material of modern political journalism, showed that “image”, the emotionally affecting perception of a person, does not always coincide with the “figure” as the type or character associated with the speaker. Content-analysis of the uses of lexemes *imidzh*, *obraz*, *reputatsiya* showed that in the semantic plan they influenced each other, becoming synonyms in various meanings. The semantic evolution of the word *imidzh* went from an impression of appearance to stereotypical ideas that can be appreciated by society. The “figure”, judging by the Russian National Corpus data, today looks more like a “role” in a film or a play, responding to the theatricalization of the political process. An analysis of the speeches of the president, the prime minister of the country, regional rulers, deputies, and opposition leaders reveals the “masks” of the Grate-Powerman and Patriot, People’s Chosen, Ordinary Man, Strong Man (Powerful Hand), Debater, Distressor, and some others, used as an element of a discursive strategy.

1. Введение

Публичный политический дискурс использует сегодня множество стратегий речевого воздействия и политических технологий, которые так или иначе формируют имидж политиков и власти. При этом понятие «имидж»

политтехнологи и исследователи определяют по-разному: как «облик», «демонстрацию лучших личностных и деловых качеств», «эталон желаемого», «модный символ», «социально значимый стереотип» и даже «коммуникационную единицу», «свернутое сообщение» (Белобрагин 2004; Перельгина 2002). Наиболее удачным кажется определение, предложенное В. М. Шепелем:

Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания (2002, 79).

Обращает на себя внимание и практически синонимичное употребление учеными и носителями языка слов, соответствующих понятиям «имидж», «образ» и «репутация». В связи с этим встает проблема разграничения значений исследуемых абстракций: имеем ли мы дело с разными понятиями, или же с разными номинациями одного и того же понятия; с разными языковыми фактами (т. е. словами, словосочетаниями, коллокациями) или же с речевым варьированием – вопрос, актуальный для современной лингвистики (Kiklewicz 2015), ответ на который может дать корпусное исследование соответствующих словоупотреблений последних пятидесяти лет. Используемый нами материал Национального корпуса русского языка (далее НКРЯ)¹ позволяет проследить как языковую эволюцию понятий «имидж», «образ», «репутация», так и изменение семантического объема значения выражающих их слов.

2. Соотношение понятий «имидж», «образ», «репутация» по данным корпусных исследований

Начнем со словарных определений, которые послужат ориентиром при анализе конкретных словоупотреблений. *Имидж* имеет несколько толкований в наиболее авторитетных словарях: 'целенаправленно формируемый образ (какого-л. лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-л. в целях популяризации, рекламы и т. п.' (Захаренко 2003); 'сложившийся или намеренно созданный внешний образ, представление о ком-чём-н.; сам внутренний и внешний облик человека' (Шведова 2007, 297); образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе (или целенаправленно созданные) о каком-л. человеке, организации, товаре и т. д. (Кузнецов 2014).

¹ В дальнейшем примеры словоупотреблений приводятся со ссылкой на этот корпус (www.ruscorpora.ru).

Образ толкуется, прежде всего, как 'внешний вид кого-чего-л.', а затем и как 'живое наглядное представление, возникающее в чьем-л. воображении, встающее перед внутренним взором кого-л.' и 'ментальная копия, ментальный слепок, отпечаток воспринятого сознанием предмета, явления действительности'; указываются и значения, связанные как с художественными абстракциями: 'обобщенное отображение какого-л. явления действительности, облеченное в конкретную чувственно воспринимаемую форму' и 'обобщенный характер, тип, а также персонаж, являющийся носителем каких-л. характерных черт', так и с другого рода обобщениями: 'собирательное, часто близкое к типическому или эталонному, представление о том, кто назван (что названо) зависимым существительным' (Морковкин 2016, 649-650).

Наконец, *репутация* определяется как 'приобретаемая кем-чем-н. общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-чего-н.' (Шведова 2007, 830); 'создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках кого-чего-л.' (Кузнецов 2014).

Легко заметить, что *имидж* определяется через *образ* (что объясняется влиянием этимона – англ. *image* 'изображение, образ'), а толкования С. А. Кузнецовым *имиджа* и *репутации* практически совпадая, отличаются одним компонентом: имидж создается целенаправленно, тогда как репутация абстрагирована от желаний ее носителя. Объективно значения этих слов имеют достаточное число совпадающих и сопоставимых семантических компонентов, что делает возможными подмену понятий и синонимизацию конкретных словоупотреблений. Но есть и существенные различия: «имидж» и «образ» различаются целенаправленно создаваемым и непосредственно возникающим впечатлением, «имидж» соотносится с наглядным, «приукрашенным» представлением, «образ» – не только с представлением, но и с пониманием, а «репутация» – с оценкой.

Слово *имидж* появляется в русскоязычном узусе в середине 1970-х годов, и в первых зафиксированных НКРЯ употреблениях *имидж* синонимичен *образу* (и его иноязычному корреляту *look/лук*) в значении 'внешний вид, зрительное впечатление'²:

- (1) Стал уже создаваться *и м и д ж*, «Лучников-л у к» – длинный худой *старик* со смеющимися глазами, *одетый, как юноша: джинсы и кожаная куртка* (В. Аксенов. Остров Крым. 1977-1979)³.

² Здесь и далее в примерах все выделения наши – О. С./Л. С.

³ Синонимизация *имиджа* и *лука* В. Аксеновым подчеркивает и то, что в первых употреблениях *имидж* был знаком бунтарской «западности»: в 1970-е годы имидж «рассматривали в основном как манипулятивный прием буржуазной политики и средств массовой информации, используемый в целях идеологической обработки массового сознания людей» (Шепель 2002, 11). При этом новое слово (*имидж*, термин К. Боулинга, в речевом обороте с 1956 г.) поясняется уже известным (*look/лук* ввел в узус в 1947 г. К. Диор).

- (2) – О, вы *отрастили волосы* [...] это правильно! *И м и д ж* надо иногда менять...
Повернитесь в профиль: да, я предполагал, что *вам пойдет «каре»* (Д. Рубина.
На солнечной стороне улицы. 1980).

В тех же случаях, когда речь шла о типизированном наглядном представлении, по-прежнему использовалось слово *образ*, ср.:

- (3) Из литературы и из кинофильмов у нас сложился *о б р а з* *д е в у ш к и - ф р о н -*
т о в и ч к и: *ладная, плотная девчонка в гимнастёрке, юбке, сапожках, пилотке,*
зимой – ушанка и полушубок, лихая регулировщица с флажком (А. Рыбаков.
Тяжелый песок. 1975-1977).

В конце 1980-х появляются первые употребления слова *имидж* в современном значении 'образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе (или целенаправленно созданные) о ком-чем-л.', – значении, вбирающем в себя и те смыслы, которые традиционно связывались с «образом»-стереотипом и «репутацией», сложившимся общим мнением о чьих-то достоинствах и недостатках. В примере (4) *имидж* соотносится с имплицитным образом «типичного артиста» – человека творческого, думающего о «высоком искусстве», духовного, чуждого всего материального, и образом «торгаша», которые и определяют репутацию; а в примере (5) выражение *Что хочу, то и ворочу!* передает закрепленное в языковом сознании образное представление о самовольном, своенравном, действующем исключительно по своей прихоти человеке с репутацией самодура (Абрамов 2002), которое становится основой имиджа:

- (4) [...] Когда *артист начинает считать, доставать, уговаривать, выбивать*, он теряет что-то и в творчестве, и в *и м и д ж е* (А. Розенбаум. Бультерьер. 1987).
(5) – Это уже не ради денег, Натуй! Это уже как бы *свой собственный прикол*. *Что хочу, то и ворочу!* Даже если это и *было посоветовано* всеми его людьми, ответственными за «*и м и д ж*». Все равно это *получается немного, как вызов* (Н. Медведева. Любовь с алкоголем. 1988).

В то же время, с началом перестройки, в речи появляются словосочетания *имидж политика/политический имидж, образ политика, репутация политика*, а ассоциация имиджа с положительной/отрицательной самопрезентацией становится устойчивой:

- (6) Однако в наши дни надо, чтобы человек этот [глава государства – О. С./Л. С.] нравился. Чтобы новый, совсем новый *и м и д ж*. Не *и м и д ж отца родного*, а, скажем, *и м и д ж великого ученого, который придумает в экономике нечто (вместе с нами!)* [...] А не стодится ли *и м и д ж простого практичного мужичка, который поймет и простит наши слабости?* (В. Маканин. Лаз. 1991).

- (7) Веселые упражнения булгаковского Воланда в Москве – детские игрушки по сравнению с тем, что делал «Главный Воланд» [Сталин – О. С./Л. С.]. Делал без причин, иногда даже *во вред самому себе, своему*, как бы сейчас сказали, «*п и а р у*» и ли «*и м и д ж у*» (Г. Боровик. Послесловие к книге «Дело Кольцова». 1989).

С политиками в 1990-е начинают ассоциироваться и определенные образы-стереотипы, но в словоупотреблении *образ* заменяется на *имидж*:

- (8) Например, у Жириновского *и м и д ж политика буйного*, у Хакамады – *политика богомного*, у Путина – *политика-которого-нельзя-обидеть-а-не-то-себе-дороже-будет* (Комсомольская правда, 14.03.2001).

В 2000-е сохраняется синонимичность *имиджа* и *образа* в значении 'внешний облик' (9, 10), однако в политическом дискурсе так обозначается уже потенциально оцениваемый аудиторией и сопрягающий внешнее и внутреннее образ-стереотип, на основе которого и формируется мнение о носителе имиджа, а значит, *имидж/образ политика* семантически сближается с *репутацией* (12):

- (9) Говоря об *и м и д ж е п о л и т и к а*, главным образом имеют в виду его *в н е ш н и й в и д – галстук, костюм* (Л. Кафтан. Чем пахнет президент? Комсомольская правда, 05.12.2005).
- (10) Совет от А. Васильева: *Яркие цвета не сочетаются с о б р а з о м п о л и т и к а* (О. Константинова. Смотрите, кто уходит! Труд-7, 23.11.2007).
- (11) *З р и т е л ь н ы е о б р а з ы п о л и т и к о в* сформировали в умах избирателей и *предположение о социальном статусе кандидата*. В общем, дали максимум информации, на основе которой *якобы можно было отдавать предпочтения* (И. Николаева. Избиратели любят глазами. РБК Daily, 03.08.2010).

Образом же все чаще называется 'созданный кем-л. тип, характер; роль': на это указывают и замены *образа* контекстуальными синонимами *роль, маска*, которые мы рассмотрим ниже, и распространение коллокаций *сценический/актерский имидж* вместо привычных *сценический образ, актерский образ*:

- (12) Ваш *сценический о б р а з* как-то отличается от жизненного? – Нет, *о б р а з* не отличается. Я вот ору я постоянно – *что на сцене, что в жизни* (Хулиган, 15.06.2004).
- (13) То, что мы видим на сцене, это твой *сценический и м и д ж* или ты сам? – И на сцене, и в жизни я абсолютно одинаковый, естественный, а *и м и д ж* – придуманный проект (Биржа плюс свой дом (Н. Новгород), 11.03.2002).
- (14) [...] *актерский о б р а з* всегда был и будет основой воздействия фильма на зрителя (Советский экран, 1968).
- (15) Клейкомб продемонстрировала свой фирменный *актерский и м и д ж* рыжеволосой клоунессы (Известия, 29.03.2009).

В целом семантические преобразования, затрагивающие значения лексем *имидж*, *образ*, *репутация*, и их синонимизация лежат в русле процессов, характерных для рубежа XX-XXI вв. в целом и политического дискурса в частности (Саакян 2018).

Интерес представляет и статистика употреблений слов *имидж*, *образ* и *репутация* по данным НКРЯ. Лозунг начала 2000-х «*Имидж – все!*» (реклама Sprite) коррелирует с максимальной частотой употребления лексем *имидж* (1337 в основном корпусе, 7202 в газетном), *имиджевый* (135/1082), *имиджмейкер* (в совокупности с производными – 166/182) и с минимальной частотностью *образа*. В 2010-е *имидж* встречается почти в два раза реже, зато *образ* в равнозначных контекстах приближается к нему по статистике вплотную; немного больше внимания в эти годы уделяется *репутации*. Лозунг момента уже «*Хорошая репутация – наше все!*» (Форум: Универ (институт) vs. школа. Плюсы и минусы. Где в итоге лучше и почему? 2011); не менее ценится и *отсутствие плохой репутации* (30 документов, содержащих коллокацию)⁴. В последние пять лет внимание к *имиджу* опять возрастает (7230 вхождений), но *репутация* и *репутационные* характеристики (8440 употреблений в совокупности), судя по статистике, ценятся уже выше.

3. *Имидж*: семантические поля и метафорические модели

Корпусное исследование позволяет определить семантический и метафорический ореол *имиджа*, основываясь на сочетаемости лексем.

С точки зрения субъекта, в имиджологии принято различать (Перелыгина 2002, 3) и н д и в и д у а л ь н ы й (присущий конкретному человеку), к о р п о р а т и в н ы й (относящийся к группам, в том числе и политическим партиям, общественным движениям) и п р е д м е т н ы й (представляющий как товар, например, политическую программу или город, страну⁵) *имиджи*. В текстах НКРЯ присутствуют все типы субъектов: это абстрактные или конкретные, названные по имени, п о л и т и к и (обладающие *персональным/общественным имиджем*), п а р т и и, п о л и т и ч е с к и е т е ч е н и я и т. п. (у них различаются *псевдо*)демократический, люмпенизированный, государственный, внутривластный и международный *имиджи*) и с т р а н ы

⁴При этом *репутационные* и *имиджевые* риски учитываются чаще в экономике, чем в политике (в НКРЯ есть лишь один «политический» пример: «Для Ющенко это (сближение с Партией регионов) серьезный *рейтинговый* и *имиджевый риск*» (Корец М. Виктор Ющенко учредил матриархат. Труд-7, 26.12.2007) на 10 «экономических»).

⁵Создание *имиджа* целого государства и страны некоторые исследователи называют *локусным брендингом* (Паршин 2015), в этом случае и *имидж* может быть определен как *локусный*.

(в НКРЯ зарегистрированы *российский, чеченский, итальянский, английский, немецкий, французский* и некоторые др. национальные имиджи).

Словоупотребление соответствует и существующему представлению об имидже как системе специально выработанных, сформированных качеств (Перельгина 2002, 19) и акцентирует цельность его создания: об этом говорят словосочетания *формировать, разрабатывать, отрабатывать имидж*; соответственно, он может быть *наработанным, культивируемым* (что указывает на активную позицию субъекта и его целеполагание, заставляющее *озаботиться имиджем*), а также *складывающимся, благоприобретенным, готовым* (это уже указывает на объективность имиджа и на его известную стереотипность). Создание *имиджа* предстает как процесс, в котором результат достигается путем проб и ошибок (этот смысл присущ выражению *нащупать имидж*), а также как осознанный выбор из ряда альтернатив (это отражает коллокация *предпочесть имидж*).

Еще одна черта имиджа – его *устойчивость* при возможности корректировки и адаптации к ситуации со стороны субъекта-носителя (Шепель 2002, 15-16). Ее отражают словосочетания *улучшить/обелить имидж* (коррелирующие с ними формулировки *ухудшить/очернить/исказить имидж* указывают при этом на рецепцию транслируемых представлений, требующую корректировки). Сочетание *соответствовать имиджу* указывает на некий стандарт качества, которого стоит придерживаться. Стоит сказать и о корреляции (*из*)*менять имидж/изменять имиджу*: если первая коллокация отражает способность субъекта к адаптации, то вторая указывает на нежелательность отклонения от стандарта (ср. с устойчивыми языковыми выражениями: *изменить принципам/убеждениям* ‘нарушить верность чему-л., отказаться от чего-л., прежде свойственного, присущего’; *изменить себе* ‘перестать быть самим собой; поступить вопреки своим убеждениям, характеру’ (Кузнецов 2014)); встречаются и сочетания (*по*)*терять/утратить имидж* (ср.: *терять лицо* ‘утрачивать присущие кому-или чему-л. характерные особенности, свойства’ (там же)).

С имиджем исследователи ассоциируют и *планируемую оценку* (Перельгина 2002, 14), в НКРЯ обнаруживается значительное число сочетаний лексемы *имидж* со словами с оценочным компонентом в значении.

Поляризуются на аксиологической шкале: *позитивный (положительный) vs. негативный (отрицательный, плохой) имидж; оригинальный, уникальный, персональный, индивидуальный, собственный vs. готовый; новый, современный, модный vs. допотопный, традиционный, классический*.

Среди положительных характеристик *имиджа* мы обнаружили такие определения, как: *благоприятный, привлекательный, соблазнительный; симпатичный, красивый, прекрасный; благородный, достойный, безупречный/безупречно чистый; скромный, продвинутый, легендарный; миролюбивый*.

Среди отрицательных: *демонический, одиозный; дурацкий, блажной, кабаре-ный; шокирующий, эпатирующий, скандальный; упадочный, наскучивший, стариковский.*

Что касается метафорических моделей, то чаще всего с лексемой *имидж* сочетаются «с т р о и т е л ь н ы е» м е т а ф о р ы. *Имидж*, прежде всего, *создается, строится*, его можно *выстраивать* (вокруг чего-л.) и *перестраивать*; его можно, как здание, *укреплять, поддерживать, обновлять, подправлять, выправлять, ломать, разрушать, восстанавливать* – «строительная» метафора соответствует акцентуируемой в значении слова *имидж* семе 'целенаправленное создание'.

Используется в представлении *имиджа* и п а р а м е т р и ч е с к а я м е т а ф о р и ч е с к а я м о д е л ь. *Имидж* может характеризоваться как *солидный*, а его носитель, соответственно, обладать определенным *весом* в обществе, что сближает *имидж* с *авторитетом* и *репутацией*, которым словарь синонимов (Абрамов 2002) сопоставляет все тот же *вес* и *силу* (говорит об ассоциации и сочетаемость: *имидж* можно *заслужить*, как *авторитет, спасти*, как *репутацию*, а *вернуть имидж* фактически значит *вернуть доброе имя*). Или же *имидж* определяется как *высокий*, что уже говорит о сближении *имиджа* с рейтингом (*имидж* можно, как и *рейтинг, повысить*)⁶, а также об акцентировании в *имидже* харизматической составляющей (сема высоты присутствует в словарном определении (Кузнецов 2014): *харизма* 'высокий авторитет, основанный на умении подчинять других своей воле').

Особое место в этом ряду занимает «т е а т р а л ь н а я» м е т а ф о р а. Она проявляется не столько на уровне коллокаций, сколько в сосуществовании в одном ряду контекстуально синонимичных лексем *имидж, образ, роль, маска*:

- (16) Начиная свое правление, Путин представлял себя в о б р а з е *абсолютиста, но либерала*, по образцу Екатерины II. Сегодня он выступает в р о л и *жесткого авторитарного националиста* (Его место в истории. Time, 09.01.2008).
- (17) Жириновский выглядел предсказуемо. [...] И м и д ж *шута, несерьезного, громкого, несдержанного*, поддерживается не только внешними атрибутами, но и позами, мимикой, манерой разговора и поведения (Сноб, 17.04.2018).
- (18) Жириновский выбрал себе о б р а з *клоуна Кремля* (Глас народа, 02.08.2018).
- (19) Жириновский политику сознательно превратил в театр – опять же опережая время, еще до того, как это стало государственной линией, – и выбрал себе р о л ь *злобного клоуна*. И отлично ее выдерживает 30 лет почти (Грустный клоун на пожаре. Сноб, 02.08.2019).
- (20) Жириновского зовут, когда надо подстегнуть телевизионную дискуссию и поднять шум. Он и его Либерально-демократическая партия – это оппо-

⁶ Интересно, что параметрические оценки в публичном политическом дискурсе используются и при характеристике авторитета и репутации, например: «Репутация президента сегодня составляет 77 баллов» (PRAVDASER.M.com: сервис измерения репутации).

зияция понарошку, к нему приросла м а с к а *шута российской политики* (ИноСМИ.ру, 15.03.2018).

«Театральная» метафора перекликается в данном случае с устойчивыми языковыми выражениями *в роли (кого-чего-л.), играть роль (в чем-л.), быть на первых/вторых ролях, поменяться ролями (с кем-л.)*, также актуальных в современном политическом дискурсе.

4. «Имидж политика» и эмпатия

В НКРЯ можно найти разные образы политиков, являющиеся частью формируемого имиджа:

- (21) [...] За основу нового и м и д ж а Берлускони, похоже, будет взят о б р а з «*политика в изгнании*», проработка которого началась (Е. Сучков. Сильвио Берлускони решил сменить имидж. Комсомольская правда, 09.11.2013);
- (22) В США набирает обороты избирательная кампания, и Обаме *выгодно предстать* [здесь мы видим имплицитное представление о формируемом *имидже* – О. С./Л. С.] в о б р а з е политика, завершившего сразу две войны – в Ираке и Афганистане (И. Являнский. Обама приказал ускорить вывод войск из Афганистана. Известия, 14.03.2012).
- (23) Кадырову необходимо «отходить от *своего имиджа полевого командира* к о б р а з у *мирного политика*» (Кадыров выиграл битву за Чечню? – комментарии СМИ и политологов. Новый регион 2, 16.02.2007).

Образ, создаваемый политиком, в большей мере зависит от ожиданий и настроений электората, от того, какие качества и свойства ищут субъекты восприятия в личности политика, поэтому употребления лексемы *образ*, как правило, маркируют точку зрения «публики», общественное восприятие, интерпретацию:

- (24) Судя по результатам последних выборов, на которых «желтые» набрали 14,7%, *многим немцам и правда импонирует о б р а з современного политика широких взглядов, к тому же хорошего оратора и спортсмена* (Вестервелле увлекается пляжным волейболом и горными лыжами) (Е. Забродина. МИД Германии возглавит «веселый рейнский парень». Известия, 29.09.2009),

тогда как *имидж* всегда связан с точкой зрения субъекта политической коммуникации (что отражает и коллокация *придуманый имидж*):

- (25) *И м и д ж политика, который умеет выстраивать отношения с Россией, всегда играл на пользу Лукашенко* (Е. Григорьева. Лукашенко вернули в рамки приличий. Известия, 05.10.2010).
- (26) *Заняв кресло президента Украины, Виктор Янукович откажется от и м и д ж а пророссийского политика* (М. Рябов. Институт национальной памяти: Янукович не будет вести Украину к Москве. Новый регион 2, 12.02.2010).

Имидж не всегда оценивается положительно и интерпретируется адекватно замыслу «имиджмейкера»:

- (27) *Горстка людей, зарабатывающих себе на чёрный хлеб с икрой и м и д ж е м «правых» политиков, не либералы и не консерваторы* (В. Баранов. Либеральное будущее. Интернет-альманах «Лебедь», 26.10.2003).

Образ также может оцениваться с позиций истины и лжи, как в примере, где сталкиваются эксплицитный образ неподкупного политика с имплицитным представлением о его продажности:

- (28) Важнее то, что сегодня происходит девальвация *о б р а з а* самого Григория Явлинского. – О каком в данном случае *о б р а з е* вы говорите? – Речь идет об *о б р а з е*, который *он создавал на протяжении последних 10 лет – о б р а з неподкупного политика*. Дело в том, что в последнее время на первый план вышла олигархическая тема. *Главный олигарх нашей российской системы Михаил Ходорковский спонсировал «Яблоко»*. И сегодня об этом узнали все (Д. Анисин. «Либеральная» интрига под занавес. Труд-7, 27.11.2003).

органичности и неорганичности – например, с *о б р а з о м политика-клоуна Жириновского журналисты сопоставляют абсолютную уверенность в себе* (Известия, 25.08.2006); но при этом то, что воспринимается как образ, роль, маска, в редких случаях отражает суть характера политика, его настоящее лицо:

- (29) Брежнев делал некоторые вещи и в нарушение протокола. Например, лично подкуривал сигарету болгарскому лидеру Тодору Живкову, когда тот не мог найти зажигалку. Это был просто порыв, он забыл, что так делать не принято. – То есть *о б р а з мягкого политика со старческими причудами* подтверждается? – Ни в коем случае! *Он был человек эмоциональный, где-то до сентиментальности. Шел на сопереживание, чувствовал чужую боль, никогда не был груб, не повышал голос* (Л. Налбандян. Леонид Ильич в маске доброго дедушки. Труд-7, 13.12.2006).

Особо стоит сказать о потенциальной амбивалентности имиджа как образа-роли. Формируемый как сугубо положительный, он может оцениваться отрицательно в случае противоречия образа реальности, политическим действиям «персонажа», например, при контекстуальной дисфемии:

(30) Укрепляя собственный *и м и д ж* *последовательного политика*, кандидат в президенты *сначала признал результаты выборов, потом (той же ночью) оспорил и заявил о том, что инициирует судебные процессы, а в результате ничего, понятно, не инициировав, взял тайм-аут на размышления* (В. Топоров. И его золотой ключик. Известия, 05.06.2012).

То же может произойти при несоответствии имиджа ожиданиям аудитории⁷. На важность проблемы эмпатии указывают обнаруженные нами словосочетания *неверный, лишний vs. безопасный, нужный, правильный, адекватный, удачный имидж*.

5. Речевые образы-маски современных российских политиков

Справедливость наблюдений, полученных на основе корпусных данных, доказывает анализ речей президента России, премьер-министра страны, региональных правителей, депутатов, лидеров оппозиции (Северская 2015): такой анализ позволяет выявить речевые образы, составляющие основу имиджа представителей действующей политической элиты. Для удобства представим их в сводной таблице⁸, прежде чем разберем подробно.

В. Путин	Д. Медведев	С. Собянин	Р. Кадыров	А. Навальный
Державник Патриот Народный избранник: Вождь народа	Державник Патриот Народный избранник: Слуга народа	Державник Патриот Народный избранник	Державник Патриот –	– Патриот Народный избранник
Простой человек Сильная рука	Простой человек –	– –	Простой человек Сильная рука: Человек военный	Простой человек *Сильная рука: Возмутитель спокойствия Разоблачитель

⁷ Любопытные результаты дают психолингвистические опросы: например, положительно может оцениваться «самоуверенный, хитрый, грозный, сладкоречивый, крутой формалист» в образе «сильного политика» (Козловская 2012); в нашем материале эти качества получают отрицательную оценку.

⁸ В таблице полужирным выделены образы, входящие в ядро имиджа (о ядре и периферии в структуре имиджа: Иссерс 1996).

Ядро имиджа В. В. Путина⁹ и Д. А. Медведева составляют выделенные О. С. Иссерс (1996, 72ссл.) образы Державника и Патриота (маркеры – упоминания *державы, служения России, национальной идеи* и т.п.), Народного избранника – Доверенного лица народа (маркер – обращения к *народу*), а также Простого человека. Эти образы соответствуют речевой доминанте властного тандема, которую Г. Дудек-Валигура определяет как апелляцию к норме (Dudek-Waligóra 2019): президент и премьер часто обращаются к нормам международного и российского права, к общественным устоям и ценностям, к общему культурному фонду – суждениям, которые могут быть приняты за аксиому, и к народной речи. И президент, и премьер часто используют общеязыковую фразеологию:

- (31) знаете, у нас в народе говорят: курочка по зернышку клюет, тук-тук (Путин).
- (32) как у нас в деревне говорят, без порток можно остаться (Путин).
- (33) не нужно наводить, как у нас говорят, тень на плетень (Путин).
- (34) Самая гнусная работа, которая у нас есть, – это работа председателя правительства (Путин).
- (35) правительство нельзя трясти, как грушу (Медведев).
- (36) Надо, чтобы правоохранительные органы и органы власти перестали кошмарить бизнес (Медведев).

При этом, по данным Ю. С. Алышевой (2012, 12), Путин чаще, по сравнению с Медведевым, использует «я»-формы (30% употреблений против 24%) и реже «мы»-формы (59% и 69%, соответственно), что позволяет предположить: на периферии имиджа Народного избранника у Путина и Медведева оказываются разные микророли – первый народом «управляет», тем самым делая заявку на роль Сильной руки, второй ему «служит» – как Доверенное лицо народа.

Распределение речевых ролей в имидже мэра Москвы С. С. Собянина и некоторых депутатов не отличается детализацией (Северская 2015, 94сл.): они строго придерживаются ролей Державников и Патриотов, а также Народных избранников. Что касается Р. Кадырова, то он, скорее, ориентируется на доминантные имиджевые проявления главы государства (там же, 94), так

⁹ Исследователи называют такие имиджевые черты президента России, как «твердость, уверенность в собственной позиции, яркое личностное начало, откровенность и искренность» (Алышева 2012, 6), «пассионарность» (За ширмой Кремля 2016; Шепель 2019); отмечают переход от образа «мускулистого мачо, способного защитить соотечественников от внешних врагов» к образу «спасителя святой Руси и чудотворца» (Новый имидж Путина 2018), или же от «воина и чудотворца» к «образу мудрого человека и лидера молодой команды, [...] который не решает проблемы, а задает стратегический курс и назначает талантливых молодых людей, способных этот курс реализовать» (Ebel 2018). Чаще всего на Западе его видят в образах Царя/Императора, нового Сталина, Параноидального партнера (Кирюхина 2013, 130-131), встречаются и экзотические образы, например, Всадник без головы – угроза «холодной войны» (там же, 129).

же апеллируя к державности: конфликты на постсоветском пространстве для него – *личная боль России* (речь 24.12.2009) и общественным нормам:

- (37) «Непорядочно – показывать свои отношения. [...] Если будут целоваться на улице и рожать без брака, [...] не будет у нас патриотизма, не будет ничего в России» (речь 30.01.2011).

слегка смещая акцент в сторону ролей *Сильная рука*:

- (38) «Мы великая держава, у нас сила, у нас есть все – армия, технологии. Нам надо атаковать» (речь 24.12.2009).

и *Простой человек*:

- (39) Путин – красавчик» (05.10.2005).

В структуре его имиджа ядро ассоциируется именно с этими ролями, но в ядро входит еще и образ *Человек военный*. Не случайно Кадыров представляет Путина – полководцем, себя – рядовым:

- (40) Я пехотинец Путина и защитник России» (речь 20.02.2007).

При этом *пехотинец* в этой конструкции появляется закономерно: именно *пехота* – движущая сила военных действий. А Путин для него – *могущественный полководец*, поскольку *остановил войну* в Чечне (речь 05.10.2005).

Наконец, одному из лидеров оппозиции А. А. Навальному можно приписать образ *Патриота* (без «державной» составляющей):

- (41) У меня нет другой страны.

образ *Народного избранника*:

- (42) Россия – наша страна.

образ *Простого человека*:

- (43) Мне есть что терять. И вам тоже. Но я никогда не сдамся и не уйду – точно так же, как и вы (все примеры из речи на митинге на Болотной площади, 06.05.2013).

а также образы *Возмутителя спокойствия* и *Разоблачителя*: его определение *партия жуликов и воров* (02.02.2011) – один из мемов, сохраняющихся в узусе уже несколько лет; есть и другие примеры:

- (44) Я стараюсь смотреть новости Первого канала. На всех каналах *врут* примерно одинаково. Но меня гораздо больше задевает, как *врут* на НТВ, потому что они *врут* хитрее... Когда *врут* те, кто похож на живых людей, это раздражает гораздо больше (14.02.2012).

Возникая на периферии, эти образы-роли постепенно переходят в ядро имиджа оппозиционера, ассоциируясь с характеристиками Сильной руки, способной выиграть политический «армрестлинг» у власти.

6. Заключение

Приведенные данные показывают, что, заботясь о своем имидже, политики формируют его, используя различные речевые образы-маски, которые отвечают актуальным запросам общества, а потому могут использоваться в стратегиях воздействия. При этом множественность принимаемых политиком образов формирует структуру его имиджа и обеспечивает его ситуационную лабильность.

Сочетаемость лексемы *имидж* в текстах публичного политического дискурса показывает, что в нем учитываются все конституирующие черты имиджа, определяющие его как формируемый образ – идеализирующий носителя, индивидуальный, эмоционально-окрашенный, устойчивый, но корректируемый, воспринимаемый социумом. Семантическая эволюция лексем *имидж*, *образ*, *репутация* – как в синхронии, так и в диахронии, – показывает, что на протяжении пятидесяти лет они неоднократно смешивались в речи, подменяя друг друга, и расходились, каждый раз обнаруживая новые нюансы смыслов. Что касается политической сферы, то с 1990-х годов *имиджем* называется то, что раньше ассоциировалось с *образом* и *репутацией*: все три слова употребляются как синонимы, как разные номинации одного и того же понятия. Это, на наш взгляд, говорит о закреплении в языковом сознании соотношения внешнего впечатления (зримого образа), социально значимого образного стереотипа (образа-типажа) и его потенциальной оценки (репутации). Характерное для последнего времени внимание к репутации может сигнализировать о том, что репутация со знаком «плюс» рассматривается сегодня как основа борьбы за авторитет – общепризнанное влияние. Вместе с тем, синонимизация *имиджа* и *образа*, *роли*, *маски* согласуется с тенденцией к театрализации политики, превращением ее в шоу.

Библиография

- АБРАМОВ, Н. (2002), Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. В: <http://gramota.ru/slovari/info/abr/> [доступ 30 X 2019].
- АЛЬШЕВА, Ю. С. (2012), Речевой портрет современного политического лидера. Волгоград.
- БЕЛОБРАГИН, В. Я./БЕЛОБРАГИН, В. В. (2004), Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки. В: http://academim.narod.ru/art/bel_1.html [доступ 30 X 2019].
- ЗАХАРЕНКО, Е. Н./КОМАРОВА, Л. Н./НЕЧАЕВА, И. В. (2003), Новый словарь иностранных слов. Москва.
- За ширмой Кремля (2016). В: <https://inosmi.ru/politic/20160624/236973721.html> [доступ 30 X 2019].
- ИССЕРС, О. С. (1996), Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу. В: Вестник Омского университета. 1, 71-74.
- КИРЮХИНА, А. А. (2013), Образ Владимира Путина в западных СМИ. В: Актуальные проблемы современных международных отношений. 2, 129-134.
- КОЗЛОВСКАЯ, Н. В. (2012), Образ современного политика в представлении студенческой молодежи. В: Психолингвистические исследования. 1(21). В: <http://psystudy.ru/index.php/num/2012n1-21/619-kozlovskaya21.html> [доступ 30 X 2019].
- КУЗНЕЦОВ, С. А. (гл. ред.) (2014), Большой толковый словарь русского языка. Санкт-Петербург. В: <http://gramota.ru/slovari/info/bts/> [доступ 30 X 2019].
- МОРКОВКИН, В. В./БОГАЧЕВА, Г. Ф./ЛУЦКАЯ, Н. М. (2016), Большой универсальный словарь русского языка. Москва.
- Новый имидж Путина (2018), Новый имидж Путина – Спаситель святой Руси, ВВС – Русская служба, 21.01.2018. В: <https://www.bbc.com/russian/features-42767018> [доступ 30 X 2019].
- ПАРИШИН, П. Б. (2015), Территория как бренд: маркетинговая метафора, идентичность и конкуренция. Москва.
- ПЕРЕЛЫГИНА, Е. Б. (2002), Психология имиджа. Москва.
- СААКЯН, Л. Н./СЕВЕРСКАЯ, О. И. (2018), Новые смыслы в актуальном политическом дискурсе сквозь призму корпусных исследований. В: Современная коммуникативистика. 6, 20-25.
- СЕВЕРСКАЯ, О. И. (2015), Их слова «в граните отливаются»: особенности современной политической риторики. В: Верхневолжский филологический вестник. 1, 91-97.
- ШВЕДОВА, Н. Ю. (отв. ред.) (2007), Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов. Москва.
- ШЕПЕЛЬ, В. М. (2002), Имиджология. Как нравиться людям. Москва.
- ШЕПЕЛЬ, В. М. (2019), Брендové личности: Аналитические портреты. В: <http://image.interestonom.com/p11.htm> [доступ 30 X 2019].
- DUDEK-WALIGÓRA, G. (2019), Аргументы к норме в дискурсах В. В. Путина и Д. А. Медведева. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. X/1, 249-259.
- EVEL, F. (2019), Putin's image: an inextricable part of Russian Life. In: *Washington Post*, 07.05.2018. In: <https://inosmi.ru/social/20180507/242157955.html> [accessed 30 X 2019].
- KLEWICZ, A. (2015), W kierunku socjologii językoznawstwa: dywersyfikacja współczesnej wiedzy lingwistycznej w świetle socjologii nauki i teorii paradygmatów. In: *Biuletyn PTJ*. LXXI, 27-46.

JOANNA RYBARCZYK-DYJEWSKA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8414-9421>

Uniwersytet Jagielloński

WIZERUNEK UZDROWICIELKI SYBERYJSKIEJ (NATALII STIEPANOWEJ) W ŚWIETLE KRYTYCZNEJ ANALIZY DISKURSU

The image of the Siberian healer in the light of critical discourse analysis

SŁOWA KLUCZOWE: autoprezentacja, poradniki magiczne, argumentacja, perswazja, manipulacja

KEYWORDS: self-presentation, magic handbooks, argumentation, persuasion, manipulation

ABSTRACT: The aim of the article is to present the way in which the Siberian Healer (Natal'ya Ivanova Stepanova), in her publications, creates her own image and, at the same time, encourages to use magic practices proposed by herself. Magic handbooks and compilations of charms written by Stepanova served as the empirical material. They were the basis to describe manipulative and persuasive linguistic activities used to affect the recipient. The most common of those activities is argumentation, which is usually described as 'a set of actions taken to justify some view'. The healer – in order to sway recipients to her views – mainly uses the so-called fallacious arguments, such as e.g. *argumentum ad populum* or *argumentum ad metum*. She also uses specific lexical and stylistic means.

1. Wstęp

Zgodnie z koncepcją „człowieka w teatrze życia codziennego”, zaproponowaną przez wybitnego socjologa E. Goffmana, każda interakcja społeczna ma charakter spektaklu, w którym ludzie odgrywają swoje role według ustalonych wcześniej scenariuszy, mających na celu wywarcie na widzach odpowiedniego wrażenia. Podstawą tej koncepcji – którą należy rzecz jasna traktować jako pewne uproszczenie – jest teza, że człowiek, znajdując się w otoczeniu innych, zwykle radykalnie zmienia swoje zachowanie: przybiera odpowiednią do sytuacji maskę i zaczyna grać tak, aby zyskać poparcie i uznanie widowni. Badacz zauważa:

[...] Bez względu na konkretny cel, jaki przyświeca jednostce, i bez względu na przyczynę, dla której wybrała ona taki właśnie cel, w jej interesie będzie leżeć kontrola nad postępowaniem innych, a szczególnie nad reakcjami na jej działania. Kiedy jednostka gra jakąś rolę [...] wymaga od nich [widzów], by uwierzyli, że oglądana postać

rzeczywiście posiada cechy, które zdaje się posiadać, że wykonywane przez nią zadanie będzie miało efekty zgodne z zadeklarowanym zamiarem oraz że w ogólności rzeczy mają się tak, jak je przedstawia (Goffman 2008, 31 i n.).

Równie ciekawe spostrzeżenia na temat stosunków społecznych znajdziemy w pracach E. Berne'a. Ten amerykański psychiatra, twórca analizy transakcyjnej, uważa, że wiele zachowań ludzkich przybiera formę swoistych gier, które, jak pisze:

[...] opierają się na transakcjach ukrytych i zawierają pewien element wyzysku [...]. Celem każdego członka związku społecznego jest uzyskanie maksymalnej satysfakcji z transakcji z innymi ludźmi [...]. A zatem gry są zarówno konieczne, jak i pożądane, a cały problem sprowadza się do tego, czy gry uprawiane przez daną osobę są dla niej najbardziej korzystne (Berne 2019, 12 i n.).

Dążenie jednostki do kontrolowania reakcji innych na jej własne zachowanie leży u podstaw wszelkich działań autoprezentacyjnych, które – w przeciwieństwie do spontanicznej autoekspresji – mogą być środkiem służącym utrzymaniu lub umacnianiu władzy (Szmajke 1999; Leary 2005; Colman 2009).

2. Dyskurs o magii

Różne techniki autoprezentacji stosuje, najczęściej bezwiednie, właściwie każdy z nas, jednak szczególnie często, i na ogół świadomie, sięgają po nie osoby parające się zawodowo m.in. polityką, marketingiem, reklamą oraz szeroko rozumianą działalnością poradniczą. To poradnictwem właśnie zajmuje się bohaterka niniejszego artykułu, Natalia Iwanowna Stiepanowa, znana bardziej jako Uzdrowicielka Syberyjska (ros. *сибирская целительница*). Stiepanowa jest aktualnie jedną z najpopularniejszych w Rosji znachorek oraz autorką poradników magicznych, zbiorów zaklęć, popularnych kalendarzy, podręczników magii oraz materiałów, zamieszczanych na łamach wydawanej przez siebie gazety *Магия и жизнь*¹. Jak sama często podkreśla, wiedzę na temat magii i unikalny dar posługiwania się nią „dla dobra ludzkości” otrzymała w spadku od swoich przodków, którzy mieli być „najbardziej znanymi białymi magami na obszarze Syberii” (<https://stepanovablog.ru/>).

Charakterystyczną cechą wielu publikacji Stiepanowej jest ich dialogowość. Uzdrowicielka prowadzi nieustanną „rozmowę” z czytelnikami: odpowiada na ich listy, zwraca się z różnymi apelami oraz poleca im swoje produkty i usługi. Szereg jej wypowiedzi ma przy tym charakter ewidentnie autoprezentacyjny, Stiepanowa

¹ Wszystkie numery gazety są dostępne w internecie. Do 2019 r. można je było znaleźć na oficjalnej stronie Stiepanowej, pod adresem <http://www.magia21.ru>. Od 2019 r. strona ta funkcjonuje w zmodernizowanej formie i pod nowym adresem: <https://stepanovablog.ru/>.

bowiem stara się radzić w taki sposób, by zyskać zaufanie oraz szacunek adresatów i stać się w ich oczach autorytetem w dziedzinie magii.

Na materiale wskazanych w bibliografii książek postaram się zaprezentować, w jaki sposób autorka kreuje swój wizerunek i jednocześnie próbuje przekonać odbiorców do stosowania praktyk magicznych. Posłuży mi do tego perspektywa badawcza, jaką daje krytyczna analiza dyskursu (dalej: KAD)², koncentrująca się często na opisie tych elementów życia społecznego, w których można zauważyć nierówności, powstałe wskutek dominacji jednych grup społecznych nad innymi. Jak podkreśla A. Sokół-Klein, z punktu widzenia językoznawcy, „KAD (badająca tekst w kontekście) opisuje wszelkie elementy władzy i dominacji, które odzwierciedlone są w języku” (2017, 81). W analizowanym materiale z pewnością mamy do czynienia z nierównorzędną komunikacją pomiędzy nadawcą a odbiorcami, gdyż uzdrowicielka, z powodu pełnionej funkcji doradcznej, posiada władzę nad proszącymi ją o pomoc czytelnikami³. Udzielając porad, Stiepanowa wywiera wpływ na odbiorców, a dokonuje tego poprzez stosowanie rozmaitych technik perswazyjnych i manipulacyjnych⁴.

² Za światowych pionierów badań w dziedzinie KAD (lub z ang. CDA) uchodzą T. van Dijk (1993); R. Wodak (Wodak/Meyer 2009); N. Fairclough (2010). Z polskich badaczy należy wspomnieć przede wszystkim A. Duszak (Duszak/Fairclough 2008). Mając świadomość eklektyzmu metodologicznego i wzajemnie przenikających się ujęć teoretycznych, do których nawiązuje pojęcie zarówno samego dyskursu, jak i KAD, dokonam tu tylko niezbędnych ustaleń terminologicznych. Moje rozumienie dyskursu i jego analizy najbliższe jest ujęciu van Dijka, który przedstawia dyskurs jako zdarzenie komunikacyjne, działanie społeczne, język w użyciu. Tak rozumiany dyskurs posiada trzy wymiary: językowy (użycie języka), poznawczy (komunikacja własnych przekonań) i interakcyjny. Analiza dyskursu ma na celu całościowy opis wymienionych aspektów oraz zwrócenie uwagi na kontekst (van Dijk 2001, 12 i n.). Z kolei KAD nie stanowi jednolitego nurtu, ale – jak zauważa K. Stefaniak – jest podejściem eklektycznym, czerpiącym z różnych koncepcji lingwistycznych, filozoficznych i społecznych. Dla KAD szczególnie istotna jest analiza tekstu, gdyż w zależności od wyborów, których uczestnicy komunikacji dokonują na wszystkich poziomach języka – leksykalnym, składniowym i tekstowym – budowane są m.in. różne relacje i w różny sposób konstruowana jest ich tożsamość. Zawsze są to jednak wybory znaczące, a nie przypadkowe (Stefaniak 2011, 54 i n.). V. Kopińska pisze, że często celem badaczy reprezentujących KAD jest ujawnienie ukrytych relacji władzy, określonych interesów, środków używanych do wywierania wpływu. KAD zatem może koncentrować się na badaniu strategii dyskursywnych i środków językowych, które służą do osiągnięcia określonego celu (Kopińska 2006, 315 i n.).

³ Na ten osobliwy aspekt poradnictwa zwrócił uwagę m.in. socjolog M. Mielczarek: „W sytuacji poradniczej doradca posiada pewne prerogatywy władcze (często nie tylko symboliczne, lecz także bardzo konkretne – zwłaszcza jeśli jest równocześnie urzędnikiem, reprezentantem instytucji państwowej) [...]. Modelowa sytuacja poradnicza jest taka, w której autorytet pozycji doradcy łączy się z jego autorytetem osobistym [...]. Sytuacja poradnicza jest sytuacją specyficzną, gdyż zazwyczaj dochodzi w niej do pomieszenia kontekstów formalnych z nieformalnymi. Z racji «głębokości» i istotności poruszanych problemów bardzo często następuje w niej zejście z poziomu formalnego do nieformalnego, a doradcę z radzącym zaczyna łączyć swoista więź [...]” (Mielczarek 2009, 357-358). Szczególny charakter aktu radzenia dostrzegają także językoznawcy. Większość z nich umieszcza radę w grupie wypowiedzi nazywanej *directives* – aktów mających zmobilizować czy zmusić adresata do wykonania jakiegoś działania (Pytel-Pandey 2014; Wierzbicka 2004).

⁴ Ze względu na fakt, iż granica między perswazją a manipulacją jest nieostra, w niniejszej pracy oba typy oddziaływania językowego będę omawiać łącznie. Wypada w tym miejscu przypomnieć, że manipulacja i perswazja są przedmiotem licznych opracowań, w których zwraca się uwagę przede wszystkim na

3. Argumentacja

Jak wiadomo, najbardziej rozpowszechnionym sposobem oddziaływania na partnera interakcji, perswadowania mu czegoś, jest argumentacja, która każdorazowo winna być dostosowana nie tylko do przedmiotu dyskursu, lecz także do możliwości poznawczych i zdolności asertywnych odbiorców (Tokarz 2006, 124; Korolko 1998, 88). Ch. Perelman pisze:

Celem argumentacji nie jest wyprowadzenie określonych konsekwencji z pewnych przesłanek, lecz wywołanie lub wzmocnienie poparcia audytorium dla tez, przedkładanych mu do akceptacji. [...] Argumentacja nie ma wyłącznie na celu uzyskania u słuchaczy zgody czysto intelektualnej. Bardzo często chce ona pobudzić do działania lub co najmniej stworzyć do niego dyspozycję (2002, 22 i n.).

Jednym z najczęstszych argumentów wykorzystywanych przez Stiepanową jest *argumentum ad populum*, czyli odwoływanie się do popularnych upodobań i opinii. Według K. Szymanka do tego typu argumentacji zaliczyć należy następujące chwytły:

[...] Przedstawianie siebie przez mówcę jako kogoś o podobnych co słuchacze problemach, troskach, zainteresowaniach, odgrywanie roli „równego chłopa”; [...] przedstawianie wszelkich trudności jako wyniku nikczemnych knowań przeciwników; [...] odwoływanie się do uczucia dumy związanej z wykonywanym zawodem, miejscem zamieszkania, narodowością (2004, 59 i n.).

