

ЛІТЕРАТУРА

1. Копистянська Н.Х. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства: Монографія. – Львів: ПАІС, 2005. – 368 с.
2. Кримський А.Ю. Твори в 5 т. –Т. 2. К.: Наукова думка, 1973. – 689 с.
3. Макаров А.М. П'ять етюдів. Підсвідомість і мистецтво: Нариси з психології творчості. – К.: Радянський письменник, 1990. – 285 с.
4. Моклиця М.В. Модернізм як структура: Філософія. Психологія. Поетика: Монографія. Вид. 2-ге. – Луцьк: Ред.-вид. Від. „Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2002. – 390 с.
5. Овчаренко С.В. Проблема жанру у класичній та некласичній естетиці // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук. – Київ, 1999. – 36 с.
6. Спогади про Лесю Українку. Вид. 2-е, доповнене. – К.: Дніпро, 1971. – 483 с.
7. Українка Леся. Зібрання творів у 12 т. – Т.10. Листи (1876-1897). – К.: Наукова думка, 1978. – 546 с.
8. Українка Леся. Зібрання творів у 12 т. – Т.11. Листи (1898-1902). – К.: Наукова думка, 1976. – 480 с.
9. Українка Леся. Зібрання творів у 12 т. – Т.12. Листи (1903-1913). – К.: Наукова думка, 1979. – 606 с.

Ольга ВОЗНЮК

© 2008

СТЕРЕОТИП ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ВІЗІІ ІНШОГО

Проблема рецепції образу Іншого є ключовою проблемою досліджень імагології, що становить дискурс відношень літературних образів Свого та Іншого. Імагологія, оскільки перебуває на помежів'ї наук, оперує методами дослідження як з рецептивної естетики, так і з теорії інтертекстуальності, спрямовує увагу на дискурс, який відбувається між рецепцією Іншого та самоусвідомленням Я.

Образ Іншого завжди був у полі зацікавлення письменників, науковців як засіб пізнання не лише того ж Іншого, але як віддзеркалення власного Я в очах Іншого. Осмислення Я та Іншого виникає ще у міфологічні часи, оскільки рецепція світу безпосередньо перебувала тоді у силовому полі протиставлення Я та Інший. На основі екстраполяції та конфронтації Я та Інший/Чужий створювалася відповідна міфологічна картина світу. Інший розрізняється за “правом крові” та “правом ґрунту” [2; с. 123]. Таким чином ще на архетипному рівні можна простежити існування образів Я та Чужого/Іншого [5; с. 91].

Проблеми рецепції Іншого підіймалися у працях Д. Наливайка, Г. Касянова, В. Хорева, Ю. Кристеві, Д. Лірсена, М. Беллера та інших українських та зарубіжних учених. У пропонованій статті розглянемо аспект рецепції образу Іншого з перспективи стереотипу, опираючись на досвід українських та зарубіжних учених.

Людина сприймає лише те, що їй зрозуміле, а зрозуміле ґрунтується на Своєму, тому Інше, не-зрозуміле, може засвоюватися у міфічному сприйнятті або ж у негативному баченні. Дуже часто нерозуміння та незнання культури і традицій Іншого призводить не лише до хибного уявлення про Нього, а й до витворення системи знань про Іншого у викривленому ракурсі, до сприйняття Його у залежності від певних приписаних Іншому властивостей у стереотипах. Тоді інформація про Іншого закріплюється у розумінні того, як “ми її знаємо” [7; с. 48]. У результаті чого може виникнути навіть ціла дисципліна знань, яка не відповідатиме фактичній ситуації, що й зазначає у книзі Е.В. Саїд “Орієнталізм”, де автор зосередив увагу на сприйнятті Іншого (орієнтальної людини, культури) Західною культурою. Слід наголосити, що система рецепції близькоспоріднених культур (наприклад слов'янських) та расово далеких культур суттєво відрізняється, на нашу думку, оскільки близькоспоріднені культури мають спільну культурну основу. Звідси взаємне сприйняття цих культур, а на основі них й образу Іншого, відбувається, так би мовити, простіше, без помилкового розуміння Іншого на тлі культурних цінностей. Сприйняття Іншого ж на ґрунті далеких культур вимагає особливо ретельного вивчення культурних цінностей та способу їх розуміння власне Іншим, а тому відзначається складністю даного дослідження.