Z analizowanego materiału językowego wynika wyraźnie, iż Stiepanowa chętnie stosuje ten rodzaj argumentacji, a ponadto *argumentum ad populum* często łączy z dwoma innymi rodzajami argumentów – *argumentum ad auctoritatem* i *argumentum ad antiquitatem*, czyli argumentem z autorytetu oraz argumentem odwołującym się do dawności i tradycji. W publikacjach napotykamy wypowiedzi, w których uzdrowicielka kreuje się na prawdziwą i wiarygodną, „swoją”, kobietę z ludu i dla ludu. Mianuje siebie „wtajemniczoną” i podkreśla, że dzięki pochodzeniu ze znakomitego rodu uzdrowiaczy ma wiedzę tajemną, którą pragnie podzielić się z ludźmi. Bardzo często zachęca do kontaktu korespondencyjnego i bezpośredniego, deklaruje również gotowość niesienia pomocy każdemu, kto jej potrzebuje. O tym, jak bardzo znachorka stara się pokazać, że jest otwarta na innych, świadczą także uprzejme zwroty oraz wypowiedzi, które służą budowaniu więzi z czytelnikami-uczniami. Dzięki podobnym zabiegom listy przypominają wymianę myśli osób

aspekt etyczny. Manipulacja najczęściej rozumiana jest jako kształtowanie poglądów, postaw i zachowań bez wiedzy i woli odbiorcy i oceniana zdecydowanie negatywnie. Perswazję natomiast definiuje się jako dążenie do zmiany poglądów, postaw i zachowań poprzez transmisję informacji. Różnica jest trudna do uchwycenia, ponieważ zarówno perswazja, jak i manipulacja korzystają z podobnych metod (Lewiński 2001, 284-293; Garpel 2004; Maciaszek/Kleszcz 2016, 99-119; Tokarz 2006; Krzyżanowski/Nowak 2004).

bliskich sobie i darzących się wzajemnym zaufaniem. Ich odbiorca (odpowiadając na list zmienia się w nadawcę), staje się powiernikiem, który wysłuchuje i pociesza, a co najważniejsze – odpowiada na apele o pomoc, podsuwając każdemu właściwe rozwiązanie:

- (1) Я стараюсь вас многому научить, то мой долг дать вам правильное напутствие. [...] Все мое учение базируется на истинно древней школе, правила которой никогда не нарушались в нашем роду (Stepanova 2014, 9-10).
- (2) Сколько я себя помню, моя бабушка Евдокия все время меня учила своему мастерству и я [...] превратилась в знатного мастера. Передаю вам, мои дорогие, [...] кладезь мудрости и все знания моего рода [...]. В книге вы найдете то, что хотели, ведь именно по вашим письмам, по вашим просьбам я поставила ее [...] я с большой радостью поделюсь с вами всем, что знаю и умею (Stepanova 2013, 3-4).
- (3) Род великих целителей Степановых на протяжении веков не только бережно сохранял магические рецепты и волшебные заговоры, но и щедро делится ими со всеми страждущими (Stepanova 2017, 2).
- (4) Пишите мне, и я вам обязательно отвечу. Обращайтесь за помощью, и я вам помогу (Stepanova 2011a, 6).
- (5) Пишите мне, что бы вы хотели узнать и чему бы вы хотели научиться из моих следующих книг, из газеты „Магия и жизнь”. [...] Низкий поклон и самое сердечное спасибо за добрые, трогательные слова о моих книгах, консультациях [...] (Stepanova 2013, 6).

Warto podkreślić, iż Stiepanowa chętnie odwołuje się do autorytetów w dziedzinie magii, głównie do swoich przodków, i wskazuje siebie samą jako autorytet – „mistrza”, nauczyciela i wzór do naśladowania. Jej ogromną moc i skuteczność działania potwierdzać mają relacje czytelników, które autorka nader chętnie przytacza:

- (6) Дорогой мой учитель. [...] Первую книгу я проглатил за ночь и уже на второй день носился в поисках продолжения Вашего учения. Я многое умею благодаря Вам (Stepanova 2011, 6).
- (7) Уважаемая Наталья Ивановна! Я много лет изучаю Ваши удивительные книги. Всегда думала, что неплохой мастер, но когда узнала о Вашей работе, поняла, что я просто школьница против Вас (Stepanova 2011, 513).
- (8) Наталья Ивановна, Ваши книги стали для меня настольными. Благодаря знаниям, полученным от вас, у меня многое получается (Stepanova 2011, 526).
- (9) Наталья Ивановна! Вы для меня как путеводная звезда в науке целительства (Stepanova 2011, 527).
- (10) Наталья Ивановна, уважаемая моя и драгоценная! [...] я знаю (земля слухом живет), как вы помогаете людям (Stepanova 2011, 533).

W omawianych książkach znajdujemy także wypowiedzi, w których sama autorka wyraża dumę z powodu bycia skutecznym magiem. Na szczególną uwagę zasługuje

list adresowany do „czytelników i wyznawców” (*читателям и почитателям*), w którym mamy do czynienia z ukrytą formą reklamy, a więc z manipulacją, przejawiającą się w stronie formalnej komunikatu. Znachorka zachęca do sięgania po stworzone wedle jej receptur preparaty, odwołując się do sfery emocjonalnej, a jednocześnie zaleca korzystanie ze swoich publikacji, bez których – jak się okazuje – preparaty nie będą skuteczne. W jednym ze zbiorów zaklęć czytamy:

- (11) К сожалению, я не всегда имела под рукой именно те корни и травы, которые были необходимыми для помощи умирающему человеку. [...] Думаю, что каждому понятно, что я испытывала при этом. Именно поэтому, а вернее, из-за чувства вины перед этими людьми, я стала искать сотрудничества с российскими и зарубежными фирмами по заготовке лекарственного сырья. [...] У вас есть реальная возможность приобрести очень действенные, уникальные средства для избавления от многих тяжелых болезней. [...] Я несказанно счастлива, что наконец-то в полной мере будут востребованы драгоценный опыт и знания моего знахарского рода. [...] Не забывайте: прежде чем вы нанесете крем или иное средство на лицо и тело, следует читать заговоры на красоту, которые я даю в моих книгах (Stepanova 2013, 610-613).

Podobną taktykę można zaobserwować w innym fragmencie listu, gdzie uzdrowicielka przekonuje, że tylko posiadanie wszystkich wydanych przez nią zbiorów zaklęć zapewni odpowiednią wiedzę, a tym samym skuteczność zabiegów magicznych:

- (12) Вам полезно иметь все книги цикла „заговоры сибирской целительницы”, [...] если из них не будет хоть одной, вы лишитесь существенной части ведовских секретов, а значит, и знание у вас окажется не полным (Stepanova 2013, 5-6).

Wzmocnieniu tezy o istnieniu magii, a co za tym idzie, przekonaniu jak największej liczby ludzi do posiłkowania się nią służą „świadczenia nawróconych sceptyków” oraz historie, w których przedstawiane są zdarzenia będące rzekomo wynikiem różnego typu czarów – na przykład uroków czy klątw:

- (13) Что ж, помню, год тому назад ко мне обратилась женщина, которая всю жизнь занималась наукой. К магии она относилась скептически. Но жизнь повернула так, что она вынуждена была поверить в силу колдовства и обратиться ко мне за помощью (Stepanova 2016, 3).
- (14) Если вы, вернувшись домой со званого вечера, чувствуете себя плохо, то не исключено, что вас кто-то сглазил (Stepanova 2013, 192).
- (15) Никто из людей не может с уверенностью утверждать, что Бога нет, и нет никаких сил магии (Stepanova 2011a, 3).

Wydaje się, że głównym zadaniem tych egzemplifikacji jest przekonanie odbiorców, że życiem rządzą tajemne siły: dobre i złe. Człowiek ma prawo, a wręcz obowiązek wykorzystywać dobre i bronić się przed złymi. Natalia Iwanowna twierdzi, że każdy może to robić – wystarczy tylko sięgnąć po wiedzę zawartą w jej książkach, do czego gorąco zachęca czytelników:

- (16) Теперь настал ваш черед стать хозяином своей судьбы. А потому смело открывайте книгу и начинайте действовать (Stepanova 2017, 2).
- (17) Дорогие мои, [...] ни на минуту не сомневайтесь в том, что знания этих книг обогатят и расширят ваш кругозор, духовный мир и сознание (Stepanova 2014, 57-58).

W badanym dyskursie *argumentum ad populum* łączy się często z *argumentum ad metum*, czyli argumentem odwołującym się do bojaźni, trwogi i lęków. Aby zachęcić do skorzystania ze swoich usług i produktów, uzdrowicielka z Syberii przywołuje obawy towarzyszące każdemu człowiekowi (troska o zdrowie, szczęście rodzinne czy powodzenie w sprawach zawodowych) i wskazuje czary jako lekarstwo na wszelkie problemy i nieszczęścia:

- (18) В ваших силах изменить ход событий, с помощью заговоров и молитв вы сможете предотвратить надвигающееся несчастье (Stepanova 2014, 48).
- (19) Наука, которую мы с вами изучаем, принесет вам необычные и интересные знания. [...] Тот, кто дойдет со мною до конца, будет уметь все: лечить, продлевать жизнь и молодость, обороняться (Stepanova 2011, 6).
- (20) В этой книге вы найдете заговоры для крепкого здоровья, узнаете, как поставить защиту от различных болезней, привлечь счастливую долю и добиться уважения окружающих вас людей (Stepanova 2013, 4-5).

Kolejnym chwytem dostosowanym do powszechnych upodobań jest *argumentum ad fidem*, czyli argument odwołujący się do wiary. *Argumentum ad fidem* stanowi najczęściej przewrotne przedstawienie określonej tezy jako przynależącej do prawd wiary czy zasad jakiejś religii (w omawianym przypadku – prawosławia). Fakt, że odbiorca jest jej wyznawcą powoduje, iż zaufanie, którym ją darzy, przenosi się również na przedstawiane mu sądy (Szymanek 2004, 51). Posługiwanie się argumentem odnoszącym się do wiary jest typowym zabiegiem manipulacyjnym. To niejawne i zakamuflowane oddziaływanie na odbiorcę, który często nie zdaje sobie z tego sprawy. I tak, Stiepanowa w jednym z poradników nazywa zebrane w nim teksty magiczne i zalecenia modlitwami: „Я с радостью отдаю вам свои знания, пусть эти молитвы служат вам и защищают вас” (Stepanova 2014, 3). Ponadto w swoich pracach często przekonuje, że magia nie pozostaje w sprzeczności z chrześcijaństwem, wręcz przeciwnie – można, a nawet należy, sięgać do obu systemów jednocześnie, gdyż praktyki magiczne bez wiary w Boga nie przynoszą pożądanego rezultatu; dobrze jest również „wzmacniać je” popularnymi formami pobożności:

- (21) Хорошо закрепить заговор молитвой (Stepanova 2016, 24).
- (22) Купите икону „Семистрельная”. Зажгите возле нее семь свечей. Заприте дверь и не открывайте никому, пока не прочитаете молитву и сорок раз отчитку от заклятия на одиночество (Stepanova 2017a, 41).
- (23) Хорошо молиться праведным богоотцам Иоакиму и Анне. Напоминаю слова молитвы (Stepanova 2016, 112-113).
- (24) [...] Добиться успеха без должного смирения и искренней веры в Бога и Его помощь практически невозможно (Stepanova 2016, 56-57).
- (25) И не верьте, если кто-то начнет говорить, что вы читая старинные заговоры, поступаете неправильно. [...] Поверьте, Господь – это прежде всего строгий, но бесконечно любящий и понимающий Отец. [...] Какой же отец не окажет своим детям поддержку, не протянет им руку помощи? (Stepanova 2013, 4).
- (26) С Божьей помощью я помогла этой несчастной женщине, и теперь она здорова (Stepanova 2016, 71).
- (27) [...] Известно очень много случаев, когда уже ни врачи и ни люди ничем не могли помочь умирающему человеку, а я их отчитала от смерти Снами Богородицы (Stepanova 2014, 12).

4. Środki leksykalne i stylistyczne

Prócz opisanej wyżej argumentacji znachorka wykorzystuje również charakterystyczne środki leksykalne i stylistyczne⁵, które mają wywrzeć na odbiorcach pożądane wrażenie, a tym samym wpłynąć na ich przekonania i postawy. Są to między innymi: specjalistyczne słownictwo z zakresu magii ludowej, językowe wykładniki modalności oraz kwantyfikatory. Do pierwszej grupy należą na przykład wyrazy określające profesję Stiepanowej, która nazywa siebie nie tylko uzdrowicielką, lecz także znachorką, wiedźmą, czarownicą, zielarką (ros. *знахарь, ведун, колдун, травник*):

- (28) [В книге] вы найдете бесценные советы знахарей моего рода (Stepanova 2014, 241).
- (29) [...] Но я укажу здесь то, что лучше всего получается даже у малознающих ведунов, [...] чтобы укрепить свою колдовскую силу (Stepanova 2014, 28).
- (30) [...] Мало кто соответствовал требованиям, которые я выдвинула, опираясь на знания травника и целителя (Stepanova 2013, 611-613).

⁵ Środki stylistyczne, choć istotne w kontekście podjętych przeze mnie rozważań, nie zostaną tu omówione z uwagi na obszerność tematu. Zasygnalizuję jedynie, że w wypowiedziach Stiepanowej można znaleźć liczne zdania i wyrażenia treściowo redundantne, struktury uniemożliwiające negację oraz metonimie i metafory, które są przejawem manipulacji językowej. Ich obecność wywołuje w czytelniku określone emocje i sprawia, że jego uwaga, zamiast na treści komunikatu, skupia się na stronie formalnej, osłabiając tym samym reakcję intelektualną.

Stosowanie tego typu leksyki służy uwiarygodnieniu przekazu i podkreśla, że porad udziela osoba kompetentna. W ten sposób Natalia Iwanowna buduje swój autorytet i skłania czytelnika do postrzegania siebie jako postaci wiarygodnej. Inną grupą wyrazów, związanych z magią ludową, są nazwy tzw. czarów nasyłanych („napuszczanych”), do których zalicza się zazwyczaj uroki, klątwy oraz zaklęcia miłosne (ros. *урок, порча, приворот*). Uzdrowicielka nie tylko przywołuje podobną terminologię, lecz także definiuje poszczególne czary oraz wyjaśnia mechanizmy ich działania. Wyznacza przez to określone role uczestnikom komunikacji, budując nierównorzędną relację nadawczo-odbiorczą: nadawca – ona sama – to osoba posiadająca wiedzę i upoważniona do tego, by doradzać, odbiorca zaś – czytelnik poradników – to osoba nieznająca tajników magii, wsłuchująca się we wszystko, co mówi nadawca, a tym samym w pewien sposób mu podległa:

- (31) В отличие от сглаза, в основе порчи всегда лежит злой умысел: навредить недругу, перенести на любого человека свои беды. [...] Порчу могут пустить по ветру или по воде, начитать на след, на тень или на подклад. [...] В этой связи хочу напомнить: ни в коем случае ничего не поднимайте на улице (Stepanova 2016, 14-15).
- (32) Если любовница приворожила вашего мужа, то это с него следует убрать (Stepanova 2014, 130).
- (33) Иногда человек живет крепко, зажиточно, а потом все в момент рушится. [...] Причин этому много: сглазили долю, подменили счастливую долю на гиблую, навели порчей безденежье и т.д. (Stepanova 2011a, 15).

Warto w tym miejscu odnotować, że w jednym ze zbiorów zaklęć autorka zamieściła specjalny słowniczek („Словарь слов и выражений, встречающихся в публикуемых мной заговорах и молитвах”), objaśniający znaczenie wyrazów, które mogą być niezrozumiałe dla współczesnego czytelnika. Znajdujemy tam między innymi określenia szkodliwych praktyk magicznych, a także ludowe nazwy chorób, roślin leczniczych oraz praktyk uzdrawiających:

- (34) Ветренник – порча, получаемая по ветру; Золотник – трава, [...] также женский орган; Перепекание младенца – когда ребенок болен и усилия врачей бесполезны, знахарка велит матери ребенка принести ей его рано (Stepanova 2011a, 229-232).

Obok specjalistycznego słownictwa do wyróżniających się środków leksykalnych należą językowe wykładniki modalności. Udzielając czytelnikom porad, a jednocześnie nakłaniając ich do skorzystania z proponowanych usług, Stiepanowa przyjmuje w swoich wypowiedziach charakterystyczne postawy modalne. Najczęściej posługuje się zdaniem postulatywnymi, które zawierają modalność deontyczną, przez co sugeruje odbiorcy przyjęcie lub zmianę wskazanej postawy:

- (35) Вы должны быть внимательными к тому, что вам рассказывает пришедший к вам за помощью человек (Stepanova 2014, 48).
- (36) Необходимо помнить, что нельзя злоупотреблять властью заклинания (Stepanova 2014, 53).
- (37) Дорогие мои [...] не стоит также носить на своем теле фартуки, кофты, свитера – любую одежду, на которой нарисованы звери. [...] Вы должны знать и ведать очень и очень многое, если, конечно, вы претендуете на звание ведуна. [...] Людям нужно многое разъяснять, предупреждать (Stepanova 2014, 7-9).

Dla uzdrowicielki z Syberii charakterystyczne jest także posługiwanie się kwantyfikatorymi ogólnymi oraz ilościowymi. Tego typu środki mają charakter manipulacyjny, ponieważ nie przekazują czytelnikowi rzeczowej informacji. Znachorka nader często chwali się, że otrzymuje „bardzo dużo” listów, pomaga „wielu” ludziom, stosuje w leczeniu „rozliczne” zioła, a „wszystkie” polecane w książkach preparaty przygotowywane są pod jej ścisłą kontrolą:

- (38) Подобных писем мне приходит очень много (Stepanova 2016, 138).
- (39) Я получила много отзывов и рассказов (Stepanova 2016, 277).
- (40) В их составе сильные и редкие травы и корни, [...] и многие другие уникальные растения. [...] Каждый, из созданных мной лекарственных препаратов, проверен веками. [...] Напоминаю, что все препараты созданы под моим строгим контролем (Stepanova 2011, 685).

5. Zakończenie

Przeprowadzona tu krytyczna analiza magicznego dyskursu poradniczego pokazała, że uzdrowicielka z Syberii buduje swój wizerunek i autorytet na podstawie nie do końca uczciwych technik komunikacyjnych, za pomocą których umacnia nierównorzędną relację nadawczo-odbiorczą. W swoich wypowiedziach bardzo często i najprawdopodobniej w pełni świadomie ucieka się do nieuczciwej argumentacji. Najczęściej stosuje *argumentum ad populum*, który pozwala jej kreować się na osobę prawdziwą i wiarygodną, gotową nieść pomoc w każdej sytuacji i – co niezwykle istotne – dysponującą odpowiednią wiedzą magiczną, aby czynić to efektywnie. Istotnym elementem wypowiedzi Natalii Iwanownej jest również przywoływanie ludzkich lęków i obaw przy jednoczesnym nakłanianiu do korzystania z jej usług: zasięgnięcia porad oraz kupowania książek, akcesoriów magicznych (amuletów, talizmanów, kamieni szlachetnych, figurek) i preparatów leczniczych. Uzdrowicielka wzmacnia wiarygodność przekazu poprzez częste stosowanie i objaśnianie leksyki specjalistycznej z zakresu magii ludowej oraz nadawanie specyficznego perswazyjnego charakteru swoim wypowiedziom. Udzielając porad, stara się okazać odbiorcom empatię i przekonać ich, że wiara w magię ma sens, a niekonwencjonalne metody radzenia sobie z różnymi problemami mogą być skuteczne.

Bibliografia

- BERNE, E. (2019), *W co grają ludzie. Psychologia stosunków międzyludzkich*. Warszawa.
- COLMAN, A. M. (2009), *Słownik psychologii*. Warszawa.
- DUSZAK, A./FAIRCLOUGH, N. (red.) (2008), *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*. Kraków.
- FAIRCLOUGH, N. (2010), *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Harlow.
- GARPIEL, R./LESZCZYŃSKA, K. (red.) (2004), *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Kraków.
- GOFFMAN, E. (2008), *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa.
- GRZEGORCZYKOWA, R. (2010), *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*. Warszawa.
- KOPIŃSKA, V. (2016), *Krytyczna analiza dyskursu – podstawowe założenia, implikacje, zastosowanie*. W: *Rocznik Andragogiczny*. 23, 311-334.
- KOROLKO, M. (1998), *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa.
- KRZYŻANOWSKI, P./NOWAK, P. (red.) (2004), *Manipulacja w języku*. Lublin.
- LEARY, M. (2005), *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk.
- LEWIŃSKI, P. H. (2001), *Granice perswazji*. W: Habrajska, G. (red.), *Język w komunikacji*, t. 1, Łódź, 284-293.
- MACIASZEK, J. (2016), *Trzy typy manipulacji z punktu widzenia teorii działania*. W: Maciaszek, J. /Kleszcz, R. (red.), *Argumentacja, myślenie, działanie*. Łódź, 99-119.
- MIELCZAREK, M. (2009), *Władza doradcy w relacjach z radzącym się*. W: Kargulowa, A. (red.), *Poradownictwo. Kontynuacja dyskursu. Podręcznik akademicki*. Warszawa, 352-369.
- PERELMAN, Ch. (2002), *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*. Warszawa.
- PYTEL-PANDEY, D. (2014), *Komunikacyjna charakterystyka aktów rady, ostrzeżenia i groźby*. W: *Slavica Wratislaviensia*. CLIX, 357-366.
- STEFANIAK, K. (2011), *Władza i tożsamość w komunikacji lekarz-pacjent*. Wrocław.
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2011), *909 zagovorov sibirskoy tselitel'nitsy*. Moskva [Степанова, Н. И. (2011), *909 заговоров сибирской целительницы*. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2011a), *Zagovory sibirskoy tselitel'nitsy*, vyp. 30. Moskva. [Степанова, Н. И. (2011a), *Заговоры сибирской целительницы*, вып. 30. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2013), *1777 novykh zagovorov sibirskoy tselitel'nitsy*. Moskva. [Степанова, Н. И. (2013), *1777 новых заговоров сибирской целительницы*. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2014), *Zolotoye posobiye narodnogo znakharya*, kn. 2. Moskva. [Степанова, Н. И. (2014), *Золотое пособие народного знахаря*, кн. 2. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2016), *Ot porchi i sglaza*. Moskva. [Степанова, Н. И. (2016), *От порчи и сглаза*. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2017), *Taynaya kniga znakharya*. Moskva. [Степанова, Н. И. (2017), *Тайная книга знахаря*. Москва.]
- СТЕПАНОВА, Н. И. (2017a), *Ot porchi, sglaza, i proklyatiya*. Moskva. [Степанова, Н. И. (2017a), *От порчи, сглаза, и проклятия*. Москва.]
- СТЕПАНОВА (2019), <https://stepanovablog.ru/> [dostęp 28 IX 2019].
- SZMAJKE, A. (1999), *Autoprezentacja. Maski, pozy, miny*. Olsztyn.
- TOKARZ, M. (2006), *Argumentacja, perswazja, manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*. Gdańsk.
- VAN DIJK, T. (1993), *Principles of critical discourse analysis*. W: *Discourse & Society*. 4 (2), 249-283.
- VAN DIJK, T. (2001), *Dyskurs jako struktura i proces*. Warszawa.
- WODAK, R./MEYER, M. (red.) (2009), *Methods of Critical Discourse Analysis*. Los Angeles.
- WIERZBIČKA, A. (2004), *Akty mowy*. W: Bartmiński, J./Niebrzegowska-Bartmińska, S./Szadura, J. (red.), *Akty i gatunki mowy*. Lublin, 33-49.

IRINA BAKLANOVA / ИРИНА БАКЛАНОВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4328-0973>

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Образ автора научного текста как предмет имагологии

The image of the author of a scientific text as a subject of imagology

Ключевые слова: научный текст, имплицитная информация, образ автора, коммуникативные намерения отправителя текста, типология точек зрения

KEYWORDS: scientific texts, implicatures, image of the author, author's intentions, points of view reflected in the text

ABSTRACT: The article discusses linguistic methods for determining the images of authors of scientific texts. The theoretical basis of the study is a typology of points of view reflected in the text. The research method consists in detecting implicatures in the content of the text and determining their relationship to the author's intentions. The image of the author is derived on the basis of the assessments, language means and the stated facts contained in the text. On the basis of implicatures, the content of which does not contradict the author's intentions, his intentional image is derived. In the presence of implicatures, which most likely do not correspond to the author's intentions, the perceptual image of the author is determined.

1. К постановке проблемы

В течение последнего столетия ученые-лингвисты неоднократно обращались к исследованию категории образа автора текста, которая впервые была затронута в начале XX века в работах В. В. Виноградова и М. М. Бахтина (Бахтин 1996; Виноградов 1971; 1980). Впоследствии на протяжении нескольких десятилетий объектом исследований ученых был образ автора художественного текста (Аругюнова 1988; ван Дейк 1989; Долинин 1985; Кухаренко 1988; Падучева 1996; Шмид 2003), однако к концу XX в. стало актуальным исследование прагматики нехудожественных текстов: мемуарных, публицистических, рекламных, научных и т. п. (Бакланова 2014; Каминская 2017; Kiklewicz 2014; 2015).

Вместе с тем в середине XX в. во Франции как раздел сравнительного литературоведения возникла имагология, изучающая образы «своего», «чужого» и «другого», а также искусственно сконструированные текстовые образы (Папилова 2011; Хорев 2000; Dyserinck 1982; Fischer 1979; 1983).

Представляется, что образы, изучаемые лингвистикой и имагологией, имеют ряд общих признаков: с одной стороны, намеренность создания образа, а с другой – особенности восприятия получателями этих образов (Бакланова 2004; 2014; 2016).

Цель данной статьи заключается в рассмотрении лингвистических способов выведения из научного текста имплицитно отраженного в нем образа автора.

Материалом для исследования послужили русскоязычные научные тексты известных советских ученых, написанные в XX веке; материал был отобран с соблюдением принципа сравнимости. (В ссылках на эти тексты в квадратных скобках дополнительно дается дата первой публикации текста; библиографические описания этих текстов содержатся в рубрике «Источники». Библиографические ссылки на научную литературу содержатся в рубрике «Библиография». Шрифтовые выделения в цитатах из научной литературы – мои).

2. Типология точек зрения наблюдателя как теоретическая база выведения образа автора из научного текста

В качестве теоретической базы выведения из научного текста имплицитно отраженного в нем образа его автора мы принимаем разработанную Б. А. Успенским на основе исследований В. В. Виноградова и М. М. Бахтина типологию точек зрения наблюдателя, с позиций которого ведется повествование (Успенский 1995).

Успенский выделил четыре аспекта текста, в которых могут получать отражение точки зрения наблюдателя: (1) план идеологии представляет собой оценочный уровень (Успенский 1995, 19); (2) на основании плана фразеологии «автор описывает разных героев различным языком или вообще использует в том или ином виде элементы чужой или замещенной речи при описании» (Успенский 1995, 30); (3) план пространственно-временной характеристики представляет собой отражение в тексте местонахождения в пространстве и во времени наблюдателя событий (Успенский 1995, 80); (4) план психологии передает отражение внутреннего состояния наблюдателя и его внешних проявлений (Успенский 1995, 108).

Представляется необходимым уточнение терминологии: применительно к нехудожественным текстам план идеологии удобнее обозначать термином план оценки, план фразеологии – термином план выбора языковых средств, план пространственно-временной характеристики называть планом фактуальной информации, а термин план психологии сохранить без изменения (Бакланова 2014). В силу того что для научного текста характерна установка

на объективность изложения, образ автора на основании плана психологии из научного текста, как правило, не выводится (Бакланова 2014).

Конкретизируя суть аспектов, позволяющих вывести из научного текста имплицитно отраженный образ его автора, можно сказать следующее. Формальным признаком плана оценки является возможность комментария «Автор оценивает X как P»: оценки, высказанные автором, несут информацию о системе его ценностей. Формальным признаком плана выбора языковых средств является возможность комментария «Для выражения смысла X автор использует языковую единицу Y»: выбранные автором языковые средства позволяют судить о некоторых сторонах его языковой личности: о характере используемой им лексики, о владении функциональными стилями языка, о владении иностранными языками, диалектными и региональными разновидностями языка и т. п. Формальным признаком плана фактуальной информации является возможность комментария «Автору известны лица A, B, C и события X, Y, Z»: изложенные автором факты позволяют судить о его знаниях и жизненных обстоятельствах.

3. Имплицитная информация как инструмент выведения из научного текста образа его автора

Как было показано ранее, инструментом выведения из научного текста образа его автора является имплицитная информация (Бакланова 2012; 2014). Образ автора отражается в тексте имплицитно и может быть выведен на основании интерпретации текста его получателем (Бакланова 2012; 2014; Долинин 1985; Кухаренко 1988; Каминская 2017; Федосюк 2012). Имплицитная информация может передавать

не только предметно-логическую, но и субъективно-оценочную и эмоциональную информацию, ограниченную рамками микроконтекста, что на композиционном уровне соответствует преимущественно эпизоду, восстанавливается вариативно, рематична, принадлежит конкретному тексту и постоянно сочетается с другими видами подразумевания (Арнольд 2010, 87).

На основании сказанного М. Ю. Федосюк сформулировал определение имплицитного содержания текста:

Имплицитное содержание – это такое содержание, которое, не имея непосредственного выражения, выводится из эксплицитного содержания языковой единицы в результате его взаимодействия со знаниями получателя текста, в том числе с информацией, черпаемой этим получателем из контекста и ситуации общения (Федосюк 2012, 159).

Подчеркнем, что имплицитная информация логически выводится из текста в результате взаимодействия эксплицитно выраженных языковых единиц текста с знаниями его получателя, а также с контекстом и ситуацией общения (Федосюк 2012). В этом отношении И. В. Арнольд считает, что получатель текста интерпретирует его, «синтезируя то, что находит в тексте, с тем, что имеет в собственном читательском и жизненном опыте» (Арнольд 2010, 88).

При этом, как отмечает Федосюк, «имплицитное содержание может находиться в разных отношениях к коммуникативным намерениям отправителя текста, т. е. к тому содержанию, которое стремится передать этот отправитель» (Федосюк 2012, 159). С этой точки зрения для целей нашего исследования представляют интерес подтекстовое и притекстовое имплицитное содержание.

Подтекстовое имплицитное содержание – это имплицитное содержание, передача которого входит в скрытые коммуникативные намерения отправителя текста. Подтекстовое содержание передается в таких контекстно-ситуативных условиях, которые не требуют обязательного его восприятия, но в то же время содержат определенные свидетельства о том, что передача этого содержания была запланирована отправителем (Федосюк 2012, 159).

Для иллюстрации сказанного Федосюк моделирует следующую ситуацию. Некто без всякой связи с предшествующим текстом сообщает своему собеседнику, что накануне «целый вечер проболтал по телефону с Аллой Пугачевой». Поскольку всякое высказывание имеет свою цель, можно предположить, что целью этого высказывания была передача подтекстового имплицитного содержания 'Я хорошо знаком с известной певицей' (Федосюк 2012, 159сл.).

Подтекстовое имплицитное содержание дает основание для выведения из текста того образа автора, который соответствует интенциям отправителя текста. Назовем его *интенциональным* образом автора (Бакланова 2004; 2014).

Притекстовое имплицитное содержание – это имплицитное содержание, которое может быть выведено из текста, хотя его передача и не входила в коммуникативные намерения отправителя. Рассматриваемое содержание передается в таких контекстно-ситуативных условиях, которые не только не требуют его обязательного восприятия, но и не свидетельствуют о том, что такое восприятие входило в коммуникативные намерения отправителя (Федосюк 2012, 160).

Для иллюстрации сказанного Федосюк развивает смоделированную ситуацию, в которой происходит новый диалог:

А: Вчера целый вечер проболтал по телефону с Аллой Пугачевой.
Б: Как, а разве вчера вечером она была не на концерте?

Как видно, воспринимая реплику А., Б. вывел из нее имплицитное содержание 'Вчера вечером Алла Пугачева была свободна от работы'. Реплика А. действительно дает основания для такого вывода, хотя вряд ли передача именно этого смысла входила в его коммуникативные намерения (Федосюк 2012, 160).

Притекстовое имплицитное содержание лежит в основе того образа автора, который не соответствует коммуникативным намерениям отправителя текста и который читатель логически выводит из текста. Назовем его *перцептивным* образом автора (Бакланова 2004; 2014).

Выводя из текста интенциональный и перцептивный образы автора, важно учитывать следующее. Имплицитная информация базируется на знаниях получателя текста, а их знания, их индивидуальные особенности, а также исторический период, в который воспринимается текст, могут быть разными. В зависимости от этого результаты выведения имплицитной информации, совпадая в основных своих чертах, могут частично расходиться. Поэтому выведение имплицитной информации не может быть абсолютно объективным.

Следует добавить, что к перцептивному образу автора относится та имплицитная информация, которая, с точки зрения получателя, либо находится в противоречии с содержанием прочих компонентов воспринимаемого текста, либо не соответствует представлениям получателя о том, каким должно быть содержание текста данной тематики и какими следует быть этическим нормам, которых должен придерживаться отправитель текста. Если нет названных несоответствий, то перцептивный образ автора совпадает с интенциональным.

Кроме того, анализируя образ автора, следует иметь в виду, что он не тождествен образу конкретного автора. В. Шмид писал об этом:

Конкретный автор – «это реальная, историческая личность, создатель произведения. К самому произведению он не принадлежит, а существует независимо от него. Лев Толстой существовал бы, конечно же (хотя, наверное, не в нашем сознании), даже если бы он ни одной строки не написал» (2003, 41).

4. Интенциональный и перцептивный образы автора

4.1. Выведение образа автора на основе плана оценки

Проиллюстрируем процедуру выведения из научного текста интенционального и перцептивного образов автора с точки зрения плана оценки. Начнем со следующего примера:

Легко заметить, что рекомендуемые А. М. Пешковским приемы и принципы стилистического анализа литературного текста имеют мало общего с лингво-стилистическим анализом литературного произведения, опирающимся на марксистско-ленинскую методологию. А. М. Пешковского не интересует стиль как система художественного выражения мировоззрения. Он не видит социальной направленности стиля писателя. А. М. Пешковский подвергает анализу лишь внешние черты стиля произведения, отправляясь от звуковой его стороны – безотносительно к содержанию. Он изучает общие средства русского языка в их индивидуальном эстетическом использовании (Виноградов [1952] 1975, 486).

Из того, что в данном тексте критическая оценка работы Пешковского дается с точки зрения марксистско-ленинской методологии, вытекает, что в образ автора, выводимый из анализируемого текста, входит информация о намерении автора заявить о себе как о принципиальном, компетентном исследователе-марксисте, находящемся в русле современных ему науки и политики. Это интенциональный образ автора.

В то же время, поскольку в сознание современных читателей входит представление о том, что научное исследование не предполагает политической оценки его автора, из текста логически вытекает перцептивный образ автора как человека, стремившегося продемонстрировать свою лояльность господствовавшей власти вопреки этическим установкам науки.

Обратимся к следующему примеру.

Балли впал в антиисторизм. Он призывал при научном рассмотрении лексических единиц языка в его современном состоянии в “стилифике” – не только в преподавании и изучении иностранных языков – “не давать воли этимологическому инстинкту”, “бороться с ним”, “вести с ним ожесточенную борьбу”, т. е. не считаться с этимологией слов, с историческими связями между значениями слов и рассматривать разные значения слов как разные слова, что и привело его к мысли о двух разрядах омонимов, “этимологических”, – таких, как *соу* ‘шея’, *соур* ‘удар’, или *savons* ‘знаем’ и *savon* ‘мыло’, и “семантических”, таких, как значения глагола *décliner* ‘отклонить’ и ‘склонять’ (слово) или существительного *point* ‘точка’ и ‘пункт’» (Аничков [1957] 1997, 276).

Отрицательная оценка автором антиисторического подхода в работах Ш. Балли порождает импликации о том, что автор считает историзм важным принципом лингвистических исследований любой тематики. Это составляет интенциональный образ автора.

Поскольку традиционное для российской лингвистики представление о необходимости исторического подхода к любым языковым явлениям соответствует принципам современного, постструктуралистского этапа развития

лингвистики, для большинства читателей нынешнего времени перцептивный образ автора, выводимый из данного текста, полностью соответствует интенциональному.

4.2. Выведение образа автора на основе плана выбора языковых средств

Деборинщина в философии, рубинщина в политической экономии, переверзевщина в литературоведении и др. с достаточной ясностью показывают нам, что классовая борьба в науке не “утихает”, наоборот, в связи с решительным наступлением на остатки капиталистических элементов в стране она обостряется» (Филин [1932] 2001, 115).

Использование в данном тексте отрицательно-оценочных слов, образованных от фамилий известных ученых с помощью суффикса – *щин(а)*: философа А. М. Деборина, экономиста И. И. Рубина и литературоведа В. Ф. Переверзева – дает основания для вывода импликаций о том, что автор испытывает негативные эмоции по отношению к ученым и их деятельности. Как уже было сказано выше, в эпоху создания текста грубая негативная политическая оценка коллег была необходимым условием научного исследования. Таким образом, в интенциональный образ автора, выводимый из анализируемого текста, входит информация о намерении автора заявить о себе как о принципиальном исследователе, находящемся в русле современных ему политических идей.

Представление читателей нашего времени о неприемлемости употребления в научных текстах эмоционально-оценочных слов, а также отрицательных оценок ученых с идеологической точки зрения порождает перцептивный образ автора как человека, стремившегося продемонстрировать свою лояльность господствовавшей власти вопреки современным этическим установкам науки.

Рассмотрим еще один пример.

Nihil est in dicendo, quod non inhaereat grammaticae vel hominum action. Nihil est in grammatica, quod non fuerit in dicto (Эпиграф к статье (Щерба [1931] 1974: 24)).

Использование автором текста в качестве эпиграфа латинского изречения (‘Ничто не произносится, что не было бы заложено в человеческом действии. Ничего нет в грамматике, чего не было бы в речи’) свидетельствует о стремлении автора логично и красиво организовать свой текст и быть интересным получателю текста. Это интенциональный образ автора.

Однако данное латинское изречение представляет собой перефразированный вариант основного тезиса сенсуализма, сформулированного Дж. Локком,

– «Nihil est in intellectu, quod non prius fuërit in sensu» (‘Нет ничего в интеллекте, чего раньше не было бы в ощущениях’) (Philologia Classica 2020), что дает основания осведомленному получателю текста предполагать, что автор не только владеет латинским языком, но и является эрудированным человеком, свободно владеющим крылатыми латинскими изречениями. Из сказанного вытекает перцептивный образ автора: автор обладает широкими кругозором и эрудицией, а также владеет навыком наполнения новым содержанием латинских изречений.

4.3. Выведение образа автора на основе плана фактуальной информации

Когда в 1923 г. мы получили в Ленинграде “Cours de linguistique generale” de Saussure’a [...], то были поражены многочисленными совпадениями учения Соссюра с привычными нам положениями. Различения языка, как системы, и языка, как деятельности (“lanque” и “parole” de Saussuru’a), не такое четкое и развитое, как у Соссюра, свойственно и Бодуэну» (Щерба [1929] 1957, 94).

Интенциональный образ автора: автор прочитал книгу Фердинанда де Соссюра еще до ее перевода на русский язык и хорошо знал теорию Бодуэна де Куртенэ.

Перцептивный образ автора: автор владел французским языком, жил в Ленинграде и был сторонником концепции Бодуэна де Куртенэ.

5. Выводы

Теоретической базой выведения образа автора являются высказанные им оценки, выбранные языковые средства и описываемые факты, которые несут информацию о принципах автора, о разных сторонах его языковой личности и кругозоре.

Инструментом сведений об образе автора научного текста является имплицитное содержание текста, входящее и не входящее в коммуникативные намерения автора, которое выводится из текста в результате сопоставления эксплицитно выраженных языковых единиц текста со знаниями его получателя, с контекстом и ситуацией общения.

На основании имплицитной информации, входящей в коммуникативные намерения автора, отправитель текста может формировать образ, имплицитно отражающийся в научном тексте (интенциональный образ автора); из имплицитной информации, не входящей в коммуникативные намерения автора, получатель текста может извлекать информацию, не совпадающую с интенциями автора (перцептивный образ автора).

Библиография

- Аничков, И. Е. (1997), Труды по языкознанию. Москва.
- Арнольд, И. В. (2010), Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. Москва.
- Арутюнова, Н. Д. (1988), Прагматика и проблемы интенциональности. Москва.
- БАКЛАНОВА, И. И. (2004), Образ автора мемуарного текста: интенции мемуариста и восприятие читателя. В: Szepielewicz, L. (red.), Człowiek. Świadomość. Komunikacja. Internet. Warszawa, 555-562.
- БАКЛАНОВА, И. И. (2012), Современные тенденции в лингвопрагматике: исследование образа автора нехудожественного текста. W: Szepielewicz, L. (red.), Człowiek. Świadomość. Komunikacja. Internet. Warszawa, 207-210.
- БАКЛАНОВА, И. И. (2014), Образ автора и образ адресата нехудожественного текста. Москва.
- БАКЛАНОВА, И. И. (2016), Речевые проявления образа «своего» и «чужого» адресата в публицистическом тексте. В: Acta Slavica Estonica, 8, 25-38.
- БАХТИН, М. М. (1996), Собрание сочинений в 7 томах. Том 5-й. Москва.
- ван Дейк, Т. А. (1989), Язык. Познание. Коммуникация. Москва.
- Виноградов, В. В. (1971), О теории художественной речи. Москва.
- Виноградов, В. В. (1975), Избранные труды. Исследования по русской грамматике. Москва.
- Виноградов, В. В. (1980), О языке художественной прозы. Москва.
- Долинин, К. А. (1983), Имплицитное содержание высказывания. В: Вопросы языкознания, 6, 37-47.
- Долинин, К. А. (1985), Интерпретация текста: Французский язык. Москва.
- КАМИНСКАЯ, Т. Л. (2017), Экспликация ценностей в российском медиадискурсе: колумнист и адресат. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. VIII/2, 367-375.
- Кухаренко, В. А. (1988), Интерпретация текста. Москва.
- ПАДУЧЕВА, Е. В. (1996), Семантические исследования. Москва.
- ПАПИЛОВА, Е. В. (2011), Имагология как гуманитарная дисциплина. В: Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова. Филологические науки, 4, 31-40.
- УСПЕНСКИЙ, Б. А. (1995), Семиотика искусства. Москва.
- ФЕДОСЮК, М. Ю. (2012), Синтаксис современного русского языка. Москва.
- Филин, Ф. П. (2001), Борьба за марксистско-ленинское языкознание и группа «Языкфронт». В: Нерознак, В. П./ Базылев, В. Н. (ред.), Сумерки лингвистики. Москва, 115-133.
- ХОРЕВ, В. А. (2000), Имагология и изучение русско-польских литературных связей. В: Хорев, В. А. (ред.), Поляки и русские в глазах друг друга. Москва, 22-32.
- ШМИД, В. (2003), Нарратология. Москва.
- ЩЕРБА, Л. В. (1957), Избранные работы по русскому языку. Москва.
- ЩЕРБА, Л. В. (1974), Языковая система и речевая деятельность, Ленинград.
- DYSERINCK, H. (1982), Komparatistische Imagologie jenseits von "Werkimmanenz" und "Werktranszendenz". In: Synthesis. Bulletin de comité de littérature compare de la république socialiste de Roumanie. 9, 27-40.
- Philologia Classica (2020), <https://www.graeocolatini.by/htm-proverbs/proverbs-latin-philosophers-ru.htm> [accessed 28 IV 2020].
- FISCHER, M. (1979), Komparatistische Imagologie. Für eine interdisziplinäre Erforschung national-imagotyper Systeme. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie. 10/1, 30-44.
- FISCHER, M. (1983), Literarische Seinweise und politische Funktion nationenbezogener Images. Ein Beitrag zur Theorie der komparatistischen Imagologie. In: Szabolcsi, M./Vajda, G. M. (eds), Neohelicon. Acta comparationis litterarum. Vol. X. Budapest, 251-274.
- KIKLEWICZ, A. (2014), О коммуникативно-прагматических аспектах многозначности. In: Przegląd Wschodnioeuropejski. V/2, 225-241.
- KIKLEWICZ, A. (2015), Политическая пропаганда в современных российских СМИ: эпистемологический аспект. In: Przegląd Wschodnioeuropejski. VI/2, 179-199.

MICHAŁ L. KOTIN

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0604-5464>

Uniwersytet Zielonogórski

«СМЕНА ПОКОЛЕНИЙ» В РУССКОЙ ПОЭЗИИ XIX И XX ВВ.: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО ТЕКСТОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Generation change in Russian poetry of the 19th and 20th centuries: a case study in comparative textual analyses

Ключевые слова: поэтический дискурс, корреляция формы и содержания в поэтическом тексте, преемственность и конфликт поколений, аксиологические коннотации

KEYWORDS: poetry discourse, form-content correlation in poetry, continuity and conflict of generations, axiological connotations

ABSTRACT: The paper attempts to provide an analyses of poetically-encoded discourse about generation change in selected verses written by outstanding Russian poets of the 19th and 20th century – Pushkin, Zhukovsky, Baratynsky, Esenin and Mayakovsky, under a partial comparison with similar motives appearing by the German poet Goethe. The central problem is the axiological assessment of continuity vs. conflict of generations as well as the general confrontation with the “challenge of time”, both from existential and socially determined perspectives. The concepts of positive vs. negative connoted changes and the problem of their acceptability in the analysed verses are presented by means of a formal-semantic description with a special stress on language entities denoting the conceptual sphere of time and generation change.

Настоящая статья является попыткой анализа поэтически кодифицированного дискурса, посвященного теме смены поколений в стихотворениях А. С. Пушкина «...Вновь я посетил» (1835), С. А. Есенина «Русь уходящая», «Возвращение на родину», «Русь советская» (все три стихотворения написаны в 1924 г.) и В. В. Маяковского «Киев» («Лапы ёлок...») (1924) в сопоставлении с теми же мотивами в поэзии других русских поэтов (В. А. Жуковского, Е. А. Боратынского). При анализе текста стихотворения Пушкина для сравнения привлекается текст «Посвящения» к трагедии И. В. Гёте «Фауст», причины чего будут названы ниже.

В центре внимания находятся языковые средства выражения преемственности и конфликта поколений, связи прошлого, настоящего и будущего. Целью исследования является анализ связи формы поэтического произведения,

то есть его языка, и его содержательного аспекта, то есть выражаемого поэтическим языком драматического конфликта, который можно кратко сформулировать ёмкой шекспировской фразой из «Гамлета»: „The time is out of joint” ‘Распалась связь времён’, или дословно: ‘Время выпало из цепи’. Выдвигается общая гипотеза о трёх типах индивидуальной (авторской) концептуализации смены и конфликта поколений. Критериями, по которым различаются данные концепты, предлагается считать аксиологические параметры, приписывающие тому или иному подходу черты доминантной для автора оценки описываемого феномена, а именно: 1) *преемственность* как ведущий, *положительно* коннотируемый фактор смены поколений (в стихотворении Пушкина); 2) *разрыв*, коннотируемый *отрицательно*, как результат трагического по сути действия времени и преодолеваемый религиозной верой в вечную жизнь (в стихотворениях Жуковского и Баратынского); 3) *разрыв*, коннотируемый *отрицательно*, как трагически непреодолимый фактор смены поколений в условиях социальной революции (в стихотворениях Есенина); 4) *разрыв*, коннотируемый *положительно*, как позитивный, жизнеутверждающий фактор, обусловленный социальной революцией (в стихотворении Маяковского).

Анализируемые стихотворения представляют собой поэтические тексты сопоставимого объёма, написанные на тему приезда лирического «я» в определённую местность. У Пушкина и Есенина речь идёт при этом о *возвращении* – соответственно в село Михайловское и в рязанскую деревню, у Маяковского – о *приезде* в Киев, без указания на факт пребывания лирического героя в этом городе прежде. Стихотворение Пушкина отделяет от стихотворений Есенина и Маяковского без малого столетие. При этом три стихотворения Есенина и стихотворение Маяковского написаны в одном и том же, 1924, году, через шесть с небольшим лет после Октябрьского переворота. Лирический герой Маяковского посещает Киев, как явствует из текста, зимой, тогда как время года, когда лирический герой стихотворения Есенина «Возвращение на родину» приезжает в родное село, – самое начало лета (стихотворение датировано 1 июня 1924 г.). Написанное 2 ноября 1924 г. стихотворение Есенина «Русь уходящая» не содержит прямого упоминания топоса, в котором находится лирический герой, оно представляет поэтическую рефлексию автора на рассматриваемую тему, не привязанную к «месту события», а поэтому в данной статье привлекается лишь как вспомогательный текст. «Русь советская» и «Возвращение на родину» – стихотворения, ближе всего стоящие к пушкинскому «...Вновь я посетил» и по содержанию, и по языковым средствам его выражения, что бросается в глаза при чтении первых же строк и усиливается по мере углубления в текст. Наряду с аналогичным началом (тема повторного посещения селений, где лирические герои жили прежде, употребление наречия *вновь*, глагольной формы *посетил*), теми же или сходными образами (сломанная мельница, едва вращающаяся крыльями

или вовсе остановившаяся, с «крылом единственным»; калека-колокольня, без креста больше напоминающая каланчу), обращает на себя внимание указанием на количество лет, прошедших с того времени (десять у Пушкина, восемь – у Есенина), ср.:

А. С. Пушкин:

*...Вновь я посетил
Тот уголок земли, где я провел
Изгнанником два года незаметных.
Уж десять лет ушло с тех пор [...]
.....
Скривилась мельница, насилиу крылья
Ворочая при ветре...*

С. А. Есенин, «Русь советская»

*Тот ураган прошел. Нас мало уцелело.
На переключке дружбы многих нет.
Я вновь вернулся в край осиротелый,
В котором не был восемь лет. [...]
.....
Здесь даже мельница – бревенчатая птица
С крылом единственным – стоит, глаза смежив.*

С. А. Есенин, «Возвращение на родину»

*Я посетил родимые места,
Ту сельщину,
Где жил мальчишкой,
Где каланчой с березовою вышкой
Взметнулась колокольня без креста.*

Понятно, что как минимум оба цитируемых стихотворения Есенина были написаны под непосредственным влиянием пушкинского «...Вновь я посетил» – стихотворения «о связи между прошлым, настоящим и будущим, осмысляющей протекание времени» (Гинзбург 1962, 35).