Сприйняття та розуміння Іншого є кроком до порозуміння та діалогу. Розуміння Іншого відкриває нові грані власного Я, сприяє глибшому розумінню Себе та нової оцінки чи переоцінки Свого. Пізнання Іншого перебуває у силовому полі Я, при цьому слід врахувати, що Інший/Чужий не сприймається як протиставлення Я, а знаходиться у прямій залежності від Я, оскільки

доповнює його сутність, є способом існування і взаємодоповнення один одного. Без Я не буде Іншого. Інший допомагає пізнанню Себе, оскільки Я знаходиться в силовому полі Іншого. Інший дає проєкцію на Себе чи Свого. Взаємозалежність Свого й Іншого є очевидною, оскільки Я існує лише через усвідомлення Іншого як партнера чи ворога.

М. Беллер стверджує, що поштовхом до поширення імагологічних досліджень була характеристика, яку мадам де Сталь дала німцям у “De l’Allemagne” (1813) [9]. Із цього французько-німецького дискурсу викристалізувались імагологічні дослідження, які набирають актуальності в сучасних компаративних студіях. Натомість Джоєп Лірсен виводить історію преімагології від Юлія Цезаря Скалігера (1484-1558), зокрема від його класифікації європейських культур та суспільств [10; с. 17]. Класифікація певних притаманних рис різних націй стала, на думку вченого, початком імагологічного аналізу, який скристалізувався та виокремився в науці значно пізніше.

Імагологія як наукова галузь бере свої початки від лінгвістики, на думку голандського дослідника Джоєпа Лірсена [10; с. 17], зокрема від етнолінгвістичних досліджень Я. Грімма, який спроектував етнолінгвістичну тотожність на історію літератури. Таким чином уже з ХІХ ст. можна виводити, згідно позиції дослідника, офіційну передісторію імагології, оскільки були запроваджені університетські літературно-лінгвістичні студії. Матеріалом досліджень для імагології є широкий спектр виявів етноцентризму, постколоніальних студії. При цьому етноцентризм розглядається тут не лише як вияв характеристики Іншого але й Себе самого. Через пізнання самого себе закономірне зацікавлення Іншим, бо лише в опозиції Свій-Інший відбувається розкриття концепту Свій.

Наукова генеза імагології у сучасному її розумінні сягає французької школи “Анналів” (Л. Февр, М. Блок, В. Дюбі, Ж. Ле Гофф та ін.), яка зробила переворот у вивченні історичних джерел та історії, ставлячи акцент на людське начало, тобто беручи до уваги фольклор, вивчаючи національну ментальність та спогади свідків. Таким чином змістився підхід з описового на реконструювання подій.

Найчастіше уявлення про Інший народ у свідомості закріплюється у вигляді стереотипів. Як відомо, термін **стереотип** увів у науково-понятійний апарат американський дослідник В. Ліпман у праці „Суспільна думка”(1922), де визначив його роль як спосіб створення „картини світу” у голові індивіда, що допомагає вийти за обмежені рамки навколишньої реальності. Стереотип несе у собі сконденсоване знання про певне явище, що дозволяє економити мисленнєві зусилля особи, підлягає легкому засвоєнню та допомагає „впорядкувати” інформацію про світ у цілому. Такі уявлення не завжди відповідають реальності, бо становлять собою переконання певної групи в історично визначених умовах. З часом ці поняття, уявлення закріплюються у суспільстві, збагачуються та передаються наступним поколінням, змінюючись у відповідності до історичних обставин. Власне засвоєння стереотипів, уявлення одного народу про інший, передача їх у наступні покоління відбувається за допомогою літератури. З одного боку, література сприяє поширенню стереотипів, а з іншого – змінює їх у найвищих своїх формах (літературних шедеврах). Таким чином, одним з принципів емпатичного розуміння є власне намагання відкрити культурний світ Іншого.