Стихотворение Пушкина написано ямбическим размером без конечной рифмы и представляет собой один из величайших шедевров ритмизованного нерифмованного стиха не только в русской, но и в мировой поэзии. Пушкин выбирает не связанную рифмой форму, которая позволяет ему максимально использовать возможности «чистого» ритма (иногда в сочетании с аллитерацией вроде «Знакомым шумом шорох их вершин...») для передачи мыслей и чувств, связанных с возвращением лирического «я» в знакомые места и его

восприятием как меняющегося, так и остающегося неизменным окружающего пространства. По замечанию Ю. М. Лотмана, данное произведение не поддаётся анализу средствами описательной поэтики, поскольку не содержит в достаточном количестве типичного набора художественных средств вроде метафор, эпитетов и проч. и не имеет единообразного ритмического рисунка¹, а потому должно исследоваться методом структурной поэтики, который позволяет при видимом отсутствии художественных приёмов выявить их реальную «максимальную насыщенность»: скажем, отсутствие рифмы должно восприниматься не как её голое отсутствие, но как «присутствие минус-рифмы», а возникновение художественного эффекта должно объясняться посредством сопоставления художественного текста «со сложным комплексом жизненных и идейно-эстетических представлений» (Лотман 1994, 72-74). В нашем случае речь идёт, в частности, о художественном решении коллизии, вызванной сменой поколений.

Стихотворения Есенина, образующие единый цикл², посвящённый теме приезда лирического героя в родное село на Рязанщине через несколько лет после революции 1917 года, гражданской войны и возвращения поэта в Россию из длившейся около полутора лет поездки за границу, написаны ямбом с конечной рифмой.

Размер стихотворения Маяковского, если отвлечься от его графического рисунка, призванного, как и другие стихотворения поэта, отразить на письме устный ритм чтения, несмотря на видимость «авангардного», не поддающегося формальному отнесению к одному из пяти классических размеров стихотворного строя, без труда можно определить как почти классический хорей, лишь изредка перебиваемый сокращёнными строками (выделены мною в приводимом фрагменте – начальных строках стихотворения):

Лапы елок,
лапки,
лапушки...
Все в снегу,
а теплые какие!

¹ Соглашаясь с общим подходом Лотмана к методам анализа произведений типа пушкинского «... Вновь я посетил», следует отметить, что данное произведение как по своей языковой форме, так и – особенно! – по ритмическому рисунку не выпадает радикально из ряда его прочих сочинений и содержит достаточное количество языковых средств, функционирующих именно как однозначно художественно «читаемые» семантические и фонетические сигналы – эпитеты, метафоры, метонимические обороты, сравнительные, в том числе антропоморфические, конструкции, литоты, аллитерация, ассонанс и т. п. Что касается ритмического строя, то следует признать данное произведение классическим и при этом выдающимся примером строго выдержанной нерифмованной ритмизованной поэзии.

² Эти и другие стихотворения на ту же тему вошли в опубликованную в 1925 г. книгу стихов поэта под общим заглавием «Русь советская»

Будто в гости
к старой,
старой бабушке
я
вчера
приехал в Киев.

К этим первым строфам, являющим редкий даже для творчества Маяковского пример «ловушки для читателя», мы ещё вернёмся ниже.

Пушкин начинает своё стихотворение, по жанру ближе всего стоящее к лирической или лирико-философской элегии, отточием, тем самым предлагая читателю включиться в размышления поэта в каком-то «срединном» их месте. Течение времени таким образом иконически отражается в графике текста, хотя передать это при декламации крайне сложно, поскольку узувальная функция отточия – передача паузы или прерванного повествования, намёк на пропуск в ходе рассказа или размышления, который читатель должен восполнить усилием мысли. Поэтому отточие ставится обычно либо в середине, либо в конце текста или его фрагмента. Когда оно появляется в его начале, необходимо для каждого отдельного случая давать этому авторскому знаку адекватное для данного контекста толкование. Исходя из содержания пушкинской элегии, можно с уверенностью сказать, что речь идёт о медиально графической (а значит, концептуально интонационной) кодификации той самой «связи времён», но и «связи пространств» которым, собственно, она и посвящена. Автор прибывает из одного места в другое, но его приезд не является, как это бывает чаще всего, линейной, иконической последовательностью смены пространства и течения времени: «прежде – там, ныне – здесь». В данном случае лирический герой прибывает *из настоящего в прошлое*, и этот парадокс является лейтмотивом и драматической доминантой стихотворения. Прошлое при этом олицетворяется прежде всего не временем, но пространством, становящимся импульсом для воспоминаний. Без малого десять лет, минувших после того, как поэт, бывший в Михайловском в ссылке в 1824-26 гг., покинул эти места, позволяют ему своё возвращение воспринимать в известной степени и до известного предела (об этом ниже) как путешествие во времени. Лирический герой вначале видит себя не просто «там», но и «тогда», о чём однозначно свидетельствуют слова «Минувшее меня объемлет живо», но более всего, конечно, метонимический эпитет *опальный домик* (то есть домик, где жил в те годы *опальный поэт*), прямо относящийся к периоду пушкинского изгнания и никак не коррелирующий с его «актуальным статусом» на момент повторного посещения поэтом села Михайловского. В дальнейшем «узнавание» постепенно сменяется осознанным воспоминанием, лишённым каких бы то ни было иллюзий и представляемым

абсолютно трезво и реалистически, что составляет одну из главных черт лиры Пушкина, в особенности позднего периода, укоренённой в реальности и чуждой «туманного» соединения действительности, воспоминания и мечты. Здесь бросается в глаза фраза о проведённых *в изгнании* двух *незаметных* годах. Изгнание обычно воспринимается как тягостное состояние, в котором изгнанник ощущает время как череду медленно тянущихся дней. Время должно в восприятии лирического «я» замедляться, но никак не ускоряться. Вероятно, так оно и было в тогдашней действительности, однако Пушкин смотрит на неё из перспективы настоящего, и проведённое в изгнании время представляется ему *теперь* вовсе не столь тягостным и длительным. Это ясно показывает точность внешне противоречивого образа, отражающего не просто воспоминание лирического героя, но *рефлексию о воспоминании* из перспективы «актуального настоящего», то есть того времени, когда он пишет данное стихотворение.

Здесь уместно небольшое, но, как представляется, существенное отступление. В центре внимания «Посвящения», открывающего трагедию И. В. Гёте «Фауст», находится тема преемственности и конфликта поколений: имеется в виду поколение его читателей³. Он говорит о том, что чувствует, как «колеблющиеся образы» (*schwankende Gestalten*), переведённые Б. Л. Пастернаком на русский язык как «изменчивые тени», которые издавна неясно маячили перед его взором, приближаются к нему и приобретают реальные очертания. Поэт задаётся вопросом, сможет ли он удержать их, придать им зримую и осязаемую форму, чтобы воплотить в своём произведении: „Fühl' ich mein Herz noch jenem Wahn geneigt?“, то есть буквально и по сути: «Чувствую ли я, что моё сердце всё ещё способно к осмыслению этих призраков?» Время стирает чёткие, ясные грани, превращая воспоминания в череду причудливых образов, овладевающих сознанием поэта и в известной мере уводящих его в иные, условные миры, управляемые не только его памятью, но и фантазиями и грёзами. Отсюда в «Посвящении» к «Фаусту» так много слов и словосочетаний, выражающих именно нечёткость, призрачность, «колеблемость»: *schwankende Gestalten* 'колеблющиеся образы', *trüber Blick* 'неясный взор', *Dunst* 'дымка', *Nebel* 'туман', *Zauberhauch* 'волшебное дуновение', *Schatten* 'тень', *alte, halbverklungne Sage* 'старая, полузабытая (буквально: «полуотзвучавшая») легенда' и т.п. Однако все эти полупризрачные образы из прошлого представляются автору более реальными и, по крайней мере,

³ Сравнение творчества Пушкина и Гёте следует считать практически всегда плодотворным, что обусловлено целым рядом причин, прежде всего принадлежностью обоих поэтов к числу первых и в некотором смысле единственных классиков соответственно русской и немецкой литературы (ср. Седакова 1987) в первичном и самом точном разумении классики как продолжения традиций античной литературы, в частности, в подчёркивании центрального, сущностного значения преемственности поколений как в жизни, так и в искусстве, творчестве (ср. Аверинцев 1999, 189-191).

ему несравненно ближе, чем действительность. Поэт сетует на то, что его окружают чужие люди, внушающие ему страх и неуверенность. Прежний круг друзей распался, ушёл в прошлое, а нынешние почитатели его таланта едва ли способны его понять столь же полно и глубоко. Гёте выражает это в гениальных строках: *Sie hören nicht die folgenden Gesänge, / Die Seelen, denen ich die ersten sang [...]* *Mein Lied ertönt der unbekanntten Menge, / Ihr Beifall selbst macht meinem Herzen bang*, буквально: «Те, кто слышал мои прежние песни, / уже не услышат моих нынешних [последующих] [...]. Моя песнь звучит для неведомой толпы, / Даже её похвала исполняет моё сердце страхом». Только обращение к прошлому, воскрешение милых сердцу образов минувшего является для поэта тем творческим импульсом, который заставляет его сердце снова биться в юношеском порыве: *Mein Busen fühlt sich jugendlich erschüttert / Vom Zauberhauch, der euren Zug umwittert*, буквально: «Словно у юноши, бьётся моё сердце от волшебного дуновения, что сопровождает ваше шествие». Он сдаётся этому – пусть призрачному и неясному – зову прошлого и готов творить ради – пусть иллюзорного – возвращения в прежний круг друзей и почитателей. Ключевыми являются поэтому последние строки «Посвящения», характеризующие парадоксальное восприятие поэтом соотношения настоящего и прошлого: *Was ich besitze, seh ich wie im Weiten, / Und was verschwand, wird mir zu Wirklichkeiten*, буквально: «То, что у меня есть (чем я владею), я вижу словно издалека, а то, что исчезло (ушло), становится для меня реальностью».

Ничего подобного мы не встречаем у Пушкина в рассматриваемом стихотворении. Смещение взгляда и выбор «личного времени», благоприятного для творчества и просто для примирения с действительностью, оказывается неприемлемым именно в силу своей иллюзорности. Поэт предпочитает примирение с вызовами не всегда понятного и приемлемого настоящего обманной притягательности прошлого. «Кажимость» того, что ушло безвозвратно, вполне им озознаётся и, пусть с болью и грустью, принимается:

Уж десять лет ушло с тех пор – и **много**
Переменилось в жизни для меня,
И сам, покорный общему закону,
Переменился я – но здесь опять
Минувшее меня объёмлет живо,
И, **кажется**, вечер еще бродил
Я в этих рощах.

Вот опальный домик,
Где жил я с бедной нянею моей.
Уже старушки нет – уж за стеною
Не слышу я шагов ее тяжелых,
Ни кропотливого ее дозора.

Образы прошлого являются предметом воспоминания – не более! Ни одному из них не «найдётся... воплощенье» (как переводит Пастернак слова третьей строки «Посвящения» к «Фаусту» Гёте), все остаются в трезвой и всё сознающей памяти. Более того, воспоминания о днях, проведённых десять лет назад в Михайловском, содержат, в свою очередь, воспоминания о «давно прошедшем», которым лирический герой предавался в те дни:

Вот холм лесистый, над которым **часто**
Я **сизживал** недвижим – и глядел
На озеро, вспоминая с грустью
Иные берега, **иные** волны...

Лирический герой полностью отдаёт себе отчёт в том, что нынешние его воспоминания – лишь звено в цепи памяти, позволяющее установить связь с событиями ещё более давними, причём подчёркивается, что тогдашние воспоминания носили ту же самую печать грусти, что и нынешние. Употребляя, наряду с наречием *часто*, форму глагола несовершенного вида прошедшего времени *сизживал* в функции индикатора хабитуальности, поэт подчёркивает многократность, привычность повторяемого состояния в прошлом. Таким образом чувства лирического героя получают вполне рациональное обоснование, а тоска по прошлому как бы предаётся взыскательному и беспощадному суду лирического «я» над собой, в котором сопровождающим воспоминания эмоциям (ностальгии) выносится трезвый, объективный приговор: нам свойственно тосковать по безвозвратно ушедшему прошлому (где даже время, проведённое в ссылке, *изгнании*, пролетает *незаметно*) безотносительно к тому, насколько приемлемым для нас является наше нынешнее положение. Лирический герой, как было показано выше, с ностальгией вспоминает жизнь в Михайловском, но при этом вполне осознаёт, что, живя там, также не был вполне счастлив и с точно такой же ностальгией вспоминал свою жизнь близ *иных берегов и волн*, то есть – памятью о биографии поэта, – очевидно, у Чёрного моря. Связь времён выступает поэтому в своём реальном, а не призрачном измерении, и путешествие в пространстве в конечном итоге превращается в путешествие во времени лишь в той мере, в какой это позволяет ему трезвый и острый ум лирического «я», обеими ногами стоящего на земле.

Вспоминается другое великое стихотворение поэта, в котором он не ограничивается констатацией фактов, касающихся рефлексии о воспоминаниях, а в самой радикальной форме подводит итог своей прежней жизни, отказываясь при этом просто забыть, «смыть» её «печальные строки», то есть достигает предельно возможной честности, исповедальности и взыскательности в оценке своего прошлого:

Мечты кипят; в уме, подавленном тоской,
Теснится тяжких дум избыток;
Воспоминание безмолвно предо мной
Свой длинный развивает свиток;
И с **отвращением** читая жизнь мою,
Я **трепещу и проклинаю**,
И **горько жалуясь, и горько слезы лью**,
Но **строк печальных не смываю**.

В рассматриваемом здесь стихотворении «...Вновь я посетил» данная тема не затрагивается, и потому трезвость и объективность рефлексии о воспоминаниях ограничивается констатацией факта, что воспоминания не способны восстановить прошлого в полной мере, что они всегда фрагментарны, а сопровождающие их эмоциональные состояния в целом однотипны и далеко не всегда подлинны. Уместно здесь привести слова О. А. Седаковой о роли *здравомыслия* как «правильного, чистого чувства» в творчестве Пушкина, понимание которого поэтом парадоксальным образом сближается с аскетическим учением о *sophrosyne*, переводимым одновременно как «здравомыслие» и «целомудрие» (ср. Седакова 1987).

Связь прошлого и настоящего в стихотворении Пушкина является, однако, лишь прелюдией к содержащемуся в его последней части обращению к будущему. Здесь гениальность Пушкина-поэта в полной мере дополняется гениальностью Пушкина-мыслителя⁴. Лирический герой узнаёт три сосны, что растут на «границе владений дедовских», и вспоминает, как десять лет назад слышал шум их вершин. Но рядом с ними он вдруг замечает разросшуюся «младую рощу»:

Но около корней их устарелых
(Где некогда все было пусто, голо)
Теперь младая роща разрослась,
Зеленая семья; кусты теснятся
Под сенью их **как дети**.

Этот кажущийся неожиданным квази-антропоморфизм, сравнение молодых деревьев с детьми заставляет лирического героя задуматься о своей судьбе. Встраивая себя в череду сменяющихся поколений, он, совсем не так, как

⁴ Неизученность «ума» Пушкина как мудреца подчёркивает, в частности, С. Л. Франк в книге «Этюды о Пушкине» (1987, 64), однако его предложение отвести этому аспекту отдельное место в изучении пушкинского творчества сталкивается, по справедливому замечанию О. А. Седаковой, с невозможностью каталогизации пушкинских «мудрых мыслей» в отрыве от его художественного творчества, поскольку мудрость Пушкина целиком и полностью встроена в контекст его произведений и неотъемлема от конкретных обстоятельств, в них описываемых (ср. Седакова 1987).

пугающийся нового, неведомого будущего Гёте, приветствует их радостным возгласом: «Здравствуй, племя младое, незнакомое!». Воспоминания отступают, уступив место надежде, впрочем, также не лишённой грусти от сознания того, что «не я / Увижу твой могучий, поздний возраст». Отрадной для него является, однако, мысль, что когда-то его внук

Услышит ваш приветный шум, когда,
С приятельской беседы возвращаясь,
Веселых и приятных мыслей полон,
Пройдет он мимо вас во мраке ночи
И обо мне вспомянет.

Круг замкнулся, вернее, нашла своё выражение и «одобрение» никогда не прерывающаяся связь времён, в которой переживаемая в настоящем светлая грусть по прошлому соседствует с надеждой на то, что благодарная память о настоящем, когда оно станет прошлым, сохранится в сознании грядущих поколений (ср. Михеев 2002, 16-17). Таким образом, именно настоящее становится подлинным фокусом времени на всём его протяжении, или, выражаясь словами блж. Августина:

Nec proprie dicitur: Tempora sunt tria, praeteritum, praesens et futurum; sed fortasse proprie diceretur: Tempora sunt tria, praesens de praeteritis, praesens de praesentibus, praesens de futuris. Sunt enim haec in anima tria quaedam et alibi ea non video. Praesens de praeteritis memoria, praesens de praesentibus contuitus, praesens de futuris expectatio. «Неправильно говорить, что есть три времени: прошедшее, настоящее и будущее, но намного правильнее было бы сказать, что есть три времени: настоящее для (обозначения) прошлых событий, настоящее для (обозначения) настоящих событий, настоящее для (обозначения) будущих событий. Ибо в душе суть сии три вещи, и нигде больше я их не вижу. В настоящем мы вспоминаем прошлое, в настоящем переживаем настоящее, в настоящем ожидаем будущего.» (Перевод с латинского мой – М. К.) (Augustinus MDCCCXXXIX: XX: XXVI).

Таким образом, для Пушкина вполне возможным и по сути органичным становится разрешение «трудностей, на которые мы наталкиваемся при попытке уяснить отношение того, что мы называем действительностью, к нашему сознанию *времени*» (Франк 2010, 172). Лирический герой Пушкина ожидает будущего с радостью и надеждой на то, что в этом ожидаемом будущем всегда будет место нынешнему настоящему, а – из перспективы того «нового настоящего» – прошлому. Преимущество поколений становится для него источником отрадных мыслей, что радикально меняет эмоциональный фон стихотворения, замещая ностальгию надеждой и утверждением благодати бытия во времени. При этом грусть не исчезает, но именно *снимается*

в гегелевском смысле «снятия» (*Aufhebung*) как не устранения, но поднятия на качественно новый уровень (ср. Hegel 2010) – снимается принятием будущего, включающего, в частности, предел, полагаемый им нашей жизни. Следует согласиться с Ю. Э. Михеевым, что «лирический сюжет [...] представляет из себя некое временное единство и в контексте всего стихотворения, и в отдельных его частях» (Михеев 2002, 17).

Заметим, что стихотворение Пушкина встроено в традицию «поэзии ухода и смены поколений», существующую в русской литературе как минимум со времени В. А. Жуковского, который в элегии «Тленность» (1816), написанной (кстати, как и пушкинское стихотворение, тем же размером и также без конечных рифм) в форме диалога деда и внука на дороге, ведущей в швейцарский город Базель, затрагивает вечную тему гераклитовского Πάντα ῥεῖ («Всё течёт, все проходит»), вот уже много столетий идущего в европейской культуре рука об руку с темой *emento mori*. Тление, разрушение и смерть как трагическая неизбежность получают, в отличие от стихотворения Пушкина, единственное оправдание – укоренённую в религиозной вере надежду на вечную жизнь в ином мире:

Ах! друг мой, это будет.
Всему черед: за молодостью вслед
Тащится старость: **все идет к концу**
И ни на миг не постоит. Ты слышишь:
Без умолку шумит вода; ты видишь:
На небесах сияют звезды; можно
Подумать, что они ни с места... нет!
Все движется, приходит и уходит.

.....
И много, много лет спустя, быть может,
Здесь остановится прохожий
.....

Будь добр; смиренным сердцем
Верь Богу; береги в душе невинность –
И все тут!...

.....
Тогда товарищу ты скажешь:
«Смотри: там в старину земля была;
Близ этих гор и я живал в ту пору,
И пас коров, и сеял, и пахал;
Там деда и отца отнес в могилу;
Был сам отцом, и радостного в жизни
Мне было много; и **Господь мне дал**
Кончину мирную... и здесь мне лучше».

Влияние Жуковского на Пушкина невозможно не увидеть: сравним хотя бы строки второго из приведённых выше фрагментов с мыслями пушкинского лирического героя о том, как его внук остановится у сосновой рощи, где сейчас стоит поэт. Одновременно нельзя не увидеть, как, на первый взгляд, «заимствованный» размер превращается из достаточно тривиальной формы, в шедевр версификации. В той же мере меняется и содержание: вместо написанного в ритмизованной форме, весьма предсказуемого и тривиального наставления, преподаваемого мудрой старостью нетерпеливой и наивной юности, возникает глубоко прочувствованная, лично пережитая и отлитая в слова картина, в которой лирический герой не только никого не поучает и не наставляет, но сам, видя свою *покорность общему закону*, со смирением и радостью принимает дар жизни и дар ухода из неё, уступая место *племени младому, незнакомому*, в надежде лишь на то, что его потомок когда-то вспомнит о нём – возможно, с отрадным чувством.

Непосредственно перед появлением стихотворения Пушкина на ту же тему были написаны два стихотворения Е. А. Боратынского (Баратынского): «Есть милая страна, есть угол на земле...» (1832) и «Я посетил тебя, пленительная сень...» (1834). В первом из них лирический герой возвращается мыслями к *милой стране* своего детства, имению Мара в селе Вяжля Кирсановского уезда Тамбовской губернии, которое, как и в стихотворении Пушкина, не называется, но, в отличие от последнего, описывается предельно общо, как некий далёкий Эдем, оставшийся лишь в памяти. Столь же неясны и полупризрачны воспоминания о той, *которой нет*: имеется в виду рано умершая от чахотки сестра поэта, похороненная на сельском кладбище. Поэт сравнивает *сладкую* «печаль любви» и *отрадные* «слёзы сожаленья», вызванные воспоминанием о сестре, с *холодной, суровой тоской* и *сухой скорбью* «разуверенья», противопоставляя полную светлой грусти и неосознанной надежды память о прошлом скорби отчаявшегося и разуверившегося человека. В отличие от Пушкина, Боратынский не затрагивает тему будущего и не обращается к «племени младому, незнакомому», ограничиваясь рефлексией о прошлом, вызванной мыслями о родных местах.

Во втором стихотворении лирический герой Боратынского не мысленно, но уже реально посещает *пленительную сень* своей родины, причём, как подчёркивает поэт, произошло это «не в дни веселые *живительного* Мая», а поздней осенью, навевающей грустные, безотрадные мысли⁵. Повсюду

⁵ Обращает на себя внимание выбивающееся из общего ряда поэтических представлений об осени отношение к этому времени года лирического героя всех без исключения произведений Пушкина. Несмотря на то, что эта особенность многократно подчёркивалась исследователями его творчества, данная тема далеко не исчерпана. В частности, отдельного исследования заслуживает поэтизация осени как перехода от жизни к смерти, обладающего чертами удивительной гармонии, в которой мотив угасания соседствует с мотивом красоты «самой по себе», во времени – безза-

он находит следы разрухи и увядания, а все надежды вновь узнать те или иные приметы благодатного прошлого оборачиваются разочарованием:

Там, думал я, к душе моей
Толпою полетят виденья прежних дней...
Вотще! [...]
.....
Ни в чем знакомого мой взор не обретал!

Выход из этого безотрадного положения лирический герой видит, подобно персонажу элегического диалога Жуковского, в надежде на загробную жизнь, где, в отличие от земной жизни, нет места изменениям, разрушению и тлению, свойственным жизни, в которой царит время. Обращаясь мыслями к духу человека, давно почившего среди дорогих автору дубрав, он как бы слышит от него утешительные слова про иную жизнь;

Он убедительно пророчит мне страну,
Где я наследую **несрочную весну**.
Где разрушения следов я не примечу,
Где в сладостной тени **невянущих** дубров,
У **нескудеющих** ручьев,
Я тень, священную мне, встречу.

Эта иная, вечная и нетленная страна характеризуется эпитетами-прилагательными с отрицательной приставкой *не-*: *несрочная* (то есть не имеющая срока, бесконечная) *весна*, *невянущие дубы*, *нескудеющие ручьи*. Подобно Жуковскому, Боратынский, чтобы найти идеал, который послужит ему опорой в реальной, посюсторонней жизни, должен обратиться к образам, по самой своей сущности противостоящим явлениям земной жизни.

Дихотомия посюсторонности и потусторонности, являющаяся одной из главных черт поэзии романтизма, не используется, однако, в элегии Пушкина, где все три отрезка времени – настоящее, прошедшее и будущее – располагаются на единой временной оси посюсторонней жизни, в которой лирический герой черпает вдохновение и обретает надежду, источником которых становится творческое, радостное осознание непрерывности истории (в её «частном», интимном измерении) и преемственности поколений.

Три стихотворения Есенина 1924 года являются плодом размышлений поэта о судьбах России после революции 1917 года и последовавшей за ней

щитной и хрупкой, но вместе с тем являющейся принадлежностью вечности, в результате чего тема «ухода» неразрывно связана с темой вневременной по своей глубинной сути красоты: унылая пора – очей очарованье, прощальная краса – пышное увяданье; прекрасный румянец на щеках угасающей «чахоточной девы» и т.п.

гражданской войны. Два из них содержат слово *Русь*; это же слово входит в название ещё одного стихотворения, которое здесь не рассматривается в силу того, что не содержит сквозных мотивов, анализируемых в данной работе, – «Русь неприютная». Характерно, что под «Русью» поэт понимает, собственно, своё родное село, распространяя происходящее в нём на всю страну. Такое понимание «большой» и «малой» Руси как единого по сути, хотя и различного по охвату пространства в значительной степени оправдано, если учитывать общий подход поэта к России как крестьянской стране, живущей – вернее, жившей в прошлом – единым укладом и представленной в миниатюре любим, например, его родным рязанским, селом. Города, даже небольшие, не говоря о столице, сознательно изымаются из этой схемы, состоящей из фрактальных пространств сельской, крестьянской страны (то есть пространств, в которых в миниатюре представлены все существенные признаки страны в целом).⁶

Минуло шесть лет после Октябрьского переворота, согласно Есенину, положившего начало уничтожению сельского уклада русской жизни, а следовательно, лишившего Россию её основного хозяйственного и одновременно нравственного стержня, превратив село, а значит, и Россию, в «край осиротелый». Лирический герой стихотворения Есенина «Русь советская», вернувшийся в свой «край осиротелый», не был в родном селе не шесть, а восемь лет, то есть покинул село и поселился в столице ещё за два года до революции. И если героя элегии Пушкина «минувшее... объёмлет живо», то лирический герой Есенина («Возвращение на Родину») не узнаёт не только своё село, но и родного деда, что является свидетельством предельной оторванности от прежней жизни:

[...] Но что, старик, с тобой?
 Скажи мне,
 Отчего ты так глядишь скорбяще?
 «Добро, мой внук,
 Добро, что **не узнал ты деда!**...»
 «**Ах, дедушка, ужели это ты?** [...]»
 И **полилась печальная беседа**
Слезами теплыми на пыльные цветы.

Выражение *полилась беседа*, которое в узуальном употреблении предполагает метафорическое переосмысление глагола *литься* в сочетании с существительными, обозначающими речь, говорение или пение (*речь, беседа, песня льётся*), получает у Есенина крайне редко используемое в поэзии и вообще

⁶ Подробнее о принципе «фрактальности», в частности, при организации текстов, см. в работе Х.-В. Эромса (Eroms 2014, 101-126).

в литературе «обратное осмысление», когда метафорой в данном случае является уже не глагол, как бы восстанавливающий своё прежнее, конкретное значение, а существительное: беседа сравнивается со слезами, льющимися на цветы. При этом тепло слёз не в силах согреть родных людей, поскольку их беседа выявляет не просто непонимание, но прямую вражду поколений:

«Ты не коммунист?»

«Нет!..»

«А сестры стали комсомолки.

Такая гадость! Просто удавись!

Вчера иконы выбросили с полки,

На церкви комиссар снял крест.

Теперь и Богу негде помолиться.

Уж я хожу украдкой нынче в лес,

Молюсь осинам...

Может, пригодится...»

Встреча лирического героя с родными выявляет трагизм разрушения векового уклада, в результате которого молодое поколение сознательно отрекается не только от традиции, но и от естественных чувств – любви и привязанности к самым близким людям, выбирая совершенно новую, лишённую опоры в прошлом, жизнь, предполагающую уничтожение старого мира и созидание на его обломках мира нового:

Чем мать и дед грустней и безнадежней,

Тем веселей сестры смеется рот.

Сам же герой, для которого вековой уклад сельской, крестьянской жизни является предметом ностальгической грусти, но не положительным ценностным ориентиром, на котором он мог бы строить свою жизнь, обречён на *неприкаянность*, мотив которой, вне всякого сомнения, является главным пафосом всех трёх рассматриваемых здесь стихотворений. Отсюда его двойственное отношение к реальности, включающее, вопреки ожиданиям, даже – в высшей степени противоречивое и никак не укоренённое в его картине мира – стремление как-то встроиться в магистральное течение новой жизни, потому что в противном случае его ждёт саморазрушение, вызванное добровольной изоляцией от людей:

Друзья! Друзья!

Какой раскол в стране,

Какая грусть в кипении веселом!

Знать, **оттого так хочется и мне,**

**Здрав штаны,
Бежать за комсомолом.**

.....
Я знаю, **грусть не утопить в вине,
Не вылечить души
Пустыней и отколом.**
Знать, **оттого так хочется и мне,
Здрав штаны,
Бежать за комсомолом.**

Причиной, по которой лирический герой испытывает желание *здрав штаны, бежать за комсомолом*, является не его вера в коммунистические идеалы и не внутреннее приятие новой, «революционной» жизни, но страх перед забвением и гибелью. Он готов на хотя бы внешнее примирение с беспощадными и жестокими переменами, *расколом в стране*, чтобы приобщиться к «реальной жизни», как-то избыть неутолимую грусть, выявляющую подлинную суть внешнего *весёлого кипения*. Словосочетание *здрав штаны* передаёт горькую иронию, с которой автор говорит о своём желании ассимилироваться к новой реальности, навязываемой ему извне. Его оценка происходящего и, в частности, того самого комсомола, за которым он от отчаяния готов бежать, – однозначно негативна:

С горы идет крестьянский комсомол,
И под гармонику, **наяривая рьяно,**
Поют **агитки** Бедного Демьяна⁷,
Весёлым криком оглашая дол.

«Русь советская»
Советскую я власть виню,
И потому я на нее в обиде,
Что **юность светлую мою**
В борьбе других я не увидел.
«Русь уходящая»

На стенке календарный Ленин.
Здесь жизнь сестер,
Сестер, а не моя, –
Но все ж готов упасть я на колени,
Увидев вас, любимые края.
«Возвращение на родину»

⁷ Демьян Бедный как типичный представитель советского агитпропа в «революционной поэзии» неоднократно выступает в творчестве Есенина в качестве примера «анти-поэта», ср. следующие строки из его стихотворения «Стансы» (1924): *Я вам не кенар! / Я поэт! / И не чета **каким-то там Демьянам.***

Неприкаянность лирического героя обусловлена тем, что он, несмотря на любовь к деду, матери, родному селу и уходящему прошлому, разуверился в творческих, живительных силах векового уклада, видя, как он в одночасье был разрушен, поруган и сметён революционной бурей. С другой стороны, он решительно отвергает новое понимание жизни, отказ от преемственности поколений и упоение комсомольского задора:

Я человек не новый!
Что скрывать?
Остался в прошлом я одной ногою,
Стремясь догнать стальную рать,
Скольжу и падаю другою.
«Русь уходящая»

Неизбежным следствием этого является обречённость лирического «я» на полное одиночество:

А жизнь кипит.
Вокруг меня снуют
И старые и молодые лица.
Но некому мне шляпой поклониться,
Ни в чьих глазах не нахожу приют.
И в голове моей проходят роем думы:
Что родина?
Ужели это сны?
Ведь я почти для всех здесь пилигрим угрюмый
Бог весть с какой далекой стороны.
 («Русь советская»)

С не менее горькой иронией поэт называет себя *гражданином села*,

Которое лишь тем и будет знаменито,
Что в нём когда-то баба родила
Российского скандального пиита.

Не удивительно поэтому, что даже то, что лирический герой выжил в урагане революции, он воспринимает как *грустную радость*, используя этот оксюморон как одно из многих средств выражения своей неприкаянности в непонятном мире, где даже самая естественная, и, казалось бы, самая сильная по интенсивности переживания радость – радость от того, что человек, которому грозила смертельная опасность, остался в живых, – омрачена грустью и болью, хотя бы уже потому, что герою не с кем ей поделиться в чужом – враждебном, или, что ещё хуже, равнодушном – окружении:

Кого позвать мне? С кем мне поделиться
Той **грустной радостью**, что я остался жив?
(«Русь советская»)

Особенно ревностно поэт охраняет своё право на творчество, не зависящее от господствующих вкусов и установок. Здесь он не готов идти даже на малейшие компромиссы не только с властью и обществом, но и с самыми близкими и родными людьми:

Приемлю все,
Как есть все принимаю.
Готов идти по выбитым следам,
Отдам всю душу октябрю и маю,
Но только лиры милой не отдам.

Я не отдам ее в чужие руки, –
Ни матери, ни другу, ни жене.
Лишь только мне она свои вверяла звуки
И песни нежные лишь только пела мне.

Слова «отдам всю душу октябрю и маю» в этом контексте теряют своё буквальное значение и становятся фигурой речи, смысл которой прямо противоположен формальной декларации: душа поэта неразрывно связана прежде всего именно с его лирой, а поэтому отказ служить своим творчеством чему и кому бы то ни было является по своей сути отказом «отдать всю душу» чему и кому бы то ни было.

На мгновение лирический герой словно пытается протянуть руку грядущему поколению, и его обращение к нему может напомнить слова Пушкина: «Здравствуй племя младое, незнакомое!». Однако тут же он, в противоположность Пушкину, сознательно отсекает себя от этого поколения, прямо высказывая своё нежелание встраиваться в создаваемый им на руинах прошлого новый жизненный уклад:

Цветите, юные, и здоровейте телом!
У вас иная жизнь. У вас другой напев.
А я пойду один к неведомым пределам,
Душой бунтующей навеки присмирив.
(«Русь советская»)

Открытое противопоставление «юных» и себя является, очевидно, программным заявлением автора, его «манифестом сознательно избираемого одиночества», и в этом смысле оно прямо противостоит пушкинскому приятию нового поколения, несущего перемены, но вместе с тем, как он верит, готового

с любовью и благодарностью принять поколение своих предков. Следует также обратить внимание на противопоставление *тела* (у молодого поколения) и *души* (у лирического «я»). Обычное клише поэзии «революционного жизнеутверждения» как прототипа возникавшего «социалистического реализма», содержащее, в частности, «парные формулы» созидательной гармонии с участием здоровых *тела и духа* в их творческом единении при созидании «новой жизни», сознательно усекается поэтом до чисто материального, телесного здоровья и процветания, которое не может напитать душу поэта и стать самодовлеющим фактором его жизни. Лирический герой *смиряет* свою *бунтующую* душу и в *одиночестве* идёт к тем *неведомым пределам*, которые по самой своей сути никак не пересекаются с революционным энтузиазмом созидания вещественного благополучия и поэтизацией социальных катаклизмов и технического прогресса. Характерна *степень родства* лирического героя Есенина с собственными мыслями о необходимости перерождения и служения новой жизни, которую он с сарказмом определяют для себя в стихотворении «Стансы», написанном в том же 1924 году, что и три рассматриваемых здесь стихотворения:

Вертитесь, милые!
Для вас обещан прок.
Я вам племянник,
Вы же мне все дяди.
Давай, Сергей,
За Маркса тихо сядем,
Понюхаем премудрость
Скучных строк.

Эстафета поколений, которая свойственна эволюционирующим сообществам и является гарантией их стабильности даже в условиях динамичного развития, прерывается революциями, отвергающими опыт предков не в отдельных его частях (возможно, действительно требующих пересмотра), но в его совокупности, включая личное отношение к родителям, дедам и прадедам как «отжившему элементу», скорая гибель и забвение которого не только не вызывают негативных эмоций, но представляются желаемыми и должны быть поэтому, как минимум на уровне господствующей идеологии, искусственно ускорены. В предельном, почти гротескном, но тем не менее начисто лишённом иронии виде эта программа отстаивается В. В. Маяковским в стихотворении «Киев». Тема преемственности поколений отражается в нём, словно в кривом зеркале, которое лирический герой принимает как единственно верную перспективу. Стихотворение начинается строками, рождающими стойкую иллюзию читателя, что оно написано в жанре классической элегии:

Лапы елок,
лапки,
лапушки...
Все в снегу,
а теплые какие!
Будто в гости
к старой,
старой бабушке
я
вчера
приехал в Киев.

Настроение лирического героя передаётся здесь, как кажется, настолько очевидно, что следующий вскоре резкий разворот на 180 градусов совершенно непредсказуем. Размер стихотворения, несмотря на его отображение в типично «маяковской» структуре строф, за исключением «усечённой» последней строки (графически – трёх строк), – почти классический хорей, причём его «расширение» в середине строфы напоминает ритм колыбельной песни. Использование простой и следующих за ней двух уменьшительно-ласкательных форм существительного *лапы*, обычной (*лапки*) и «усиленной» (*лапушки*), порождает кумулятивный эффект «эмотивного крещендо» – нарастающего сгущения нежно-интимного эмоционального фона, что особенно характерно для русского и других славянских языков, имеющих большое число дифференцированных по степени выражения качества диминутивов, роль которых, особенно в поэзии, как справедливо отмечается в научной литературе, состоит не столько в уменьшении, сколько в передаче особо доверительного, интимного отношения к описываемым людям и предметам (ср. Wolf 2010, 32-33). В следующих строках это впечатление усиливается благодаря определению *тёплые* с местоимением *какие* в эмотивном значении высокой степени признака в сочетании с позитивной коннотацией. Антитеза «Все в снегу, а тёплые какие!» придаёт выражаемой позитивной эмоции дополнительное значение приятной для героя неожиданности, ещё более подчёркивая благостный настрой. Приезд в «мать городов русских» Киев автор сравнивает с приходом в гости к бабушке, старость которой подчёркивается повторением прилагательного. Ожидаемая реакция читателя на начало стихотворения – сопереживание радостным и вместе с тем, как кажется, ностальгическим чувствам лирического героя. С высоты Владимирской горки поэт обозревает древний Киев, и его мысленному взору представляется череда происходивших здесь событий и живших здесь известных людей, от древнейших времён до современности. Туман благостного расслабления от прикосновения к *тёплым лапушкам* заснеженных киевских ёлок постепенно рассеивается, замещаясь обличением прошлого как эпохи угнетения народа, лицемерия,

власти денег и религиозного мракобесия. В кривом зеркале такого идеологически нагруженного подхода «каменный святой» – креститель Руси князь Владимир сжимает в своей руке *плеть креста* и до сегодняшнего дня *гонит народ в лавры*. Лирический герой видит у своей киевской бабушки *множество кровавых безделушек* – и ничего более. При этом совершенно, казалось бы, невозможным – и всё же реально присутствующим в стихотворении – является не просто оправдание ленинского террора, но явно выраженный антитезами восторг поэта новым насилием:

А теперь
встают
с Подола
дымы,
киевская грудь
гудит,
котлами грета⁸.
Не святой уже –
другой,
земной Владимир
крестит нас
железом и огнем декретов.

Наша сила –
правда,
ваша –
лавры звоны.
Ваша –
дым кафельный,
наша –
фабрик дым.
Ваша мощь –
червонец,
наша –
стяг червонный.
– **Мы** возьмем,
займем
и победим.

Понятно, что эти противопоставления, при всей их логической абсурдности и, выражаясь современным языком, двойных стандартах, которые поэт даже не пытается затушевать, совершенно невозможно примирить или «снять»

⁸ Трудно удержаться от спонтанно возникающей аллюзии «гудит котлами Грета», хорошо иллюстрирующей во многом схожий современный дискурс конфликта поколений.

в смысле гегелевской диалектики. Единственным выходом здесь является уничтожение прошлого, отказ от преемственности поколений, причём отказ крайне агрессивный. «Старая бабушка» как воплощение зла должна быть уничтожена или, как минимум, умереть естественной смертью, а долг грядущего поколения – не беречь её, но помочь ей как можно скорее умереть, после чего ни в коем случае не вспоминать её с грустью и ностальгией, но проклясть и забыть. Конец стихотворения, поражающий своей преувеличенной – даже для Маяковского – провокативностью, нарочито противопоставлен его началу. Лирический герой «выздоровливает» от убаюкивающего полусна уходящего патриархального уклада и яростно-радостно отвергает прошлое, утверждая новое, свободное от него и противостоящее ему настоящее и, тем более, будущее:

Здравствуй
и **прощай**, седая бабушка!
Уходи с пути!
скорее!
ну-ка!
Умирай, старуха,
спекулянтка,
набожка.
Мы идем –
ватага юных внуков!

Размер и ритм стихотворения не меняются, однако его словесное наполнение заставляет декламировать его не как элегию, а как похожую на пулемётную очередь ритмическую дробь. «Ватага юных внуков», смелых, дерзких, уверенных в своей правоте, не обременённых рефлексией и элементарным чувством жалости, сметающих с пути немощную старушку с тёмным прошлым, – вот то «племя младое, незнакомое», что вскормила революция, которой лирический герой Маяковского, в противоположность есенинскому, совершенно осознанно отдаёт и душу, и лиру.

Стихотворение Маяковского «Киев», несомненно, очень мощное в языковом и ритмическом отношении произведение, построенное на противопоставлениях и утверждающее приход нового не как эволюционную смену поколений через их преемственность, но как позитивно коннотируемый резкий, окончательный и бесповоротный разрыв с прошлым.

То, что поэты XIX и даже начала XX в. не могли даже себе представить, а Есенин видел как величайшую трагедию, Маяковский воспевает как великое благо и единственный разумный выход из застоя, обусловленного постепенным, эволюционным развитием общества и передачей опыта прежних поко-

лений поколениям грядущим. Вместо этого он провозглашает благотворность разрыва поколений и полного, радикального отрицания их преемственности.

Каковы могут быть последствия отказа от преемственности поколений, предельно ёмко и точно описал А. С. Пушкин в стихотворении, написанном за пять лет до рассмотренного здесь «...Вновь я посетил» и почти за сто лет до стихотворений Есенина и Маяковского, посвящённых смене поколений, в 1830 г.:

Два чувства дивно близки нам –
В них обретает сердце пищу –
Любовь к родному пепелищу,
Любовь к отеческим гробам.

Животворящая святыня!
Земля была без них мертва,
Как ... пустыня
И как алтарь без божества.

События первой трети XX в. в России показали, что слова Пушкина оказались пророческими, поскольку высказанное им в сослагательном наклонении последствие отвержения преемственности поколений и любви к предкам, стало в революционной и послереволюционной России реальностью. Есенин и Маяковский, современники Октябрьского переворота, диаметрально разошлись в ценностной и эмоциональной оценке этой реальности, выразив своё отношение в стихотворениях, которые стали предметом текстологического разбора в настоящей статье.

Библиография

- Аверинцев, С. С. (1999), Гёте и Пушкин. В: Новый мир. 6, 189-198.
- Гинзбург, Л. Я. (1962), Пушкин и реалистический метод в лирике. В: Русская литература 1, 27-37.
- Лотман, Ю. М. (1994), Поэзия и проза. В: Кошелев, А. Д. (ред.), Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. Москва, 71-83.
- Михеев, Ю. Э. (2002), Сюжетное движение в стихотворении А. С. Пушкина «...Вновь я посетил». В: Вестник ТГУ, Серия «Гуманитарные науки». 27/3, 15-17.
- Седакова, О. А. (1987), Мысль Александра Пушкина. Доклад на международной конференции «Другой Пушкин» в Страсбурге [<http://www.olgasedakova.com/Poetica/989>, просмотр 12 III 2020].
- Франк, С. Л. (1987), Этюды о Пушкине. Париж.
- Франк, С. Л. (2010), Человек и Бог. Минск.
- AUGUSTINUS, Aurelius (MDCCCXXXIX), Confessionum. Libri XIII. Opera omnia. Pars V. Opera moralia. Parisiis.
- EROMS, H.-W. (2014), Fraktale Texte. Selbstähnliche Texte als Bausteine. In: Bassola, P. [u.a.] (Hrsg.), Zugänge zum Text. Frankfurt a. M. [u. a.], 101-126.

- HEGEL, G. W. F. (2010), *Wissenschaft der Logik*. Hrsg. von Anton Koch u. Friedrike Schick. Berlin.
WOLF, N. R. (2010), *Gibt es eine Grammatik der Emotionen?* In: *Studia Germanistica. Acta Facultatis Philosophicae Universitatis Ostraviensis*. 6, 31-37.

Источники

- БОРАТЫНСКИЙ, Е. А. (2002), *Полное собрание сочинений и писем*. Т. 2. Ч. 1. Стихотворения 1823-1834 годов. Москва.
- ГЁТЕ, И. В. (1969), *Фауст*. Перевод Б. Л. Пастернака. Москва.
- ЕСЕНИН, С. А. (1995), *Полное собрание сочинений в 7 томах*. Т. 2. Стихотворения (Маленькие поэмы). Москва.
- ЖУКОВСКИЙ, В. А. (1959), *Собрание сочинений в четырёх томах*. Т. 1. Стихотворения. Москва/Ленинград.
- МАЯКОВСКИЙ, В. В. (1958), *Полное собрание сочинений в 13 томах*. Издание 3. Т. 6. Стихотворения (1924 – первая половина 1925). Тексты к рисункам в журнале «Красный перец» (1924). Лозунг-плакат (1924). Париж (1924-1925). Поэмы (1924-1925). Москва.
- ПУШКИН, А. С. (1982), *Собрание сочинений в десяти томах*. Т. 2. Стихотворения 1825-1836 годов. Москва.
- ШЕКСПИР, У. (1964), *Гамлет. Принц Датский*. Перевод М. Лозинского. Москва.
- GOETHE, J. W. (1986), *Faust. Der Tragödie erster Teil*. Stuttgart.
- SHAKESPEARE, W. (2016), *Hamlet*. Revised edition. London/New York.

MARTA NOIŃSKA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1245-6633>

Uniwersytet Gdański

OFICJALNA STRONA INTERNETOWA JAKO NARZĘDZIE KREOWANIA WIZERUNKU GŁOWY PAŃSTWA W POLSCE, ROSJI I WIELKIEJ BRYTANII

The official website as a tool for creating the image of the head of state in Poland, Russia and the United Kingdom

WYRAZY KLUCZOWE: strona internetowa, witryna internetowa, głowa państwa, wizerunek internetowy, Polska, Rosja, Wielka Brytania

KEYWORDS: website, webpage, head of state, internet image, Poland, Russia, the United Kingdom

ABSTRACT: The paper analyzes the role of official websites in creating the image of the head of state in Poland, Russia and the United Kingdom. The official website is a convenient tool allowing not only the appropriate presentation of the leader, but also the immediate publication of new content. The wide variety of semiotic resources used on the webpages attracts and maintains the attention of the recipient. The author describes the history of the official websites, identifies the genres characteristic of individual political cultures and observes similarities and differences related to the image of the current head of state.

1. Wstęp

Kreowanie wizerunku polityków odpowiadającego oczekiwaniom obywateli danego państwa bez wątplenia stanowi ważny element skutecznego sprawowania władzy. Przywódcy polityczni zawsze dostrzegali potencjał nowości technologicznych i wykorzystywali najpierw prasę, potem zaś radio, telewizję i Internet w budowaniu określonego wizerunku, pomocnego w walce o władzę i jej utrzymanie.

Oficjalne strony internetowe głów państwa odgrywają istotną rolę w kreowaniu ich pozytywnego obrazu zarówno w kraju, jak i za granicą. Omawiane witryny przedstawiają jednostronny, korzystny wizerunek liderów, odpowiadający oczekiwaniom społecznym wnikliwie analizowanym przez specjalistów do spraw public relations. Nie zmienia to jednak faktu, że analizowane strony internetowe jako rzetelne źródła informacji na temat zakresu obowiązków i kalendarza wydarzeń, a także oficjalnej polityki państwa często wykorzystywane są przez dziennikarzy i naukowców.

Celem niniejszego artykułu jest analiza porównawcza oficjalnych witryn internetowych w Polsce, Rosji i Wielkiej Brytanii (www.prezydent.pl, www.kremlin.ru, www.royal.uk) jako narzędzi kreowania wizerunku głowy państwa.

2. Budowanie wizerunku polityków w Internecie

Liczni badacze odnotowują istotną rolę mediów w kształtowaniu życia politycznego we współczesnych społeczeństwach (por. Wojtkowski 2010, 16; Patocka-Sigłowy 2016, 103). Widoczny jest trend mediatyzacji, „w myśl którego doświadczenie polityki jest zapośredniczane przez media, będące konstruktorem świata polityki” (Leszczuk-Fiedziukiewicz 2011a, 144). W czasach ogromnej popularności sieci globalnej politycy i partie mają nie tylko witryny, lecz także konta na portalach społecznościowych i wideo hostingu YouTube, które pozwalają im na tworzenie wizerunku „na własnych zasadach” i promowanie swojego programu politycznego w przestrzeni internetowej. A. Leszczuk-Fiedziukiewicz zauważa, że

W porównaniu z innymi mediami (prasa, radio, telewizja) Internet jest najtańszym sposobem rozprzestrzeniania informacji, bez limitu czasu i miejsca, w kształcie nadanym przez nadawcę treści, czyli poza cenzurą lub interwencją (2011b, 36).