Отже, стереотип становить собою уже усталену інформацію в певному культурному просторі, яка вже є даною індивідові і не виходить з його власного досвіду. Згідно цього погляду, стереотип виконує певну функцію у суспільстві, а саме: інтегруючу, оборонну, ідеологічну та політичну, тобто, стає опорним концептом для інтерпретації. Стереотип є конструктом свідомості, який зберігає та передає інформацію про Іншого. Однак найголовніша його функція це, на думку Н. Моренєць, емоційна оцінка Іншого та його інформаційне навантаження [4; с. 11]. Таким чином, емоційна іманентність стереотипа сприяє швидкому засвоєнню інформації про Іншого у соціумі.

На думку В. Хорева, стереотип наділений функцією переконання, оскільки сконденсоване знання про Іншого, що закладене у ньому, переходить з покоління в покоління [8; с. 56]. Однак, стереотип наділений і риторичною природою, тобто підлягає здатності змінюватися, проте процес цей є тривалим і пов’язаний не лише з ментальним рівнем суспільства, а й культурно-історичним діалогом націй.

Етнічні стереотипи основані на етноцентризмі, тобто “здатності людей розглядати виявлення культури чужого народу через призму своїх власних культурних цінностей” [8; с.10]. Таким чином, сприйняття іншої культури або ж літературного етнообразу Іншого проходить через призму бачення власного Я та власних культурних цінностей, що також відбиває автообраз у

свідомості читача. Отже, рецепція Іншого сприяє оціненню/переоціненню Я, формуючи також візію діалогу з Іншим на спільних засадах.

Міжкультурні контакти власне й відбуваються спершу на основі стереотипів, які можна ще поділити на первинні чи вихідні (*toroi*), що стають основою для культурної інтерпретації [3; с. 8]. На основі цих первісних стереотипів й розпочинається, на нашу думку, комунікативний акт між Іншим та Я, який пізніше ускладнюється гетеро-стереотипами та авто-стереотипами, які в подальшому можуть видозмінюватися (залежно від міжособистісних контактів та власного досвіду). При цьому “іншування сусідів” [1; с. 22] в умовах міжнаціонального діалогу відбувається обопільно на основі обміну стереотипами або ж на основі міжлітературного діалогу. Важливим фактором сприйняття Іншого є також регіональний його вимір, на що вказує Г. Касьянов [1; с. 22], оскільки образ українця є більш актуальним для жителів східної частини Польщі, ніж, скажімо, для західної, оскільки для них є більш актуальним образ німця.

Одним з чинників подолання стереотипів, на нашу думку, є власне література, зокрема виховна її функція. Літературні етнообрази впливають на свідомість читача та на його культурософську візію світу. При цьому, головна роль відводиться тут не лише читачеві, а власне візії автора, оскільки він ретранслює літературний етнообраз Іншого у суспільство.

Серед предметів імагологічного дослідження є вивчення національних та культурних стереотипів та їх літературної репрезентації, оскільки в образі сфокусоване зображення групи людей, яка спостерігає іншу та себе саму. Зрозуміло, що на цьому тлі постає проблема ідентичності, самоідентичності та ідентифікації Іншого. При цьому іншість можна здефініювати у широкому семантичному полі як дискурс Іншої нації, Іншої етнічної групи або ж Іншого як іноземця. Ідентичність є наслідком інтеракції між людьми, певним соціальним конструктом, що знає зміни на шляху історії.