Internet pozwala na całościowe kształtowanie wizerunku, który składa się z licznych komponentów, takich jak np. „cechy wyglądu zewnętrznego, cechy osobowości, rodzina, wykształcenie, otoczenie, wyznanie religijne, orientacja seksualna, odniesienie do wartości danej grupy społecznej” (Patocka-Sigłowy 2016, 101). Należy zauważyć, że wizerunek nie jest zjawiskiem statycznym, ponieważ determinują go sytuacja społeczno-polityczna oraz upływ czasu (Cwalina/Falkowski 2005, 196). Stała obecność i szybkość przekazu w sieci sprawiają, że narzędzia internetowe świetnie nadają się do kształtowania odpowiedniego image’u i modyfikowania komunikatów zgodnie z aktualnymi trendami i potrzebami polityka (por. Trzeciak 2010, 5). W tym kontekście nie dziwi fakt, że głowy państwa już od wielu lat wykorzystują strony internetowe do kreowania korzystnego wizerunku.

3. Początki i rozwój oficjalnych witryn głów państw w Polsce, Rosji i Wielkiej Brytanii¹

Witryna internetowa Prezydenta RP powstała w 1997 roku podczas pierwszej kadencji Aleksandra Kwaśniewskiego. Od początku dostępna była w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Na stronie początkowo znajdowało się 8 ikon z poszczególnymi sekcjami zawierającymi podstawowe informacje o prezydencie i jego obowiązkach. Ikona sekcji *Prezydent* ukazywała małe zdjęcie portretowe Aleksandra Kwaśniewskiego. Na początku na witrynie brakowało informacji o aktualnych działaniach głowy państwa, co jednak szybko zostało zauważone – linki do bieżących wiadomości w wersji tekstowej (bez fotografii) zaczęto umieszczać jeszcze w tym samym roku.

Pod koniec 2001 roku udostępniono zmodernizowaną wersję witryny. Ikony zostały zastąpione przez menu z działami, a beżowa kolorystyka ustąpiła miejsca niebieskiej. Z prawej strony pojawiła się również większa fotografia Aleksandra Kwaśniewskiego. Co ciekawe, zdjęcia portretowe prezydentów na stronie głównej były prezentowane do 2009 roku. Oprócz modyfikacji w szacie graficznej pojawiły się zakładki: *Kronika* i *Wydarzenia*, a także wyszukiwarka i mapa serwisu. Co więcej, w zakładce *Prezydent i jego rodzina* opublikowano życiorys i zdjęcia żony prezydenta, Jolanty Kwaśniewskiej. Od tamtej pory pierwsze damy są stale obecne na oficjalnej stronie głowy państwa. Potwierdza to, że w budowaniu odpowiedniego wizerunku prezydenta w Polsce istotne miejsce zajmuje jego żona (por. Prystacka 2006). Pod koniec prezydentury Aleksandra Kwaśniewskiego nastąpiły kolejne zmiany graficzne, np. kolorowe tło etykietek działów, wizerunek prezydenta w nagłówku, zdjęcie Pałacu Prezydenckiego.

W 2006 roku, po objęciu władzy przez Lecha Kaczyńskiego, zostały wprowadzone kolejne innowacje. Fotografie zamiast w oddzielnym pliku pojawiły się zarówno przy opisie wydarzeń, jak i na stronie głównej. Zamiast *Kroniki* i *Wydarzeń* wprowadzono dział *Aktualności*, gdzie wiadomości prezentowano w układzie chronologicznym, natomiast zakładka *Prezydent i jego rodzina* zmieniła nazwę na *Pierwsza dama*. Rozwiązania te przyjęły się i funkcjonują do dziś.

Jeszcze podczas kadencji Lecha Kaczyńskiego w 2009 roku witryna przeszła kolejną modernizację, która pozwoliła m.in. na pobieranie przez użytkowników zdjęć wysokiej jakości oraz na łatwiejszą nawigację. Zastosowano również nowe czcionki, a z nagłówka strony zniknął wizerunek prezydenta. Pojawiły się natomiast wyświetlające się naprzemiennie główne wiadomości wraz z większym zdjęciem z konkretnego wydarzenia. Podobny układ strony przyjął się i poza drobnymi

¹ Informacje o historii witryn pochodzą z artykułów na oficjalnych stronach internetowych głów państw (prezydent.pl, kremlin.ru, royal.uk) oraz archiwalnych wersji tychże stron, wyekscepowanych za pomocą archiwum internetowego Wayback Machine (archive.org). Odnośniki do poszczególnych artykułów znajdują się w bibliografii, w sekcji źródła internetowe.

zmianami kolorystycznymi (w 2009 roku biała czcionka na niebieskim tle, od 2012 niebieska na białym tle) utrzymał się do dziś. Wprowadzono również Newsletter wysyłany do subskrybentów w każdy piątek. Nowością była także zakładka *Dla dzieci* z interaktywnymi grami, która podczas kadencji Bronisława Komorowskiego została rozbudowana i zmieniła nazwę na *Dla młodych*.

Po objęciu urzędu przez Andrzeja Dudę na stronie pojawiły się odnośniki do kont prezydenta na Facebooku, Twitterze i Instagramie oraz do oficjalnego kanału głowy państwa na YouTube.

Witryna internetowa prezydenta Rosji została otwarta trzy lata później niż w Polsce, czyli w 2000 roku, podczas kadencji Władimira Putina. W kolejnych dwóch latach strona została gruntownie zmodernizowana, a w 2003 użytkownicy uzyskali dostęp do jej angielskiej wersji. Witryna była utrzymana w niebieskiej kolorystyce (podobnie jak dziś), a informacjom o działalności głowy państwa i bieżącym wydarzeniom towarzyszyły fotografie.

Kolejna modernizacja serwisu internetowego prezydenta Rosji nastąpiła w 2004 roku. Nową stroną wzbogacono o wyszukiwarkę i mapę serwisu. Utrzymana była w kolorach flagi rosyjskiej – białe tło, czerwone tło komunikatów i niebieska czcionka. Co więcej, udostępniono projekt internetowy dla dzieci *Prezydent Rosji dla obywateli w wieku szkolnym*, w którym postaci z bajek prezentowały obowiązki głowy państwa oraz podstawowe wiadomości o systemie politycznym w Federacji Rosyjskiej. Pomysł ten przyjął się – w nieco zmodyfikowanej graficznie i interaktywnej wersji jest obecny również na stronie w 2020 roku (kids.kremlin.ru).

Czwarta wersja witryny została opublikowana w 2009 roku podczas kadencji Dmitrija Miedwediewa. Powrócono do niebieskiej kolorystyki, która przypominała graficznie pierwszą wersję, jednak użyto innych czcionek oraz umieszczono odnośniki do portali społecznościowych, co nadało stronie bardziej nowoczesny charakter. Co ciekawe, fotografie nie towarzyszyły już wszystkim aktualnościom, tylko głównej wiadomości wyeksponowanej na górze strony.

Piątą, aktualną wersję witryny uruchomiono w 2015 roku. W celu wygodniejszego czytania materiałów z ekranu zmieniono formatowanie tekstu oraz wybrano nowe czcionki. Pojawiła się sekcja o nazwie *Struktura*, zawierająca materiały na temat urzędu prezydenta oraz informacje o działalności administracji, działaniach Rady Państwowej, Rady Bezpieczeństwa i komisji prezydenckich.

Oficjalna strona internetowa monarchii brytyjskiej została otwarta w 1997 roku pod domeną www.royal.gov.uk. Na witrynie od samego początku wykorzystywano fotografie z bieżących wydarzeń, a informacje podzielono na zakładki.

Kolejna wersja została uruchomiona w listopadzie 2001 roku. Nowością była zakładka *Golden Jubilee* związana z nadchodzącą 50. rocznicą rozpoczęcia panowania Elżbiety II (obchodzono ją w 2002 roku). Znalazły się tam informacje o najważniejszych faktach z życia królowej. Na witrynie zamieszczono również informacje o kolekcji sztuki rodziny królewskiej (the Royal Collection). Co więcej,

na stronie pojawił się formularz, za pomocą którego można było zwrócić się z prośbą o otrzymanie życzeń urodzinowych lub rocznicowych od królowej.

Witrynę odnowiono ponownie w 2008 roku. Dodano odnośniki do mediów społecznościowych i filmików, a tradycyjną strukturę z zakładkami zastąpiono kafelkami z fotografiami (One Page), co sprawiło, że strona wyglądała bardziej atrakcyjnie, zwłaszcza na tablecie czy smartfonie. Pozostawiono menu, jednak pole wyszukiwania na głównej stronie stało się podstawową formą nawigacji. Pojawiło się więcej wiadomości o pracy rodziny królewskiej oraz encyklopedia na temat historii i tradycji monarchii (*Royal Encyclopaedia*), a także informacje o rezydencjach królewskich i zbiorach sztuki.

Kolejna aktualizacja strony wraz ze zmianą domeny na obecną, czyli www.royal.uk, nastąpiła w 2016 roku. Wykorzystano szereg funkcji technologicznych, takich jak ulepszona wyszukiwarka czy integracja z oficjalnym kanałem rodziny królewskiej na YouTube. Pojawiła się również możliwość aplikowania o pracę online.

Jak widać, witryny internetowe są regularnie modyfikowane, aby sprostać wymaganiom odbiorców, zatrzymać ich dłużej na stronie oraz ułatwić im wyszukiwanie potrzebnych informacji. W obecnym kształcie stanowią doskonałe narzędzie do szybkiego przekazywania informacji i kształtowania wizerunku głowy państwa zgodnego z aktualnymi oczekiwaniami obywateli dzięki wykorzystaniu szerokiego wachlarza instrumentów – odpowiednio dobranych zdjęć, filmików, odnośników do portali społecznościowych. Należy zauważyć, że opisane zmiany związane są z rozwojem technologicznym i dostępnością nowych narzędzi internetowych, których potencjał jest szybko zauważany i wykorzystywany w komunikacji politycznej.

4. Adresat i warstwa werbalna

Oficjalne strony internetowe są adresowane do bardzo szerokiego grona odbiorców, czego odzwierciedlenie można dostrzec w warstwie werbalnej. Język komunikatów udostępnianych na wszystkich analizowanych witrynach jest poprawny i przejrzysty, bez nadmiernie rozbudowanych konstrukcji syntaktycznych czy specjalistycznej leksyki. Przemówienia udostępniane są zarówno w formie nagrania, jak i tekstu.

Strony internetowe prezydent.pl i kremlin.ru posiadają wersje w języku urzędowym oraz w języku angielskim (president.pl i en.kremlin.ru), jednak wersja obcojęzyczna nie zawiera wszystkich aktualności i materiałów archiwalnych. Tłumaczone są informacje o obowiązkach prezydenta, najważniejsze aktualne wiadomości oraz przemówienia głowy państwa. Komunikaty w języku angielskim ułatwiają dziennikarzom z całego świata dostęp do informacji o działaniach przywódców. Przywołany zabieg pokazuje dbałość o kształtowanie odpowiedniego wizerunku głowy państwa zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej oraz pokazuje otwartość i gotowość do kontaktu z przedstawicielami z zagranicy.

Należy dodać, że najważniejsze informacje na stronie monarchii brytyjskiej www.royal.uk oprócz angielskiego dostępne są dodatkowo w językach walijskim i gaelickim szkockim, co związane jest z prawodawstwem – na stronie znajdujemy następujące stwierdzenie:

- (1) In compliance with the Welsh Language Act 1993 and guidance regarding Scots Gaelic, sections of this web site provide core content in Welsh and Scots Gaelic.

Twórcy witryny zapowiadają zwiększenie liczby komunikatów po walijsku i szkocku oraz tłumaczenie strony na inne języki.

5. Typy komunikatów na oficjalnej stronie internetowej

Internet to medium konwergencyjne, czyli łączące dotychczasowe formy medialnego przekazu (por. Skowronek 2015, 119). Nowoczesne narzędzia umożliwiają publikowanie w sieci nie tylko tekstów i zdjęć, ale także nagrań dźwiękowych i audiowizualnych, bez ograniczenia w czasie czy przestrzeni. A. Kiklewicz w związku z tym zwraca uwagę na zjawisko fascynacji w Internecie:

Dominujący charakter w komunikacji publicznej przybiera fascynacja jako forma perswazyjnego oddziaływania na adresatów, którego celem jest pobudzenie lub wspieranie, wspomaganie aktywności perceptywnej adresatów, skierowanie uwagi na komunikat oraz utrzymywanie zainteresowania kontaktem komunikacyjnym (Kiklewicz 2018, 155).

Uwidacznia się to na oficjalnych stronach prezydentów Polski i Rosji, a także monarchii brytyjskiej. Na analizowanych witrynach internetowych znajdują się nie tylko teksty notatek prasowych oraz artykułów wzbogacone materiałem fotograficznym, lecz także wybrane posty z portali społecznościowych (Facebook, Twitter) oraz materiały audiowizualne z wideohostingu YouTube, co pozwala przyciągnąć uwagę i podtrzymać zainteresowanie odbiorcy. Strona internetowa stanowi bardzo bogaty semiotycznie krajobraz, w którym obecne są liczne wielokodowe komunikaty realizowane w ramach rozmaitych gatunków. Taka różnorodność sprawia, że jest ona wygodnym narzędziem do kreowania wizerunku.

Na wszystkich analizowanych stronach ważne miejsce zajmują aktualności. Na witrynie prezydent.pl widnieje kalendarz umożliwiający wyświetlenie wydarzeń z wybranego dnia. Poniżej znajdują się najnowsze wiadomości, zawsze opatrzone datą, zdjęciem, hiperlinkiem-nagłówkiem i lidem. Można sortować je nie tylko według daty, lecz także według 16 kategorii udostępnionych w pasku po lewej stronie (m. in. *Wydarzenia, Wizyty krajowe, Wizyty zagraniczne, Wypowiedzi Prezydenta, Komunikaty Kancelarii Prezydenta RP, Zdjęcia, Wideo, Ordery i odznaczenia, Listy uwierzytelniające, Nominacje, Statystyki*).

Z kolei na witrynie kremlin.ru materiały informacyjne podzielone zostały na 4 kategorie: *Новости*, *Стенограммы*, *Поездки*, *Телеграммы*. Po kliknięciu na odpowiednią z nich pojawiają się hiperlinki-nagłówki wraz z datą wydarzenia. Zdjęcia towarzyszą tylko wybranym materiałom.

Na stronie www.royal.uk widnieją fotografie, na których w prawym dolnym rogu znajduje się tytuł artykułu napisany białą czcionką. Kiedy kursor zostaje umieszczony na zdjęciu, w lewym górnym rogu wyświetla się rodzaj materiału: *feature*, *news*, *press release*. Wiadomości nie są prezentowane według daty czy kategorii. Należy podkreślić, że zdjęcia i materiały audiowizualne są eksponowane bardziej niż na witrynach polskiego i rosyjskiego prezydenta.

Zarówno na witrynie www.prezydent.pl., jak i www.kremlin.ru obejrzyć można transmisje z ceremonii inauguracji, orędzia noworoczne oraz przemówienia okolicznościowe. Na stronie www.royal.uk udostępniane są orędzie bożonarodzeniowe królowej oraz transmisje z wydarzeń i ceremonii religijnych w Kościele anglikańskim z okazji jubileuszów.

Odnosząc się do typów komunikatów charakterystycznych dla poszczególnych państw, warto wspomnieć o ciekawym nowym gatunku internetowej komunikacji politycznej, jakim jest *Prezydenckie podsumowanie tygodnia* – krótki materiał audiowizualny dotyczący działań prezydenta Andrzeja Dudy w każdym tygodniu, ukazujący go jako wzorowo wykonującego swoje obowiązki profesjonalistę. Relacje z najważniejszych wydarzeń oraz cytaty z wypowiedzi prezydenta przedstawione są w formie napisów na pasku informacyjnym. Do połowy 2019 roku warstwa akustyczna była niewerbalna, a tło dla informacji stanowił jedynie podkład muzyczny w wykonaniu fortepianu z towarzyszeniem orkiestry symfonicznej. Od lipca 2019 roku w każdym podsumowaniu można usłyszeć wypowiedzi prezydenta, które stanowią komentarz do pokazywanych wydarzeń. Podobne rozwiązanie wydaje się korzystne, ponieważ odpowiednio dobrane fragmenty wystąpień pomagają kształtować wizerunek Andrzeja Dudy jako sprawnego i profesjonalnego mówcy.

Charakterystyczne dla polskiego dyskursu politycznego są życzenia przygotowywane wspólnie przez parę prezydencką na różne okazje np. Dzień Dziecka, Dzień Matki, Dzień Ojca czy Boże Narodzenie. Tradycję pozdrowień świątecznych zapoczątkował prezydent Lech Kaczyński, który wraz z małżonką złożył telewidzom życzenia bożonarodzeniowe za pośrednictwem strony internetowej w 2009 roku.

Na oficjalnej witrynie prezydenta Federacji Rosyjskiej publikowane są transmisje programów charakterystycznych dla rosyjskiej kultury politycznej, takich jak *Gorąca linia* Władimira Putina (por. Patocka-Sigłowy 2019, 191). Przywódca przez kilka godzin odpowiada na pytania obywateli i rozwiązuje nurtujące ich problemy. Kolejnym przykładem jest wielka konferencja prasowa, podczas której Putin prowadzi wielogodzinną dyskusję z dziennikarzami. Wykorzystanie omawianych gatunków na stronie internetowej ma na celu ukazanie rosyjskiego prezydenta jako charyzmatycznego lidera, gotowego nieść pomoc obywatelom państwa

w potrzebie i prowadzić wielogodzinne dyskusje na tematy związane z dobrem kraju. Co więcej, na witrynie umieszczane są relacje z jego rozmów z przedstawicielami władz lokalnych w Rosji. Władimir Putin przedstawiany jest w nich nie tylko jako mądry i surowy oceniający, lecz także jako energiczny polityk, który kontroluje sytuację w państwie.

Z kolei na stronie www.royal.uk znajdują się liczne materiały multimedialne, np. nakręcone przez Johna Lodera filmy o objęciu rządów przez królową zatytułowane *Long to reign over us* czy kolaż tematyczny *90 photos for 90 years* złożony z fotografii Elżbiety II od najmłodszych lat aż do dzisiaj. Obecne są również rubryki z ciekawostkami pełniące funkcję fatyczną. Na ekranie wśród artykułów i nowości pojawia się komunikat *You may also like...* z linkiem do podobnych informacji na stronie, a także rubryka z napisem *Did you know?* zawierająca ciekawostki np. o królewskich kolekcjach sztuki.

Co więcej, witryna www.kremlin.ru udostępnia wirtualną wycieczkę po Kremlu, a www.royal.uk po królewskich rezydencjach, np. Pałacu Buckingham czy zamku w Windsorze.

Jak widać na przytoczonych przykładach, twórcy stron internetowych wykorzystują bogate zasoby semiotyczne i różnorodne typy komunikatów w celu zbudowania odpowiedniego wizerunku głowy państwa.

6. Wizerunek głów państwa w Polsce, Rosji i Wielkiej Brytanii

We wszystkich trzech państwach liderzy przedstawiani są jako nieustannie zajęci aktywni działacze. Na witrynie internetowej umieszcza się relacje z ich oficjalnych spotkań z obywatelami, opisuje się udział w różnego rodzaju wydarzeniach, podkreślane zostają działalność charytatywna i inicjatywy na rzecz ochrony środowiska. Na stronie publikowane są również teksty dokumentów i ustaw podpisywanych przez prezydentów. Wszyscy przywódcy ukazywani są jako liderzy gotowi na spotkania z obywatelami i otwarci na nawiązanie kontaktu. Można zwrócić się do nich listownie bądź przez formularz na stronie internetowej.

Analizowane strony internetowe zawierają linki do oficjalnych profili na portalach społecznościowych i wideohostingu YouTube, co pokazuje, jak dużą rolę głowy państwa przywiązują do obecności w sieci globalnej i do kreowania swojego wizerunku jako nowoczesnych i „nadążających” za współczesnymi technologiami. W. Cwalina i A. Falkowski nazywają podobne zjawisko cybercelebracją (Cwalina/Falkowski 2005: 468).

Cybercelebracja szczególnie wyraźnie uwidacznia się na stronie monarchii brytyjskiej, gdzie wielokrotnie podkreślane jest używanie przez Elżbietę II nowości technologicznych. Jako przykład może posłużyć news o pierwszym poście królowej na Instagramie zatytułowany *The Queen posts on Instagram for the first*

time, w którym znalazła się informacja o tym, kiedy królowa wysłała swój pierwszy e-mail (1976), otworzyła oficjalną stronę internetową (1997) i po raz pierwszy użyła Twittera (2014).

Współczesne witryny głów państwa dostarczają informacji zarówno aktualnych, jak i archiwalnych. Na wszystkich analizowanych stronach odbiorca może bez trudu odnaleźć starsze nagrania i tym samym obserwować, jak lider zmienił się na przestrzeni lat – w jaki sposób się zachowywał, wypowiadał, ubierał. Co więcej, na stronach udostępniane są informacje o poprzednich głowach państwa. Na witrynie prezydent.pl znajdują się archiwa Lecha Kaczyńskiego i Bronisława Komorowskiego, zaś na stronie kremlin.ru biografie Borysa Jelcyna i Dmitrija Miedwediewa. Bogaty materiał faktograficzny związany z historią rządów prezentowany jest na witrynie internetowej monarchii brytyjskiej. W zakładce *Residences, Art and History*, klikając na karty z napisem *Royal Encyclopaedia*, można znaleźć informacje o władcach, począwszy od królów anglosaskich aż do panującej od 1952 roku Elżbiety II².

Analizując oficjalne strony internetowe, można zaobserwować elementy wizerunku charakterystyczne dla poszczególnych głów państwa. Andrzej Duda przedstawiany jest jako aktywny, młody i dynamiczny profesjonalista, dobry mówca oraz wspaniały małżonek; Władimir Putin – mądry i surowy rządzący, kontrolujący sytuację w państwie, zawsze gotowy nieść pomoc obywatelom; zaś Elżbieta II jako działaczka charytatywna i przedstawicielka narodu, wzorowa żona, matka i babcia, ikona mody i głowa Kościoła. Co ciekawe, w przypadku królowej podkreśla się styl ubierania, opisywane są jej stroje i biżuteria oraz ich historia i pochodzenie.

7. Biografia

W budowaniu wizerunku bardzo ważnym elementem jest geograficzne zakorzenienie, „czyli miejsce, gdzie polityk urodził się, wychowywał, kształcił, a także miejsce, w którym zajmował się sprawowaniem urzędu” (Bobrowska/Garska 2012, 151; Pietraś 1998, 419). Dlatego nie dziwi fakt, iż na wszystkich analizowanych stronach znajdują się życiorysy głów państwa, pokazujące związek przywódców z ojczyzną.

Biografia polskiego prezydenta zatytułowana jest *O mnie* i napisana w pierwszej osobie liczby pojedynczej. Obok tekstu znajduje się tylko jedno aktualne zdjęcie Andrzeja Dudy. Czytając materiał, można dowiedzieć się o dacie i miejscu urodzenia prezydenta, jego długoletniej przynależności do harcerstwa oraz uzyskać informacje o wykształceniu i karierze zawodowej. Andrzej Duda podkreśla swoją przynależność polityczną – wymienia zarówno Lecha, jak i Jarosława Kaczyńskich

² W 2015 roku królowa Elżbieta II została najdłużej panującym monarchą w historii Zjednoczonego Królestwa.

przy okazji mianowania na stanowisko wiceministra sprawiedliwości i podsekretarza stanu w Kancelarii Prezydenta RP. Co więcej, kilkakrotnie przywoływana jest partia Prawo i Sprawiedliwość. Biografia nie ma charakteru osobistego, nie zawiera nawet informacji o małżonce czy córce prezydenta.

Na stronie kremlin.ru znajdziemy dwie biografie prezydenta. Z krótkim życiorysem można zapoznać się w zakładce *Президенты России*, w której dostępne są również biografie Borysa Jelcyna i Dmitrija Miedwediewa. W lewym menu odnajdujemy odnośnik do osobistej witryny Władimira Putina, gdzie można nie tylko zapoznać się z życiorysem oraz zainteresowaniami prezydenta, ale również obejrzeć galerię z najróżniejszych wydarzeń, w których brał udział (putin.kremlin.ru/bio). Tekst biografii wzbogacony jest fotografiami z dzieciństwa i młodości głowy państwa (np. wraz z rodzicami, kolegami ze szkoły, byłą żoną). W zakładce *интересы* widnieją również aktualne zdjęcia związane z licznymi hobby Putina – wędkowaniem, hokejem, jazdą konną itd. Prezydent Rosji przedstawiany jest jako utalentowany i wszechstronny sportowiec, ratujący zagrożone gatunki zwierząt w Federacji Rosyjskiej i uwielbiający spędzać czas na łonie dzikiej przyrody w parkach narodowych. Co więcej, tekst biografii wzbogacony został wypowiedziami prezydenta podkreślającymi jego pochodzenie ze zwyczajnej rodziny.

Na stronie www.royal.uk możemy znaleźć szczegółową biografię królowej wzbogaconą materiałami wizualnymi (zdjęcia z dzieciństwa i młodości), audio (nagrania radiowe przemówień) i audiowizualnymi (nagranie filmowe z królową jako dziewczynką bawiącą się w ogrodzie lalkami czy też wraz z młodszą siostrą Małgorzatą). Na witrynie dostępne są przemówienia okolicznościowe (np. *Christmas Broadcast*), relacje z eventów i podróży zagranicznych, rodzinne zdjęcia w pałacu. Graficznie wydzielone są również cytaty zaczerpnięte z wypowiedzi królowej oraz członków jej rodziny. Jak widać, internauta styka się z mnóstwem szczegółowych informacji z życia osobistego monarchy. Opisane zabiegi pomagają budować poczucie bliskości między odbiorcą i królową.

Można konstatować, że biografia polskiego prezydenta ma zdecydowanie bardziej oficjalny charakter aniżeli życiorysy Władimira Putina czy Elżbiety II. Prawdopodobnie wiąże się to z potrzebą – z jednej strony – profesjonalizacji wizerunku Andrzeja Dudy, a z drugiej – ocieplenia wizerunku rosyjskiej i brytyjskiej głowy państwa³.

³ Terminem *ocieplanie wizerunku* najczęściej określa się działania marketingowe i komunikacyjne, które mają na celu stworzenie obrazu polityka jako człowieka wzbudzającego sympatię i dającego się lubić (Leszczuk-Fiedziukiewicz 2011a, 143).

8. Przywódca i jego rodzina

W wizerunek głowy państwa bez wątpienia wpisują się członkowie rodziny. Na oficjalnej stronie internetowej Andrzej Duda bardzo często występuje wraz z małżonką: podczas składania życzeń okolicznościowych, na zdjęciach z oficjalnych wydarzeń czy wizyt zagranicznych (np. w USA w czerwcu 2019 roku). Prezydent z reguły podczas wystąpienia obejmuje żonę i co najmniej raz posyła w jej stronę ciepłe, czułe spojrzenie. Pierwszej damie poświęcona jest również oddzielna zakładka, w której można znaleźć jej krótką biografię, informacje o aktywnościach i patronatach oraz listy pierwszej damy do różnych instytucji. Na stronie dowiadujemy się również, że Andrzej Duda ma jedną córkę Kingę, która jest absolwentką prawa.

Władimir Putin na większości wydarzeń pojawia się sam i samodzielnie czyta życzenia okolicznościowe. Obecnie prezydent nie ma żony, jednak należy zauważyć, że pierwszej damie nigdy nie poświęcono oddzielnej zakładki na oficjalnej witrynie. Na wspomianej wyżej osobistej stronie internetowej prezydenta Rosji dostępne są nieliczne informacje o Ludmile, z którą prezydent rozwiódł się w 2013 roku. We fragmencie biografii zatytułowanym *Жена Людмила* dowiadujemy się jedynie, że gdy poznała przyszłego małżonka, pracowała jako stewardessa oraz że jest matką dwóch córek Władimira Putina. Zamieszczone zostały również jej dwie wypowiedzi, odnoszące się do jej stosunku do męża oraz relacji prezydenta z córkami:

- (2) Что-то, видимо, в Володе было такое, что привлекало меня. Спустя три-четыре месяца я уже решила, что он именно тот человек, который мне нужен.
- (3) Не все мужчины так трогательно относятся к своим детям, как он. И он всегда их баловал, а воспитывать приходилось мне.

Na osobistej stronie prezydenta znajdują się również informacje o dacie urodzenia i imionach córek (Maria, 1985 i Ekaterina, 1986) oraz ich jedna fotografia z dzieciństwa.

Strona monarchii brytyjskiej zawiera informacje o dzieciństwie Elżbiety II oraz szczegóły z życia członków rodziny królewskiej, łącznie z wagą urodzeniową dzieci i ich stanem zdrowia. Witryna ma charakter informacyjny, pokazuje aktualne wydarzenia z życia królowej i jej krewnych. Członkom rodziny królewskiej poświęcona jest zakładka *Royal Family*, na której znajduje się odnośnik do oficjalnej strony internetowej księcia Karola oraz zdjęcia z napisem *About*, po kliknięciu których pojawia się informacja o dzieciach królowej (Karolu, Andrzeju, Annie i Edwardzie), żonach księcia Karola i księcia Edwarda oraz ich działaniach. Co ciekawe, przy opisach używane są zawsze tytuły poszczególnych osób, np. *The Duchess of Cornwall*, *The Duke of York*. Głowa państwa jest najważniejszą postacią i wysuwa się na pierwszy plan i jedynie jej poświęcona jest oddzielna zakładka, jednak członkowie jej rodziny są wyraźnie obecni. Informacje o królowej wyświetlane są jako pierwsze i na górze strony, co odzwierciedla hierarchię.

9. Podsumowanie

Internet jest obecnie intensywnie wykorzystywany przez przywódców do budowania pozytywnego wizerunku. Oficjalna strona stanowi wygodne narzędzie, pozwala bowiem nie tylko na odpowiednią prezentację przywódcy, lecz także na szybkie dostarczanie bieżących informacji i publikację różnorodnych materiałów związanych z codzienną działalnością głowy państwa. Bogaty zasób środków semiotycznych wykorzystywany na witrynach internetowych pozwala przyciągnąć i utrzymać uwagę odbiorcy.

Analiza stron głów państwa pozwala na wyodrębnienie gatunków charakterystycznych dla poszczególnych kultur politycznych oraz obserwację podobieństw i różnic kulturowych. W badanym materiale przywódcy przedstawiani są jako aktywni działacze, otwarci na kontakt z obywatelami oraz dziennikarzami. W Polsce uwagę zwraca prezentacja prezydenta jako dynamicznego profesjonalisty oraz eksponowanie obecności pierwszej damy u jego boku. W Rosji szczególnie podkreśla się umiejętność Władimira Putina do kontrolowania sytuacji w państwie oraz jego gotowość do pomocy obywatelom. Strona monarchii brytyjskiej ma najbardziej rodzinny i osobisty charakter, co związane jest z dziedzicznością urzędu.

Bibliografia

- BOBROWSKA, A./GARSKA, M. (2012), Elementy kreacji wizerunku podmiotu politycznego w rzeczywistości wyborczej. W: *Colloquium Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych*. II/2012, 147-163.
- CWALINA, W./FALKOWSKI, A. (2005), *Marketing polityczny: perspektywa psychologiczna*. Gdańsk.
- KIKLEWICZ, A. (2018), Fascynacja jako kategoria komunikacji w Internecie (na przykładzie rosyjskiego portalu rambler.ru). W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2 2018, 153-167.
- LESZCZUK-FIEDZIUKIEWICZ, A. (2011a), Strategie ocieplania i kontrolowania wizerunku polityka na przykładzie prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 r. W: *Studia Politologiczne*. 19, 142-198.
- LESZCZUK-FIEDZIUKIEWICZ, A. (2011b), Internet jako narzędzie kreowania wizerunku polityka. W: *Nowe Media*. 2/2011, 31-54.
- PATOCKA-SIGŁOWY, U. (2016), Wizerunek prezydenta Władimira Putina na portalach społecznościowych (na przykładzie Facebooka). W: *Przegląd Rusycystyczny*. 4 (156), 101-117.
- PATOCKA-SIGŁOWY, U. (2019), *Komunikowanie polityczne w Rosji. Specyfika dyskursu prezydenckiego*. Gdańsk.
- PIETRAŚ, Z. (1998), *Decydowanie polityczne*. Warszawa.
- PRYSTACKA, D. (2006), Zawód – żona polityka. Rola kobiet w kreowaniu wizerunku politycznego. W: *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*. 1, 37-46.
- SKOWRONEK, B. (2015), *Badania nad językiem w mediach po 1989 roku*. W: *Język Polski*. XCV/1-2, 114-124.
- TRZECIAK, S. (2010), *Marketing polityczny w Internecie*. Warszawa.
- WOJTKOWSKI, Ł. (2010), *Kultura masowa a marketing polityczny. Przypadek amerykańskich kampanii prezydenckich 2000 i 2004*. Toruń.

Źródła

- Archiwalne wersje stron internetowych. W: www.prezydent.pl, www.kremlin.ru, www.royal.gov.uk, www.royal.uk. Archiwum internetowe WaybackMachine. W: <https://archive.org/web> [dostęp 15 IV 2019].
- 90 photos for 90 years. W: https://www.youtube.com/watch?time_continue=31&v=mE98sWq96Qk <https://www.royal.uk/her-majesty-the-queen> [dostęp 29 IX 2019].
- New Royal website launched. W: <https://www.royal.uk/new-royal-website-launched> [dostęp 20 IV 2019].
- Metamorfozy Prezydent.pl. W: <https://www.prezydent.pl/archiwum-lecha-kaczynskiego/aktualnosci/rok-2010/art,263,80,metamorfozy-prezydent-pl.html> [dostęp 20 IV 2020].
- Oficjalne strony internetowe głowy państwa. W: www.prezydent.pl, www.kremlin.ru, www.royal.uk [dostęp 15 IX 2019].
- The Queen posts on Instagram for the first time. W: <https://www.royal.uk/queen-posts-instagram-first-time> [dostęp 15 VI 2019].
- The re-launch of the British Monarchy website. W: <https://www.royal.uk/re-launch-british-monarchy-website> [dostęp 15 IV 2019].

ANATOLIY ZAHNITKO / АНАТОЛІЙ ЗАГНІТКО

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7398-6091>

Vasyl' Stus Donetsk National University

ZHANNA KRASNOBAYEVA-CHORNA / ЖАННА КРАСНОБАЄВА-ЧОРНА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7819-8094>

Vasyl' Stus Donetsk National University

ЕМОТИВНИЙ ПРОФІЛЬ ГНІВУ В УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ

Emotive profile of anger in Ukrainian phraseology

Ключові слова: аксіофразеологічна прагматика, емоція гніву, код культури, фразеологічна емотиологія, фразеологічна одиниця

KEYWORDS: axiophraseological pragmatics, emotion of anger, culture code, phraseological emotiology, phraseological unit

ABSTRACT: The article defines the emotive specifics of anger in Ukrainian phraseology with the design on the problems of axiophraseological pragmatics. The object of the research is the emotional state of anger in its psychological diversity. The subject is the phraseological units with the semantics of anger. The emotive profile of anger is illustrated in the study by numerous examples from imaginative literature. The main method of research is the method of parametric analysis of the semantic structure of a phraseological unit with an accentuation of the evaluation and emotive components. Qualification signs of anger are: a) intensification and complex nature with the release of complex negative states of anger / resentment, embarrassment, discontent, indignation, irritation, rage, hatred; b) negative orientation to the outside; c) psychological manipulation; d) temporary nature and lack of sufficient grounds. Recorded and analyzed the four stages of anger: hidden anger stage, the stage of excitement, stage of outbreak of uncontrolled anger and stage of decay of anger.

1. Постановка проблеми

Сучасна поліпарадигмальна лінгвістика визначається зацікавленнями вітчизняних і закордонних фразеологів емотиологічною парадигмою (див. праці: Гарифулліна 2005; Коляда 2009; Краснобаєва-Чорна 2019; Кушнір 2008; Синельникова 2013; Трофімова 2013; Хабибулліна 2010 та ін.). Основним завданням фразеологічної емотиології постає формування та структурування знань про фразеологічний рівень емотивної картини світу, емотивний код мови (зацікавлення, радість, здивування, збентеження, відроза, гнів, презирство,

сором, страждання, страх (за теорією диференційних емоцій К. Ізарда); здивування, зацікавлення, захоплення, страх, гнів, жадання, жадібність (за периферичною теорією емоцій У. Джемса тощо).

Встановлення емотивного профілю гніву в українській фразеології з проектуванням на проблематику аксіофразеологічної прагматики (Kosmeda 2019, 147) досі не поставало предметом окремої розвідки, що зумовлює актуальність та визначає мету роботи.

Об'єктом дослідження виступає емоційний стан гніву в його різноаспектності. Предметом постають фразеологічні одиниці (ФО) на позначення гніву, дібрані шляхом суцільного обстеження з академічного словника фразеологізмів української мови. Емотивний профіль гніву проілюстровано в студіюванні матеріалами Українського національного лінгвістичного корпусу Українського мовно-інформаційного фонду НАН України.

Наукова новизна дослідження зумовлена тим, що вперше визначено кваліфікаційні ознаки гніву й описано чотири стадії гніву (прихований гнів, емоційне збудження, спалах неконтрольованого гніву, загасання гніву) в українській фразеології.

2. Аксіологія гніву у психології

Гнів – негативний емоційний стан, що протікає у формі афекту та викликаний раптовою появою серйозної перепони на шляху задоволення винятково важливої потреби (Шапари 2010, 96). Конститутивними ознаками гніву психологи вважають ворожість, високий рівень напруження та імпульсивності, мобілізацію енергії для самозахисту та надання індивіду відчуття активності й сили, що актуалізує як негативні, так і позитивні функції гніву.

Ізард зараховує гнів до базових негативних емоцій. При цьому дослідник зауважує, що під час розподілу на негативні / позитивні емоції коректно говорити про емоції, які сприяють підвищенню психологічної ентропії, та емоції, які, навпаки, полегшують конструктивну поведінку. Такий підхід уможливує зарахування тої чи тої емоції до різновиду позитивних або негативних, залежно від впливу, який вона здійснює на внутрішньособистісні процеси й процеси взаємодії людини з найближчим соціальним оточенням при врахуванні більш загальних етологічних й екологічних чинників. На думку вченого, спалах гніву може сприяти виживанню індивіда або частіше – захисту особистої гідності, збереженню особистісної цілісності, виправленню соціальної несправедливості (Ізард 2009, 266).

3. Аксіофразеологічна кваліфікація гніву

3.1. Інтенсифікація та комплексний характер гніву

Емоційні стани, що виражаються фразеологічними одиницями, за Синельниковою, визначувані тим, що наявність суб'єкта маніфестується на рівні семантики одного або декількох компонентів фразеологізму, а причина, як елемент структури емоційних станів, не відбивається ні в семантиці, ні у структурі ФО, тобто перебуває за межами фразеологічного знака (Синельникова 2013, 148). Емоції групи 'гнів' у (там само, 80) розподіляються на шкалі інтенсифікації стану так: 1) досада, роздратування, 2) озлобленість, 3) обурення, 4) лють.

А. Емірова наголошує, що «інваріантна семантика частини ідіом, що виражають емоційний стан людини, являє собою синтез, нерозчленований комплекс компонентів, що позначають декілька емоцій» (Емірова 1988, 67). Гарифулліна (2005, 150) вважає, що денотативне значення ФО групи 'гнів, роздратування', можна визначити як стан суб'єкта, за якого він захлеснутий негативними емоціями, відчуває обурення, озлобленість, не здатний контролювати свої вчинки. У нашому дослідженні в межах аксіологічної інтерпретації гніву зафіксовано такі негативні комплексні емоційні стани:

- гнів / обурення (*кипить (закипає) душа (серце) / закипіла (скипіла) душа; скипіло (обкипіло) серце (2)*¹; *давати / дати волю серцю (2)*);
- гнів / образа (*мати серце (2)*);
- гнів / лють (*очі метаять іскри*);
- гнів / роздратування (*світити / засвітити очима (оком, білками) (2); сказ нападає (находить) / напав (найшов)*);
- гнів / злість (*важким (недобрим) духом дихати*);
- гнів / незадоволення / роздратування (*в душі закипати / закипіти; скреготати (скреготіти, скригати, скрипіти і т. ін.) / заскреготати (заскреготіти, скрегнути, скрегонути, скреготнути, скригнути, заскрипіти, скрипнути і т. ін.) зубами*);
- гнів / обурення / збентеження (*кров кипить (закипає, вирує і т. ін.) / закипіла (завирувала) [у жилах (у скронях)]*);
- гнів / обурення / злість (*[аж] іскри з очей сиплються (2)*);
- гнів / обурення / незадоволення (*метати громи і (та) блискавки (2); к бісовій (лихий, чортовій і т. ін.) матері, лайл. (1)*);
- гнів / лють / ненависть (*зуби скриплять*) тощо.

¹ Цифри у дужках указують на значення багатозначної ФО, подане в словнику. Якщо фразеологізм однозначний, числовий показник не використовується.

3.2. Негативна спрямованість гніву назовні

Негативну спрямованість гніву назовні, на об'єкт репрезентують фразеологізми *зганяти (згонити) / зігнати оскому (оскомину)* ('переносити гнів, роздратування за щось на кого-, що-небудь'); *зривати / зірвати злість (зло, серце)* ('спрямовувати на кого-небудь свій гнів, роздратування, невдоволення і т. ін.');

зганяти (згонити) / зігнати злість (зло, досаду, серце і т. ін.) ('мститися не тому, хто викликав роздратування, невдоволення, гнів, а кому-небудь іншому');

- (1) Лежу й не встаю. Так усе болить. А тут ще батько сердиться, що ти в тюрмі, я нездужаю. Згонить оскому на мені, лає мене (А. Тесленко).
- (2) Вона цілий день од роботи не одірветься, а Василь – одно знає: блукає по городі та свище, побіжить на улицу з хлопцями битись, а додому прийде – на Галі усе зло зриває (Панас Мирний).
- (3) Оце було її діти пустують, вона на них сердиться, а на мені згонить злість (І. Нечуй-Левицький).
- (4) Пан сотник дуже свариться, як углядить твої сльози, і на нас .. зганя своє серце (О. Стороженко).

3.3. Гнів і психологічне маніпулювання

У студіюванні зафіксовані випадки психологічного маніпулювання через гнів: *выводити / вивести з рівноваги* (2) ('своєю поведінкою змушувати кого-небудь нервувати, викликаючи почуття гніву, роздратування і т. ін.');

выводити / вивести з себе; вивести з терпцю ('своєю поведінкою змушувати кого-небудь нервувати, викликаючи почуття злості, гніву, роздратування і т. ін.');

розпикати / розпекти душу (серце) ('викликати у кого-небудь почуття гніву, душевного болю, страждання і т. ін.');

зводити / звести з розуму (з ума) (1) ('негативно впливаючи на психіку, викликати в когось почуття роздратування, гніву і т. ін.');

- (5) Хоч Артем і раніше знав його як великого шкурника й циніка... але, мабуть, іще ніколи досі не виводив він отак його з рівноваги (А. Головка).
- (6) – По-перше, хай встане, – різко сказала Оля Боніфатьєва. Її різкий тон зовсім вивів із себе Сашка Христоробенка (Є. Гуцало).
- (7) Патер Гаудентій знов усміхнувся іронічно, немов почував вдоволення [вдоволення] із-за того, що так швидко вивів з терпцю старого пріора (І. Франко).
- (8) Мамо! Ти розпекла мою душу, запалила помстою моє серце. Я ненавиджу ворогів, що зруйнували наш рідний край (І. Нечуй-Левицький).
- (9) Іди, іди з очей моїх, чарівниця лукава! Іди! Не пали мене своїм поглядом єхидним – ти гірше сатани, ти мене з ума звела, ти одбила у мене чоловіка (І. Карпенко-Карий).

3.4. Характерологічні ознаки гніву

У фразеології актуалізовані такі ознаки гніву: а) без достатніх на те підстав (*лізти / полізти у пляшку*, жарт.); б) тимчасовий (*під гарячу руку* (заст. *руч*)):

- (10) Скоїлось те, що в пляшку поліз чоловік. І сказати б.. так ні, статечний, розумний чоловік, а так, наче вожжина йому під хвіст попала (А. Головка).
- (11) Домашні знали добре всі нориви Кирила Івановича.. всі куди можна ховалися, щоб не стрітися з ним, не підбігти під гарячу руку (Панас Мирний).

4. Репрезентація основних стадій гніву у фразеології

4.1. Прихований гнів

Прихований гнів (внутрішнє невдоволення ніяк не проявляється зовні). Прихований гнів у рамках фразеології корелює з просторовим і соматичним кодами культури, зокрема з 'внутрішнім світом' людини, тобто тим, що знаходиться всередині самої людини й обмежуване тілесними кордонами (пор.: *тримати в серці (в душі)* ('пам'ятати про що-небудь, не виявляючи цього зовні (переважно про негативне')):

- (12) Пані, гріх тримати гнів і помсту довго в серці (С. Васильченко).
- (13) Не тримаю я зле [злого] на тебе у душі, не несучи оперед Бога... Лиш – не муч людє [людей], Юрчику, най [нехай] не кленут [клянуть] (Г. Хоткевич).

Локусами прихованого гніву різного ступеня інтенсифікації постають соматизми *серце*, *кров* і репрезентант духовного коду *душа*: *кипить (закипає) душа (серце) / закипіла (скипіла) душа; скипіло (обкипіло) серце* (2) ('хто-небудь гнівається, сердиться на когось, щось, обурюється з приводу чогось'); *мати серце* (2) ('ображатися, гніватися, сердитися на кого-небудь'); *серце бере / взяло* ('хто-небудь сердиться, гнівається на кого-небудь'); *в душі закипати / закипіти* ('надмірно хвилюватися від припливу якогось почуття (гніву, незадоволення, роздратування тощо)); *кров кипить (закипає, вирує і т. ін.) / закипіла (завирувала) [у жилах (у скронях)]* ('хто-небудь перебуває в стані сильного збентеження, гніву, обурення і т. ін.')

- (14) Йдемо в оперу. Наталка мовчить. Почуваю, що душа її аж до самого дна кипить на мене та на мою професію (Ю. Яновський).
- (15) Закипала гнівом Маркова душа проти ситих і кровожадних... Не раз шкодував, що залишив рідну землю (І. Цюпа).
- (16) Я так і обімліла. Відьма ж вона, відьма! Скипіло моє серце (М. Коцюбинський).
- (17) Я б на того приймака не мала серця, якби ж то людина. Ніколи тверезий не приходять (Є. Гуцало).

- (18) Іноді ні з того, ні з сього візьме його таке серце на Ясочку, що так взяв би та спідтишка й садонув би під «микитки» (С. Васильченко).
- (19) В серці її все аж кипіло від гніву. В таку мить цей старий лис .. тікає від роботи (В. Собко).
- (20) Козак скажено крикнув [на мене] і підкинув нагай. Вся кров закипіла в мені (Ю. Яновський).

4.2. Емоційне збудження

Емоційне збудження (відбивається на обличчі, передається мімікою та жестами). Важливу роль у репрезентації гніву на цьому етапі відіграють кінемні ФО, ґрунтовані на так званих кінемних рухах (Калимуллина 2013, 536), тобто на описі зовнішнього вираження емоцій.

У цьому аспекті дослідження актуалізовано кореляцію емоційного стану гніву з соматичним кодом культури та виокремленням таких груп кінемних ФО:

1) миремічні (соматизми очі, білки) з різним ступенем інтенсифікації: *сипати / сипнути (сипонутти) іскрами (іскри) [з очей]* ('поглядом виявляти гнів'); *очі горять (палають)* (2) ('чий-небудь погляд, вигляд виражає якісь почуття, емоції (збудження, гнів, радість і т. ін.); *очі метають іскри* ('хтось дивиться, поглядає сердито, гнівно, люто і т. ін.');

витріщити (вивалити, вирячити, влупити і т. ін.) / витріщати (вивалювати, вирячати, вилуплювати і т. ін.) *очі (баньки)*, зневажл. (1) ('широко розкрити очі, виражаючи здивування, безтямність, гнів і т. ін.');

кресати / кресонутти очима ('гнівно, сердито дивитися, поглядати');

світити / засвітити очима (оком, білками) (2) ('виявляти поглядом якість почуття (перев. гніву, роздратування)');

[аж] іскри з очей сиплються (2) ('уживається для підкреслення чийогось гніву, обурення, злості і т. ін.');

метати громи і (та) блискавки (2) ('поглядом виражати гнів, обурення, незадоволення; сердито дивитися');

очі блиснули [гнівом] ('хтось глянув дуже сердито, суворо, зі злістю і т. ін.');

спопеляти / спопелити очима (зором) ('дуже гнівно, презирливо дивитися на кого-небудь');

свінути (свірконути) очима ('раптово глянути на кого-небудь, виявляючи поглядом якісь почуття (радість, гнів і т. ін.):

- (21) – То ж як, Петре, візьмемося? – Беріться, – повів плечем Дорошук. – Без тебе погано. – А мені що до того? – І Дорошук сипонув іскрами на товаришів (М. Ю. Тарновський).
- (22) Борис зірвався з місця. Очі йому горіли, кулаки затискалися (Б. Лепкий).
- (23) Голос його тремтів і зривався на високі ноти. Жести ставали різкими, очі метали іскри (І. Кириленко).
- (24) Хочеш, я тебе зразу одним словом остовпину [спантеличу]? Скажу таке слово, що ти тільки баньки витріщиш (М. Кропивницький).

- (25) Скажи там, щоб дали на дорогу дві мірки вівса – ну, чого очі вивалив? (І. Карпенко-Карий).
- (26) Павло кресонув очима на Чумачиху, стиснув кулаки під столом (В. Кучер).
- (27) І мовила [Марія]... – Йому я стану за дитину. – І кинула кругом очима, Аж іскри сипнули з очей (Т. Шевченко).
- (28) Закидаило войовниче поблискував хворобливими оченятами, метав громи й блискавки (Ю. Збанацький).
- (29) Голос Щорса задзвенів, як метал, очі блиснули гнівом (О. Довженко).
- (30) Підігріваючи себе своїми ж жалісливими й гнівними словами, він спопеляв бідного Костянтина Павловича помутнілими від обурення очима (В. Козаченко).
- (31) Тільки свіркнула [жінка] очима і замість зерняти розкусила лушпану. І зо зла її виплюнула (Панас Мирний).

2) мімічні (соматизм губи): *надувати (надимати) / надуті губи*, фам. (1) ('гніваючись, ображаючись і т. ін., надавати обличчю незадоволеного вигляду'):

- (32) Він морщить лоба, надимає губи, поглядає скося на княжого двірського (А. Хижняк).

3) фонаційні (соматизм зуби) з різним ступенем інтенсифікації: *скреготати (скреготіти, скригати, скрипіти і т. ін.) / заскреготати (заскреготіти, скрегнути, скрегонути, скреготнути, скригнути, заскрипіти, скрипнути і т. ін.) зубами* ('виявляти гнів, роздратування, невдоволення і т. ін.');

гострити (рідше *точити*) *зуби*, несхв. (1) ('прагнути заподіяти комусь прикрість, шкоду і т. ін.; гніватися на когось'); *зуби скриплять* ('хтось дуже розлючений, сповнений гніву, ненависті'):

- (33) А сам аж зубами скреготав [князь], що міг так забутися (І. Франко).
- (34) В нього зануртувалося всередині, він скрипнув зубами і стис щелепи, що його боляче шпигонуло в скроні (Григорій Тютюнник).
- (35) – Ну, вже я на того Стецька гострю зуби. Прохав бісового квакала зорати ниву ще з осені, – ніколи – каже (Панас Мирний).
- (36) Оце ж у свахи Кондашихи аж зуби скрипітимуть від заздрості (М. Кропивницький).

До особливих кінемних явищ зараховано також нульові кінеми, що позиціоновані як значуща відсутність кінемних рухів (напр., *відбирати (віднімати) / відібрати (відняти) мову* (1) ('хто-небудь втрачає здатність говорити від несподіванки, здивування, хвилювання, переляку, гніву і т. ін.')):

- (37) – Ні, ні, я точно знаю! – Сидорчук так наполошився, що йому мало не відняло мову (Ю. Бедзик).

Важливу роль під час емоційного збудження відіграє дихання: *важким (недобрим) духом дихати* ('дуже сердитися, гніватися, злитися на когось'); *вогнем (полум'ям, пеклом і т. ін.) дихати* ('дуже сердитися, гніватися, виявляти недобррозичливість до когось');

- (38) Пан бачить, що вже жінка важким духом дише, а все не важиться він бабусю наляяти (Марко Вовчок).
 (39) Серцем чую, що тут всі проти мене вогнем дишать (І. Карпенко-Карий).
 (40) – В мене свекруха люта змія: ходить по хаті, полум'ям на мене дише (І. Нечуй-Левицький).
 (41) – Треба тікати звідси! – говорив Остап Соломії... – Раду на мене пеклом дише за свою – цур їй! – носату циганку (М. Коцюбинський).

Специфіку невербального кодування гніву (емоційного збудження) у фразеології презентовано в табл. 1.

Таблиця 1. Невербальне кодування гніву (емоційного збудження) у фразеології

Емоційний стан	Різновид кінемних ФО	Соматизм	Кінемні рухи
Гнів 2 стадія (емоційне збудження)	миремічні	очі	виріщити (вивалити, вирячити, вилупити)
			горять (палають)
			світити
			кресати
			свінути, виблискувати
			спопеляти
			сипати (<i>іскрами</i>)
	метають (<i>іскри, громи і (та) блискавки</i>)		
	мімічні	губи	надути
	фонаційні	зуби	скреготати (скреготіти, скригати, скрипіти)
–		гострити (рідше точити)	
		–	нульова кінема: втратити здатність говорити / оніміти

4.3. Спалах неконтрольованого гніву

Спалах неконтрольованого гніву (перехід від гнівного збудження до активних дій (крик, образ, рукоприкладство тощо)) у фразеології маркований діями: 1) *накинутись із лайкою, криком (мало не з'їсти* ('бути дуже лютим, розгніваним; *накинутись на когось з лайкою, криком і т. ін.')*

- (42) – Я її [Дарку] кликала, як добру, а вона мене мало не з'їла! (Леся Українка).

2) сваритися, жорстоко розправлятися (*перегризати / перегризти горло (горлянку)* (1); *перервати горлянку* ('непримиренно сваритися між собою або жорстоко розправлятися з ким-небудь, перев. у стані гніву, озлоблення і т. ін.');

(43) Він також уже знав про втечу опришка і чекав.. Ой чекав! Як звір у клітці, бігав по хаті – мало!.. Вибіг надвір, крутився .. поміж смереками. Попадися йому тепер хто під руки – горло перегриз би (Г. Хоткевич).

(44) А ти ж гадав, він за бідноту вболіватиме? Та це такий вовк, що всім би нам горлянку перегриз (А. Шиян).

(45) Санька любила брата з ревністю ведмедиці. Кожному, хто смів його ображати, вона ладна була перервати горлянку (Григорій Тютюнник).

3) говорити, писати; критикувати, лаяти (*метати громи і (та) блискавки* (1) ('гнівно, роздратовано говорити, писати про кого-, що-небудь; критикувати, лаяти когось'); *посилати [всі] громи і блискавки* ('із роздратуванням, гнівом говорити про кого-, що-небудь; лаяти когось, щось'); *вергати (кидати) громи* ('дуже гніватися на кого-небудь, лаяти когось; бурхливо виявляти своє незадоволення, роздратування');

(46) І Панас Максимович знову почав метати громи й блискавки на непокірного сина... (В. Минко).

(47) Марія у своїй кімнаті посилає всі громи і блискавки на голову П'єтро Антонеллі... Негідник! Дурень!.. І де були її очі, коли слухала цього пустомолота (М. Слабошпицький).

(48) Командуючий окупаційною армією мав підстави рвати й метати, мав причини вергати громи (Ю. Смолич).

(49) – Ви, шановний добродію... не раз... кидали громи на нелюбих вам поетів і артистів (І. Франко).

4) сказати, зробити (з *серцем*, зі сл. *сказати, зробити* і т. ін.; з *серця* ('сердито, з гнівом, зі злістю');

(50) З серцем чортинхнувся, рвонув його й почав зав'язувати [галстук] заново (А. Головка).

5) втратити самовладання (як (*мов, наче* і т. ін.) *скажений* (1) ('втрачаючи самовладання, не стримуючись у гніві; несамовито, нестямно');

(51) – Бач... який ти! – каже йому [Чіпці] Галя. – Бач, який?!.. Як я за такого піду?.. Прийде така година, що й жінку задавить... кинеться й на неї, як скажений... (Панас Мирний).

6) обурюватися (*давати / дати волю серцю* (2) ('не стримувати свого гніву; обурюватися')):

(52) Чіпка випив другу чарку... Посоловило в віччю; вдарило в голову... Він заходив по хаті; розпустив язик; дав волю серцю – став батькувати, лаяться... (Панас Мирний).

7) недобре побажання (*трясця йому (їй, тобі, вам, їм) в печінки (в печінку, в пуп, в бік і т. ін.), лайл.* ('уживається для висловлювання недоброго побажання кому-небудь або як вияв невдоволення, гніву, досади і т. ін. з якогось приводу')):

(53) – Виродок! Виродок! – ледве повертаючи язик у роті, мовив Загнибіда.
– Трясця тобі в пуп! – гукнув, червоніючи, як буряк, Колісник (Панас Мирний).

8) бажання позбутися (*іди [собі] к бісовому батькові (к нечистій матері), лайл.* ('уживається для вираження почуття гніву на кого-небудь, незадоволення кимось, обурення з приводу чогось, бажання позбутися когось'); *до бісової (лихої, чортової і т. ін.) матері; к бісовій (лихий, чортовій і т. ін.) матері, лайл.* (1) ('уживається для вираження незадоволення ким-, чим-небудь, обурення, гніву і т. ін. з якогось приводу')):

(54) – По копі з шагом...більше не можна дати [за хліб]... – Іди ти к бісовому батькові, – одрубав Чіпка та й пішов сам до хати (Панас Мирний).

(55) – О, я знаю, ти од цього [вчинку] відмовишся й під петлею. Але це правда. І до бісової матері всі теорії. Я практик. Знаєш, скільки вже на моєму рахунку... (Ю. Мушкетик).

(56) Невкипілий сказав гаряче: – Правильно каже Юхим. І к чортовій матері! Сидиш у кругу, так кругову й пий! А хитрувати нічого (А. Головка).

(57) – Та ну тебе к нечистій матері! – скрикнув Лушня, як увірвав його по плечу Чіпка (Панас Мирний).

Високий ступінь інтенсифікації гніву передають фразеологізми: [*аж*] *сипати вогнем* ('дуже сердито, гнівно розмовляти'); *сказ нападає (находить) / напав (найшов)* ('кого-небудь охоплює сильне почуття гніву, роздратування і т. ін.');

аж вогню дає ('хто-небудь сильно гнівається, дуже сердиться з якогось приводу'); *як (мов, наче і т. ін.) ошпарений (обпарений, опарений і т. ін.) [окропом]* (1) ('дуже збуджений, знервований, розгніваний і т. ін.');

(58) Відійшов [Короп], не зважаючи, що Михайло аж вогнем сипав (Л. Мартович).

(59) – То молиться [батько] в кутку цілими вечорами, то нападає на нього такий сказ, що не тільки люди, а й боги в хаті не вдержаться... (Григорій Тютюнник).

- (60) – А жінка аж вогню дає.. Нічого, най [нехай] там як хоче, а я як сказав слово, то вже не переміню (М. Коцюбинський).
- (61) Мов опарений, кидався він сюди і туди, не знаючи, що діяти (І. Франко).

4.4. Загасання гніву

Загасання гніву (людина заспокоюється і здебільшого кається в своїй поведінці) репрезентують ФО: *відтанути (відійти) серцем (душею)*; *відтанути в душі* ('перестати сердитися, гніватися, ображатися на кого-небудь'); *перемінити (змінити) гнів на милість (на ласку)* ('перестати гніватися, сердитися'); *без серця* (3) ('не гніваючись або без злості; пересердившись');

- (62) Тато уже перегорів, відтанув серцем (А. Дімаров).
- (63) Допитливих очей Чучка Олексій не витримав і ще густіше почервонів. – Говори, – трохи відійшовши серцем, зажадав секретар райкому (В. Логвиненко).
- (64) Видно, щось відтануло в душі у Васькова, що він вирішив заговорити з Варварою (Л. Первомайський).
- (65) Городиський гордо кивне головою на знак, що перемінив гнів на милість (І. Франко).
- (66) Гінзбург ще деякий час насторожено й холодно ставився до Ляндера. Та згодом змінив гнів на ласку: забув про сутичку (А. Дімаров).

5. Висновки

Кваліфікаційними ознаками гніву у фразеології постають: 1) інтенсифікація та комплексний характер із виокремленням складних негативних станів гніву / образи, збентеження, незадоволення, обурення, роздратування, злості, люті, ненависті; 2) негативна спрямованість назовні; 3) психологічне маніпулювання; 4) тимчасовість і відсутність достатніх підстав. У фразеології зафіксовані всі чотири стадії гніву, які виділяють у психології, з актуалізацією культурних кодів: 1) стадія прихованого гніву корелює з просторовим і соматичним кодами культури, зокрема з 'внутрішнім світом' людини (серце, душа, кров); 2) стадія емоційного збудження – з соматичним кодом культури, що представлений численними різновидами кінемних фразеологізмів (миремічні (очі, білки), мімічні (губи), фонаційні (зуби) ФО); важливу роль під час емоційного збудження відіграють нульові кінеми та дихання; 3) стадія спалаху неконтрольованого гніву маркована критикою, лайкою, криком, сваркою, жорстокою розправою, втратою самовладання, недобрим побажанням і бажанням позбутися подразника; 4) локусами стадії загасання гніву постають серце та душа.

Перспективу дослідження вбачаємо в подальшому виявленні специфіки емотивного профілю гніву в українській фразеології та в зіставному аспекті у проєкції на фразеологічний рівень емотивної картини світу.

Бібліографія

- Гарифуллина, А. М. (2005), Фразеологические единицы, выражающие эмоции и чувства человека, в турецком и английском языках. Казань.
- Зыкова, И. (2015), Теория и методы лингвокультурологического изучения фразеологии. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 181-195.
- Изард, К. (2009), Психология эмоций. СПб.
- Калимуллина, Л. А. (2013), Семиотическая сущность невербального эмоционального кода и специфика его номинации (на материале славянских языков). В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IV, 533-545.
- Коляда, Е. К. (2009), Фразеологічні одиниці сучасної англійської мови на позначення емоційного стану «гнів». В: Данилюк, Н. О. (ред.), Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 6. Луцьк, 520-522.
- Краснобаева-Чорна, Ж. (2019), Миремічні фраземи: статус і функційне призначення в емотивній картині світу. В: Краснобаева-Чорна, Ж. (ред.), Теорія лінгвістичних парадигм. Вінниця. 150-171.
- Кушнір, І. (2008), Загальне і національно-специфічне у фразеології емоцій. В: Кочан, І. (ред.), Теорія і практика викладання української мови як іноземної. 3. Львів, 203-210.
- Синельникова, И. И. (2013), Эмотивные фразеологизмы французского языка в полевом аспекте. Белгород.
- Трофімова, О. В. (2013), Концепт гнів у фразеологічній репрезентації (на матеріалі англійської та української мов). В: Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Філологія. 1052 (74), 111-116.
- Хабібуллина, А. Э. (2010), Фразеологические единицы, выражающие состояние человека, в русском, английском и татарском языках. Казань.
- Эмирова, А. М. (1988), Русская фразеология в коммуникативном аспекте. Ташкент.
- KOSMEDA, T./ZAHNITKO, A./KRASNOBAIEVA-CHORNA, Zh. (2019), Delineation of Linguopersonology and Linguoaxiology. Poznan.

Джерела

- ШАПАРИ, В. Б. (ред.), Новейший психологический словарь. Москва.
- БЛОНОЖЕНКО, В. М./ГНАТЮК, І. С./ДЯТЧУК, В. В. та ін. (уклад.) (2003), Словник фразеологізмів української мови. Київ.

Перелік умовних скорочень

- жарт. – жартівливе
 заст. – застаріле
 зневажл. – зневажливе
 лайл. – лайливе
 несхв. – несхвальне
 сл. – слово
 фам. – фамільярне

PAVEL DRONOV / ПАВЕЛ ДРОНОВ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7533-7420>

YEVGENIYA IOANESYAN / ЕВГЕНИЯ ИОАНЕСЯН

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4950-6315>

MARIA KOVSHOVA / МАРИЯ КОВШОВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8920-8638>

The Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences

ОБРАЗЫ СТРАХА В КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВЫХ СООБЩЕСТВАХ (НА МАТЕРИАЛЕ СЛАВЯНСКИХ, ГЕРМАНСКИХ, РОМАНСКИХ И КЕЛЬТСКИХ ЯЗЫКОВ)¹

Images of fear in language communities and cultures: the case of Slavic, Germanic, Romance, and Celtic languages

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Семантика, фразеология, модели номинации, эмоция, экспериментальное психосемантическое исследование

KEYWORDS: Semantics, phraseology, models of naming, emotion, psychosemantic experiment

ABSTRACT: Being a case study of lexical and figurative units in Slavic, Germanic, and Romance languages, as well as Irish, the paper deals with the means of naming fear, revealing its connection to other concepts. The paper covers models of naming this emotion represented in the underlying metaphors, synchronous polysemy and phraseology. As the analysis shows, different languages have different primary associations with fear, e.g. darkness, uncertainty, insecurity, loneliness, high altitude, etc. To investigate underlying images and metaphors found in the naïve worldview, the authors use the corpus-based approach, as well as (for the Russian data) the technique of modified semantic differential. The technique, based on an experiment involving Russian-speaking respondents, allowed for distinguishing and detailing criteria of perceiving names and predicates denoting fear.

¹ Статья написана при поддержке гранта РФФИ № 18-012-00736 «Интегральное представление эмоциональной сферы человека (на материале лексики и фразеологии славянских, романских, германских, кельтских и финно-угорских языков)» в Институте языкознания Российской академии наук.

1. Введение

Один из путей изучения концепта «страх» в картине мира какого-либо языка состоит в исследовании способов номинации этой эмоции, отражающих связи этой эмоции с другими концептами (см.: Иорданская 2016а; Wierzbicka 1998; 1999). Основная цель исследования состоит в выявлении моделей номинации эмоции «страх», которые находят отражение во внутренней форме слов, синхронной полисемии и фразеологии. Описание моделей номинации эмоции «страх» позволяет определить общее и лингвоспецифическое в концептуализации страха в разных языках. Для экспликации глубинных реакций при восприятии единиц с семантикой страха необходимо применение экспериментальной методики. В данной работе, с одной стороны, проводится сопоставительный анализ семантических переходов в лексике и фразеологии страха в русском, ирландском, германских и романских языках, а, с другой стороны, анализируются результаты экспериментального психосемантического исследования на русском материале, посвященного рефлексии говорящих по поводу фразеологических единиц семантического поля «страх».

2. Основные положения

2.1. Модели семантической деривации

В работе использовался аппарат семантических переходов (см.: Зализняк 2006, 401) – семантических отношений вида ‘а’ → ‘страх’, с указанием конкретных лексем, в которых данный семантический переход представлен – синхронно или диахронически. В основе номинации страха или полисемии часто лежат семантические переходы, первый член которых представлен единицами, обозначающими причины возникновения страха у человека (неизвестность, темнота, тень, высота, одиночество, громкие звуки, агрессивные действия других людей, необычность ситуации и др.). Например (ввиду ограниченности объема статьи мы приводим один-два примера на переход): (а) ‘смерть’ – ‘страх’/‘опасность’: – франц. *transe* (от *transir* – ‘умереть’, первоначально – ‘смертельная агония’, с середины 15 в. – ‘сильный страх’ (PR 1970, 1817); значение ‘сильный страх’ есть и у португальского *transe* (DA 2010); (б) ‘громкий звук’ – ‘опасность/страх’: франц. *effroi* – ‘страх, ужас’, в 12 в. у слова было значение ‘шум, грохот’ (DMFR 1992, 220); (в) ‘тьень’ – ‘страх’: франц. *ombrage* ‘тьень’ – ‘опасение; беспокойство’ (PR 1970, 1186); ит. *adombrare* – ‘затенять; отбрасывать тень»; *adombrarsi* – ‘пугаться (о животных)’ (SCD 2007); (г) ‘призрак’ – ‘страх’: исп. *azoro* (Ц.Ам.) – ‘призрак»; *azorocarse* (Гонд.) – ‘пугаться’ (БИРСЛА 2011, 92); пример обратного перехода ‘страх’ – ‘призрак’: исп. *espanto*

– ‘ужас, страх’ (восходит к лат. *expravere* – ‘пугаться’) в Латинской Америке приобрело значение ‘призрак’ (ИСРС 1988, 345); (д) ‘агрессия’ – ‘страх’: исп. *sobresaltar* – ‘внезапно напасть’ и ‘пугать’, (DRAE 2014); (е) ‘зловоние’ – ‘страх’: франц. *trouiller* – ‘плохо пахнуть’ и ‘бояться’ (ГрГр 1988, 805); (ж) ‘одиночество’ – ‘страх’: *souleur* (франц.) – ‘внезапный и сильный страх’, произошло от *seul* – ‘один, единственный; одинокий’ (TR); (з) ‘высота’ – ‘опасность/риск’, ‘падать’ – ‘рисковать’: лат. *abruptum*: ‘обрыв, пропасть’ – ‘смертельная опасность’ (ЛРС 1976, 15); лат. *scorpius*: ‘горная вершина; скала’ – ‘опасность’ (ЛРС 1976, 907); (и) ‘неожиданное событие’ – ‘страх’: исп. *sobrecoger* – ‘застать кого-л. врасплох’ и ‘сильно испугать’, *sobrecogimiento* – ‘испуг’ (DRAE 2014); (к) ‘несвобода – рабство, нахождение в заключении, в тесном пространстве/в вязкой среде («несвобода в движениях») и т.п.’ – ‘страх’/‘опасность’: исп. *detenido* – ‘арестованный’ и ‘трусливый’ (DRAE 2014); англ. *caitiff* – ‘трусливый’ образовано от старо-французского *caitive* – ‘пленный; лишенный свободы’, восходящего к лат. *captivum* (OUD 1955, 247).

Номинация страха и смелости часто опирается на представления о носителях свойств трусости и смелости, закрепленные в языковой картине мира. Это лежит в основе полисемии вида ‘воин/охотник/мужчина’ – ‘смелый’; ‘животное/птица’ – ‘смелый’; ‘животное/птица/овощ’ – ‘трусливый’. Примеров, отражающих расхождения в картине мира разных языков, много, например: (а) *tigretero* (исп.) – ‘охотник на ягуаров’ и ‘смельчак’ (Арг.) (ИСРС 1988, 681); (б) *chumpipe* (исп.) – ‘индюк, индейский петух’, *achumpipado* – ‘робкий’ (Сальвадор) (DRAE 2014); (в) *batata* (исп.) – ‘батат’ и ‘робкий, человек’ (Арг., Ур.) (БИРСЛА 2011, 110), *abatatar* (Ам.) – ‘внушать страх, ужас, пугать’ (Ур.) (БИРСЛА 2011, 2); (г) *requén* – ‘разновидность дневной совы’, *ser como el requén* – ‘быть трусливым’ (БИРСЛА 2011, 584).

В основе еще одной модели номинации страха лежат представления о локализации страха и смелости (см. Руссо 2010). Во французском языке, например, в качестве локуса страха выступает печень, изменяющая под действием страха цвет, температуру, форму или положение: *avoir les foies froids/blancs/verts/retournés/ronds* – ‘испугаться; быть трусом’ (RC 2007, 374-375). Периферийным локусом страха выступает и поясничный отдел: *riñones* (исп.) – ‘поясница’, *tener riñones* – ‘быть смелым, неробкого десятка’ (DRAE 2014).

2.2. Образы страха во фразеологии: общее и лингвоспецифическое

Во фразеологии славянских, германских и кельтских языков понятие страх концептуализируется, прежде всего, с помощью компаративов. Ср.: рус. *бояться как огня, бояться как удара, как черта, бояться как черт ладана / бежать как черт от ладана, бежать от чего-л. как от чумы*; англ. *to avoid*

sth like the plague, to avoid sth like the devil; нем. *jmdn., etw, fürchten wie der Teufel das Weihwasser* (букв. 'бояться как дьявол святой воды'), *jmdn., etw. meiden wie die Pest* ('избегать как чумы').

Страх также осмысливается через соответствующую симптоматику (учащенное сердцебиение, дрожь, оцепенение, отток крови от лица или конечностей и т.п., ср.: Dobrovol'skij 1995), причем языковая специфика проявляется, прежде всего, в несовпадении выбора симптоматической лексики. Приведем ряд примеров.

Опьянение, утрата самоконтроля, способности критически оценивать ситуацию под действием страха: фр. *ivre de peur/d'horreur* ('пьяный от страха/ужаса'), исп. *ebrio de miedo* ('пьяный от страха').

Учащенное сердцебиение, изменение положения сердца (или невидимого органа, ответственного за эмоции, см. Руссо 2010), его выход за пределы организма (последний также воспринимается как смерть) и т.п.: рус. *душа/сердце (ушла) в пятки, дух/нар вон*; англ. *one's heart in one's mouth*; нем. *jmdm. rutscht, fällt das Herz in die Hose(n)* ('у кого-л. сердце проскальзывает/падает в штаны'), *vor Angst schlug ihr das Herz bis zum Hals* ('от страха сердце ударило ей в шею') (Duden.de); ирл. *bhí m'anam scanraithe asam* – 'I was scared stiff' (Bannister 2003) ('моя душа была изгнана/испугана из меня'), *an croí a bhaint as duine* – 'to frighten the life out of s.o.' ('извлечь сердце из человека') (Ó Dónaill 1977).

Отток крови от конечностей (также от внутренних органов – см. выше), вызывающий ощущение холода: англ. *to get cold feet*, нем. *kalte Füße bekommen/kriegen*.

Активаторы страха (в частности, звуки или оптические аберрации) используются в качестве интенсификаторов (ЛФ Magn, см. Мельчук 2012). Иными словами, Magn (*страх*) = рус. *бояться тележного скрипу/каждого шороха/собственной тени*; англ. *to be afraid of one's own shadow*.

Одним из активаторов страха является эффект неожиданности, что сближает страх с удивлением. Ср. определение испуга в «Психологической энциклопедии»: «Испуг в чистом виде – комплексная произвольная реакция на внезапный и сильный раздражитель. Неожиданность может усиливать реакцию испуга» (ПЭ 2006). Между эмоциями удивления и страха существует базовая связь, обусловленная сходством их нейрофизиологических механизмов (Tomkins 1962; 1963). Ср.:

нем. *Schreck in der Abendstunde* ugs., scherzh. 'unangenehme Überraschung (am Abend)' ('неприятное удивление (вечером)', 'ужас в вечерний час') (Duden.de); (*ach du (mein/heiliger) Schreck!* ugs. 'Ausruf unangenehmen Überraschtseins' ('восклицание неприятного удивления'; 'ах ты мой святой ужас!') (Duden.de);

ирл. *is é an scanradh é / níl aon ach scanradh é* – ‘it is most amazing’ (‘это страх/испуг/это ничто кроме испуга’) (Ó Dónaill 1977); *is mór an t-uafás é* ‘it is most astounding!’ (‘это большой ужас’) (op. cit.).

Обнаруживается близость концептов страха и осторожности. Страх может осмысляться как нежелание того, чтобы происходило нечто неприятное/опасное для субъекта, ср.: англ. *for fear of / for fear that*; нем. *aus Furcht vor* (‘из страха перед’); ирл. *ar eagla go* – ‘for fear that, lest’ (‘на страх, что’) (Ó Dónaill 1977), *ar eagla go/le heagla go* – ‘for fear that’ (Dinneen 1904, 275-276) (букв. ‘на страх, что/со страхом, что’), *ar eagla na heagla* – ‘to be on the safe side, just in case’ (‘на страх страха’) (ibid.).

С другой стороны, декларация отсутствия страха или призыв не испытывать страх могут быть использованы в качестве демонстрации уверенности, ср. рус. лексему *небось* или англ. *no fear* – ‘something that you say in order to emphasize that you do not want to do something’ (CD).

Лексика и фразеология с компонентом *страх*, как, впрочем, и любая эмоциональная лексика (см., например: Кустова 2011) могут употребляться в качестве Magn, ср.: англ. *awfully/terribly X* (Adj, Adv); нем. *wie die Pest meiden* > *wie die Pest* – ‘überaus intensiv, eifrig, schnell’ (‘в высшей степени интенсивно, усердно, быстро’) (Duden.de); ирл. *Bhí an t-uafás daoine ann* – ‘Было очень много народа’ (букв. ‘был ужас людей там’), *Tá an t-uafás airgid aige* – ‘У него очень много денег’ (‘у него ужас денег’). Ср. рус. *Страх как <какой>/сколько P!* – ‘очень интенсивно P/очень много P’ (Иорданская 2016b, 460).

2.3. Восприятие фразеологизмов с семантикой *страха*

В русском языке есть около 50 единиц с семантикой страха (считая указанные далее варианты, указанные в угловых скобках, и распространители в квадратных скобках). Данное семантическое поле образуют идиомы (например, *душа в пятки ушла*); коллокации со структурным компонентом *страх*; *ужас* (*страх берёт*); фразеологические компаративы с признаковым компонентом *бояться* (*как огня бояться*); фразеологические междометные эмотивы (*страшно аж жуть*). Распределим материал вокруг того или иного базового компонента.

ПУГАТЬ: *внушать <наводить> страх <трепет>*; *вогнать в страх <трепет>*; *внушать ужас*; *наводить ужас*.

ИСПУГАТЬСЯ: *играть <праздновать> труса*; *наложить в штаны*; *прятаться <уходить> в кусты*; *родимчик приключился*.

СТРАШНО (внутреннее состояние и внешнее проявление): *страшно аж жуть*; *волосы дыбом [становятся <встают; поднимаются>]*; *волосы на голове шевелятся*; *в сердце <в груди; внутри> что-то оборвалось <оторвалось>*; *дрожать <трястись> как осиновый лист*; *дрожать <трястись> как овечий*

<заячий> хвост <хвостик>; душа в пятки [уходит]; кровь стынет <леденеет; холодеет>/ застыла [в жилах]; кровь отлила от лица; лица нет; мороз по коже [дерёт <идёт>/продирает <пробирает>]; мурашки по спине <по телу; по коже> [бегают <ползают>]; небо с овчинку кажется; не сметьдохнуть <пикнуть>; ни жив ни мёртв; ни кровинки в лице; ноги подкашиваются/подкосились; обливаться холодным потом; поджилки трясутся; пот прошибает; сердце замирает; сердце падает <отрывается; обрывается>; страх берёт; ужас что такое <что творится> <страх что делается>; язык отнялся.

БОЯТЬСЯ (мера): *как дьявол крёстного знаменья; как огня бояться; как самого чёрта бояться; как удара бояться; как чёрт ладана бояться; как чумы бояться.*

БОЯЗЛИВЫЙ, ТРУСЛИВЫЙ (внутренние свойства, характер): *заячья душа; из робкого десятка; как заяц; как лань; как ягнёнок.*

Данный материал стал предметом экспериментального психосемантического исследования рефлексии в языковом сознании такого участка эмоциональной жизни человека, как страх. Эксперимент проводился на основе техники семантического дифференциала (далее – СД), разработанной группой американских психологов во главе с Ч. Осгудом для исследования механизмов синестезии (Osgood/Tannenbaum 1955). Главной задачей метода СД считается построение семантического пространства, структура которого может служить объяснительной моделью того, как индивид воспринимает, классифицирует, сравнивает, оценивает заданные объекты или их характеристики (Петренко 1988). На основе семантического пространства исследователь получает возможность определить смысловую значимость объектов для респондентов; семантическую дифференциацию, или место объектов в семантическом пространстве, которое обнаруживается вследствие различения реакций респондентов на объекты. Построение СД на базе оценок отдельных понятийных классов, или частных семантических пространств, продемонстрировало возможность трансформации классического метода семантического пространства (Новиков/Новикова 2011).

Модификация метода СД может быть осуществлена также и для исследования концептуализации чувства страха во фразеологии. Респондентам – семидесяти носителям русского языка 19-22 лет – предлагалось квалифицировать указанные в таблице фразеологизмы семантического поля «страх» по заданному набору качеств. Предлагалось оценить, насколько тот или иной фразеологизм включает в свою семантику признаки, состоящие из пар прилагательных:

1. неприятный/приятный, 2. тёмный/светлый, 3. безобразный/красивый,
4. пассивный/активный, 5. медленный/быстрый, 6. хаотичный/упорядоченный,
7. изменчивый/устойчивый, 8. неподвижный/движущийся, 9. сложный/про-

стой, 10. таинственный/обычный, 11. маленький/большой, 12. слабый/сильный, 13. лёгкий/тяжёлый, 14. опасный/безопасный, 15. мягкий/твёрдый, 16. грубый/нежный, 17. чужой/родной, 18. глупый/умный, 19. тупой/острый, 20. несчастный/счастливый, 21. печальный/радостный

Использование семантически разных признаков дало определенную степень свободы в проекции когнитивных структур испытуемых на воспринимаемый ими фразеологизм. Респонденты устанавливали связь между, например, фразеологизмом *как заяц* и такими признаками, как: «приятный/неприятный», «тёмный/светлый», «маленький/большой», «чужой/родной» и др. По значимости связи с признаком фразеологизм оценивался по шкале от 0 до 5 (0 означает отсутствие качества, 5 – его максимальную выраженность). Важно отметить, что всем респондентам были известны значения фразеологизмов. Полученные протоколы собирались в общегрупповую матрицу данных, которая обрабатывалась методом факторного или кластерного анализа.

Эксперимент позволил выявить определенные связи между фразеологизмами и теми или иными признаками; например, для компаратива *как заяц труслив* фиксировались оценки: «приятный», «безопасный», «родной» и т.п. Оказалось, что знание значения фразеологизма не мешает респонденту проецировать сознание на образ как объект страха: в фокус внимания попадал тот или иной компонент фразеологизма и оценивался в плане того, страшный объект или не страшный, представляет «заяц» опасность или не представляет. К осознанию объекта подключались стереотипные представления о том, таинственный он или обычный, слабый или сильный, счастливый или несчастливый (ср. образ зайца в сказках) и т.п. Также эксперимент выявил неосознаваемые респондентами критерии восприятия фразеологизмов. В их число входят классические факторы семантического пространства и частные семантические дифференциалы, по которым респонденты воспринимали образы страха: 1. «оценка»; 2. «сила»; 3. «активность»; 4. «упорядоченность»; 5. «естественность»; 6. «рациональность».

На основании полученных результатов складывается семантическое пространство фразеологизмов «страха». В нем единицы активной семантики, например: *внушать/внушить* <наводит/навести> *страх* <трепет>; *вознать в страх* <трепет>; *внушать ужас*; *наводит ужас* и т.д. с наиболее высокими баллами по критериям 2. «сила» и 3. «активность» получили самый низкий балл по критерию 1. «оценка». Тем самым, образы сильного и активного воздействия из группы «пугать» респонденты оценивают крайне негативно. В то же время, фразеологизмы с семантикой испуга, трусости, например: *заячья душа*; *прятаться в кусты* и т.д. обнаружили хорошо выраженные позитивные коннотации по критерию 1. «оценка». Также все фразеологизмы с пассивной семантикой (группы «испугаться», «страшно», «бояться»,

«боязливый, трусливый») получили высокие баллы по критерию 5. «естественность». Вероятно, образы испуга, сильной боязни, страха и трусости в глубине обыденного сознания воспринимаются как нормальная реакция на то, что представляет опасность (*как огня бояться; как самого чёрта бояться; как чумы бояться* и т.д.). Фразеологизмы с образами меры и степени (*небо с овчинку показалось* и др.) получили высокие баллы по критериям 4. «упорядоченность» и 6. «рациональность». Это свидетельствует о связи в наивном сознании образов меры и степени со способностью оценивать опасность и градуировать реакции. В целом, восприятие фразеологизмов говорит об активной работе защитных механизмов в сознании человека от возможных рисков. Образные устойчивые выражения участвуют в формализации негативного жизненного материала, способны «снимать» чувство страха путем его «воплощения» в образы, вызывающие, в том числе, позитивные реакции.

3. Выводы

Анализ способов номинации страха показал, что в разных языках страх ассоциируется с разными объектами – темнотой, неизвестностью, одиночеством, высотой, плохим запахом и т.д., что в разных языках отражены разные представления о локализации этой эмоции. Страх также осмысливается через соответствующую симптоматику (учащенное сердцебиение, дрожь, оцепенение, отток крови от лица или конечностей и т.п.), и симптоматическая лексика в значительной степени тоже лингвоспецифична. Значительная часть фразеологизмов на тему страха обозначает другие концепты, близкие к страху, например, удивление и осторожность. На основании экспериментального психосемантического исследования сделаны заключения о семантическом пространстве «страх» сквозь призму русской фразеологии и глубинных реакций на фразеологизмы с данной семантикой.

Библиография

- Зализняк, А. А. (2006), Многозначность в языке и способы ее представления. Москва.
- Иоанесян, Е. Р. (2015), Семантические переходы в лексическом поле страха. В: Научный диалог. 12 (48), 81-92.
- Иорданская, Л. Н. (2016а), Страх¹ ‘fear’. В: Мельчук, И. А./Жолковский, А. К. Толково-комбинаторный словарь русского языка: Опыты семантико-синтаксического описания русской лексики. Москва, 456-460.
- Иорданская, Л. Н. (2016б), Страх² ‘terribly’. В: Мельчук, И. А./Жолковский, А. К. Толково-комбинаторный словарь русского языка: Опыты семантико-синтаксического описания русской лексики. Москва, 460.

- КУСТОВА, Г. И. (2011), Слова со значением высокой степени: семантические модели и семантические механизмы (MAGN'-ы-прилагательные). В: Слово и язык. Сб. статей в честь 80-летия акад. Ю. Д. Апресяна. Москва, 256-268..
- МЕЛЬЧУК, И. А. (2012), Язык: от смысла к тексту. Москва.
- НОВИКОВ, А. Л./НОВИКОВА, И. А. (2001), Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях. В: Вестник РУДН. Серия Теория языка, семиотика, семантика. 3, 63-70.
- ПЕТРЕНКО, В. Ф. (1988), Психосемантика сознания. Москва.
- РУССО, М. М. (2010), Локализация эмоций в языках мира. В: Лингвистика и методика преподавания иностранных языков. 2. В: http://www.iling-ran.ru/library/sborniki/for_lang_2010_02 [доступ 20 IX 2019].
- BANNISTER, G. (2006), Gaelic Idioms. Dublin.
- DOBROVOL'SKIИ, D. (1995), Schiß und Espenlaub: Idiome der Angst. In: Folia Linguistica. 29, 317-346.
- DINNEEN, P. S. (Ó Duinnín, P.) (1904), Foclóir Gaedhlige agus Béarla: an Irish-English dictionary, being a thesaurus of the words, phrases and idioms of the modern Irish language. Dublin.
- Ó DÓNAILL, N. (1977), Foclóir Gaeilge-Béarla. Baile Átha Cliath: An Gúm, 1977. In: <http://teanglann.ie> [accessed 20 IX 2019]
- OSGOOD, C. E./TANNENBAUM, P. H. (1955), The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change. In: Psychological Review. 62 (1), 42-55.
- ТОМКНС, S. S. (1962), Affect, imagery, consciousness. Vol. I. The positive affects. New York.
- ТОМКНС, S. S. (1963), Affect, imagery, consciousness. Vol. II. The negative affects. New York.
- WIERZBIЦКА, A. (1998), Angst. In: Culture and Psychology. 4 (2), 161-188.
- WIERZBIЦКА, A. (1999), Emotions Across Languages and Cultures: Diversity and Universals. Cambridge.

Источники

- БИРСЛА (2011), Волкова, А. С./Михеева, Н. Ф./Кузнецов, В. В. и др. Большой испанско-русский словарь. Латинская Америка. Под ред. Фирсовой, Н. М. Москва. [BIRSLA (2011), Volkova, A. S. / Mikheyeva, N. F./Kuznetsov, V. V. i dr. Bol'shojispansko-russkiy slovar'. Latinskaya Amerika. Pod red. Firsovoy, N. M. Moskva.]
- ГрГр (1988), Гринева, Е. Ф./Громова, Т. Н. Словарь разговорной лексики французского языка (на материале современной художественной литературы и прессы). Москва. [GrGr (1988), Grineva, Ye. F./Gromova, T. N. Slovar' razgovornoj leksiki frantsuzskogo yazyka (na materiale sovremennoy khudozhestvennoy literatury i pressy). Moskva.]
- ИСРС (1988), Загорская, Н. В./Курчаткина, Н. Н./Нарумов, Б. П. Испанско-русский словарь. Под ред. Нарумова, Б. П. Москва. [ISRS (1988), Zagorskaya, N. V./Kurchatkina, N. N./Narumov, B. P. Ispansko-russkiy slovar'. Pod red. Narumova, B. P. Moskva.]
- ЛРС (1976), Дворецкий, И. Х. Латинско-русский словарь. Изд. 2-е, переработ. и доп. Москва. [LRS (1976), Dvoretzkiy, I. Kh., Latinsko-russkiy slovar'. Izd. 2-ye, pererabot. i dop. Moskva.]
- ПЭ (2006), Психологическая энциклопедия. Под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. 2-е изд. СПб.: Питер. [PE (2006), Psikhologicheskaya entsiklopediya. Pod. red. R. Korsini, A. Auerbakha. 2-e izd. SPb.: Piter.]. В: <http://yanko.lib.ru/books/psycho/psych-enc.htm> [доступ 20 IX 2019].
- DA (2010), Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. Dicionário da Língua Portuguesa Brasil. In: <http://dicionarioaurelio.com> [accessed 20 IX 2019].
- Duden.de. Duden – Startseite. In: <https://www.duden.de> [accessed 20 IX 2019].
- DMFR (1992), Greimas, A.-J./Keane, T. M. Dictionnaire du moyen français. La renaissance. Paris.

DRAE (2014), Real Academia Española: Diccionario de la lengua española. La 23.^a edición. In: <http://lema.rae.es/drae> [accessed 20 IX 2019].

ODJ (1955), The Oxford Universal Dictionary on historical principles. Third edition, revised with addenda. Oxford.

PR (1970), Robert, P./Rey-Debov, J./Rey, A. Le Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Paris.

RC (2007), Rey, A./Chantreau, S. Dictionnaire des expressions et locutions. Paris.

SCD (2007), Il Sabatini Coletti. Dizionario della Lingua Italiana. Milano. In: <http://dizionari.corriere.it> [accessed 20 IX 2019].

TR. Le Trésor de la langue française informatisé. In: <http://atilf.atilf.fr> [accessed 20 IX 2019].

MARIA ALEKSEYEVA / МАРИЯ Л. АЛЕКСЕЕВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6416-0618>

Ural State Pedagogical University Yekaterinburg

ANNA V. PAVLOVA / АННА В. ПАВЛОВА

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4843-5778>

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

НЕПЕРЕВОДИМОСТЬ ТЕКСТА И БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ СЛОВ

The untranslatability of a text and the non-equivalence of words

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: теория перевода, непереводимость, единицы непереводимости, безэквивалентность, безэквивалентная лексика

KEYWORDS: translation theory, untranslatability, untranslatable units, non-equivalence, non-equivalent vocabulary

ABSTRACT: This article deals with the current state of development of two main categories of modern translation theory: “untranslatability” and “non-equivalence”. Untranslatability belongs to translation-theoretic universals and is a binary category. The essence of the phenomenon, its nature, as well as such concepts as “translation losses”, “untranslatable units”, “translatological classification of text types” are considered. The differences in the meaning of the concepts “untranslatability” and “non-equivalence” are described. The article objective is to show actuality and peculiarity of their manifestation in the context of the Russian and German languages.

1. Введение

Проблематика переводимости/непереводимости связана с парадоксами. Первый заключается в том, что всё, что понято, фактически уже переведено на «внутренний» язык – тот, которым человек мыслит: „Alles, was gemeint werden kann, kann in jeder Sprache ausgedrückt werden“ [«Все, что можно помыслить, можно и перевести на любой язык»] (Koller 1983, 152). И в то же время далеко не всё, что есть в мыслях, можно выразить так, чтобы и другие люди легко и быстро это поняли. Некоторые понятия, представления, образы невозможно передать для других настолько кратко и ясно, чтобы соответствующая формулировка могла считаться переводом в традиционном смысле этого слова.

Второй парадокс состоит в том, что нередко значимым является не план содержания, а план выражения – например, в стихах, в игре слов, в неожиданных

метафорах, в неологизмах. А форма (даже если она понята именно содержательно, как задумал автор) в разных языках разная, и тут уже неизбежно возникает проблема под названием «непереводимость». В тех сферах, где форма исключительно важна, о переводе можно говорить лишь условно: обычно переводчик подбирает совсем иные по семантике слова и конструкции ради сохранения эффекта от построенных на форме риторических приемов, а порой ему приходится и вовсе отказаться от идеи перевода тех или иных фрагментов текста, где форма в дихотомии «форма – содержание» оказывается ведущей.

Различные аспекты непереводимости являются предметом многочисленных исследований не только в переводоведении, но и в философии (см. обзор в: Косыхин 2006), литературоведении (Топер 2000; Иванов 2006, 561-562), психонейролингвистике (Дашинимаева 2010; Желуденко/Сабитова 2020), контрастивной лингвистике (Coseriu 1981; Добровольский 2013, 307-310), лексикографии (Апресян 2006; Ривелис 2007) и лингвокультурологии (Шаклеин 2012; Фефелов 2016).

В рамках данной статьи нет возможности останавливаться на теориях и подходах к этому вопросу на протяжении всей истории перевода (подробнее см.: Алексеева 2015а). Мы ограничимся освещением современного состояния разработки проблемы «непереводимости», коснемся одного из ее аспектов – «безэквивалентности» и опишем различия в значении этих понятий, иллюстрируя их примерами из русского и немецкого языков.

2. Проблематика переводимости/непереводимости в современном переводоведении

Понятие «перевод» может трактоваться очень по-разному. Переводоведам известно высказывание Р. Якобсона:

[...] Когнитивный уровень языка не только допускает, но и прямо требует перекодирующей интерпретации, то есть перевода. Предполагать, что когнитивный материал невозможно выразить и невозможно перевести – значит впасть в противоречие (1985, 365).

Якобсон исходит из трех типов перевода: перевод бывает внутриязыковой, межъязыковой и межсемиотический (там же, 362). Понять что-либо – уже значит перевести понятое синонимом – либо вербально, на собственном языке, либо (вербально же) на другом, иностранном языке, либо невербально – на языке неязыковых или несобственно языковых символов. Аналогичную мысль высказывает «отец» российской психолингвистики А. А. Леонтьев:

Понимание текста – это процесс перевода смысла этого текста в любую другую форму его закрепления. Это может быть процесс парафразы, пересказа той же мысли другими словами. Это может быть процесс перевода на другой язык. Это может быть процесс смысловой компрессии. [...] Или процесс построения образа предмета или ситуации [...] (1997, 95).

Однако чаще термин *перевод* трактуется в узком смысле, а именно – как вторая из перечисленных Леонтьевым операций. При этом термин обозначает и процесс, и результат переводческой деятельности (переводной текст). Переводческая деятельность – это

деятельность, которая заключается в вариативном перевыражении, перекодировании текста, порожденного на одном языке, в текст на другом языке, осуществляемая переводчиком, который творчески выбирает вариант в зависимости от вариативных ресурсов языка, вида перевода, задач перевода, типа текста и под воздействием собственной индивидуальности (Алексеева 2004, 7).

Объемное развернутое определение отражает сложность феномена. Исследователи продолжают сталкиваться с трудностями в познании сущности и границ перевода, однако неизбежность потерь в процессе переводческой деятельности сегодня может рассматриваться как общепризнанное явление.

Мы разделяем точку зрения на перевод как на процесс, призванный «воспроизвести максимум коммуникативно релевантной информации» (Бузаджи 2011, 54), где под «коммуникативной» понимается любая информация, существенная для адресата (в том числе, например, эстетическая).

Перевод оппозиционен по своей сути: в него вовлекаются два текста, два языка, две культуры – отправителя (автора) и получателей (адресатов, реципиентов). Понятие переводимость затрагивает поэтому не только чисто языковые средства (языковые соответствия), но и культурные коды, принятые в обществе отправителя и реципиентов стереотипы, фоновые знания, ожидания реципиентов, жанровые стандарты и некоторые другие прагматические аспекты.

Переводимость относится к теоретико-переводческим универсалиям (Алексеева 2004, 128) и означает потенциальную возможность передачи любого текста и каждого его фрагмента на любой естественный язык. И в то же время все тексты в различной степени непереводимы (Lewis 2004, 296): идеальный перевод, исключающий какие-либо потери или отступления по сравнению с оригиналом, недостижим (Pedro 1999, 556; Бузаджи 2008, 43). Степень непереводимости зависит от множества факторов: жанра, темы, особенностей стиля, предполагаемых переводчиком знаний и интересов будущих реципиентов и др. Непереводимость проявляется в неизбежности переводческих потерь или отступлений от оригинала практически на всех

этапах перевода, а также при восприятии переводного текста со стороны реципиента с другим ментальным лексиконом, т. е. лексиконом, в котором многие понятия имеют отчасти иные по сравнению с исходной культурой семантические поля (фреймы, скрипты) (Дашинимаева 2010, 105).

Поскольку не всё, что есть в исходном тексте, может быть воспроизведено в переводе, переводчику ещё на стадии предпереводческого анализа текста имеет смысл произвести оценку потенциальных потерь (Pedro 1999, 557). Их трактуют как утраты в тексте перевода определенных черт, присутствующих исходному тексту (Nozizwe/Ncube 2014, 676). Переводческие потери являются актуальным предметом изучения в современных исследованиях (Бузаджи 2008; Дашинимаева 2011; Al-Masri 2009; Armstrong 2005; As-Safi 2011; Bassnett 2005; Gandin 2009; Hervey/Higgins/Loughridge 2005; Hoi-Kwan 2008; Nozizwe/Ncube 2014; Pazireh/Shafiq 2006; Shojaie/Shokrollahi/Raeeszadeh 2014; Reinart 2014; West-Pavlov 2006; Zequan 2003). Исследователи проводят аналогию переводческих потерь с потерей энергии: инженер осознает, что потери энергии неизбежны, и его цель состоит в том, чтобы минимизировать их; так и в переводе: задача переводчика – снизить потери (Hervey/Higgins/Loughridge 2005, 13).