Імагологія вивчає стереотипи, хоча стереотипи є застиглими уявленнями про Іншого і частіше не відповідають дійсності. Стереотип визначає наскільки автор дотримується культурного стереотипу соціуму рецепції Іншого або ж відходить від нього. Автор же, як стверджує дослідник, через створюваний ним літературний образ, опираючись на культурний і життєвий досвід свого етносу, народу, впливає на ментальність свого та наступного покоління. Образ, уявлення про Іншого, Інший народ створюються в історичній традиції народу, модифікуються, передаються як сконденсований вид знання наступним поколінням і одночасно характеризують власну етнічну ментальність даної нації. Літературна імагологія не протиставляється імагологічним дослідженням з інших галузей науки, а навпаки, “співпрацює з ними, розробляючи свої аспекти й створюючи свої парадигми” [6; с. 57].

Стереотип, за визначенням Станцля, містить “мінімум інформації з максимальним значенням” [9; с. 8]. Отож це є своєрідна форма сконденсованого знання, яке подає інформацію про Іншого, з певним конотаційним навантаженням. Когнітивна функція стереотипа передeterminує уявлення про Іншого. Стереотип є радше ментальним явищем, ніж літературним, у літературі він лише артикулюється. Комунікація з Іншим відбувається на певній території, чи це територія Іншого, чи власна територія (територія Я) або ж територія, що є чужою для обох. Власне простір, де відбувається комунікація, має важливе значення для порозуміння між Своїм та Іншим. Найчастіше непорозуміння виникають на терені прикордоння, де відбувається активна культурна інтерпретація Я та Іншого. Виникає на цьому тлі також питання внутрішніх і зовнішніх кордонів певної групи, коли одна група має певний внутрішній кордон, де функціонує її етнічний код, а зовнішній, для чужинців, відповідно не зрозумілий для них, оскільки вони не знають культурного коду.

Серед імагологів не існує однозначного ставлення до використання терміну стереотип в імагологічних дослідженнях. Так, М.С. Фішер запропонував замість соціологічно конотованого терміна стереотип запровадити в імагологічній студії суто літературний концепт *імаготип* та *імаготипна система*, однак, його ідею на практиці використали лише деякі вчені [9; с. 9].

Теоретики постколоніалізму Е. Саїд та Франц Фенон підкреслювали накладання стереотипа як частини колоніальної влади на підкореного [10; с. 24]. Таким чином стереотип відбивав суб'єктивне враження колоніста про підкорену націю. Найчастіше такий стереотип мав негативну конотацію щодо підкореної нації.

Слід додати, що також використовується термін *візіотип* для позначення оптичної презентації у телебачення та друкованих медіа [9; с. 9]. Візіотип накладає відбиток на зорову пам'ять та залишає імаго Іншого у вигляді уже візуальної картини у мозку. Ця інформація

додається до ментальної картини про Іншого. Таким чином стереотип є першим своєрідним знанням про Іншого, що побутує у суспільстві та накладає свій відбиток на ментальну картину реципієнта.

Одним із завдань імагології, як вважає Беллер, є аналіз стереотипів та упереджень, щоб піддати їх критиці та спостувати чи підтвердити. Імагологіст, на думку науковця, має починати дослідження від суб'єктивності у іміджі та проаналізувати їхню мотивацію та функцію концентруючись цій власне суб'єктивності [9; с. 12].

Імагологістам слід уникати читання тексту в термінах достовірності, а зосередити увагу на самому тексті в межах перцепції та інтертекстуального тла. Імагологіст не дає критичних оцінок, а лише вивчає сприйняття та відображення образів одних народів про інших. Отже, імагологія ґрунтується не на вивченні ідентичності, а надає перевагу етно-імагологічному дослідженню, в основі якого власне і є етно-образ Іншого. Проте сконцентрованість імагологічного дослідження на етно-образі Іншого влючає і популярні на сьогодні дослідження пост-національних моделей, пост-колоніальних студій.

На думку М. Беллера, літературний аналіз збагачується від досліджень так званих “внутрішніх картин” (за визначенням Блока), оскільки вони сконцентровані на “вербально та текстуально кодифікованих образах” [9; с. 4]. Таким чином, включаючи імагологічний підхід у дослідження тексту, літературний критик розкриває ще одну площину рецепції твору, а саме – вербально-текстуальну, яка діє на підсвідомому рівні реципієнта та витворює в його уяві або ж активізує певні культурні коди, які закріплюються певним чином у підсвідомості реципієнта. Аналізуючи ментальну картину бачення, дослідник розкриває багатогранну сутність твору, на нашу думку. Такі “іміджі” твору впливають безпосередньо на рецепцію Іншого та корегують поведінку реципієнта щодо Іншого.

Відповідно до завдання імагологічного дослідження, можна виділити декілька типів таких досліджень. Французький дослідник Жан-Марк Моруа виділив три типи імагологічних досліджень, а саме: 1) ті, які аналізують опис Іншого як історичний документ; 2) які змальовують цілий комплекс соціальних і культурних положень в літературному аналізі; 3) які екзамінують авторський міф у світлі імагологічного горизонту певного періоду [9; с. 10]. Відповідно до такої класифікації увага дослідника зосереджується на чітко окресленій групі завдань, висвітлюючи певний компонент імагологічного питання. Класифікація структурує роботу дослідника та не дає йому згубитись в множинній інтерпретації.

Автор створює імагологічний текст та наділяє при цьому Іншого відповідними характеристиками, які відображають не лише позицію самого автора, але й контекст епохи, в якому створений твір. Таким чином, автор позиціонує себе стосовно певного відрізка часу та створює власну візію Іншого.

Постає питання, чи наші уявлення про інші нації є правдивими чи фіктивними, тобто чи переважає в них негативний стереотип або суб'єктивне враження. Отож імагологіст дає відповідь на ряд питань, а особливо аналізує рецепцію твору та відповідність авторської візії щодо культурного етнокоду, спосіб авторської нарації та самоідентифікації в творі щодо Іншого та ін.

Концепти Свій та Інший складають основу психологічних і культурних категорій, які становлять підстави самоідентифікації та диференціації націй, етнічних груп. З цього виникає також, що цікавлячись та вивчаючи Іншого відбувається самооцінювання та переоцінка власного автообразу, при цьому відбувається процес руйнування стереотипу Іншого як на рівні особистому, так і на рівні національному. Отже, літературний етнообраз Іншого цілком відрізняється від стереотипа, оскільки перший містить особисту рецепцію та інтерпретацію Іншого через призму візії автора. Ці категорії не притаманні стереотипу, який лише артикулює суспільну думку соціуму.

Ціллю ж імагології є зрозуміти дискурс репрезентації Іншого та Себе самого. Таким чином будь який текст демонструє дискурсивну практику, а не національні особливості, і суть треба шукати саме в інтертексті. Одак інтертекст імагологічного дослідження повинен включати у себе культурно-історичний контекст та авторську візію. Суб'єктивність в імагологічному тексті не повинна маргіналізуватися, а бути в центрі імагологічного дослідження, оскільки через суб'єктивну авторську позицію Інший та Свій набирають певної конотативної вартості. Імагологіст зацікавлений у динаміці, яка є між автообразом та гетерообразом. Імагологістам слід обов'язково враховувати позицію автора, з якої він позиціонує себе у творі, наприклад, змальовує Іншого з позиції певного прошарку суспільства, з позиції незалежного спостерігача. Отже,

імагологічне дослідження розширює літературний метод дослідження тексту, вводячи його в міждисциплінарний інтертекст.