На всех этапах перевода (Дашинимаева 2010, 105), на всех уровнях языка (As-Safi 2011, 67), при передаче любых аспектов исходного текста (Pazireh/Shojaie/Shokrollahi et al. 2014, 31) и любых типов текстов (Алексеева 2004, 262), а также при ожидаемой рецепции текста перевода читателями с другим ментальным лексиконом и другой культурной средой (Дашинимаева 2010, 105) возникают трудности перевода, которые не удастся в полной мере компенсировать. Это объективные трудности, которые не связаны с компетентностью переводчика. Непереводимое рассматривается как трудность перевода, которая вызывает повторное обращение переводчика к определенным фрагментам исходного текста в поиске более адекватных решений во избежание потерь (Автономова 2008; 2010; Маяцкий, 2011; Смирнов, 2009; Avtonomova, 2013; Kassen, 2004).

Нам представляется, что для дальнейшего развития теории перевода необходимо осмыслить отдельные составляющие этого феномена и создать их полную классификацию. Теоретикам перевода еще предстоит сформулировать определение понятия «единица непереводимости» (Cassin 2004, 8) или «компонент непереводимости» (И. С. Алексеева 2008, 67). По нашему мнению, это минимальные фрагменты исходного текста, вызывающие объективные трудности перевода, которые не удастся компенсировать в полной мере в рамках переводного текста (ПТ), что вызывает существенные потери со стороны содержания, стиля или формы и ведет к неполноте передачи исходного текста. На основании их наличия/отсутствия в исходном тексте

определяется степень его непереводимости. Компоненты непереводимости находятся в прямой зависимости от конкретной пары языков.

Несмотря на слабую теоретическую базу в области их определения, типизации и распознавания, компоненты непереводимости опытным практикующим переводчикам интуитивно известны и отчасти уже описаны в литературе: например, реалии и некоторые другие случаи непереводимости в области лексики и фразеологии (Влахов/Флорин 1980); классификация лакун и причин их возникновения (Павлова 2013, 206-207); некоторые типы непереводимых явлений (Павлова/Светозарова 2012; Бузаджи/Ковальчук 2016). В основном освещаются лексические компоненты. Наличие непереводимого наиболее заметно на уровне простых языковых знаков (слов и связанных словосочетаний), что отмечают и теоретики перевода (Иванов 2006, 79; Добровольский 2009, 3; Алексеева 2010, 5). Однако немалую сложность для перевода представляют и грамматические конструкции, аналог которых отсутствует в языке перевода.

Новым этапом разработки исследуемой проблемы стало создание транслатологической классификации типов текстов (Алексеева 2008), где учитывается степень переводимости/непереводимости текстов на основе наличия, сочетания и концентрации в исходном тексте «компонентов непереводимости». Импульсом для оживления дискуссии по проблеме стали монографии «Неисчерпаемость оригинала» (Чайковский 2008), «Дискуссия о непереводимости сквозь призму истории перевода» (Алексеева 2015а). Психонейролингвистическая концепция непереводимости с опорой на теорию значимости П. П. Дашинимаевой пока не нашла отклика в переводческом сообществе, но способна оказать влияние на ход научной дискуссии и изучение феномена перевода в будущем (Дашинимаева 2010), как и монография американского литературоведа Э. Эптер (Apter 2013).

В работе М. Г. Новиковой вводится понятие «меры смысла», которое должно лежать в основе адекватного перевода и служить критерием оценки его качества:

Минимальное количество элементов высказывания (предложения), необходимое и достаточное для его полного понимания. Мера смысла «ранжирует элементы предложения по значимости, выявляя доминантные значения и опуская элементы, значения которых легко восполняемы контекстом» (2014, 127).

Следует отметить, что понятие «мера смысла» родственно понятию «коммуникативно релевантная информация», которым оперирует Бузаджи, и всецело зависит от конкретного текста – его жанра, стиля, функции, авторской интенции. Потери в переводе не должны затрагивать «меру смысла», иначе такой перевод должен быть признан некачественным.

Нередко, как уже сказано, в «меру смысла», или в «коммуникативно релевантную информацию», входит форма, о чем еще в 60-е годы XX в. писал Роман Jakobson в своей знаменитой статье «Лингвистика и поэтика», выделяя особую «поэтическую» функцию языка (см. Jakobson 1981). Например, в «Одесских рассказах» Исаака Бабеля грамматически и лексически ненормативная речь его героев, – обязательная составляющая «меры смысла». Фразу

- (1) Слушайте, король – сказал молодой человек, – я имею вам сказать пару слов (рассказ «Король»)

нельзя переводить на немецкий грамматическим аналогом

- (2) „Hören Sie, König“, sagte der junge Mann, „ich habe Ihnen ein paar Worte zu sagen“

как это делает переводчик Димитри Умански¹, так как в немецком конструкция *haben + zu + Infinitiv* грамматически нормативна и в таком переводе полностью теряется стиль писателя, который является доминантой его текстов. Подобные потери в переводе превращают его в текст, по сути уже не являющийся переводом, так как он не передает коммуникативно релевантную информацию. А в новейшем переводе того же рассказа переводчице Беттине Кайбах² удастся передать эту важнейшую информацию:

- (3) „Hören Sie, König“, sagte der junge Mann, „ich hab Ihnen zu sagen ein paar Wörtchen“.

Переводчица компенсирует потери от невозможности передать грамматическую неправильность оригинала разговорной формой глагола *hab* (вместо *habe*) и ненормативным порядком слов.

3. Непереводимость текста и безэквивалентность слов

Переводческая деятельность направлена на текст, и проблематика переводимости непосредственно сопряжена с текстом и дискурсом. В текстах слова часто имеют совсем иные значения, чем те, что фиксируются на уровне языка и отражаются словарями. Однако уровень языка – лексикон, грамматика – тесно переплетается с текстовым уровнем, так что в теории перевода неизбежно возникла потребность в освещении и систематизации безэквивалентной лексики.

¹ Die Geschichten des Isaak Babel (1961), Übersetzt von Dm. Umanski. München: Goldmann.

² Isaak Babel (2014), Mein Taubenschlag: Sämtliche Erzählungen. Üb. Von Bettina Kaibach. München: Carl Hanser.

Межъязыковая лексическая безэквивалентность характеризует межъязыковые отношения с точки зрения существования в исходном языке целого пласта лексем, которые не имеют естественных (а не созданных с помощью различных переводческих приемов) однословных эквивалентов в системе языка перевода.

Традиционные двуязычные словари нередко довольно прямолинейно обходятся с поиском эквивалентов, игнорируя дискурс и внеязыковую реальность. В противном случае лексикографически было бы зафиксировано, что одно слово может иметь несколько семантически родственных эквивалентов в зависимости от конкретных условий его употребления, причем ситуации «распадения» эквивалентов на семантически родственные, но не идентичные пары устойчиво повторяются и весьма частотны. Например, немецкое слово *Käse* иногда переводится на русский как *сыр*, а иногда как *творог*. Оба эти слова являются полноправными эквивалентами слова *Käse*, а не только одно существительное *сыр*, как это утверждается в двуязычных словарях. Аналогичная ситуация наблюдается для прилагательного *warm*, которое иногда должно переводиться в текстах как *теплый*, а иногда как *горячий*. Наличие в двуязычных словарях только одного эквивалента *теплый* не соответствует потребностям перевода и не может быть признано правомерным. В то же время такое сужение переводческих возможностей в лексикографии ведет к тому, что немало людей полагает, что *горячий* как перевод для *warm* (в словосочетаниях *горячее блюдо*, *горячий суп*, *горячая вода*) – это отступление от эквивалентности и «переводческая потеря». Ответственность за подобные искажения представлений об эквивалентности лежит в первую очередь на традициях двуязычной лексикографии.

Безэквивалентность некоторых лексем на уровне языковой системы может вести к частичной потере смысла высказываний при их переводе. Несмотря на то, что «понять – значит перевести», перевод, оформленный «вовне», для других, в виде продуманного и отредактированного текста, обычно значительно отличается от перевода внутреннего, для себя. Внутренний перевод, т. е. перифразирование, может быть сколь угодно длинным. Например, мы знаем, что немецкий глагол *gönnen* означает нечто вроде: ‚в ситуации, когда кому-либо предстоит нечто приятное, сознавать, что этот человек заслужил это приятное, и порадоваться за него‘. И «для себя» фразу типа

(4) *Ich gönne Dir von Herzen die Rückkehr in Dein Amt als Präsident (Osnabrücker Zeitung)*

мы этот глагол примерно таким образом и истолкуем. Будучи сформулирована «для себя», когнитивная трактовка данной фразы – это еще далеко не перевод для других, т. е. не перевод в общепринятом (узком) смысле этого

слова. В переводе для других такое многословное описание смысла слова, как приведено выше, неприемлемо. Перевод, который осуществляется для аудитории, должен быть ясно и по возможности наиболее кратким образом сформулированным текстом, иначе никто не сможет его понять. Поэтому при переводе в общепринятом смысле этого слова мы сформулируем эту фразу, вероятно, так:

(5) Я от души рад, что ты вернешься в президентское кресло.

При этом часть смысла, вкладываемого в глагол *gönnen*, окажется потеряна – так, утрачена сема ‚считать, что кто-л. что-л. заслужил‘. В то же время такой перевод отчасти компенсирует потерю приобретением дополнительной по сравнению с оригиналом образности благодаря идиоме *президентское кресло*, эквивалент для которой отсутствует в оригинале³.

Зная, что глагол *gönnen* в русском безэквивалентен, мы считаем приведенный перевод примера с этим глаголом адекватным, а текстовый отрывок, включающий этот глагол, не представляется нам непереводаемым: перевод обнаруживает потерю части смысла, но потерю для основного содержания малосущественную. Важнее сохранить стиль, интенцию соответствующего речевого акта, т.е. коммуникативную функцию текста, его коммуникативно релевантную информацию.

Рассуждения о непереводаемости на уровне языковой системы (на уровне понятий, концептов, фреймов) обычно не имеют прямого отношения к практике перевода. Проблемность такого подхода сформулировал немецкий лингвист и переводовед Йорн Альбрехт:

Es handelt sich um ein für Linguisten unerfreuliches Gebiet, auf dem jeder Stamm-tischphilologe glaubt, unbekümmert dilettieren zu dürfen. Es gibt eine Reihe von deutschen <...> Kandidaten, die in diesem Zusammenhang immer wieder zitiert werden: Heimat, Stimmung, Erlebnis, Gemütlichkeit, Schadenfreude, Heimweh, eigentlich usw. Die völkerpsychologische Deutung solcher Wörter ist außerordentlich beliebt. <...> So wurde z.B. von einem Engländer geäußert, die ganze Niedertracht der deutschen Nation zeige sich schon im Wort Schadenfreude. Angehörige anderer Nationen hätten große Mühe, dieses Wort überhaupt nur annähernd zu verstehen, da sie ein derartiges Gefühl nicht kennen. <...> Was nun die „Unübersetzbarkeit“ dieser Wörter betrifft, so sollte man sich darauf einigen, das gemeinte Phänomen technischer und präziser auszudrücken; etwa durch „nur selten durch ein Wort wiederzugeben“.

³ Вообще компенсация – регулярно применяемый профессиональными переводчиками прием: если какой-то оттенок смысла (например, определенную коннотацию) в одном месте фразы передать не представляется возможным, соответствующая коннотация или общестилевая направленность сохраняется благодаря каким-то находкам переводчика в другой части той же фразы или в следующей непосредственно за данной.

<...> Wenn man unter einem “übersetzbaren” Wort ein Lexem verstehen will, das in allen Kontexten unbeschränkt austauschbar ist, so sind alle Wörter “unübersetzbar“ (Albrecht 2005, 132)⁴.

Еще менее комплементарен относительно рассуждений о непереводимости некоторых лексем Д. М. Бузаджи:

У любителей признаться „поп-переводоведением“ эта тема неизменно в фаворе. Рецепт прост: берется слово иностранного или родного языка (лучше редкое, еще лучше – с культурными ассоциациями, совсем хорошо – из арсенала какого-нибудь литератора), прочитывается лекция о его многочисленных значениях (нюансах употребления, упоминаниях в письмах литератора к своей бабушке) и с небрежно-усталой усмешкой резюмируется: „Непереводимо“ (Бузаджи 2011, 45).

Тем не менее, опрометчиво было бы утверждать, что проблематика безэквивалентности или неполной эквивалентности на уровне словарных значений и стоящих за словами понятий и фреймов для переводчиков нерелевантна: часто в переводческой практике приходится долго обдумывать и подыскивать оптимальные решения для передачи слов, не имеющих однословных эквивалентов или имеющих частичные эквиваленты, чья частичность обусловлена расхождениями в тех или иных участках семантических фреймов, активизируемых в сознании носителя языка экспонентом языкового знака. Но не менее, а иногда и более напряженным бывает и поиск переводческих вариантов для слов, у которых на уровне языковой системы имеются реальные, полные эквиваленты (см. табл. 1).

В настоящее время разрабатываются общие и специальные словари и справочники безэквивалентной лексики в печатном, электронном и интернет форматах. Существенный вклад в разработку проблемы внесли общие и специальные словари и справочники непереводимого: «Европейский словарь философий: Лексикон непереводимостей», разработанный коллективом из 150 европейских ученых под руководством Барбары Кассен (Cassin 2004),

⁴ В русском переводе: «Речь идет о безотрадной для лингвистов области, в которой каждый дилетант полагает, что может поучаствовать в дискуссии. В немецком языке имеется ряд кандидатов, которые в этой связи без конца цитируются. Это слова Heimat (‘родина’), Stimmung (‘настроение’), Erlebnis (‘событие’, ‘переживание’, ‘случай’), Gemütlichkeit (‘уют’, ‘неспешность’), Schadenfreude (‘злорадство’), Heimweh (‘ностальгия’), eigentlich (‘собственно говоря’) и некоторые другие. Толкование подобных слов в духе их национальной исконности и потому непереводимости исключительно популярно. Так, один англичанин утверждал, что все немецкое коварство уже явственно проступает в немецком слове „Schadenfreude“ (‘злорадство’). Представители других наций якобы испытывают немалые трудности, пытаясь перевести это слово на свой родной язык. Вполне возможно, что некоторые из приведенных примеров невозможно перевести на какой-то конкретный язык однословно. Но если трактовать переводимость как возможность неограниченной замены каждого слова каким-то одним конкретным словом в любом контексте, то придется признать, что все слова непереводимы».

справочники, посвященные сравнениям языковых пар (Gladrow 1998; Павлова/Светозарова 2012; Найдич/Павлова 2015), Русско-немецкий словарь безэквивалентной лексики в 2 томах (Алексеева 2015 б), Диахронические переводные словари и справочники реалий (Алексеева 2007; 2008; 2016), Немецко-русский и русско-немецкий словарь трудностей перевода (Павлова 2019).

4. Частичная эквивалентность на уровне лексикона

Даже при наличии эквивалентов понятийный объем «плана содержания» (фрейм) в сравниваемых языках часто не совпадает. Формально эквивалентные по концептуальному (денотативному) значению языковые знаки способны вызывать у носителей сравниваемых языков различные ассоциации, связываться с разными представлениями о возможных «сценариях», ассоциироваться с разными мнениями о частотности или о сферах (ситуациях) употребления.

Особенно значительные расхождения между семантическими фреймами наблюдаются для слов, ассоциирующихся с культурными стереотипами и культурно-историческими эпохами (*буржуазный* – *bürgerlich*, *народ* – *Volk*, *крестьянин* – *Bauer*), или для лексических единиц, имеющих ёмкую семантику с нечётко и расплывчато формулируемыми семами (*свобода, воля* – *Freiheit*, *тоска* – *Sehnsucht*, *Trauer*, *Wehmut*, *Gram*). Эти и подобные им языковые знаки с трудом можно описать с помощью вербализации фрейма даже «для себя», на родном языке – столь ёмки и одновременно аморфны их понятийные содержания. Межязыковая эквивалентность для подобных слов на уровне языковой системы весьма условна, но в той же мере условно и их употребление в родном языке: эмоции, обозначаемые словом *тоска* или словом *Gram*, сложно описать словами, и эти эмоции у разных людей или у одного человека в разное время могут заметно варьироваться по силе и набору психических признаков.

Частичными нужно признать и эквиваленты для слов, которые в сопоставляемых языках имеют отчасти несовпадающие сферы сочетаемости. Например, чисто формально немецкое слово *grotesk* и русское *гротескный* – эквиваленты (такowymi они значатся в двуязычных словарях). Однако сфера их употребления в русском и в немецком языках совпадает лишь частично: например, в немецком дискурсе о любой странной ситуации можно сказать *Das ist grotesk*, а в русском дискурсе **Это гротескно* в подобных случаях не говорят. Если рассматривать знания о сферах употребления лексической единицы как часть фрейма, то подобные пары нужно признать частичными эквивалентами уже на уровне лексикона.

Так же условна эквивалентность слов с различной частотностью употребления: казалось бы, два слова денотативно и даже коннотативно являются

эквивалентами друг друга, однако их частотность для носителя языка не совпадает – и уже только по этой причине их эквивалентность (по крайней мере, в глазах переводчика) становится частичной; например, слово *Gemeinde* в немецком дискурсе более популярно, чем его формальный (лексикографический) эквивалент *коммуна* или *община* в русских текстах; слово *деревня* в русском дискурсе частотнее, чем его соответствие *Dorf* в немецком. Даже если словари (кроме специальных частотных) не фиксируют частотность, представления об употребительности и распространенности слова в речи входят во фрейм и отражаются на категории межъязыковой эквивалентности.

5. Эквивалентность и переводимость

Как уже сказано выше, лексическую безэквивалентность или частичную эквивалентность не следует сбрасывать со счетов, рассуждая об особенностях переводческой деятельности. Однако не стоит и преувеличивать значимость отсутствия полных лексических эквивалентов в переводческой практике: безэквивалентные на уровне языковой системы слова и конструкции иногда довольно легко переводятся в тексте (прежде всего потому, что они обретают в текстах значения, отличные от «словарных»), в то время как лексемы и обороты, имеющие эквиваленты в языке, в речи (текстах) могут потребовать альтернативных переводов по сравнению с теми, которые предлагают даже самые подробные и полные двуязычные словари. В таблице 1 на немецко-русском материале приводятся категории случаев, когда переводчик отвергает словарные эквиваленты переводящего языка (ПЯ) и ищет другие способы перевода.

Таблица 1. Причины отступления от словарных эквивалентов при переводе

Причина отказа от эквивалента	Примеры
Диктат текстовых стилиевых норм	Например, требование избегать повторов может приводить к вынужденному отказу от эквивалентности. Так, предложение <i>Er stellt sich in die Schlange und wartet geduldig, bis er dran ist</i> (журнал «Der Spiegel») согласно требованиям эквивалентности следовало бы перевести как <i>Он встает в очередь и терпеливо ждет, когда подойдет его очередь</i> – но из-за назойливого повтора одного и того же слова <i>очередь</i> в рамках короткого текста переводчик, скорее всего, прибегнет к иному переводу, отказавшись от перевода эквивалентного, например: <i>Он встает в очередь и терпеливо ждет, когда его обслужат.</i>
Норма сочетаемости заставляет искать способы перевода, альтернативные эквивалентным	В словаре прилагательное или наречие <i>primitiv</i> переводится как <i>примитивный, примитивно</i> . А в предложении <i>Das Zimmer war primitiv eingerichtet</i> это же слово перевести согласно словарю нельзя; можно только: <i>Комната была просто обставлена.</i>

Причина отказа от эквивалента	Примеры
Грамматическая норма ПЯ диктует необходимость замены словарного эквивалента	<i>J-d wird rot durch Kälte</i> нельзя перевести в настоящем времени с помощью того же глагола <i>раскраснеться</i> (от мороза, на морозе), потому что у этого глагола нет формы настоящего времени. <i>Faust hungert nach Wissen und nach Selbstbestätigung</i> (журнал «Focus») переводится не с помощью эквивалента глагола <i>hungern</i> – <i>голодать</i> , а с помощью его заменителя – <i>жаждать</i> : <i>Фауст жаждет знаний и самоутверждения</i> . Но если перенести предикат в план прошедшего времени (а переводчик вправе это сделать), то открывается возможность более близкого к оригиналу перевода: <i>Фауст изголодался по знаниям и по самоутверждению</i> . В настоящем времени глагол <i>голодает</i> не годится, а в прошедшем – <i>изголодался</i> – подходит.
Необходимость сохранить грамматическую конструкцию оригинала вынуждает отказываться от имеющегося словарного эквивалента и искать другие способы перевода	<i>Nun war sie ruhig und getröstet</i> (E. Keyserling). Прилагательное <i>ruhig</i> и причастие <i>getröstet</i> по отдельности имеют эквиваленты, но в русском языке последние невозможно соединить связью однородных членов предложения: * <i>спокойна и утешена</i> ; * <i>спокойна и утешилась</i> . Приходится отбрасывать эквивалентные переводы и искать близкие по смыслу слова, которые позволили бы сохранить синтаксис оригинала: <i>Теперь она успокоилась и утешилась</i> ; <i>Теперь она была спокойна и безмятежна</i> .
Иногда требуется раскрыть (конкретизировать) мысль автора, если она выражена сжато или намеком. Переводчик имеет право решать, будет ли текст в таком виде понятен читателю, и менять его, если замена покажется яснее оригинала.	Название романа Ремарка «Im Westen nichts Neues» (дословно: <i>На Западе ничего нового</i>) переводчик заменил трактовкой: «На Западном фронте без перемен». Отказавшись от лексической эквивалентности, он выиграл в ясности.
Писатель – автор оригинального текста – употребляет нечастотные, необычные словосочетания (например, окказиональные метафоры). Окказиональную же метафору в переводе читатели могут расценить как признак плохого владения ПЯ.	Такой эквивалентный вариант словосочетания <i>замиевая походка</i> (В. Набоков), как <i>Wildlederschritte</i> или <i>Wildledergang</i> , не годится: непривычный композит могут расценить как признак недобросовестного перевода. Переводчик прибегает к варианту <i>wildledertweiche Schritte</i> – удачному, но все же более узуальному, чем в оригинале.
Узуальные ситуативные формулы обиходной речи часто требуют полной замены одной формулы другой.	Узуальный перевод вопроса <i>Ты подстриглась? – Warst du beim Friseur?</i> (а не <i>Hast du dir die Haare schneiden lassen?</i>). Фраза-формула <i>Я за рулём</i> переводится не как <i>Ich bin am Steuer</i> , а как <i>Ich muss fahren</i> .
Полисемия в ПЯ препятствует эквивалентному переводу в тексте: лексема в одном из языков многозначна и ее значения могут воздействовать друг на друга на текстовом уровне, мешая пониманию.	<i>Seine fantastische Hässlichkeit war immer sein politisches Kapital</i> (W. Biermann). Существительное <i>Hässlichkeit</i> , согласно двуязычным словарям, имеет эквивалент <i>безобразие</i> . Слово это многозначно. Перевести немецкое предложение при помощи этого существительного означало бы породить нежелательную двусмысленность.
Культурная маркированность тех или иных отрезков текста.	– <i>Sie sind bestimmt wegen dem Geld hier! – Wegen DES GeldES!</i> bemerkte Paul Sand (J. Siegmann) – этот диалог перевести на русский язык затруднительно, потому что он вращается вокруг специфической темы немецкой грамматики, где в обиходной речи часто вместо родительного падежа употребляют дательный; образованные люди стараются не допускать этого и иногда (как здесь) исправляют других. Для русского языка эта проблематика нерелевантна.

Причина отказа от эквивалента	Примеры
Слова, имеющие эквиваленты, вовлечены в языковую игру, которую невозможно перевести «дословно», так как будет утрачен игровой эффект	Примерами могут служить любые каламбуры. Например, в анекдоте, посвященном Н.С. Хрущеву: « <i>Дяденька, правду папа сказал, что вы запустили не только спутник, но и сельское хозяйство?</i> » – « <i>Передай своему папе, что я сажаю не только кукурузу!</i> »
Слова важны не сами по себе, а только из-за своей специфической формы – например, важна аллитерация, ритмика (число слогов и место ударения) и т.д. – т.е. язык выполняет свою поэтическую функцию (по Якобсону)	Например, у Пастернака: <i>Как невод, тонет небосвод, // И в это небо, точно в сети ...</i> – здесь аллитерация едва ли не важнее значения слов; если переводить такие фрагменты «пословно», то прелесть поэтического произведения разрушается.

Все факторы, влияющие на принятие переводческих решений, описать в одной статье невозможно. Важно понимать, что переводчик всегда работает с текстом, а не с лексикой или грамматикой, и «говорить о том, что смысл отдельных слов и даже клауз может быть понятен без учета многопозиционного дискурса, выраженного текстом, ошибочно» (Калиш 2018, 7). Перевод текста осуществляется с учетом множественных критериев – как лингвистических (норма, узус), так и прагматических: ориентация на интенцию автора, коммуникативно релевантную информацию, предполагаемые ожидания, знания, культурный фон и привычки реципиентов.

Библиография

- Автономова, Н. С. (2010), Интерпретация и перевод – современные проблемы эпистемологии. В: *Философия познания*. М., 112–122.
- Алексеева, И. С. (2004), Введение в переводоведение. Санкт-Петербург.
- Алексеева, И. С. (2008), Современное состояние теории перевода в России. В: *Вестник Санкт-Петербургского ун-та*. 9 (1), 26-39.
- Алексеева, М. Л. (2007), Русские реалии в разновременных немецких переводах романов Ф. М. Достоевского. *Словарь-справочник*. Екатеринбург.
- Алексеева, М. Л. (2008), Русские реалии в зеркале немецкого языка. *Электронный словарь-справочник*. Екатеринбург.
- Алексеева, М. Л. (2010), Перевод реалий и реалии перевода: особенности передачи русских реалий в разновременных немецких переводах романов Ф. М. Достоевского. Екатеринбург.
- Алексеева, М. Л. (2015а), Дискуссия о непереводимости сквозь призму истории перевода. Екатеринбург.
- Алексеева, М. Л. (2015б), Русско-немецкий словарь безэквивалентной лексики. Т. 1-2. Екатеринбург.
- Алексеева М. Л. (2016), Диахронический русско-немецкий словарь-справочник русских реалий. По материалам разновременных немецких переводов романов Ф. М. Достоевского.
- Апресян, Ю. Д. (ред.) (2006), *Языковая картина мира и системная лексикография*. М.: Языки славянских культур.
- Бузаджи, Д. М./Ковальчук, А. В. (2016), Сущность, причины и виды непереводимости. В: *Мосты*. 1 (49), 58-70.

- Бузаджи, Д. М. (2008), Векторы смысла. О функциональном подходе к переводу. В: Мосты. 3 (19), 43–59.
- Бузаджи, Д. М. (2011), К вопросу об определении понятия «перевод». В: Мосты. 2 (30), 44–55.
- Влахов, С./Флорин, С. (1980), Непереводимое в переводе. Москва.
- Дашинимаева, П. П. (2010), Теория значимости как основа психолингвистической концепции непереваемости [автореферат диссертации]. Иркутск.
- Дашинимаева, П. П. (2011), Теория значения как значимости: «осветим чертог теней»? В: Вестник ТвГУ. Филология. 4 (2), 21–28.
- Добровольский, Д. О. (2009), Корпус параллельных текстов в исследовании культурно-специфичной лексики. В: Национальный корпус русского языка: 2006–2008. Новые результаты и перспективы. СПб., 383–401.
- Добровольский, Д. О. (2013), Беседы о немецком слове. Москва.
- Желуденко, М. О./Сабитова, А. П. (2020), Психоллингвистический аспект переводимости / непереваемости. В: Scientific Achievements of modern society. International Scientific and Practical Conference, Liverpool, 481–487.
- Иванов, А. О. (2006), Безэквивалентная лексика. Санкт-Петербург.
- Иванов, Вяч. Вс. (2004), Избранные труды по семиотике и истории культуры. 3. Москва.
- Калиш, Е. Е. (2018), Реконструкция дискурса в целях перевода. Иркутск.
- Косыхин, В. Г. (2006), Бытие в зеркале непереваемости. В: Известия Саратовского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 6, 14–18.
- Леонтьев, А. А. (1997), Основы психолингвистики. Москва.
- Маяцкий, М. (2011), Непереваемости реальные и воображаемые. В: Логос. 5 (84), 13–21.
- Мишкурин, Э. Н. (2014), «Герменевтический поворот» в современной теории и методологии перевода. В: Вестник Московского университета. 22/3, 24–46.
- Найдич, Л. Э./Павлова, А. В. (2015), Трубочист или лорд? Теория и практика немецко-русского и русско-немецкого перевода. Москва.
- Новикова, М. Г. (2014), Мера смысла, актуальное членение и адекватность перевода. Москва.
- Павлова, А. В. (2019), Немецко-русский и русско-немецкий словарь трудностей перевода. В: www.woerterbuchnetz.de/DRWB [доступ 15 V 2019].
- Павлова, А. В. (ред.) (2013), От лингвистики к мифу. Лингвистическая культурология в поисках этнической ментальности. Санкт-Петербург.
- Павлова, А. В./Светозарова, Н. Д. (2012), Трудности и возможности русско-немецкого и немецко-русского перевода. Санкт-Петербург.
- Ривелис, Е. (2007), Как возможен двуязычный словарь. В: Stockholm Slavic Studies 36 [<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:197701/FULLTEXT01.pdf>].
- Смирнов, А. В. (2009), Можно ли строго говорить о непереваемости? В: Перевод как проблема социальных и гуманитарных наук. Москва, 15–17.
- Топер, П. М. (2000), Перевод в системе сравнительного литературоведения. Москва.
- Фефелов, А. Ф. (2016), Вопрос о переводимости культур в современной теории межкультурного общения (проблемы методологии). В: Вестник Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 14/1, 63–85.
- Чайковский, Р. Р. (2008), Основы художественного перевода. Магадан.
- Шаклеин, В. М. (2012), Лингвокультурология: традиции и инновации. Москва.
- Якобсон, Р. (1985), Избранные работы. Москва.
- AL-MASRY, H. (2009), Translation and Cultural Equivalence: A Study of Translation Losses in Arabic Literary Texts. In: Journal of Language & Translation. 10, 7–14.
- ALBRECHT, J. (2005), Übersetzung und Linguistik. Tübingen.
- ARTER, E. (2013), Against World Literature: On the Politics of Untranslatability. New York.
- ARMSTRONG, N. (2005), Translation, Linguistics, Culture: A French-English Handbook. Toronto.

- AS-SAFI, A. B. (2011), *Translation Theories, Strategies and Basic Theoretical Issues*. Amman.
- AVTONOMOVA, N. (2013), *Übersetzen als universelle Praxis und als philosophisches Problem*. In: *Russische Übersetzungswissenschaft an der Schwelle zum 21. Jahrhundert*. Berlin, 103-113.
- BASSNETT, S. (2005), *Translation Studies*. London/New York.
- GANDIN, S. (2009), *What is Really Lost in Translation? Some Observations on the Importance and Ethics of Translation*. In: *Annals*. 6, 77-92.
- HERVEY, S./ HIGGINS, I./ LOUGHRIDGE, M. (2005), *Thinking German Translation: A Course in Translation Method*. New York.
- HOI-KWAN WO, K. (2008), *What gets lost in translation*. In: *Language and Culture in Honglougumeng*. 1, 53-63.
- CASSIN, B. (2004), *Vocabulaire européen des philosophies. Dictionnaire des intraduisibles*. Paris.
- COSERIU, E. (1981), *Kontrastive Linguistik und Übersetzung: ihr Verhältnis zueinander*. In: *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft*. München, 183-199.
- GLADROW, W. (Hg.) (1998), *Russisch im Spiegel des Deutschen. Eine Einführung in den russisch-deutschen und deutsch-russischen Sprachvergleich*. Berlin.
- JAKOBSON, R. (1981), *Selected Writings*. Vol. 3. The Hague.
- KOLLER, W. (1983), *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Stuttgart.
- LEWIS, T. J. (2004), *Untranslatable «You» in Chekhov's Lady with Lapdog*. In: *Babel*. 50 (4), 289-297.
- NOZIZWE, D./NCUBE, B. (2014), *Loss and Gain in Translation: A Case of Court Translation*. In: *African Journal of Scientific Research*. 12/1, 670-687.
- PAZIRESHM, A./SHOJAIE, F./SHOKROLLAHI, R. et al. (2014), *Aspects of Source Text Lost and Undergo Change Through Translation*. In: *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World*. 5 (3), 29-39.
- PEDRO, de R. (1999), *The Translatability of Texts: A Historical Overview*. In: *Meta*. 44 (4), 546-559.
- REINART, S. (2014), *Lost in Translation (Criticism)?* Berlin.
- WEST-PAVLOV, R. (2006), *The Folds of Translation in the new Europe*. In: *Translating Identity and the Identity of Translation*. Newcastle, 26-45.
- ZEQUAN, L. (2003), *Loss and Gain of Textual Meaning in Advertising Translation*. In: *Translation Journal*. 4. In: www.translationjournal.net/journal/26advert.htm [accessed 15 V 2019].

IWONA NOWAKOWSKA-KEMPNA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8043-1374>

Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy w Częstochowie

WIZERUNEK MAŁOWANY FRAZELOGIĄ (NA PRZYKŁADZIE JĘZYKA UKRAIŃSKIEGO)

A picture painted in phraseology (on the example of Ukrainian language)

WYRAZY KLUCZOWE: wizerunek, uczucie, frazeologia, wizerunek frazeologią stoi, charakterystyka twarzy i zachowania człowieka smutnego, radosnego, zaskoczonego, przestraszonego, językoznawstwo kognitywne, konceptualizacja

KEYWORDS: picture, emotion, phraseology, picture painted in phraseology, picture of sad, joyful, surprised, fear man's face and behaviour, cognitive linguistics, conceptualization

ABSTRACT: The metaphorical title A Picture Painted in Phraseology is meant to refer to the created picture of EMOTIONS, though the material used here is not paint, but the phrasemes employed in the description of EMOTIONS. By default, the phraseology of EMOTIONS is destined to create their picture. This picture is usually conventional since phrasemes are linguistically well entrenched and conventional. The correlation between the appearance of an experiencer, the picture of his or her face and behaviour, and his or her emotional state becomes a basis for the creation of numerous phrasemes, which are indicative of this correlation. The picture exists both in language and cognition. Phrasemes produce a specific picture of an experiencer who undergoes an emotion in such a way that one may argue that a picture is actually painted in phraseology. The final result is the picture of FACE and BODY, displaying joy, sadness, fear or surprise, which is exclusively characteristic of a particular emotion.

Skomplikowana natura emocji i ich miejsca w życiu psychicznym są tak wieloaspektowe (Goleman 1997, 15), że można je charakteryzować w wielu wymiarach, co podkreśla J. Zagrodzka:

Emocje bowiem to zjawiska tak złożone, że można je rozpatrywać jako behawioralne i wegetatywne zmiany na bodziec biologicznie znaczący lub też jako wewnętrzny proces przeżywania lub wreszcie jako zjawisko społeczne regulujące interakcje między ludźmi (2011, 359).

M. E. Szepietowska i H. Misztal (2002, 84) dodają: „Emocje odzwierciedlają stosunek człowieka do ludzi, zjawisk, rzeczy, siebie, swego organizmu czy własnego

działania” (por. także Jasielska 2013; Dąbrowski 2014; Młynarska-Jurczuk 2016 i in.). B. Russell (1995, 54-55) aspekt behawioralno-wegetatywny wiąże z wiedzą bezpośrednią (pozapojęciową), natomiast przeżycie psychiczne z wiedzą pośrednią (opisową), dającą się ocenić kognitywnie i wyrazić językowo. A. Wierzbicka (1971, 30-35), podobnie jak L. Wittgenstein (1953/1972), etap rozeznania przedjęzykowego uważa za niedefiniowalny, definiując uczucia poprzez odniesienie do wiedzy pośredniej np. przyczyn, objawów i/lub skutków, które wywołują uczucia (zob. także Wierzbicka 1971, 29-35; 1992, 227-258; 1999, 138-150). Tylko uczuciom (jako pozapojęciowym pierwotnie i w związku z tym niedefiniowalnym) przysługuje kreowanie ich wizerunku za pomocą frazeologii, bowiem informację (wiedzę naukową i potoczną) podaje się wprost, a nie za pomocą wytworzonego obrazu językowego. Aby lepiej zrozumieć tytuł prezentowanego artykułu, przypomnijmy, iż WIZERUNEK oznacza wykreowany obraz czegoś (np. obraz UCZUĆ), a obrazy się maluje. Tworzywem przy malowaniu obrazu jest jakaś materia, zwykle są nimi farby, tutaj zaś jest to frazeologia/frazeologizmy, za pomocą których charakteryzujemy uczucia. Frazeologia UCZUĆ programowo służy stworzeniu ich WIZERUNKU. Zwykle jest to wizerunek konwencjonalny, bo i skonwencjonalizowane są frazeologizmy, za pomocą których charakteryzujemy UCZUCIA. Drugą ich cechą jest ekspresywność – nacechowanie emocjonalne, odznaczające się dużą, czasem wręcz niezwykłą siłą językowego wyrazu, np.

- (1) X stoi z rozdziawioną gębą.
- (2) X wyskoczył na y z pyskiem.
- (3) X z kłami i pazurami rzucił się na y.
- (4) X tonie we łzach a. w rozpachy.
- (5) X skończył się a. umarł ze śmiechu.

W definicji WIZERUNKU (wymienne: image'u) czytamy: ‘wykreowany przez osobę, np. artystę, polityka (lub na jej użytek przez innych) obraz własnej osobowości; także: wypracowane (często przez specjalistów w tym zakresie) publiczne oblicze firmy, przedsiębiorstwa, organizacji itp., przedstawiające je w korzystnym świetle i służące zdobywaniu społecznej akceptacji dla działalności tejże osoby, firmy itp., a tym samym pozyskiwaniu coraz większych rzesz klientów, sympatyków, członków; publiczny wizerunek’ (Dunaj 1996, 317) oraz 2) ‘podobizna, portret, fotografia, obraz’, a także 3) ‘odbicie, odzwierciedlenie, odtworzenie, obraz czegoś’ (tamże, 1233). Tym samym pojawia się sugestia, iż WIZERUNEK to obraz UCZUĆ w języku, a dokładniej – obraz utrwalony we frazeologizmach, przy czym zarówno użycie określenia ‘obraz’, jak i ‘frazeologia’ ma znaczenie i rozumienie metaforyczne. Pojęcie WIZERUNEK należy odnieść do OBRAZU, a słowo OBRAZ przywołuje termin *językowy obraz świata* (zob. Bartmiński 2012, 11-35), z zaznaczeniem, iż to język – w świadomości człowieka, który go przyswaja – tworzy (w pewnym

stopniu i pewnym zakresie) obraz świata. Z różnych definicji językowego obrazu świata (zob. przegląd: tamże, 12) dla niniejszych rozważań istotna jest dynamika tworzenia owego obrazu, którą powinien odzwierciedlać WIZERUNEK. Trzeba nadto zaznaczyć, iż ani modele propozycjonalne nastawione na charakterystykę przyczyny uczucia, ani modele metonimiczno-metaforyczne opisujące jego objawy nie przynoszą reprezentacji semantycznej uczucia, gdyż jest ono niedefiniowalne. Przybliżają zaś jego rozumienie w poznaniu i języku, czyli konceptualizację.

Przedmiotem niniejszego artykułu nie będzie konceptualizacja UCZUCIA (por. Lakoff 1987/2011; Kövecses 1995, 2000; Nowakowska-Kempna 1995; 2000; Kikiewicz 2005; 2006), lecz tworzenie WIZERUNKU – efektu obserwacji zewnętrznej postaci *expericera* przez obserwatora, co przyniesie opis symptomów związanych z danym uczuciem o charakterze metonimicznym, ustrukturyzowanych we frazeologii. Taki typ analizy WIZERUNKU uczucia możliwy jest dzięki jednoczesnym przyjęciu założeń o:

- punkcie widzenia obserwatora;
- uświadomieniu sobie uczuć osoby trzeciej (a nie: przeżywaniu uczucia);
- badaniach redukcyjnych (wykorzystujących dane różnych nauk kognitywnych i neuronauki do charakterystyki uczuć);
- odpowiedności symptomów i konwencjonalnych sposobów mówienia o nich o postaci frazeologizmów;
- tezie o ucieleśnionym umyśle;
- realizmie doświadczeniowym.

W naszym przypadku frazeologizmy (w ten sposób) tworzą wizerunek UCZUĆ. Słownictwo – w tym frazeologia – stanowi klasyfikator doświadczeń społecznych, relewantnych egzystencjalnie, społecznie i kulturowo (Tokarski 1999, 9-11) i jest z kulturowo-poznawczego punktu widzenia – obiektem wielu analiz językowych (Lewicki/Pajdzińska 1993; Pajdzińska 1991; Nowakowska-Kempna 1995; 2000; Mikołajczuk 2009; Kaczmarek 2018 i in.).

G. Lakoff (1987/2011) i M. Johnson (1987), pisząc o doświadczeniach człowieka, płynnie łączą etapy wiedzy bezpośredniej i pośredniej, odwołując się do koncepcji ucieleśnionego umysłu, por. założenia *realizmu doświadczeniowego* (Lakoff 1987/2011, XIV-XV; Johnson 1987), gdzie się podkreśla, że myśl jest nierozzerwalnie związana z ciałem, a struktury konceptualne są kształtowane przez nasze doświadczenia.

Refleksję o emocji/uczuciu dobrze wyraża formuła: *X czuje coś*, odzwierciedlająca owo doświadczalne czucie, przy czym pojęcie *czuć* bywa uważane za indefinibilium bądź za predykat o znaczeniu ‘odczuwać coś, przeżywać’, przy czym trudno o uniknięcie błędnego koła definicyjnego, związanego z wymienianiem ‘doznania’ przy *czuć* oraz ‘czuć’ przy *doznaniu* (Wierzbicka 1999, 140-142). Można wszakże uznać, że tak podstawowe doświadczenie narażone jest na tego typu niedogodność semantyczną. W niniejszym artykule pojęcie *czuć* jest ważne dla definicji

semantycznej uczucia, stając się dla niej swoistym *genus proximum*, natomiast w definicji owo *coś* ulega opisowi, a jego wypełnienie (tj. wypełnienie treścią zaimek nieokreślonego) przynosi specyficzną *differentia specifica* danego uczucia. W definicjach uczuć czytamy:

Uczucie to stan świadomości – czucia czegoś polegającego na przeżyciu wartości, połączony obowiązkowo z zaangażowaniem ciała, tj. wyzwalający korelację wyglądu twarzy i postaci experiencera z działaniem systemu nerwowego (Nowakowska-Kempna 1995, 125; 2000, 382)

oraz

Emocja to subiektywny stan psychiczny, uruchamiający priorytet dla związanego z nią programu działania. Odczuwaniu emocji towarzyszą zwykle zmiany somatyczne, ekspresje mimiczne, pantomimiczne oraz specyficzne zachowania (Doliński 2016, 514).

W pracach psychologicznych podkreśla się także nieodwracalność i automatyczność biologicznie uwarunkowanych reakcji emocjonalnych (tamże, 517), co w pierwszej definicji zostało podkreślone jako obowiązkowe połączenie uczucia z jego biologicznym podłożem. Uczucia można również starać się ukryć, skutecznie – ukryć i wówczas mówimy: *po x nie było poznać, co czuje a. przeżywa, x ukrywa swoje uczucia*. Przy szerokim rozumieniu emocji obejmują one afekty, czyli uczucia krótkotrwałe (np. *smutek, gniew, radość*), nastroje (*jestem smutny, smutno mi*) oraz usposobienia (np. *wesołek, smutas, złośnik*), przy wąskim – emocja i uczucia krótkotrwałe są synonimiczne.

Skomplikowaną naturę emocji odkrył już Arystoteles, łącząc ją z czterema wymiarami: ewaluacyjnym (pożądane – niepożądane), odczuciowym (przyjemne – przykre), behawioralnym (spontaniczny impuls do działania) i cielesnym (Knuttila 2004, 32). A. Dąbrowski (2014, 125) zaznacza: „Zdroworozsądkowy sposób myślenia każe przyjąć, że postrzeganie pewnych faktów pobudza stany emocjonalne i że te stany wywołują pewne zmiany cielesne”. Emocje wiążą się z rejestracją przez experiencera zmian cielesnych, zwłaszcza w jego organizmie, natomiast obserwator experiencera spostrzega je na jego twarzy, w jego wyglądzie lub zachowaniach, a także działaniu:

- (6) X idzie ze zwieszoną głową.
- (7) X przycupnął ze strachu.
- (8) X siedzi chicho jak mysz pod miotłą.
- (9) X śmieje się od ucha do ucha.
- (10) X podskakuje z radości.
- (11) X posypuje głowę popiołem.
- (12) X trzasnął pięścią w stół.
- (13) X wyskoczył na y z buzią a. z pyskiem.

Obserwacje takie zawarte są w pracach różnych badaczy, nie tylko filozofów czy psychologów, lecz także antropologów, socjologów, psychiatrów i kognitywistów różnych specjalności, w tym – językoznawców.

Korelacja wyglądu experiencera, obrazu jego twarzy, zachowania związanego z przeżyciem emocjonalnym, zakotwiczonego w jego jestestwie, działaniu systemu nerwowego, pobudzającego organy wewnętrzne człowieka przeżywającego emocję, staje się podstawą opisu uczucia i jego rozumienia w poznaniu i języku (Johnson-Laird/Oatley 1989, 81-123), co umożliwia ustalenie konceptualizacji uczucia (Langacker 1995, 52; Lakoff 1987/2011, 376-414). Modele konceptualizacji uczuć, tak bogato reprezentowane w literaturze przedmiotu (por. Lakoff 1987/2011; Kövecses 1995; 2000; Nowakowska-Kempna 1995; 2000; Mikołajczuk 2009; Kiklewicz 2005; 2006; Kaczmarek 2018), stają się podstawą ich rozumienia i poznania. G. Lakoff (1987/2011, 376-414) odsłania konceptualizację poprzez przedstawienie scenariusza (skryptu) wzrastania intensywności uczucia aż do postaci steniczej, natomiast A. Kiklewicz (2006, 300-308) poprzez podanie czterech wymiarów modelu metaforycznego: kauzacji, oddziaływania, stadium i stopnia. Ważnym elementem są również doświadczenia cielesne charakteryzowane w języku (Ortony/Clore 1989, 125-137), głównie za pomocą frazeologizmów (Pajdzińska 1991, 87-109; Nowakowska-Kempna 1995; 2000; 2001; Mikołajczuk 2009; Kaczmarek 2018). Konwencjonalne objawy uczucia (twarz, sylwetka experiencera, jego zachowanie) korzystają z konwencjonalnych frazeologizmów jako sposobów mówienia o uczuciach (Pajdzińska 1991, 87-109). Tworzą one specyficzny wizerunek experiencera doświadczającego uczucia tak, że można powiedzieć: „Wizerunek frazeologią stoi”.

Symptomy uczucia mogą być charakteryzowane z punktu widzenia experiencera – wówczas mówi on głównie o wewnętrznych doznaniach, związanych z przeżyciem emocjonalnym, bądź też z punktu widzenia obserwatora – wówczas mówi on głównie o zewnętrznym wyglądzie i zachowaniu experiencera, przeżywającego uczucie. Przynosi to różnice w konwencjonalnym obrazowaniu sceny (Langacker 2009, 491-492) i zmianę punktu widzenia (tamże, 109-113). Niniejszy artykuł napisany jest w konwencji opisu punktu widzenia obserwatora osoby doświadczającej uczucia, a tym samym wykorzystuje się w nim frazeologizmy charakteryzujące symptomy uczucia, których używa obserwator, mówiąc o uczuciach osoby trzeciej.

Współcześnie istotne znaczenie dla badań nad uczuciami mają nie tylko nauki kognitywne, lecz także neuronauka (Bloom, 2013, 3-15). Dzięki neuroobrazowaniu mózgu można poznać neuronalne korelaty doznań cielesnych o charakterze emocjonalnym i równocześnie korelaty wyższych czynności poznawczych towarzyszących uczuciom. Rozpoznaniu emocji, dzięki jej zewnętrznym objawom (wygląd twarzy i osoby experiencera oraz jego zachowań i działań), towarzyszy zarówno wynik neuroobrazowania za pomocą tomografu SPECT, jak i symbolizacja w języku, często w wypowiedzi pojawiające się skonwencjonalizowane frazeologizmy (Lewicki/Pajdzińska 1993, 307-326), za pomocą których charakteryzujemy konwencjonalne uczucia.

Badania z zakresu neuroobrazowania tomografem SPECT układu limbicznego, płatów skroniowych, jądra migdałowego (amygdale), podwzgórza (hypothalamus) umożliwią pomiar procesów zachodzących w mózgu człowieka doświadczającego uczucia/experiencera, procesu odpowiadającego danemu uczuciu, ukazując neuronalne korelaty przeżycia smutku, radości czy strachu (Bloom 2013, 3-15).