Отож дослідження образу Іншого становить сутність імагологічних досліджень, при цьому, складність цих досліджень зумовлюється багатоаспектною рецепцією образу Іншого у культурному середовищі та самим письменником, який створює імаго логічний текст. При цьому семантичне навантаження стереотипу є одним з визначальних чинників остаточної рецепції образу Іншого, оскільки стереотип переважно несе негативне конотаційне навантаження. Сучасні наукові теорії наголошують на важливості дослідження стереотипу у різних перспективах, оскільки саме повноцінне його вивчення дає змогу об'єктивної оцінки рецепції Іншого.

ЛІТЕРАТУРА

1. Касьянов Г. Націоналізація історії та образу іншого // Критика, Київ, 2006 - № 9-100 – с.22-24
2. Кристева Ю. Самі собі чужі –пер. Борисюк З. - К., Основи, 2004 – с.262.
3. Мальцева К. С. Опозиція своє/чуже як культурна універсалія // Наукові записки. Том 20-21, Теорія та історія культури / за ред. Погорілий О. та ін., Національний університет "Києво-Могилянська академія". – К., 2002 – с. 123 - С. 6-10.
4. Моренець Н. Образ Іншого – від первинного нарцисизму до аргументу ідеологічної риторики // Наукові записки. Том 20-21, Теорія та історія культури / за ред. Погорілий О. та ін., Національний університет "Києво-Могилянська академія". – К., 2002 – с. 123 – С.10-16.
5. Наливайко Д. Літературна імагологія: предмет і стратегія – с.91-103 // Наливайко Д. Теорія літератури й компаративістика. – Київ: Києво-Могилянська академія, 2006 – с. 347.
6. Наливайко Д. Стан і завдання українського порівняльного літературознавства // Урок української – 2000 – № 11-12 – с.50 - 57.
7. Саїд Е. В. Як пізнати орієнталів. Розділ I. Рамки орієнталізму. / Саїд Едвард В. Орієнталізм – пер. Віктор Шовкун – Київ: Основи, 2001 – с. 415.
8. Хорев В. Польша и поляки глазами русских литераторов: Имагологические очерки. – М.: Индрик, 2005 – с.232.
9. Beller Manfred. Perception, image, imagology. – p.3-16 / Imagology. The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey. – Edited by Manfred Beller and Joep Leerssen – Amsterdam – 2007, -476p.
10. Leerssen Joep. Imagology: history and method – p.17-32 / Imagology. The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey. – Edited by Manfred Beller and Joep Leerssen – Amsterdam – 2007, -476p.

Галина ВОЛОЩУК

© 2008

АВТОБІОГРАФІЗМ ПОВІСТІ “ХРИЗАНТЕМИ” УЛЯНИ КРАВЧЕНКО: ЕТНІЧНІ ПРОЕКЦІЇ ТА ПРИЙОМИ ВИРАЖЕННЯ

В українському літературознавстві досліджень автобіографічних елементів у творах письменників не так вже й багато. Однак ця важлива проблема привертала до себе увагу вітчизняних вчених, істориків, літераторів, антропологів, етнографів та психологів вже давно. Досить згадати праці М. Возняка [4], С.Єфремова [7], А.Крушельницького [12], М.Рудницького [14], щоб переконатися: вивчення цього питання позитивно позначається на літературних та наукових процесах.

Відомо, що автобіографізм притаманний багатьом жанрам художньої літератури, зокрема автобіографічними вважають мемуари, спогади, щоденники, листування та інші літературно-документальні жанри, головним героєм яких вважається сам автор. Естетична цінність автобіографічних творів зумовлюється «пропорційним співвідношенням у них художнього й документального елементів, важливими є точність фактичного матеріалу, достовірність зображуваних подій, які часто поєднуються з домислами, накладанням на факти авторських симпатій чи антипатій» [9, 19].

Вектор естетичних пошуків у зображенні характеру автобіографічного героя спрямовується насамперед на відтворення внутрішнього світу антропоцентра за допомогою розгалуженої системи взаємопов'язаних художніх засобів.