Dokonując analizy semantycznej za pomocą modeli kognitywnych, które reprezentują jej poszczególne ogniwa, G. Lakoff (1987/2011, 66) zaproponował cztery rodzaje tych modeli: proporcjonalne, schematyczno-wyobrażeniowe, metonimiczne oraz metaforyczne. Trzy ostatnie stanowią rozszerzenie modeli propozycjonalnych i pozwalają lepiej zrozumieć sens danego pojęcia i wyeksponować jego elementy. W efekcie procesu prototypizacji modele kognitywne (WMK – wyidealizowane modele kognitywne, zob. tamże, 115-118) są zróżnicowane zgodnie z wyborem ich zawartości (np. modele metonimiczne czy metaforyczne), sposobu (re)konstruowania: prototyp, schemat, hierarchia, skrypt czy rama (Lakoff 1987/2011), typu myślenia: ideały, stereotypy socjalne, typowe przykłady, wytwory (tamże, 83-88). Odwołując się do typów myślenia, Lakoff (tamże, 78-89) przypomina, iż bazują one na pewnych stereotypach i kulturowych oczekiwaniach oraz przekonaniach, czym dane zjawisko/obiekt, stan rzeczy być powinien. Niezwykle ważne jest również przejście od modelu kognitywnego do symbolicznego, który ujawnia się w języku (tamże, 286). Siła wyrazu i charakterystyka semantyczna wyraża się w opisie UCZUĆ. Podstawą WIZERUNKU, w tym przypadku WIZERUNKU UCZUĆ, staje się przed wszystkim ludzka twarz. Można przyjąć, iż uwagi na ten temat dotyczą ważności twarzy w opisie WIZERUNKU, w którym percepcja łączy się z językowymi wykładnikami charakterystyki UCZUĆ (por. Darwin 1988; Ribot 1912; Wierzbicka 1999, 159-161).

Twarz jako niezwykle plastyczna i ekspresywna część ciała człowieka “praktycznie spełnia funkcję nadajnika przekazującego światu to, co aktualnie czujemy” (Lowen 1991, 144; 1992), a ludzie nastawieni są na obserwację twarzy swojego rozmówcy czy uczestnika spotkania. Obserwacja twarzy interlokutora towarzyszy nam ludziom od narodzin, dlatego wygląd twarzy człowieka smutnego, wesołego, przestraszonego czy zaskoczonego należy do klasycznych obrazów doskonale utrwalonych w naszej pamięci, a dzięki językowi utrwalonych kognitywnie i symbolicznie.

Aby zrozumieć związki opisu WIZERUNKU danego uczucia z konceptualizacją UCZUCIA, trzeba przypomnieć podstawowe założenia takiej analizy. G. Lakoff (1987/2011, 371) zakłada bowiem:

[...] strukturę pojęciową emocji można analizować szczegółowo, wykorzystując metody [kognitywne] [...] w celu systematycznych studiów nad wyrażeniami rozumianymi metaforycznie [aby się przekonać], czy wówczas nie zauważamy jakiejś spójnej struktury pojęciowej (tamże, 377).

Za taką uznaje autor scenariusz uczucia (tamże). Autor stwierdza, iż opis wyglądu ciała experiencera, czyli zdarzenia-skutku może być dokonany poprzez przywołanie wielu metafor, dodajmy metonimii i metafor, które odsłaniają dobrze zorganizowaną strukturę pojęciową uczucia. G. Lakoff pisze (tamże): „[...] za wszystkimi tymi wydarzeniami kryje się spójna organizacja pojęciowa, w dużej mierze o charakterze metaforycznym i metonimicznym”. Przywołując potoczną teorię fizjologicznych efektów uczucia (gniewu, tamże, 376-411) czy innych uczuć (Kövecses 1995, 2000), autorzy odsłaniają ich metonimiczną i metaforyczną naturę. W przypadku WIZERUNKU sporządzonego z punktu widzenia obserwatora będą to jedynie objawy zewnętrzne związane z wyrazem TWARZY experiencera, jego zachowaniem (gesty, mimika, ruchy ciała) oraz działaniem (będącym następstwem/skutkiem uczucia), a więc nie – całość efektów uczucia, a jedynie CZĘŚĆ tworząca WIZERUNEK. G. Lakoff i M. Johnson (2001, 59) charakteryzują metonimię, pisząc: „Metonimia natomiast pełni głównie funkcję desygnacyjną, co pozwala nam używać pewnego pojęcia tak, aby zastąpiło inne” (tu: frazeologizmu zamiast nazwy uczucia). Nie jest to jedynie mechanizm desygnacyjny, gdyż „umożliwia ona także lepsze porozumiewanie się. Na przykład – dzięki metonimii CZĘŚĆ za CAŁOŚĆ możemy wyróżnić wiele części, które mogą reprezentować całość” (tamże, 59). Sytuacja taka ma miejsce, gdy tworzymy WIZERUNEK TWARZY experiencera i/lub jego CIAŁA z perspektywy obserwatora (brak wówczas odniesień do wewnętrznych doznań experiencera). Na tym polega specyfika WIZERUNKU.

Nasze rozważania rozpoczyna zestaw wrażeń frazeologicznych, które ukazują percepcję zaskoczenia, smutku i radości, strachu na twarzy experiencera. Staje się on podstawą konceptualizacji uczucia w dalszej kolejności (Langacker 2009, 52-53), a tutaj służy WIZERUNKOWI.

WIZERUNEK TWARZY człowieka przeżywającego smutek (metonimie):

- (14) Стиснути а. зціпити а. заціпити вуста
'Ścisnąć mocno wargi, nie mogąc niczego powiedzieć (przy smutku)'
- (15) Налити а. задуті а. сплакані а. аж сині очі
'Obrzękłe а. podsiniałe а. podsinione oczy'
- (16) Очі аж впали
'Zapadłe а. przymknięte oczy'
- (17) Очі повпадали (вглиб)
'Oczy zapadły się а. wpadły komu głęboko'
- (18) Х схлипує, шморгає носом
'X rochliruje а. pociąga nosem'
- (19) Очі аж впали
'zapadłe oczy'
- (20) Х має бліді (побілілі) вуста а. губи
'X ma usta blade а. wargi'

- (21) X губу кривить (скривив) до плачу (пхинькання – про дитину)
‘X skrzywił usta do płaczu a. jak do płaczu’
- (22) Губу надути а. надувати – сердитися
‘X wzdyma usta’
- (23) Губи дрижать, синіють а. посиніли (від плачу)
‘Usta czyjeś bieleją a. bledną a. sinieją od płaczu’
- (24) X стискає а. зціплює губи (з болю чи спересердя)
‘X zaciska a. zacisnął wargi’
- (25) X кусає губи (плачучи), прикушує губи а. язика (замовкнути)
‘X gryzie a. przygryza a. zagryza wargi’
- (26) Борода дрижить а. трясеться
‘Broda trzęsie się komu’
- (27) X стискає а. стиснув зуби (спересердя а. з болю)
‘X zacisnął a. ścisnął szczęki a. zęby’

WIZERUNEK TWARZY człowieka przeżywającego radość (metonimie):

- (28) X сміється, радіє, тішиться, сміється, веселиться
‘X śmieje się a. weseli się a. raduje się’
- (29) X має усміх на лиці а. обличчі (має усміхнене лице а. обличчя)
‘X ma uśmiechnięte usta a. uśmiecha się a. czuje a. odczuwa radość’
- (29) Сльози радості а. зворушення з радості, прояви радості, хвилини а. миті радості
‘Łzy radości, objawy radości a. okrzyki a. oznaki a. uśmiech a. chwile’
- (30) З радістю а. із задоволенням, радісно, весело
‘Z radością a. radośnie’
- (31) X підскакує а. скаче з радості а. на radoщах
‘X podskakuje a. skacze a. podskoczył z radości’
- (32) X показує, виказує, висловлює радість
‘X objawia a. okazuje a. wyraża radość’ (por. Dricz 2014; Kransobajewa-Czorna 2017; Ogar 2016).

Pewna trudność analizy może wynikać z faktu, iż niektóre frazeologizmy mają szerszy zakres i nie odnoszą się tylko do jednego uczucia: *x-owi trzęsie się broda* → z wysokiej temperatury; *do płaczu* а. *ze smutku*, *z radości* (*wyje ze śmiechu*), *ze złości* а. *z oburzenia*, jednakże użyte w określonym kontekście i konsytuacji służą danemu uczuciu. Przy frazeologizmach G. Lakoff (1987/2011, 376-408) podaje zarówno informację o uczuciu, np. *x pienieł się z gniewu* а. *ze złości*, jak i jej nie przytacza explicytnie: *x pienieł się* (tamże, 376).

Jednakże o wiele częściej niż z percepcją danego uczucia we frazeologii metonimia łączy się z metaforyzacją, por. *X ma obwisłe brwi* а. *powieki* wobec: *X ma chmurę na czole*. Takie połączenie metonimii: *twarz ZA experiencera*, *ciało experiencera ZA niego* samego z metaforą zostało rozpoznane przez L. Goosensa

jako zjawisko typowe dla poznania i języka oraz określone za pomocą terminu metaftonimia (Goosens 1990, 323-340). Najczęściej bowiem przy analizie WIZERUNKU *experientera* poprzez charakterystykę jego twarzy, ciała i zachowania w języku spotykamy się z metaftonimią. Metonimia: *x ma obwisłe brwi* a. *powieki* odnosi się do fizjologicznie spostrzegalnej obserwacji *experientera* i jest – w odpowiednim kontekście – jednoznacznie łączona z uczuciem smutku (*obwisłe brwi* nie są wówczas cechą indywidualnej urody człowieka), podczas gdy *x ma chmurę na czole* oddaje podobne doznanie opuszczenia brwi i powiek, ale ma charakter metaforyczny, gdyż na czole mamy skórę, a nie – chmurę.

Metaftonimia zakłada nakładanie się na siebie dwóch procesów kognitywnych, najpierw metonimii (zwykle obserwowalnej), a następnie metafory (interpretacja w poznaniu).

Tytułem przykładu przedstawiamy taki WIZERUNEK dla SMUTKU oraz WIZERUNEK twarzy i zachowania emocjonalnego i RADOŚCI w języku ukraińskim wraz z podaniem odpowiadających im frazeologizmów w języku polskim.

WIZERUNEK TWARZY człowieka przeżywającego smutek (metaftonimie):

- (33) X дере а. вириває а. рве волосся (собі) на голові з болю а. розпачу
'X drze а. rwie sobie włosy na głowie'
- (34) Волосся посивіло (б) кому
'Włosy by komu zbiełały'
- (35) X хмуриється хмуриє чоло
'X chmurzy się а. zachmurza czoło'
- (36) X має понурі а. понуркуваті очі а. лице а. вигляд
'X ma ponure а. przygasłe oczy'
- (37) X має скляні а. порожні очі
'X ma szklane oko а. oczy'
- (38) X-ові мигає(ться) чи темніє а. потемніло, чи двоїться а. троїться в очах
'X-owi się miga а. mąci а. pociemniało а. ściemniało а. troi (mu) się w oczach'
- (39) Мурашки а. комашки перед очима бігають, зорі стали в очах
'Mrocзки а. świece а. świetliczki stają komu w oczach'
- (40) X має а. носить смуток а. біль в очах а. у погляді
'X ma smutek w oczach а. ból'
- (41) X дивиться а. заглянув чомусь (смерті а. біди а. нещастю а. страху а. переляку) в очі.
'X patrzy а. spojrzął а. zjrzał czemu (śmierci, niszczeniu itp. w oczy)'
- (42) Щось зняло а. забрало а. забирає сон
'Coś spędza X-owi sen z oczu'
- (43) X має повішений ніс
'X ma zapadły nos'
- (44) X має зболений вигляд а. вуста
'X ma bolesne usta а. ścięte bólem а. cierpienie'

- (45) Зівв'ялий вигляд
'X ma zwiędłe usta'
- (46) X не може нічого до рота а. вуст взяти
'X nie może nic do ust włożyć'
- (47) Слова застигли на вустах X-а
'Słowa zamarły w czyiś ustach'
- (48) Губи X-а кривляться а. скривилися а. скорчилися до плачу
'Usta x-a drgają a. kurczą a. latają w febrze a. układają się do płaczu'

WIZERUNEK TWARZY i ZACHOWANIA EMOCJONALNEGO człowieka przeżyującego radość (metafonymie):

- (49) X підскакує а. скаче з радості а. на radoщах
'X tańczy z radości'
- (50) X плескає а. плеще у долоні, співає
'X klaszcze w dłonie a. śpiewa'
- (51) Скули звело а. живіт болить від сміху чи зірвати а. надірвати живіт зі сміху
'Broda a brzuch się trzęsie X-owi ze śmiechu'
- (52) X-у розвиднилося а. роз'яснилося (чоло а. на чолі а. на лиці а. в очах)
'X rozjaśnia się a. rozchmurza a. wypogodził czoło'
- (53) має веселі, живі, сяючі очі
'X ma oczy wesole, żywe'
- (54) Це тишить око а. очі X
'To jest miłe dla oka a. oko bawi'
- (55) Щось тишить око а. очі, зір а. погляд притягує/вабить
'Coś cieszy oko a. oczy a. ciągnie a. nęci a. syci a. pociąga a. poruwa a. przyciąga a. rwie a. wabi oczy'
- (56) Щось тишить око а. очі, зір а. погляд притягує а. вабить виглядом чогось або когось
'X syci a. pasie (swoje) oczy czym a. widokiem czego a. czym'
- (57) Разить а. б'є в очі
'Coś uderza oczy'
- (58) X має радість в очах, світить радістю в очах, світиться/іскрить з радості (в очах)
'X ma radość w oczach'
- (59) Очі X всміхаються до когось а. чогось
'Oczy X-a śmieją się do kogo a. czego'
- (60) Усміх сходить на вуста
'Uśmiech spływa na usta a. wybiega na usta'
- (61) Усмішка а. радість не сходить а. не зникає з чийось вуст а. з лица
'Uśmiech (radości) nie schodzi z warg czyichś a. ust'
- (62) X кипить а. пирскає радістю
'X kipi a. tryska radością'

WIZERUNEK może obejmować nie tylko twarz *expericera*, lecz także całą jego postać (doznania i zachowania) i być opisywany poprzez wrażenia (zewnątrzne bądź wewnętrzne – trudniej dostrzegalne) obserwatora. Tytułem przykładu rozpatrzmy metaftonimie frazeologiczne ZASKOCZENIA w języku ukraińskim, które taki obraz przynoszą (por. psychologia postaci, Gestalttheorie).

WIZERUNEK POSTACI człowieka przeżywającego zaskoczenie (metaftonimie):

- (63) Вилупити а. вилуплювати очі, витріщати а. витріщити очі
'wybałusza a. wytrzeszcza oczy'
- (64) Вирячати а. вирячити очі, Х вирячає очі
'X mruga oczyma'
- (65) Стоїть з широко відкритими очима
'Zostaję z szeroko otwartymi oczami'
- (66) Очі вискакують а. Очі вискакують з орбіт
'Oczy mu wyskakują'
- (67) Не вірить власним а. своїм вухам
'Nie wierzy swoim uszom'
- (68) Широко відкривши рот
'Otwiera szeroko usta'
- (69) Разинув рот а. Пересохло в роті
'Zaschło mu w ustach, zaschły mu usta'
- (70) Стоїть з відкритим а. роззявленим ротом
'Stoi z otwartymi a. rozdziawionymi ustami'
- (71) Відкрив рот зі здивування
'Otworzyłem usta z zaskoczenia'
- (72) Онімів від здивування
'Oniemiałem z zaskoczenia'
- (73) Ковтнув язик
'Połknął język, zatkało go'
- (74) Щелепа впала
'Szczęka mu opadła'

Całościowo prezentację WIZERUNKU *expericera* można przedstawić w następujący sposób, np. na materiale STRACHU (Maia 1998):

I. ZMIANA WYRAZU TWARZY: MASKA STRACHU

A. Fizjonomia twarzy – mimika:

- (75) Х потемніло в очах
'X-owi robi się ciemno, a. czarno przed oczyma'
- (76) Х має страх/переляк о очах
'X ma strach w oczach, a. przerażenie'
- (77) Х вирячає/вирячив, витріщив, вилупив очі
'X wybałusza, a. wytrzeszcza, a. szeroko otwiera oczy'

- (78) волосся стає дїба/дїбки
'włosy stają dęba komu'
- (79) аж волосся стає дїба/дїбки
'aż włosy stają komu na głowie'
- (80) X повісив/опустив вуха.
'X spuścił, a. zwiesił uszy'
- (81) X повісив/опустив носа
'X spuścił a. zwiesił nos'
- (82) Кров накрила кому лице, облила кому серце, хвиля/прилив наливає серце
'Krew, a. fala krwi napływa (komu) a. ściekła, a. uciekła, a. zbiegła do serca'
- (83) Волосся (когось/комусь) стало дїбки (дїбом стало) на голові
'Włos a. włosy jeżą się a. stają dęba na głowie'

B. Niespotykane reakcje głosowe i sposoby mówienia:

- (84) X як заткнуло
'X zatkało'
- (85) X не може дати (подати) голосу (звуку) з себе
'X nie może dobyć a. wydobyć głosu a. głosu z siebie a. dźwięku a. z piersi a. z gardła'
- (86) щось хапає (вхопило) X за горло
'coś, np. strach, chwytą X za gardło'
- (87) X онімів, отетерів зі страху
'X oniemiał a. ściępnął ze strachu'
- (88) X навіть рота зі страху не сміє відкрити (роззявити)
'X nie śmie ust otworzyć ze strachu'
- (89) X пересохло горло/в горлі
'X-owi zascho w ustach a. w gardle ze strachu'
- (90) Душить (клубок стоїть) в X у голі
'X dusi się a. ma dławienie w gardle'
- (91) X пересохло в горлі зі страху (переляку)
'X-owi zasycha a. zaschło w gardle ze strachu a. w buzi (ze strachu)'
- (92) Аж дух X заперло/сперло зі страху
'X-owi zapiera dech ze strachu'
- (93) X не сміє навіть рота відкрити
'X nie śmie otworzyć ust'
- (94) У горлі/в роті X пересохло зі страху (з переляку)
'X-owi zaschło w ustach ze strachu'
- (95) X забув язика у роті, X ковтнув язика, наприклад, зі страху
'X zapomniał języka w buzi a. ustach a. gębie, np. ze strachu'
- (96) X зацокотів зубами
'X szczęka zębami'
- (97) зуб на зуб (кого) скаче
'zab o zab komu dzwoni'

C. Zmiana koloru skóry:

- (98) X збліднів зі страху
'X zbladł ze strachu'
- (99) X збілів зі страху
'X pobladł ze strachu'
- (100) X блідий, як стіна, як полотно, як хутка, як крейда, як вапно
'X jast blady jak ściana a. płachta a. płótno a. papier a. chusta a. kreda'
- (101) X білий на лиці
'X jest blady na twarzy'
- (102) Бліді вуста
'Blade usta'
- (103) X посірів
'X poszarzał'

D. Obniżenie temperatury i potliwość:

- (104) X відчував (мав) росу холодного поту на лобі
'X czuł kropelki zimnego potu na czole'
- (105) Холодний піт, роса/краплі холодного поту виступили/вийшли на лоб/чоло
'zimny pot a. krople potu występują, a. wystąpiły na czoło'
- (106) Сьомий піт, сьомі поти б'ють/виступили/вкрили
'siódmy pot, a. siódme poty'

II. ZAKŁÓCENIA PŁYNNOŚCI RUCHU, DODATKOWE RUCHY CIAŁA, RAŃK I NÓG:

- (107) руки X дрижать (трусяться)
'X-owi drżą a. trzęsą się ręce'
- (108) Клубок став у голі
'Serce komu podchodzi do gardła'
- (109) дремував (кинувся) на втьюки зі страху (з переляку)
'X rzuca się ze strachu a. ze strachu do ucieczki'
- (110) ноги X дрижать (трусяться), вгинаються в колінах
'X-owi drżą a. trzęsą się nogi a. kolana'
- (111) ноги X вгинаються
'nogi pod X-em trzęsą się a. załamują'
- (112) X весь труситься (дрижить) зі страху (з переляку)
'X cały się trzęsie ze strachu a. drży'
- (113) серце X б'є швидше, сильніше, як молотом,
'X-owi serce biło a. bije mocniej, jak wali młotem'
- (114) серце X аж вискакує з грудей
'X-owi serce bije jak oszalałe'

III. ZACHOWANIE EMOCJONALNE:

A. Ucieczka paniczna experiencera:

- (115) дременуv (кинувся) на втьоки зі страху (з переляку)
 'X rzuca się ze strachu a. ze strachu do ucieczki'
- (116) X сходить, зійшов, утік (комусь) з очей, утік з (чийх?) очей
 'X schodzi a. szedł a. ucieka a. zmyka komu z oczu'
- (117) X пустився, дався, дременуv на втьоки
 'X rzuca się do ucieczki'
- (118) X втікає щосили, щодуху
 'X ucieka co sił'
- (119) X біжить, побіг, дременуv щосили, щодуху
 'X biegnie a. ucieka, ile tchu starczy'
- (120) X взяв ноги в руки
 'X daje nogi za pas'

B. Zastygnięcie, porażenie i zamarcie experiencera:

- (121) X скорчився наполовину
 'X zwinął się w pół'
- (122) ноги X вгинаються
 'Pod X-em ugięły się nogi'
- (123) X стоїть (став) на тремтячих ногах
 'X stoi a. stał na drżących nogach'
- (124) Коліна X задрижали
 'kolana X się zatrzymały'
- (125) X ноги, як вкопані
 'X nogi wrosły w ziemię'
- (126) X аж присів з остраху (зі страху, з переляку)
 'X przysiadł (za strachu)'
- (127) X сидить тихо, ану мурне (ані муркоче)
 'X siedzi cicho, ani miauknie'
- (128) X сидить тихо, причаївся зі страху
 'X siedzi cicho jak mysz pod miotłą'
- (129) X не дихає (ані дихне) зі страху
 'X nie oddycha ze strachu'
- (130) X не рухається зі страху
 'X nie może poruszyć nogami ze strachu'
- (131) ноги X (як, ніби) вросли у землю;
 'X nogi wrosły w ziemię'
- (132) X став/стоїть, як укопаний, як вкопаний
 'X stoi jak wkorany w ziemię'
- (133) X (як,наче) завмер
 'X znieruchomiał'

- (134) серце X (як, наче, ніби) завмерло, стало в грудях
'X serce zamarło w piersi'
(135) X (як, наче) завмер/застиг
'X zamarł'

* * *

Konieczność przybliżania i osławiania uczuć poprzez odczytywanie ich fizjologicznego WIZERUNKU jest, z jednej strony, ludzką potrzebą stworzenia mentalnych wyobrażeń (obrazowania uczuć), a z drugiej – podstawą konwencjonalnego, utrwalonego we frazeologii sposobu mówienia o nim. Analiza użyteczności frazeologizmów przekonała nas, że mogą one służyć trzem celom: 1) prezentacji językowego obrazu świata (jak mówimy o uczuciach), 2) konceptualizacji (rozumienie uczucia w poznaniu i języku) oraz 3) wizerunkowi (opis postaci experiencera). „Mentalne ciało” jako odczuwające i rozumiejące stanowi sposób komunikacji przeżyć, ale zarazem przywołuje werbalne strategie komunikacyjne na poziomie interpersonalnym.

Bibliografia

- BARTMIŃSKI, J. (2012), *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin, etc.
- BLOOM, F. (2013), *Fundamentals of Neuroscience*. In: Squire, L. et al. (ed.), *Fundamental Neuroscience*. Amsterdam, 3-15.
- DARWIN, K. (1988), *O wyrazie uczuć u człowieka i zwierząt*. Warszawa, etc.
- DĄBROWSKI, A. (2014), *Czym są emocje? Prezentacja wieloskładnikowej teorii emocji*. W: *Analiza i Egzystencja*. 27, 123-146.
- DRICZ, J. S. [Дріч, Ю. С.] (2014), *Номінативне поле концепту 'радість'/'печаль' в українській мові: етимолого-культурологічний аспект*. В: *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 11, 22-26.
- DOLIŃSKI, D. (2016), *Powstawanie emocji – interakcja mechanizmów biologicznych, psychologicznych i społecznych*. W: Strelau, J./Doliński, D. (red.), *Psychologia akademicka*, 1. Gdańsk, 512-554.
- DUNAJ, B. (1996), *Słownik współczesnego języka polskiego*. Warszawa, etc.
- GOLEMAN, D. (1997), *Inteligencja emocjonalna*. Poznań, etc.
- GOOSSENS, L. (1990), *Metaphonymy: the Interaction of Metaphor and Metonymy in Expressions for Linguistic Action*. In: *Cognitive Linguistics*. 1-3, 323-340.
- JASIELSKA, A. (2013), *Charakterystyka i konsekwencje potocznego rozumienia emocji*. Poznań, etc.
- JOHNSON, M. (1987), *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago etc.
- JOHNSON-LAIRD, P./OATLEY, K. (1989), *The Language of Emotions: an Analysis of a Semantic Field*. In: *Cognition and Emotion*. 3, 81-123.
- KACZMAREK, H. (2018), *Konzeptualisierungsmuster des Ärger – Feldes an der Schnittstelle zwischen Kognition und Versprachlichung*. Hamburg, etc.
- KIKLEWICZ, A. (2005), *Die Versprachlichung des Konzeptes „Angst“ – Konzeptualisierung ist doch mental, nicht sprachlich, oder?* In: Kotin, M. L. et al. (Hrsg.), *Das Deutsche als Forschungsobjekt und als Studienfach. Synchronie – Diachronie – Sprachkontakt – Glottodidaktik*. Frankfurt am Main, etc., 183-189.

- KIKLEWICZ, A. (2005), Semantyka i metaforyczna konceptualizacja strachu w języku polskim, rosyjskim i niemieckim. W: *Slavia Orientalis*. LIV/2, 283-308.
- KNUUTTILA, S. (2004), *Emotions in Ancient and Medieval Philosophy*. Oxford, etc.
- KÖVECSES, Z. (1995), Anger: Its Language, Conceptualization, and Physiology in the Light of Cross-Cultural Evidence. In: Taylor, J. R./Mac-Laury, R. E. (eds), *Language and Cognitive Construal of the World*. Berlin/New York, 181-196.
- KÖVECSES, Z. (2000), Metaphor and emotion: language, culture, and body in human feeling. Cambridge, etc.
- KRASNOBAJEWA-CZORNA, Ż. [Краснобаєва-Чорна, Ж.] (2017), Прагматика страху в українській фраземіці. In: *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 5, 101-108.
- LAKOFF, G. (1987/2011), *Women, Fire and Dangerous Things*. Chicago, etc.
- LAKOFF, G./JOHNSON, M. (2001), *Metafory w naszym życiu*. Warszawa, etc.
- LANGACKER, R. (2009), *Gramatyka kognitywna. Wprowadzenie*. Kraków, etc.
- LEWICKI, A. M./PAJDZIŃSKA, A. (1993), *Frazeologia*. W: *Współczesny język polski*. Wrocław/Warszawa, 307-326.
- LOWEN, A. (1991), *Duchowość ciała*. Warszawa, etc.
- LOWEN, A. (1992), *Język ciała*. Warszawa, etc.
- MAIA, B. (1998), The language of Emotions – „Metaphors”, „Scenarios” or „Metalanguage”? In: Lewandowska-Tomaszczyk, B. (ed.), *Lexical Semantics, Cognition and Philosophy*. Łódź, 203-218.
- MIKOŁAJCZUK, A. (2009), *Obraz radości we współczesnej polszczyźnie*. Warszawa, etc.
- MLYNARSKA-JURCZUK, A. (2016), Wstyd jako emocja ucieleśniona – twarz, ciało i role płciowe w procesie społecznej konstrukcji wstydu. W: *Dyskurs młodych andragogów*. Zielona Góra, 357-369.
- NOWAKOWSKA-KEMPNA, I. (1995), *Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Prolegomena*. Warszawa, etc.
- NOWAKOWSKA-KEMPNA, I. (2000), *Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Cz. II*. Warszawa, etc.
- ORTONY, A./CLORE, G. L. (1989), Emotions, Moods and Conscious Awareness. In: *Cognition and Emotion*. 3 (2), 125-137.
- OGAR, A. O. [Огар, А. О.] (2017), Ключові концепти українського дискурсу (концепти душа, серце, розум, доля, мати, любов/кохання, свобода). In: *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: Філологія. 40, 91-98.
- PAJDZIŃSKA, A. (1991), Jak mówimy o uczuciach? Poprzez analizę frazeologizmów do językowego obrazu świata. W: Bartmiński, J. (red.), *Językowy obraz świata*. Lublin, 87-109.
- RIBOT, T. A. (1912), *Z zagadnień psychologii uczuć*. Lwów, etc.
- RUSSELL, B. (1995), *Problemy filozofii*. Warszawa, etc.
- SŁOWNIK (2011), *Словник фразеологічних термінів сучасної української мови*. Т. I-II. Kiev, etc.
- SZPIETROWSKA, M. E./MISZTAŁ, H (2002), Neuropsychologiczny opis zaburzeń emocjonalnych w polskim piśmiennictwie klinicznym. W: *Neuropsychologia emocji*. Lublin, 81-102.
- TOKARSKI, R. (1999), Przeszłość i współczesność w językowym obrazie świata. W: Pajdzińska, A./Krzyżanowski, P. (red.), *Przeszłość w językowym obrazie świata*. Lublin, 9-23.
- WIERZBIĆKA, A. (1971), *Kocha, lubi, szanuje. Medytacje semantyczne*. Warszawa, etc.
- WIERZBIĆKA, A. (1995), Emotion and Facial Expression: A Semantic Perspective. W: *Culture and Psychology*. 1, 227-258.
- WIERZBIĆKA, A. (1999), *Język – umysł – kultura*. Warszawa.
- WITTGENSTEIN, L. (1953/1972), *Dociekania filozoficzne*. Warszawa, etc.
- ZAGRODZKA, J. (2011), Neurofizjologiczne mechanizmy zachowania emocjonalnego. W: Górska, T./Grabowska, A./Zagrodzka, J. (red.), *Mózg a zachowanie*. Warszawa, 359-378.

MAGDALENA STECIĄG

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6360-2987>

University of Zielona Góra

LINGUA RECEPTIVA IN EUROPE: THE MAP AND THE TERRITORY¹

KEY WORDS: receptive multilingualism, mutual intelligibility, *lingua receptiva*, language constellation, European language families

ABSTRACT: As a result of complex and closely-related social, political, economic and technological processes, significant changes are now occurring in the European language situation. While these processes foster participation in the transnational communication community, they also reinforce the linguistic identity, based on their distinction. In view of these contradictory but non-exclusive trends, one should consider the multilingual systems that would better reflect the dynamics of real changes. For this purpose, the concept of *lingua receptiva* will be presented. Geographical and cultural perspectives are taken into account in this paper. Emphasis is on the space of discursive interculturalism, in which contacts in more or less fixed language constellations constantly take place. Its allocation on the political map of the European continent is not performative, but based on the literature. However, it does illustrate the challenges for the future of European receptive multilingualism.

1. Introduction

The situation of languages on the European continent is being largely influenced by such processes as globalism, migrations and the increased mobility of inhabitants from various regions of the world that favour participation in the community of transnational communications. In this context, universal access to modern technologies that reduce spatial barriers in communication between people is significant. The linguistic landscape of Europe continues to change not only due to general economic and social trends; it is also significantly impacted by the political integration practices within the framework of the European Union. This is particularly visible among the new Member States from Central and Eastern Europe where the presence of western economic, aesthetic, ethical, etc. culture is intensified and reflected within the hierarchy of languages in the public realm.

¹ The article has been prepared within the framework of a research project “*Lingua receptiva* or *lingua franca*? The linguistic practices in the borderland area between Poland and the Czech Republic in the face of English language domination (ecolinguistic approach)” financed by National Science Centre, Poland (agreement no. 2017/26/E/HS2/00039).

On the other hand, both the EU language policy that respects linguistic human rights and promotes the multilingualism of Europe and an increasing number of separatist aspirations among individual countries and regions today indicate the transition toward an increasing concern regarding native language resources and maintaining linguistic identity in the presence of the ubiquitous global language of today's mediated communication environment.

In the face of these contradictory trends that simultaneously affect the situation of languages in Europe, one should consider the bilingual and multilingual systems that would better reflect the dynamics of real changes. For this purpose, the concept of *lingua receptiva* will be elaborated, i.e. receptive multilingual communication based on the (related) languages of its participants, both in terms of presentability (in relation to the real multilingual practices) and configuration (in relation to other categories within the set of concepts as a part of the research discipline). This observation takes into account the geographical and cultural perspective. Europe is treated as a multidimensional cultural construct gaining its importance on the basis of the contrast with 'others', structurally fragmented centre of modernity, development and progress. Its borders change not only together with the expansion of the European Union, but also depending on the position, from which they are defined. This 'fractal' geography of the continent – as S. Gal (2006, 25) puts it – constantly projects linguistic inclusions and exclusions depending on the point of view and placement in the context of social interaction within all states of the continent. In view of the current objective of the paper, the author intends to emphasize (or – similarly to the metaphor of 'fractals' – 'calibrate') the space of 'discursive interculture' (Beerkens 2010, 34), i.e. the common communication space based on established multilingual practices elaborated through years of experience.

Although *lingua receptiva* (abbreviated LaRa) as communication mode is not a European specialty (similar asymmetric inter-language practices can be observed throughout the world), the choice of the territory seems obvious as studies carried out in the perspective that elaborates especially on the receptive component are most advanced for the language families of the European continent; primarily for Scandinavian and Romance, and recently also Slavic languages. The reconstruction of these constellations on the map of Europe is based on the literature and is not performative; as a part of cultural analytics it is a way of organizing or visualizing data in the form of a map interface.

2. *Lingua receptiva* on the map of Europe

As indicated by H. Riionheimo, A. Kaivapalu and H.-I. Härmävaara (2017, 117-121), the research on receptive multilingualism (abbreviated: RM) as a separate domain, developed in the first decade of the 21st century, but a number of acclaimed

predecessors from the preceding century had contributed to their emergence. In the second decade, the scope of research expanded and now under the umbrella of receptive multilingualism several different issues are included: intercomprehension or mutual intelligibility of related languages, inter- or trans-linguistic similarities, pragmatics of receptive interactions in different language constellations, areas and communication situations, linguistic stereotypes and attitudes of users and language policy in relation to the practice of receptive multilingualism. Its scope goes far beyond the passive knowledge of the language or methods of foreign language teaching since it refers to multilingual communication strategies that usually are not paid attention to in language pedagogy. As a communication phenomenon that occurs especially in borderlands of different states of more or less similar national languages, it is usually based on the historical tradition, geographical proximity and long-term neighbourly relations, in the course of which receptive competence is developed – that is considered obvious and thus often elusive even for the participants of multilingual communication themselves.

The term often used interchangeably with receptive multilingualism is *lingua receptiva*, formed in analogy to the widespread concept of *lingua franca* and defined as “the ensemble of those linguistic, mental, interactional as well as intercultural competences which are creatively activated when listeners are receiving linguistic actions in their ‘passive’ language or variety” (Rehbein/ten Thije/Verschik 2011, 249). LaRa works on the same level of relations as the contemporary *lingua franca* (English as *lingua franca*, abbreviated: ELF). Both involve similar communication goals – achieving understanding in the multicultural setting, the participants of which use the linguistic resources and communication strategies allowing mutual understanding in the situation; when their ethnolinguistic resources differ. The assumptions, however, are different in both cases: whereas ELF assumes general knowledge of common linguistic resources as a starting point leading to the differences in understanding and using different linguistic forms, LaRa assumes a diversified set of linguistic resources and a resulting effort is aimed at recognizing common forms and meanings in order to achieve understanding (Hülmbauer 2014, 274).

The research on receptive multilingualism conducted on the European continent is multi-layered and quite dispersed. The measurements of mutual intelligibility of closely-related languages are most structured and regionally extensive. Both, methodology based on the American inter-comprehension tests (Taylor 1953), and the manner of developing the acquired material and the range of verifiable relationships were clarified in the last decade in the process undertaken at several intervals of research on multilingual receptive communication among the inhabitants of Scandinavia (Gooskens 2006; Kürschner/Gooskens/van Bezooijen 2008; Gooskens et al. 2010; Schüppert 2011; Gooskens/van Bezooijen/van Heuven 2015). At present the MICReLa project includes 16 languages (Gooskens et al. 2017); uniform methods

of testing the level of intelligibility of spoken texts were developed within related languages using an Internet application, and studies are carried out on a large scale. In 2017, the results of cloze tests were published for selected pairs out of three largest language families in Europe: Germanic (Danish, Dutch, English, German, Swedish), Romance (French, Italian, Portuguese, Romanian, Spanish) and Slavic (Bulgarian, Croatian, Czech, Polish, Slovak and Slovenian). In the following table (Table 1.) they were presented in a simplified manner, i.e. without distinction on the basis of so-called acquired and inherited intelligibility (better results were taken into account – with few exceptions, it pertained to acquired intelligibility).

Since asymmetry is a permanent property of LaRa, the sequence in the investigated language pairs was determined by the degree of intelligibility, i.e. in each line, first, this language appears, whose users better understand the language that follows and remains the same in the configuration. In subsequent lines within individual groups, language pairs were recorded in which the degree of intelligibility is increasingly lower only reaching 10% in recent configurations. The range of asymmetry was calculated by subtracting the percentage value of the intelligibility in a given pair. It provides information on the degree of reciprocity with regard to intelligibility in accordance with emerging relationships: the higher the range of the asymmetry, the greater the dominance of the second language in a pair, the lower the range of asymmetry, the higher the reciprocity of intelligibility of languages in receptive communication.

It is worth noting that the asymmetry in intelligibility of languages in individual groups is very diverse: from very high among Germanic languages (especially in configurations with English – above 80%) to a very low level among Slavic languages. In the West Slavic group (Slovak – Czech – Polish) asymmetries for individual pairs refer to a few percent and mutual intelligibility is high (Slovak – Czech) or average (Slovak – Polish and Czech – Polish). Languages in this configuration do not subside in terms of semi-communicative potential of the Scandinavian languages.

Taking into account the percentage results presented in the table, it is possible to create an interface in the form of a map of mutual intelligibility of European languages. It covered the configurations where intelligibility is not lower than 35% (the approximate limit of LaRa effectiveness); the degree of reciprocity was marked by placing arrows in two directions, in the case of high dominance by one of the languages (above 35% asymmetry span) only one arrow in the direction corresponding to the specificity of configuration was placed.

This map (Fig. 1.), enabling an insight into receptive multilingualism ‘from the aerial view’ is certainly not complete; it covers only the configurations that have been examined so far. However, the MICReLa project has a potential for growth and one can reasonably hope that in the coming years, the map will be supplemented with subsequent pairs of related languages. The most general picture that emerges is a clear predominance of non-symmetric communication

Table 1. Degree of mutual intelligibility of closely-related languages according to Ch. Gooskens et al. (2017)

Language pair	The degree of intelligibility	The range of asymmetry
Germanic group		
Dutch – English	93% – 10%	83%
Danish – English	92% – 8%	84%
Swedish – English	90% – 9%	81%
German – English	86% – 28%	58%
Dutch – German	75% – 13%	62%
Swedish – Danish	62% – 57%	5%
Danish – German	48% – 17%	31%
Swedish – German	37% – 10%	27%
Danish – Dutch	12% – 10%	2%
Swedish – Dutch	12% – 10%	2%
Romance group		
Portuguese– Spanish	68% – 38%	30%
Italian – Spanish	65% – 47%	18%
Romanian – Italian	58% – 10%	48%
Romanian – Spanish	54% – 13%	41%
Portuguese – Italian	49% – 33%	26%
Romanian – French	38% – 11%	27%
Italian – French	46% – 24%	22%
Portuguese – French	33% – 23%	10%
French – Spanish	31% – 29%	2%
Romanian – Portuguese	22% – 14%	8%
Slavic group		
Slovak – Czech	94% – 92%	2%
Slovenian – Croatian	79% – 43%	36%
Slovak – Polish	50% – 41%	9%
Czech – Polish	35% – 27%	8%
Bulgarian – Croatian	29% – 19%	10%
Slovak – Croatian	26% – 22%	4%
Bulgarian – Slovenian	20% – 18%	2%
Czech – Croatian	19% – 18%	1%
Slovenian – Slovak	18% – 15%	3%
Slovenian – Czech	18% – 16%	2%
Bulgarian – Slovak	15% – 10%	5%
Polish – Croatian	14% – 9%	5%
Polish – Bulgarian	13% – 6%	7%
Czech – Bulgarian	12% – 10%	2%

on the European continent, especially in the Germanic family and, to a somewhat lesser extent, in the Romance family. In turn, the high symmetry characteristic of the Slavic world is not correlated with the degree of intelligibility. As shown in the map, no asymmetry ensures mutual intelligibility only in the case of languages that are closely-related and functioning in the space of interculturality.



Fig. 1. Map of mutual intelligibility of (selected) European languages

A completely different picture emerges from the observation of a bottom-up approach, i.e. the research focused on the problems of LaRa pragmatics embedded in specific social situations and in a particular territory. It should be mentioned that historically the idea of LaRa as such, derives essentially from the Baltic Sea Basin, where in the Middle Ages along with Hanseatic League prosperity, a model of communication between people speaking different languages was developed. Therefore, merchants who were members of the League used the related languages (on the one hand, the Scandinavian ones – Danish, Swedish, Norwegian, on the other hand – Lower and Upper Saxon). In accordance with K. Braunmüller's (2007, 25-47) characteristics, it was a mode used primarily in verbal communication in informal situations, where mutual willingness to understand each other is important and the emphasis is placed on the effectiveness of the exchange of information, on the understanding of the content, without an intent to learn any foreign language. In such 'communication at any price', grammatical rules and language standards are pushed down the list of priorities, whereas the role of pragmatic, situational and contextual factors increases. The largest number of studies on LaRa in Europe is concentrated in this

area. They have different objectives: apart from the analyses regarding purely the course of receptive communication, also interesting methodological proposals and theoretical solutions can be observed.

It should be noted that in the field research, a different approach applies than in the analyses relating to mutual intelligibility of languages. The pragmatics of receptive multilingualism is viewed not so much as ‘languages in use’, i.e. update of different abstract systems, but more as language practices implemented by multilingual interlocutors in frequent conversations, based both on their own experience and socially developed conventions or standards of communications that prefigure specific verbal behaviour and develop scenarios of communication events. This reveals the diverse conditions of LaRa:

- civilizational and historical ones that determine the preferences changing in time in more or less stable language constellations and increasing participation of *lingua franca* in multilingual communication (Braunmüller 2013; 2007; Rindler-Schjerve 2007);

- social conditions, including in particular the sources of asymmetry in stable constellations, linguistic attitudes and stereotypes, the economic or cultural distance, and the impact of the current geopolitical situation on the openness in undertaking multilingual receptive practices (Schüppert/Hilton/Gooskens 2015; Beerkens 2010; Hlavac 2014);

- situational conditions, e.g. in families (Herkenrath 2012), at workplace (Lüdi 2013; Ribbert /ten Thije 2007), in the media (Sloboda/Nábělková 2013), in institutional communication (Berthele/Wittlin 2013) and in brief contacts, e.g. when shopping or using services (especially in border areas – Beerkens 2010), and also in school education (Lambelet/Mauron 2017) and as part of international student exchange (Blees/Mak/ten Thije 2014);

- discursive conditions, covering varied competence of the participants of interactions and the manner of their use in LaRa on several levels of communication, for example when objectives of the conversation, cognitive orientation in time and space, a manner of linguistic expression are defined (Bahtina-Jantsikene 2013b). Their core, however, is in the observation of interactive strategies of the interlocutors aiming at achieving understanding: the changes in transmitting/receiving roles, the level of engagement in the interaction, the verbal and non-verbal character of action and reaction, etc. as well as realization of conversational-discursive mechanisms characteristic of LaRa, such as repetitions and echo effects, reformulations and paraphrases, cognitive prophylactic reformulation – avoiding words and phrases that could be unclear for the interlocutor (idiomatic expressions) or misleading (false friends), flagged-term strategy – intended use of keywords (not in a statistical but a pragmatic sense) in speaking, and, possibly tag-switching and code-switching.

As the definition of LaRa evolves toward greater openness, eliminating the condition of genetic relationship of languages in receptive communication,

the researchers focus more and more on language configurations with ambiguous potential of mutual intelligibility – sometimes rather unusual, e.g. Turkish – German (Herkenrath 2012) or Greek – German (Androutopoulos 2015), Finnish – Russian (Verschik 2012) or Estonian – Russian (Bahtina-Jantsikene/Backus 2016). It can be observed that the new language constellations are appearing on the map of LaRa practices in Europe and due to integration and migration processes, more language contacts are being established in the framework of receptive multilingualism especially between the North and the South of the continent. Additionally, the research within the LaRa field is not so structured as in the case of mutual intelligibility analyses of related languages; various problems of multilingualism are addressed in them as well.

It is worth noting that interest in receptive multilingualism in Europe has increased especially after the European Commission presented a report which takes into account a new insight into the European multilingualism (European Commission 2008), going on to recommend research in the area of interlingual communication, identification of communication strategies and receptive competence that enable inter-comprehension, when interlocutors speak different languages without mutually knowing them. It has led to the dissemination of the concept of LaRa. The territorial map of communication with its usage is therefore, similarly to the former one, incomplete; those places in Europe where receptive multilingualism is not only practised, but became subject to linguistic study were marked (Fig. 2).

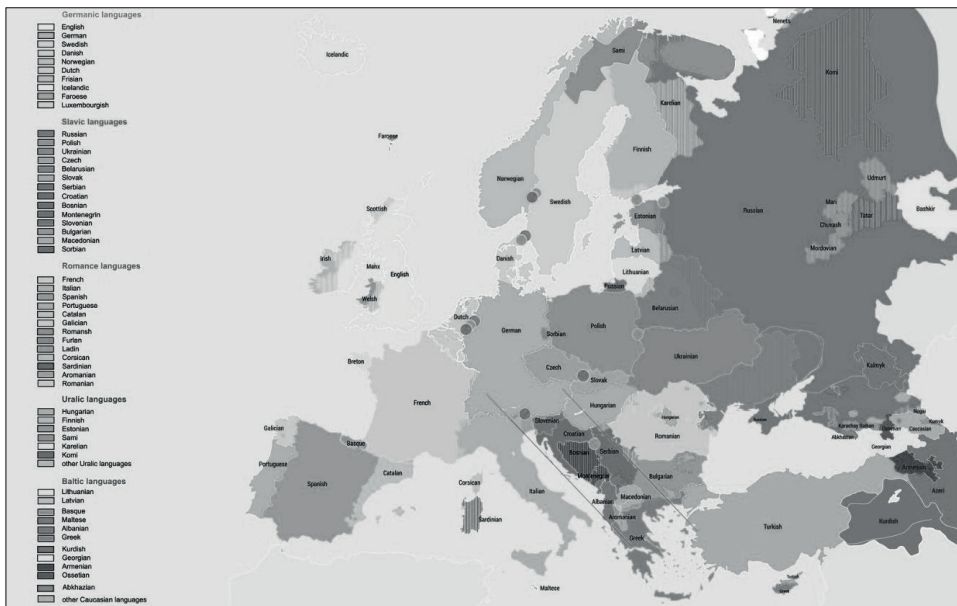


Fig. 2. Map of LaRa practices and research in Europe

3. Conclusions and further implications

LaRa lies in the centre of the idea of receptive multilingualism. The core of its addressor-addressee form is based on the fact that the participants of communication exchange roles in the course of the receptive multilingual discourse, speaking alternately in one language (addressor's role) and understanding in a different one (addressee's role). The reception of speech acts in this discourse is a process based on several stages of understanding during which the recipient 'soaks' the language of the addressor (Rehbein/ten Thije/Verschik 2011, 250). An overview of the achievements in the field of research on receptive multilingualism in Europe from two, i.e. aerial view and bottom-up perspectives suggests that depending on the adopted perspective, the map of *lingua receptiva* may look quite different. However, the dissemination of the idea on the European continent is confirmed.

Additionally, researchers point out, that as a communication mode LaRa has many advantages: it supports efforts to understand other cultures by extending their common platform of communication and improving social cohesion. It breaks down the barriers between nations, thus ensuring the choice of languages on the basis of equality and tolerance, without oppression or linguistic imperialism. Also, it corresponds to many official declarations of language policy and guidelines regarding foreign language teaching.

On the other hand, LaRa seems to be an 'endangered' communication mode on the European continent. Although still practised in the border areas of different countries (where languages are similar and mutual prejudices and national antagonisms are eliminated), in informal settings and in a minor degree at institutional level in such specific domains as healthcare, [LaRa] is not widely accepted nor actively supported. To maintain the image of an educated person, the use of standard languages is required and not those referred to ad hoc during spontaneous interlingual interactions (Braunmüller 2013, 218-219). Therefore, LaRa works more effectively in unofficial situations; in areas such as science, politics and business there is a tendency to seek a high standard in the 'English only' mode.

The main language ideologies rooted deeply in the European history, i.e. monolingualism and standardization, are still influential today, although one can notice that even if the ideological linkage between speakers' identity and the first language remains strong, the deterritorialization of language practices weakens their connections to the state and nation. To capture this ongoing dominance of monolingualism as well as the incipient moves to overcome it the term 'postmonolingual condition' is introduced by Y. Yildiz, with the additional explanation that the prefix 'post' has an evidently temporal dimension: "[I]t signifies the period since the emergence of monolingualism as dominant paradigm, which first occurred in late eighteenth-century Europe. Such historized understanding underscores the radical difference between multilingualism before and after the

monolingual paradigm” (Yildiz 2012, 4). However, the research shows that such ideological factors, i.e. conscious or not conscious metalinguistic assumptions, different cultural presuppositions, stereotypical beliefs etc. should not be ignored as determinants which can enhance or weaken or even block mutual understanding in language constellations that are burdened by negative attitudes (Bahtina-Jantsikene 2013a, 21). From the linguistic point of view, receptive multilingualism is therefore possible, but only if it is practised without prejudices.

Some limitation of the development occurs to be also the lack of awareness of its existence (as a mode of interlinguistic communication) and experience in receptive multilingual practices. Outside Scandinavia, where it functions as the subject of not only academic, but also public debate, it is not really high on the agenda. This is clearly pictured in comparison with the lively discussion on the role of English as a *lingua franca* (Beerens 2010, 5). On the other hand, treating of linguistic diversity on the continent as the civilisational wealth of Europe and the growing resistance to use ELF as the only means of communication at the supranational level or more tangibly – the challenges related to the expansion of new cultures and migration of people with extremely varied ethnolinguistic background – lead to seeking more open forms of multilingual communication.

References

- ANDROUTSOPOULOS, J. (2015), Networked multilingualism: Some language practices on Facebook and their implications. In: *International Journal of Bilingualism*. 19 (2), 185-205.
- BAHTINA, D./TEN THIJE, J. D./WIJNEN, F. (2013), Combining cognitive and interactive approaches to lingua receptiva. In: *International Journal of Multilingualism*. 10 (2), 159-180.
- BAHTINA-JANTSIKENE, D./BACKUS, A. (2016), Limited common ground, unlimited communicative success: An experimental study into Lingua Receptiva using Estonian and Russian. In: *Philologia Estonica Tallinnensis*. 1, 17-36.
- BAHTINA-JANTSIKENE, D. (2013a), *Mind Your Languages: Lingua Receptiva in Estonian-Russian Communication*. Utrecht.
- BAHTINA-JANTSIKENE, D. (2013b), Alignment in lingua receptiva: From automaticity towards monitored codeswitching. In: *ESUKA – JEFUL*. 4 (2), 51-77.
- BEERKENS, R. (2010), *Receptive Multilingualism as a Language Mode in the Dutch-German Border Area*. Münster.
- BERTHELE, R./WITTLIN, G. (2013), Receptive multilingualism in the Swiss Army. In: *International Journal of Multilingualism*. 10 (2), 181-195.
- BLEES, G. J./MAK, W.M./TEN THIJE, J. D. (2014), English as a lingua franca versus lingua receptiva in problem-solving conversations between Dutch and German students. In: *Applied Linguistics Review*. 5 (1), 173-193.
- BRAUNMÜLLER, K. (2007), Receptive multilingualism in Northern Europe in the Middle Ages: A description of a scenario. In: Zeevaert, L./ten Thije, J. D. (eds), *Receptive Multilingualism. Linguistic Analyses, Language Policies and Didactic Concepts*. Amsterdam, 25-47.
- BRAUNMÜLLER, K. (2013), Communication based on receptive multilingualism: advantages and disadvantages. In: *International Journal of Multilingualism*. 10 (2), 214-223.
- European Commission (2008), *Final Report High Level Group on Multilingualism*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. In: <http://bookshop.europa.eu/en/high-level-group-onmultilingualism-pbNC7807451> [access 29 VI 2018].

- GAL, S. (2006), Migration, minorities and multilingualism: Language ideologies in Europe. In: Mar-Molinero, C./Stevenson, P. (eds), *Language Ideologies, Policies and Practices: Language and the Future of Europe*. London, 13-29.
- GOOSKENS, CH. (2006), Linguistic and extra-linguistic predictors of Inter-Scandinavian intelligibility. In: van de Weijer, J./Los, B. (eds), *Linguistics in the Netherlands*. Amsterdam, 101-113.
- GOOSKENS, CH./VAN BEZOOIJEN, R./VAN HEUVEN, V. J. (2015), Mutual intelligibility of Dutch-German cognates by children: The devil is in the detail. In: *Linguistics*. 53, 255-283.
- Gooskens, Ch./van HEUVEN, V. J./GOLUBOVIĆ, J. et al. (2017), Mutual intelligibility between closely related languages in Europe. In: *International Journal of Multilingualism*. 15 (2), 1-25.
- GOOSKENS, CH./VAN HEUVEN, V. J./VAN BEZOOIJEN, R. et al. (2010), Is spoken Danish less intelligible than Swedish? In: *Speech Communication*. 52, 1022-1037.
- HERKENRATH, A. (2012), Receptive multilingualism in an immigrant constellation: Examples from Turkish-German children's language. In: *International Journal of Bilingualism*. 16 (3), 287-314.
- HLAVAC, J. (2014), Receptive multilingualism and its relevance to translation studies with data from interpreters of Bosnian, Croatian and Serbian languages, In: *Across Languages and Cultures*. 15 (2), 279-301.
- HÜLMBAUER, C. (2014), A matter of reception: ELF and LaRa compared. In: *Applied Linguistics Review*. 5 (1), 273-295.
- KÜRSCHNER, S./GOOSKENS, CH./VAN BEZOOIJEN, R. (2008), Linguistic determinants of the intelligibility of Swedish words among Danes. In: *International Journal of Humanities and Arts Computing*. 2, 83-100.
- LAMBELET, A./MAURON, P.-Y. (2017), Receptive multilingualism at school: an uneven playing ground? In: *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*. 20 (7), 854-867.
- LÜDI, G. (2013), Receptive multilingualism as a strategy for sharing mutual linguistic resources in the workplace in a Swiss context. In: *International Journal of Multilingualism*. 10 (2), 140-158.
- RIBBERT, A./TEN THIJE, J. D. (2007), Receptive multilingualism in Dutch-German intercultural team cooperation. In: Zeevaert, L./ten Thije, J. D. (eds), *Receptive Multilingualism. Linguistic Analyses, Language Policies and Didactic Concepts*. Amsterdam, 73-101.
- REHBEIN, J./TEN THIJE, J. D./VERSCHIK, A. (2011), *Lingua receptiva (LaRa) – remarks on the quintessence of receptive multilingualism*. In: *International Journal of Bilingualism*. 16 (3), 248-264.
- RIONHEIMO, H./KAIVAPALU, A./HÄRMÄVAARA, H.-I. (2017), Introduction: Receptive multilingualism. In: *Nordic Journal of Linguistics*. 40 (2), 117-121.
- RINDLER-SCHJERVE, R. (2007), Linguistic diversity in Habsburg Austria as a model for modern European language policy. In: Zeevaert, L./ten Thije, J. D. (eds), *Receptive Multilingualism. Linguistic Analyses, Language Policies and Didactic Concepts*. Amsterdam, 49-70.
- SCHÜPPERT, A. (2011), *Origin of asymmetry: Mutual Intelligibility of Spoken Danish and Swedish*. Groningen.
- SCHÜPPERT, A./HILTON, N. H./GOOSKENS, CH. (2015), Swedish is beautiful, Danish is ugly? Investigating the link between language attitudes and spoken word recognition. In: *Linguistics*. 53 (2), 375-403.
- SLOBODA, M./NÁBĚLKOVÁ, M. (2013), Receptive multilingualism in 'monolingual' media: Managing the presence of Slovak on Czech websites. In: *International Journal of Multilingualism*. 10 (2), 196-213.
- TAYLOR, W. L. (1953), Cloze procedure: A new tool for measuring readability. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 30, 415-433.
- VERSCHIK, A. (2012), Practising receptive multilingualism: Estonian-Finnish communication in Tallinn. In: *International Journal of Bilingualism*. 16 (3), 265-286.
- VETTER, E. (2012), Exploiting receptive multilingualism in institutional language learning: The case of Italian in the Austrian secondary school system. In: *International Journal of Bilingualism*. 16 (3), 348-365.
- YILDIZ, Y. (2012), *Beyond the Mother Tongue: The Postmonolingual Condition*. New York.

SVETLANA SIMAKOVA / СВЕТЛАНА СИМАКОВА

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5248-9459>

Chelyabinsk State University

IRINA TOPCHII / ИРИНА ТОПЧИЙ

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8601-9041>

Chelyabinsk State University

МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В СПЕЦПРОЕКТАХ ИЗДАНИЯ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»¹

Media aesthetic component in special projects of the “Arguments and Facts” edition

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиаэстетика, визуализация, поликодовый текст, инфографика, спецпроект

KEYWORDS: media aesthetics, visualization, polycode text, infographics, special project

ABSTRACT: The article examines the special projects of the publication “Arguments and Facts”, which are a polycode journalistic text, determines the role of the media aesthetic component in creating a publicistic image. The theoretical basis of the research was the works of M. A. Berezhnoy, M. V. Zagidullina, E. Kats. The case method made it possible to characterize the main features of a polycode media text in terms of media aesthetic potential: interactivity, conceptual design, and organization of space. Together they allow you to create a coherent, convincing, expressive image, to establish contact with the addressee.

1. Введение

Визуализация медийного пространства и развитие цифровых технологий обусловили формирование новых принципов массовой коммуникации как с точки зрения взаимоотношений адресанта и адресата, так и с позиции формирования эстетических представлений. Исследователи указывают на доминирующую роль технологических изменений медиапространства, изменивших условия и способы коммуникации. Это привело к «трансформации культурных практик взаимодействия с символическими формами, одним из производителей которых принято считать журналистов» (Новикова/Кирия

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007.

2018, 277). Журналистика как важнейший транслятор знаний и мнений о современной действительности традиционно рассматривалась в контексте влияния фактов и образов, составляющих основу любого журналистского произведения, на ценностные представления аудитории.

Между тем сегодня актуализируется проблема разграничения понятий «эстетика журналистики» и «медиаэстетика», о чем пишет М. В. Загидуллина (Загидуллина 2019а). Особого внимания заслуживают как раз технологический и коммуникативный аспекты, особенно когда речь идет о новых форматах медиатекста, которые, с одной стороны, стали ответом на вызовы нового века и запросы нового реципиента, а с другой стороны, могут рассматриваться как своего рода творческий эксперимент, как поиск наиболее интересных и эффективных способов предъявления информации. В этом случае воздействующая функция нередко оказывается более важной и значимой, чем информационная, соответственно, и выбор средств для ее реализации требует от авторов изобретательности, оригинальности, смелости, при безусловной необходимости бережного отношения к традициям отечественной публицистики.

Все это позволяет говорить об актуальности темы исследования (поддержано грантом Российского научного фонда, проект № 18-18-00007). Цель исследования – рассмотреть роль медиаэстетического компонента в журналистском материале и в создании публицистического образа. Реализация цели осуществляется на основе анализа спецпроектов издания «Аргументы и факты» (АиФ).

В качестве объекта изучения были выбраны два спецпроекта популярного, давно функционирующего на медиарынке, сохраняющего свою аудиторию издания «Аргументы и факты». Выбранные проекты представляют интерес с точки зрения исследуемой проблемы, так как в них эстетическая составляющая предопределена темой публикации: «Жизнь Исаака Левитана в картинках» (<http://levitan.aif.ru>), «Как читать Пикассо» (<http://picasso.aif.ru/>). Таким образом, данные публикации представляют научный интерес как раз с точки зрения взаимодействия эстетических и медиаэстетических компонентов. Проект «Жизнь Исаака Левитана в картинках» отмечен дипломом премии Digital Communications AWARDS-2019.

Поликодовый характер медиатекстов определил их жанровые особенности: это синтетические виды текста, в основе которых инфографика – способ визуализации и систематизации фактического материала. Однако пространство этих проектов организовано по принципу лонгрида: движущегося горизонтально («Жизнь Исаака Левитана в картинках») и вертикально («Как читать Пикассо») текста.

Анализ медиатекстов на основе кейс-метода позволяет определить их функциональные особенности, охарактеризовать приемы и способы орга-

низации материала, безусловно, обладающего эстетическим потенциалом, а также определить специфику медиаэстетического компонента в исследуемых спецпроектах.

2. Актуализация проблем медиаэстетики: тенденции и концепции

На основе концепций разных ученых группа Э. Каца выделила основные группы потребностей, которые удовлетворяют массмедиа (Katz 1973): когнитивные, аффективные, интегративные, эскапизм. В контексте исследуемой проблемы важны замечания ученых о тесной взаимосвязи когнитивных и аффективных потребностей, первые из которых обеспечивают необходимую информацию (знания, понимание, ориентирование), а вторые отвечают за эстетическое и эмоциональное наслаждение. В условиях переизбытка информации, ее глобализации, и как результата – панмедиатизации (Загидуллина 2019б) особого внимания заслуживает вопрос о том, как сделать информацию эстетически и эмоционально привлекательной, при каких условиях информационная функция (отвечающая за когнитивные потребности) и функция наслаждения, эскапизма (удовлетворяющие потребности в ослаблении контактов с социумом и его проблемами) могут быть гармонизированы и обеспечат наиболее эффективный диалог между автором и реципиентом, адресантом и адресатом (Jones 2015; Kiklewicz 2017; Kiklewicz 2018; Majooni 2018).

В качестве ответной реакции на эту проблему может быть рассмотрена тенденция визуализации, визуальный поворот (Mirzoeff 2012; Симакова 2017; McGarry 2020), которая повлияла в том числе и на появление новых текстовых форматов, прежде всего инфографики (Jones 2015; Amit-Danhi 2018; Выровцева 2019). Не случайно М. В. Загидуллина (2016, 49) указывает на «тяготение» понятия «медиаэстетика» к понятиям, «близким визуальным видам искусства».

Другим вектором, отражающим значимость визуального поворота, стала популярность и постоянное развитие креативного комментирования в современных медиа (Карасик 2018; Симакова 2019; Topchii 2018). Обращается внимание на возрастающую активность участия адресата как новый вызов цифровой эпохи (Новикова/Кирия 2018, 282-283).

Таким образом, как адресанты-журналисты, так и адресаты-комментаторы ищут оригинальные и универсальные способы создания медиатекста, способного обеспечить продуктивную и интересную коммуникацию, отвечающего на запросы времени и аудитории, то есть удовлетворяющего всем обозначенным учеными потребностям. В связи с этим медиаэстетический потенциал новых медиатекстов оказывается в центре внимания и исследователей, и потребителей информации.

Утрата границ эстетического и художественного (Валицкая 2009) обусловлена расширением типов потребления «чтения» медиапубликаций, уже в первое десятилетие XXI века их было выделено пять (Gardies 2007, 243): трансляция, чтение, справочная консультация, навигация, изучение, виртуальный визит.

3. «Открытость» текста как характерная черта современной медиаэстетики

Спецпроекты «АиФ» предлагают реципиенту виртуальный визит, при котором навигация, знакомство (от просмотра и скроллинга до внимательного изучения и со-творчества) с медиатекстом полностью зависит от желания и действий пользователя. Такой тип коммуникации усиливает медиаэстетический компонент именно за счет активной позиции адресата. Оба рассмотренные нами спецпроекта популярного еженедельника объединяют следующие принципы организации медиапространства:

- доминирование визуального компонента, начиная с этапа знакомства с материалом, медиатексты представляют собой систему интерактивных изображений;
- подвижность («текучесть», изменение ракурса и масштаба, поворот и т. п.) изображений, что увеличивает активность восприятия;
- интерактивность (пролистывание, интерактивные ссылки), рассчитанная на включенное восприятие;
- продуманная оформительская концепция – дизайнерские решения зависят от темы, идеи, объекта;
- пространство и элементы дизайна создают цельный эмоционально-насыщенный образ.

Все эти особенности объединяет в единое целое такое свойство текста, как «открытость», которую У. Эко объяснял «неупорядоченностью» современной культуры, «разрушением традиционного Порядка, который западный человек считал неизменным и отождествлял с объективным строением мира» (Эко 2004, 7). Открытость, незаконченность можно назвать характерной чертой современной медиаэстетики, основанной как раз на активном участии адресата, который в условиях интерактивности и мультимедийности сам определяет границы текста.

В случае со спецпроектами «АиФ» это реализуется за счет выбора объема информации и «глубины» погружения в текст: можно пролистать все картины (27 картин) И. Левитана, остановиться на одной или нескольких, прочитать текст и посмотреть полную версию картины; по-разному можно

«прочитать» и Пикассо – остановиться на просмотре картин и фотографий художника, изучить историю каждой из 25 картин или какой-то одной, проследить эволюцию творчества.

4. Целостность восприятия поликодового текста как задача дизайнера

Возникает вопрос о целостности восприятия медиатекста. Медиаэстетический компонент публикации берет на себя функцию организации и сохранения целостности: продуманное, четко структурированное оформление позволяет предложить адресату цельный образ, в создании которого участвуют визуально-оформительские и вербальные элементы.

Хронологический принцип лежит в основе композиции текста о жизни Исаака Левитана, а медиаобраз непростой судьбы великого художника формируется за счет медленного просмотра его картин, позволяющего увидеть его мир. Демонстрация картин вызывает разные чувства – тревоги, покоя, тоски, радости. Не случайно Левитана называют художником, создавшим «пейзаж настроения»: «Лёгкость, лиричность, удивительная задушевность кисти Левитана гораздо шире живописи как таковой» (слайд 1 <http://levitan.aif.ru>). Мультимедийные технологии позволили создать эмоционально насыщенный образ «движущихся картин», как определили пейзажи Левитана критики, визуально представить главное свойство его художественной эстетики, сформулированного другим живописцем К. Юоном – «Как мало нот и как много музыки!» (<http://levitan.aif.ru>). Эти слова появляются на первом «кадре» инфографики-лонгрида и определяют принципы его дизайнерского оформления: из девяти сотен картин отобраны только 27, авторы исключили солнечные летние пейзажи, сосредоточив внимание адресата на наиболее «музыкальных» и «подвижных»; из нескольких портретов в медиатекст заверстано два – неоконченный автопортрет, символизирующий раннюю смерть, оборванную жизнь, и портрет Софьи Кувшинниковой как символ той красоты, которую ценил И. Левитан: «Когда мне сестра говорит: „Зачем ты пишешь серый день, грязную дорогу?“ – я молчу. Но если бы мне это сказала она, которую я полюбил бы, моя женщина, – я ушёл бы тотчас же» (Коровин 2017, 49).

Эстетический принцип художника оказывается основанием не только для выбора средств и приемов оформления, но и для эстетической концепции: музыкальность пейзажей требует определенного темпа – взгляд медленно скользит по картинам Левитана, которые занимают все пространство экрана.

Кубизм, импрессионизм Пабло Пикассо определил композицию и ритм инфографики о его творчестве – картины будто бы разбросаны по экрану,

а некоторые из них все время переворачиваются, свобода и непредсказуемость творчества знаменитого сюрреалиста символизирует отсутствие границ экранного пространства.

Решение эстетических задач в инфографике «Как читать Пикассо» определило и выбор шрифта – рубленый, и цветовое оформление – яркие цвета, фигуры неопределенной формы, напоминающие элементы картин.

В современных медиатекстах с доминированием визуальной составляющей дизайнерские решения и концепция оформления обеспечивают целостность не только эстетического образа, но и всего произведения, и его автора. В рассмотренных спецпроектах это еще и рассказанная с помощью разных знаковых систем история – жизни художника Левитана, творчества Пикассо. При этом чередование моделей «чтения», которое предполагает любой поликодовый текст, требует «сохранения целостности истории, создание условий для формирования пользовательского доверия и готовности к погружению [...]» (Новикова 2018, 284).

5. Организация пространства в поликодовом тексте

На особенности восприятия-погружения влияет в первую очередь организация пространства. Выбор горизонтальной движущейся ленты, состоящей из картин-кадров, как принципа организации пространства в инфографике «Жизнь Исаака Левитана в картинках» объясняется главной идеей текста, отражающий информационный повод.

Посетителям сайта издания «Аргументы и факты» предлагается посмотреть фильм о жизни художника, каждый кадр – это его картина, а «камера оператора», точнее – глаз реципиента, направлена на каждую из тщательно отобранных шедевров живописи.

В инфографике «Как читать Пикассо» выбран лонгридный принцип организации пространства: вертикальная лента с расположенными (точнее, будто разбросанными) справа и слева картинами в богатых рамах и интерактивными ссылками-названиями работ художника (кликнув, можно узнать историю картины). Такая структура позволяет оставить в центре место для фотографий Пикассо, отражающих необычность его личности и многогранность его творчества. Белый фон, не ограниченный рамками, делает пространство экрана словно бы бесконечным и превращается в символ свободы творчества, главной идеи проекта: «Пикассо настолько *силён, многогранен и разнообразен*, что творить без оглядки, а то и равнения на него не может ни один современный художник» (<http://picasso.aif.ru/?page=text-popup-intro>).

Таким образом, можно говорить о гармоничности отобранных авторами разных типов инфографических публикаций средств, участвующих в создании

публицистического образа – художественной манеры П. Пикассо, творческой жизни И. Левитана. Гармония предполагает целостность композиции, которая является «комплексным показателем единства частей и целого», обеспечивает «соответствие формы условиям производства и потребления» (Бережная 2019, 52). Движущаяся (принципиальное отличие от статичной инфографики) структура, объединяющая спецпроекты, выполняет сразу несколько функций, значимых с точки зрения медиаэстетики. Во-первых, дает цельное представление об объеме текста и его содержательном наполнении, регламентируя способ и время знакомства с элементами масштабного поликодового произведения. Во-вторых, такая структура рассчитана на активное, включенное потребление информации, предполагающее в определенном смысле равноправие участников – адресанта и адресата – коммуникации: в любой момент можно остановить «движение», ускорить или замедлить просмотр. В-третьих, структура берет на себя роль «помощника», позволяющего эффективно объединять разные типы «чтения»: навигацию, представляющую собой «перемещение по заранее запланированному маршруту»; изучение, то есть «индивидуальное перемещение без заранее намеченного маршрута»; виртуальный визит, целиком зависящий от желаний и действий реципиента (Gardies 2007).

6. Медиаэстетический потенциал средств выразительности

Особого внимания при исследовании эстетического оформления и медиаэстетического компонента заслуживают средства выразительности. В каждом из рассмотренных спецпроектов «АиФ» средства выразительности представляют собой систему, устанавливающую связь с содержанием и авторской концепцией, обеспечивающую стилистическое единство, гармоничное сочетание вербальной и визуальной составляющих.

В «путешествии» по жизни Исаака Левитана каждая картина художника сопровождается мини-историей о том, почему появилась эта картина, что происходило в жизни художника в момент ее написания. При этом все 27 историй объединяет стилистическое единство вербальных элементов и визуального ряда (<http://levitan.aif.ru>):

- спокойный, размеренный ритм создается синтаксическими средствами – парцелляцией, сложными предложениями, развернутыми цитатами (слайд «Заросший пруд»);
- трагическое мироощущение передается прежде всего с помощью лексики (слайд «Река Истра»);
- ощущение радости от встречи с божественным и прекрасным представлено образно-выразительными средствами, экспрессивно-окрашенной лексикой (слайд «Тихая обитель»).

На доминирование в концепции инфографики визуального компонента (картин Левитана) указывает оформление вербальной составляющей: текст накладывается на изображение, выворотка шрифтового начертания и довольно крупный интерлиньяж позволяют не закрывать изображение (создается эффект прозрачности текста), что очень важно для создания настроения, эмоциональной атмосферы.

Наиболее самостоятельное положение занимают вербальные и визуальные элементы в инфографике «Как читать Пикассо»: кликнув на изображение картины, можно увидеть ее увеличенное изображение, а кликнув на прямоугольник «История картины», расположенный под ее названием, можно прочитать комментарий, визуальная составляющая в которой минимизирована – ограничена имитацией элементов картин знаменитого художника. Такой принцип соответствует идее, сформулированной в названии медиатекста – адресату предлагается не смотреть, а «читать» картины Пикассо.

Поэтому в комментарии основное внимание уделяется художественным принципам, творческим экспериментам. Факты биографии, которые интересуют авторов, связаны исключительно с первой женой художника – Ольгой Хохловой.

Несмотря на разные дизайнерские концепции, определяющие выбор вербальных и визуальных средств выразительности, принципы организации пространства, ритмические особенности восприятия информации, цветовые решения, оформление интерактивных элементов, для авторов инфографических спецпроектов важнейшими остаются общие законы эстетической деятельности: «целостность, структурность, симметрия, ритм, целесообразность, гармония, что определяет аспекты взаимодействия содержания и формы, которая является его модификацией» (Бережная 2019, 52).

7. Заключение

В рассмотренных спецпроектах все общие законы эстетической деятельности подчинены главной идее и интенциям авторов. Причем во всех случаях эстетические особенности, обусловленные темой и объектом журналистского исследования, подчинены медиаэстетике, определяющей «успешность современных проектов, которые сразу организуются в единстве технологического, био-эмоционального, культурно-семиотического пространств» (Загидуллина 2019а, 151). Представление разных творческих концепций, разного культурного опыта, разных эстетических (в том числе и национальных) ценностей не исключает общего медиаэстетического компонента, который проявляется на всех уровнях текста, делает цельным, убедительным, эмоционально-насыщенным представленный в поликодовом тексте публицистический образ.

Библиография

- БЕРЕЖНАЯ, М. А. (2019), Эстетическая оценка в профессиональных координатах журналистики. В: Вопросы журналистики. 5. 47-61.
- ВАЛИЦКАЯ, А. П. (2009), Эстетика и этика: стратегии понимания. В: Демидова, О. Р. (ред.), Эстетика и этика в изменяющемся мире. Санкт-Петербург, 6-14.
- ВЫРОВЦЕВА, Е. В./СИМАКОВА, С. И. (2019), Инфографика как тип публицистического текста: позиция автора. В: Вестник НГУ. Серия: История, филология. 18, 6: Журналистика, 104-114.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2016), Ключевые черты медиаэстетики: ментально-языковые трансформации. В: Челябинский гуманитарий. 2 (35), 46-54.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2019а), Медиаэстетика и эстетика журналистики: к вопросу о разграничении феноменов. В: Васильева, В. В. (ред.) Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения. Санкт-Петербург, 150-151.
- ЗАГИДУЛЛИНА, М. В. (2019б), Панмедиазация: закат вербальной коммуникации: Челябинск.
- КАРАСИК, В. И. (2018), Креативы в сетевом дискурсе. В: Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 5, 29-44.
- КОРОВИН, К. А. (2017), Воспоминания о современниках. Москва/Берлин.
- НОВИКОВА, А. А./КИРИЯ, И. В. (2018), Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах. В: Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 15, 2, 276-288.
- СИМАКОВА, С. И. (ред.). (2017), Визуальный поворот в массовых коммуникациях: коллект. Монография. Челябинск.
- СИМАКОВА, С./ПАНОКОВА, С./ТОПЧИЙ, И. (2019), Автономия изображений: о месте авторских рисунков в современной коммуникации научно-популярной тематики. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. X/1, 337-345.
- ЭКО, У. (2004), Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике. Санкт-Петербург.
- AMIT-DANHI, E. R./SHIFMAN, L. (2018), Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre. In: *New Media & Society*, 20 (10), 3540-3559.
- GARDIES, R. (ed.) (2007), *Comprendre le cinéma et les images*. Paris.
- JONES, J. (2015), Information Graphics and Intuition: Heuristics as a Techne for Visualization. In: *Journal of Business and Technical Communication*. 29 (3), 284-313.
- KATZ, E./GUREVITCH, M./HAAS, H. (1973), On the Use of the Mass Media for Important Things. In: *American Sociological Review*. 38/2, 164-181.
- КІКЛЕWICZ, А. (2017), Фрагментация текста как средство персуазивности в информационных интернет-сервисах. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VIII/1, 185-205.
- КІКЛЕWICZ, А. (2018), Fascynacja jako kategoria komunikacji w internecie (na przykładzie rosyjskiego portalu rambler.ru). In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IX/2, 153-167.
- MAJOONI, A./MASOOD, M./AKHAVAN, A. (2018), An eye-tracking study on the effect of infographic structures on viewer's comprehension and cognitive load. In: *Information Visualization*. 17 (3), 257-266.
- MCGARRY, A./ERHART, I./ELEN-ZIYA, H. et al. (2020), *The Aesthetics of Global Protest: Visual Culture and Communication*. Amsterdam.
- MIRZOEFF, N. (2012), *The Visual Culture Reader*. London/New York.
- ТОПЧИЙ, И. (2018), Comprehensive analysis of the mass media visual component in the aspect of media aesthetics. In: *TEEM'18 Proceedings of the Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*. Salamanca, 546-552.

RECENZJE

TETIANA KOSMEDA / ТАТЬЯНА КОСМЕДА
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8912-2888>
 Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

О. В. Радчук, *Лингвокогнитивная репрезентация понятия «отсутствии» в русском языке*. Харьков: Юрайт, 2019; 288 сс.

Современный этап развития науки о языке отличается направленностью на переход от позитивного знания к глубокому осмыслению сущности языка в широком теоретико-методологическом контексте (философия, логика, когнитология, психология, теория искусственного интеллекта и под.). Лингво-философского осмысления требуют не только вопросы, непосредственно касающиеся так называемой «внутренней лингвистики», спроектированные на понимание языка как системно-структурного образования, но и «лингвистики внешней», рассматривающей язык как проявление когнитивной активности человека, его духовной энергии. Именно в таком ракурсе выполнено монографическое исследование Ольги Радчук, продемонстрировавшей к тому же важность фактора преемственности в науке о языке. Ее концепция сформировалась на гармоническом соединении и развитии ключевых теоретических положений представителей мировой лингвистики, в частности ее классического наследия (Ш. Балли, Л. Блумфилд, Я. Бодуэн де Куртенэ, В. Виноградов, В. Вундт, В. фон Гумбольдт, Ф. де Соссюр и др.) и разысканий современных лингвистов (Ю. Апресян, Н. Арутюнова, В. Бабайцева, А. Вежбицкая, В. Карасик, Ю. Караулов, А. Киклевич, Е. Кубрякова, Дж. Лайонз, А. Лурия и др.). Кроме этого, «упор сделан на трудах украинских ученых разных поколений» (с. 8) – XIX (П. Лавровский, А. Потеня), XX (И. Белодед, Л. Булаховский, М. Жовтобрх, В. Русановский, Г. Цыганенко, Ю. Шевелев и др.) и XXI (В. Глущенко, А. Загнитко, С. Жаботинская, Т. Лукинова, О. Мельничук, С. Попов, Е. Селиванова, Е. Скоробогатова и др.) веков, очевидно, не достаточно популярных в славянском языкознании.

Монография состоит из введения (сс. 5-10), пяти глав (глава I. *Теоретическая платформа и предпосылки исследования* (сс. 11-58); глава II. *Методологические основы исследования понятия “отсутствии” в когнитивном аспекте* (сс. 59-88); глава III. *Процесс формирования понятия “отсутствии” в русском языке (диахронический аспект)* (сс. 89-124); глава IV. *Лексико-семантическая и деривационная экспликация особенностей репрезентации понятия “отсутствии”* (сс. 125-178); глава V. *“Отсутствии” в грамматической*

системе: *сущность vs явление* (сс. 179-229), заключения (сс. 237-266), списка использованной литературы (сс. 237-264), двух приложений: приложение 1 содержит иллюстрации для репрезентации понятия “отсутствие” невербальными способами, а приложение 2 – таблица, в которой представлены поговорки русского языка с разъяснением объекта отсутствия, способов языкового выражения значения “отсутствие” и указания на национальную специфику выражения этого значения (сс. 265-276), а также аннотаций на русском (сс. 277-281) и английском (сс. 282-285) языках.

Свою научную концепцию автор монографии построила на актуализации и развитии психологического учения А. Потебни об апперцепции, взаимовлиянии языков в онтогенезе и филогенезе, интерпретации способов толкования понятия “отсутствие” в лингвокультурологическом, психологическом и социальном контекстах. Показано, что оппозиты *наличие vs отсутствие* неразрывно связаны, предполагают наличие друг друга, имеют онтологические и гносеологические корни, являются значимыми для каждого индивидуума и каждого народа в языковом, ментальном и социокультурном планах.

Поскольку понятие “отсутствие” рассматривается как объект лингвистики с когнитивной точки зрения, то такой подход позволяет обнаружить не подвергавшиеся ранее исследованию «ниши» во всех ярусах языковой системы, начиная от фонетической и заканчивая синтаксической. Всесторонне обосновывается значимость понятия “отсутствие” как *сущности и явления*. Рассмотрена специфика корреляции этого понятия с понятиями “отрицание” и “пустота” на основании их связи с установленными языковыми прототипами *нет* и *без*: при этом объясняется внутренняя структура исследуемого понятия. Языковед в очередной раз убеждает, что учет разработок смежных с лингвистикой антропонаук – литературоведения, философии, логики, эстетики – крайне необходим для осмысления лингвокогнитивного анализа, в том числе и относительно понятия “отсутствие”.

Отметим особо, что Радчук продемонстрировала развитие лингвистических воззрений малоизвестного в современном славянском языкознании ученого XIX века Лавровского (Лавровский 1852; 1865; 1867), спроектировав их на теоретические положения современных языковедов-когнитологов. В частности, Лавровский рассматривал язык в хронологии и локализации, описал факты конкретных языковых и речевых изменений, продемонстрировав характер этих изменений, приведший к количественным и качественным сдвигам в семантике. Весьма важно, что он фактически обосновал самостоятельный статус украинского языка, который отрицался в русском языкознании XIX века, указав на общие и отличительные его черты при сравнении с другими славянскими языками. Исторические комментарии Лавровского ценны для понимания процесса вербализации некоторых важных ментальных

понятий, в частности это касается, как показывает Радчук, и специфики вербализации понятия “отсутствие” в славянских языках.

Считаем, что весьма удачной является разработанная автором методика, которую, однако, можно было бы более глубоко обосновать, учитывая, что сегодня в лингвистике констатируется кризис методологии. Отметим, что совершенно оправдано в процессе анализа вербальных репрезентаций оппозиции *отсутствие – присутствие* актуализирован метод интерпретации, основанный на исторических сведениях, информации, содержащейся в лексикографических источниках, а также методы собственных авторских наблюдений и данных анкетирования студенческой аудитории. Использование прототипного описания понятий *отсутствие – присутствие* (исследовательница привлекает теорию прототипов американской ученой Э. Рош) демонстрирует конкретные факты влияния языка на мышление, что находит отражение в развитии *внутренней формы слов*. Интерес представляет авторское решение проблемы грамматической лакунарности, т.к. приведенная информация подтверждается результатами ассоциативного эксперимента. Кроме этого, автор работы постоянно обращается к методу абстрагирования, убеждает нас в эффективности его использовании, однако желательно было бы более детально описать специфику его применения в лингвистике, указав на его приемы, однако этот метод даже не обосновывается во вводной части. С помощью этимологического анализа совершенно объективно определяется генетическая связь бинарной пары *отсутствие – присутствие*, прослеживается становление понятия “отсутствие” в довербальной коммуникации и описывается специфика его отражения в паремиях, фольклорных жанрах. Для выделения ментальной специфики репрезентации понятия “отсутствие” удачно применен метод культурного трансфера, разработанный французскими учеными, с помощью которого удалось определить лингвоспецифические и идионациональные черты в способах репрезентации понятия “отсутствие” в русском языке в сравнении с некоторыми другими славянскими языками. Невзирая на то, что исследовательница использует и элементы сравнительно-сопоставительного метода, привлекая для анализа, кроме русского языка, также факты украинского и польского языков с учетом синхронии и диахронии, этот метод должным образом во вводной части, к сожалению, также не постулируется. В частности, при его помощи осуществляется лингвокогнитивное осмысление репрезентантов понятия “отсутствие”, проанализированы нарушения представления сем ‘отсутствие’ и ‘наличие’ в формировании значений эквивалентных слов русского и украинского языков.

Таким образом, в процессе системного изучения понятия “отсутствие” особая роль отведена именно апперцепции как психологическому приему анализа когнитивных процессов в пределах описания лексическо-семантического, фразеологического и грамматического разнообразия экспликации

исследуемого понятия. Прослеживается связь вербальной и невербальной его репрезентации. На основе ретроспективного анализа языковых фактов разработана классификация семантических типов понятия “отсутствие” в грамматике русского языка. Выделенные семантические типы (*полное отсутствие, восполняемое отсутствие, исчезновение*) свидетельствуют о динамике грамматической системы, связанной с диалектической меной определенных форм при необходимости передачи конкретных грамматических значений. Процесс формирования понятия “отсутствие” в грамматике соотносится со словоизменительным супплетивизмом и квазисупплетивизмом. Деривационный супплетивизм рассматривается как проявление нарушения симметрии в языковой системе, что определенным образом отражает когнитивные способности человека. Показано, что понятие “отсутствие” обладает значительным экспланаторным потенциалом. Наблюдаем качественный практический анализ языкового материала, вследствие чего определяются и особенности деривационной экспликации рассматриваемого понятия, среди которых, например, утрата семы ‘отсутствие’ при двойной префиксации.

Не подвергая сомнению достоинств рецензируемой монографии, позволим себе заметить, что намеченная попытка рассмотреть вербализацию понятия “отсутствие” сквозь призму теории гендерной лингвистики – это нереализованная перспектива. Очевидно, сквозь гендерную парадигму можно было бы более ярко раскрыть и секреты дефективных парадигм.

Рецензируемое разыскание – это, безусловно, новаторская работа, представляющая оригинальную концепцию лингвофилософского осмысления роли языка в человеческом бытии. Лингвофилософская категория “отсутствие” получила профессиональную интерпретацию ее присутствия в русском языке, что может послужить толчком для ее комплексного исследования на материале других языков. Очередной раз наглядно продемонстрировано, что наряду со знанием интуитивным, непосредственным и знанием научным, теоретическим имеет право на существование и третий вид знания – знание языковое.

Библиография

- Лавровский, П. А. (1852), О языке северных Русских летописей. Санкт-Петербург.
Лавровский, П. А. (1865), Записка о втором издании первой части исторической грамматики
Ф. И. Бушлаева. Санкт-Петербург.
Лавровский, П. А. (1867), Коренное значение в названиях родства у славян. Санкт-Петербург.

TOMASZ KOŚMIDER

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2129-3642>

Wyższa Szkoła Kryminologii i Penitencjarystyki w Warszawie

Od konsolidacji do atomizacji – losy Łemków

Recenzja książki Anny Wilk, *Łemkowie. Między integracją a rozproszeniem (1918–1989)*. Warszawa: Neriton, 2019; 422 ss.

Istotny wpływ na właściwe funkcjonowanie państwa oraz jego struktur organizacyjnych, a także wymiar powiązań międzynarodowych ma kwestia relacji międzyludzkich i to zarówno w wymiarze makro, jak i mikro. Prawdliwość ta odnosi się nie tylko do państw etnicznie i narodowo heterogenicznych, lecz także odznaczających się w tej kwestii pewną jednorodnością. Licznych dowodów potwierdzających prawdziwość tej tezy dostarcza historia. Nie ulega wątpliwości, że z tej perspektywy metodologicznej ważne miejsce poza kwestiami politycznymi czy społecznymi zajmuje problematyka związana z tożsamością narodową oraz dziedzictwem kulturowym. Wartości te wyróżniają każdą społeczność, tworząc fundament budowanego przeświadczenia co do jego odrębności, a jednocześnie poczucia przynależności do zbiorowości, dysponującej wspólną świadomością i doświadczeniem historycznym. Analizując funkcjonujące powiązania, należy widzieć różny wymiar tego oddziaływania w dziejach w odniesieniu do narodu i państwa. Ważne pozostają tu dwie kwestie. Pierwsza dotyczy dynamiki historycznej produktywności tego dyskursu i jej przemian, druga natomiast jego dzisiejszego stanu i dalszych możliwości funkcjonowania w społeczeństwie XXI stulecia. Badanie procesów tożsamościowych zachodzących w historii pozwala na rozpoznanie ciągłości zjawisk, stałości ich funkcji wobec wspólnot, a także określenie zmienności, zachodzących w różnych epokach. Problematyka ta jest tak rozległa, że w praktyce możliwe jest tylko badanie wąsko określonych pól, posługiwanie się z jednej strony metodą uogólnienia, a drugiej studium przypadków.

W ten nurt rozważań wpisuje się książka Anny Wilk, poświęcona dziejom społeczności łemkowskiej, grupy etnicznej (na podstawie ustawy o mniejszościach narodowych i etnicznych Łemkowie mają w Polsce status grupy etnicznej wraz z Karaimami, Romami i Tatarami), wywodzącej się ze słowiańskiego odgałęzienia ludów indoeuropejskich, zamieszkującej przez długie wieki część Karpat od rzeki Poprad na zachodzie po pasmo Wielkiego Działu na wschodzie, a także na tzw. Rusi Szlachtowskiej. Łemkowie mając świadomość własnej odmienności, pozostając jednak bez ukształtowanej samoidentyfikacji narodowej, stali się obiektem

oddziaływania sąsiednich nacji próbujących narzucić im różne rozwiązania kulturowo-tożsamościowe. Społeczność ta niechętna przełamaniu granic ojczyzny etnicznej największym zaufaniem darzyła ruch staroruski, dystansując się wobec oddziaływań ukraińskich i rusofilskich. Pomimo „wzmoczonej rywalizacji o wpływy wśród ludności łemkowskiej, jak można przeczytać w recenzowanej książce, „do końca lat trzydziestych XX stulecia pozostali bierni, a działalność polityczna prowadzona była głównie przez nieliczną inteligencję [...]. Zdecydowanie zwyciężyło stronnictwo staroruskie, które pozwalało zachować odrębność etniczną zarówno od narodu rosyjskiego, jak i ukraińskiego, formując lojalną postawę wobec państwa polskiego, u którego Łemkowie poszukiwali gwarancji rozwoju kulturalno-oświatowego. Nadzieje te powoli topniały wraz z postępującą akcją polonizacyjną Łemkowszczyzny”. Ten stan uległ istotnej zmianie wraz z okupacją niemiecką w czasie II wojny światowej. Oznaczała ona wzmoczoną ukrainizację, która w zamyśle władz hitlerowskich stanowić miała tylko pewien etap w polityce narodowościowej, zmierzającej do germanizacji określonych grup ludności. Zakończenie wojny dla Łemków nie było równoznaczne z uwolnieniem się od trapiących ich problemów, bowiem tereny przez nich zamieszkane trafiły w orbitę wpływów Związku Radzieckiego, który zdecydował o przesiedleniu ich na teren sowieckiej Ukrainy. Pomimo wewnętrznego zróżnicowania zostali zakwalifikowani do ludności ukraińskiej.

Część Łemków przesiedlono na Ziemię Zachodnie i Północne w ramach akcji „Wisła”, choć trudno mówić o ich przychylności dla działalności Ukraińskiej Powstańczej Armii, szczególnie na terenie zachodniej Łemkowszczyzny, a ten argument stanowił przecież podstawę przesiedleń. Zgodnie z planem osadnictwa starano się doprowadzić do ich całkowitego rozproszenia. Proces adaptacyjny znacznie spowolniało poczucie obcości, jakiego doświadczali Łemkowie na nowych terenach. Funkcjonowanie w tych dość niesprzyjających uwarunkowaniach nie doprowadziło jednak do całkowitego zniszczenia „tkanki narodowej”. Wykorzystując zachodzące zmiany w polskiej przestrzeni społeczno-politycznej, poczynając od 1956 roku, Łemkowie starali się podejmować działania na rzecz własnego odrodzenia, po długim okresie dezintegracji wspólnoty grupowej, wysuwając m.in. żądania powrotu na Łemkowszczyznę i zadośćuczynienia za przesiedlenia. Przykładem ich żywotności mogą być funkcjonujące organizacje kulturalno-społeczne.

Zamysł opracowania przez A. Wilk problematyki poruszającej kwestię procesów historycznych oraz zasadniczych wydarzeń zachodzących w życiu ludności łemkowskiej, „które rzutowały na rozwój wspólnoty, by w końcu doprowadzić do dezintegracji i rozproszenia” uznać należy za w pełni uzasadniony. Za tło, na co zwraca uwagę Autorka, posłużyły dzieje narodu ukraińskiego, z którym historia Łemków jest spleciona. Niemniej jednak w łemkowskiej tożsamości dominuje „teoria narodu karpatoruskiego, oparta na staroruskiej ideologii”.

Aktualny stan dorobku historiografii nie pozwala na udzielenie pełnej odpowiedzi na pytania badawcze sprecyzowane w temacie opracowania. Zaproponowane

ujęcie problemowe umożliwia wyciągnięcie interesujących wniosków dotyczących procesu tworzenia się tożsamości wspólnoty Łemków w obliczu rywalizacji trzech orientacji, a mianowicie: staroruskiej, proukraińskiej i rusofilskiej, a także polityki polonizacyjnej państwa polskiego. Należy zauważyć, że w II Rzeczypospolitej początkowo dominowała koncepcja asymilacji narodowej. Na podkreślenie zasługują jednak posunięcia rządu kierowanego przez Władysława Grabskiego (1923-1925), mające na celu pozyskanie środowisk mniejszościowych poprzez promowanie, ogólnie biorąc, rozwiązań propaństwowych, w miejsce dominujących wcześniej schematów wypracowanych przez środowiska endeckie. Nadzieję na radykalniejsze zmiany w polityce państwa dawał przewrót majowy 1926 roku. Sanacja stała na stanowisku, że interesy wszystkich grup narodowościowych, społecznych, a także religijnych powinny być podporządkowane państwu. Poważne korekty w polityce obozu sanacyjnego zostały wprowadzone w połowie lat trzydziestych. Ich konsekwencją było zwiększenie nacisku na poszukiwanie bardziej efektywnych rozwiązań w polityce narodowościowej, co objawiło się m.in. stopniowym promowaniem w życiu publicznym idei nacjonalistycznych.

W nowej powojennej rzeczywistości Łemkowie poddani zostali dużej presji asymilacyjnej, co w efekcie doprowadziło do dekompozycji wspólnoty. Zniszczenie ośrodków kulturowych oraz religijnych Łemkowszczyzny spowodowało utracenie „ojczyzny etnicznej”, zyskującej w ich pamięci zbiorowej rangę miejsca symbolicznego. Dzieje ludności łemkowskiej rozpatrywać można jako przykład społeczności pogranicza, manipulowanej przez sąsiadów, zamierzających wykorzystać ją do własnych celów (Łemkowie poddawani byli procesom ukrainizacji, rusyfikacji, polonizacji, planowana była nawet ich germanizacja).

Monografia ma konstrukcję problemowo-chronologiczną, liczy 422 strony, w tym 381 stron tekstu zasadniczego. Składa się ze wstępu, sześciu rozdziałów oraz zakończenia. O dużej wartości merytorycznej recenzowanego opracowania przesądza nie tylko ilość i jakość zebranego materiału, lecz także jego ocena, analiza i wyprowadzenie syntetycznych wniosków. W recenzowanej książce A. Wilk zawarła najważniejsze wyniki swych dociekań, które stanowią interesującą narrację historyczną dotyczącą społeczności Łemków. Na podkreślenie zasługuje widoczne w pracy dążenie do zachowania obiektywizmu w zakresie formułowanych ocen. Zaproponowany w książce aspekt wnioskowania może być przydatny podczas prowadzenia badań podejmowanych odnośnie do problematyki tworzenia tożsamości wspólnot, uwzględniający kontekst narodowościowo-etniczny *in extenso*.

Realizując obszerny i złożony temat badawczy, Autorka starała się uwzględnić wiele wątków i aspektów związanych z funkcjonowaniem ludności łemkowskiej. Na szczególne podkreślenie zasługuje materiał zaprezentowany w rozdziale czwartym, a dotyczący sytuacji społeczno-politycznej na Łemkowszczyźnie podczas II wojny światowej, okresu dość słabo dotąd zbadanego. Za niemieckim przyzwoleniem Łemkowie poddani zostali wówczas wzmożonej ukrainizacji. Pewne sukcesy

na tym polu zostały osiągnięte przede wszystkim na terenie Łemkowszczyzny Wschodniej. Interesująco przedstawiona została też, wspomniana już, akcja przesiedleńcza ludności łemkowskiej przeprowadzona w latach 1945-1946 na teren Ukraińskiej SRR, a także przebieg wysiedleń w ramach akcji „Wisła” wraz z procesem osiedleńczym i adaptacyjnym na Ziemiach Odzyskanych. Problematyka ta stanowi główny zakres rozważań rozdziału piątego. Istotne dopełnienie prezentowanych w książce treści (rozdział szósty) stanowi mało znany wątek wsparcia społeczności łemkowskiej przez emigrację amerykańską, widoczny także na płaszczyźnie materialnej, a realizowany przez „Lemko Relief Committee”.

Podstawę badawczą prezentowanych treści stanowią różnorodne zachowane źródła archiwalne, a także dokumenty drukowane, relacje i wspomnienia. Wykorzystana została prasa oraz bogata literatura przedmiotu. Dociekania Autorki opierają się więc na literaturze przedmiotu oraz źródłach archiwalnych pozwalających zweryfikować przyjętą hipotezę badawczą. Zawarte w książce ustalenia i uwagi zostały dobrze uzasadnione w toku wykładu. Są wynikiem wieloletnich i skrupulatnych badań oraz znajomości już ogłoszonych drukiem dociekań środowiska naukowego. Recenzowaną książkę uznać należy za opracowanie mające charakter dzieła oryginalnego, stanowiące ważne wzbogacenie najnowszej historiografii. Monografia jawi się jako dzieło spójne, o czym świadczy wzajemne powiązanie poszczególnych jej części.