

ДИХОТОМІЯ «СВІЙ» – «ЧУЖИЙ» ЯК МЕНТАЛЬНИЙ ОБРАЗ В АСПЕКТІ ІМАГОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ

DICHOTOMY “OWN” – “OTHER” AS A MENTAL IMAGE IN THE ASPECT OF IMAGOLOGICAL ANALYSIS

Ступницька Н.М.,

orcid.org/0000-0002-7560-0049

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Ленська О.О.,

orcid.org/0000-0001-8972-9962

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

У статті стверджується, що особливістю наукового процесу сьогодення є розповсюдження кроснаукових досліджень. Необхідність розуміння світу, що швидко змінюється і поглибленого вивчення людської особистості зумовлює розвиток міжгалузевих розвідок по типу імагології. У роботі йдеться про необхідність дослідження усього культурно-історичного пласту, притаманному певному відрізку часу.

Представлений огляд наукових досліджень свідчить про активні пошуки у галузі імагології західно-європейських учених та зацікавленість у українських дослідників у імагологічних дослідженнях.

Висловлюється думка, що найважливішим поняттям, яким оперує імагологія, є образ. Для глибокого і всебічного розуміння образу необхідним є застосування категорії оцінки. У статті стверджується, що оцінка є складною філософською категорією і лежить в основі формування системи цінностей суспільства й специфіки сприйняття власної і чужої культури та менталітету. Образ являє собою складне поняття, яке поєднує філософське, соціологічне, психологічне, філологічне, естетичне значення. Таке утворення можна описати як ментальний образ, що й являє собою розумове сприйняття або відторгнення іншої культури і стає ментальним продуктом.

У роботі зазначено, що імагологічний образ, перебуває у процесі постійної трансформації, під час якої відбувається нашаровування старих рис на нові, співіснування ознак, притаманних сприйняттю образу на різних етапах історичного розвитку людства.

Структура «свій» – «чужий» не є сталою і статичною, має неоднорідний характер і постійно змінюється. Закцентовано увагу на багатоаспектності компонентів бінарної структури. Категорія «свій» має неоднорідний характер, що значною мірою залежить від реципієнта. Досліджуючи цей імагологічний образ, неможна оминати увагою певне розшарування суспільства і формування у кожного прошарку власного сприйняття цієї категорії. Другий член бінарної опозиції також є багатоплановим. «Чужий» може сприйматися як «інший», не такий як я, той, хто має власні погляди, систему цінностей, але потенційно готовий зрозуміти і прийняти мій вибір. Екстремальним проявом образу «іншого» є «ворог», саме публічний ворог, а не особистий конкурент чи супротивник.

Ключові слова: бінарна опозиція, імагологія, імагологічний образ, категорія оцінки, кроснаукові дослідження, ментальний продукт, «свій» – «чужий», система цінностей.

The article claims that a feature of today's scientific process is the spread of cross-scientific research. The need to understand the rapidly changing world and the in-depth study of the human personality predisposes the development of interdisciplinary researches such as imagology. The work deals with the need to study the entire cultural and historical stratum inherent in a certain period of time.

The represented review of scientific researches shows active searches in the field of imagology by Western European scientists and the interest of Ukrainian researchers in imagological study.

The opinion is expressed that an image is the most important concept which is operated by imagology. It is necessary to use the evaluation category for a deep and comprehensive understanding of the image. It is noted in the article that evaluation is a complex philosophical category and it is at the basis of the formation of the value system of society and the specifics of perception of own and foreign culture and mentality. The image is a complex concept that combines philosophical, sociological, psychological, philological, aesthetic meaning. This formation can be described as a mental image, which is a mental perception or rejection of another culture and it becomes a mental product.

It is stated that the imagological image is in the process of constant transformation, during which there is a layering of old features on new ones, the coexistence of features inherent in the perception of the image at different stages of the historical development of mankind.

The structure of “own” – “alien” is not stable and static, it has a heterogeneous character and it is changing constantly. Attention is focused on the multifaceted nature of the components of the binary structure. The category “own” has a heterogeneous character, which largely depends on the recipient. Studying this imagological image, you cannot ignore a certain stratification of society and the formation of each stratum's own perception of this category. The second member of

the binary opposition is also multifaceted. "Alien" can be perceived as "other", not like me, someone who has his/her own views, a system of values, but he/she is potentially ready to understand and accept my choice. The extreme manifestation of the image of the "other" is the "enemy", precisely the public enemy, not a personal competitor or opponent.

Key words: binary opposition, imagology, imagological image, evaluation category, cross-scientific research, mental product, "own" – "alien", value system.

Постановка проблеми. Розвиток людства, спрощення можливостей комунікації та впливу людини на оточуюче середовище, обумовлює необхідність формування поняттєвого апарату для вивчення особливостей подібних відносин. Стрімкий науково-технічний прогрес, поява нових пристроїв сприяє пришвидшенню процесів здобуття і обміну інформацією, розширенню кола спілкування та поширення власних думок та цінностей. Галузі науки, що вивчають текст також не є сталими, вони розвиваються та змінюються, враховуючи виклики сучасності. Взагалі, мову можна порівняти із живим організмом, адже вона народжується, розвивається, живе, трансформується, функціонує, взаємодіє з іншими мовами та науками, що зумовлює необхідність кроснаукових досліджень.

На нашу думку, мова і оточуюче середовище є одними з найважливіших аспектів людського співіснування, антропоцентрична спрямованість сучасного суспільства зумовлює необхідність поглибленого і багатоаспектного вивчення людської особистості. Перцептивні, комунікативні і когнітивні особливості відіграють значну роль у міжособистісному та міжкультурному співіснуванні, що знаходить відображення у науці, обумовлюючи розвиток міжгалузевих досліджень по типу імагології.

Спроба зрозуміти культурологічні та ментальні особливості не може не впливати на розвиток сучасної наукової думки й не породжувати розвиток й розгалуження уже доволі сталих дисциплін. Так, співставлення культурних особливостей різних народів входить у сферу вивчення теорії міжкультурної комунікації, однак не обмежується тільки нею. Даний аспект вивчається із залученням методологічного апарату теорії міжкультурної комунікації, культурології, етнології, порівняльного літературознавства, лінгвістики та інших. Український дослідник Д.С. Наливайко у монографії «Спільність і своєрідність. Українська література в контексті європейського літературного процесу» (1988) репрезентує образ України за закордонними джерелами й теоретично обґрунтовує актуальність подібних досліджень. В подальшому науковець проводив розвідки, спрямовані на вивчення сприйняття іноземцями української дійсності. Результатом цього стало видання двох монографій: «Казацька хри-

стіянська республіка» (1992) й «Очима заходу. Рецепт України в Західній Європі XI–XVIII ст.» (1998).

Доцільним й актуальним, на наш погляд, є дослідження еволюції образів інонаціональних держав у межах значного проміжку часу. Саме за такої умови можна виявити об'єктивну складову його рецепції у політичному, соціальному, мовному та інших дискурсах. Слід брати до уваги, що імідж держави, це не тільки сфера художньої літератури, а й надбання масової свідомості, що знаходить реалізацію у творчості певних митців. Тому, об'єктом дослідження повинні стати тексти не тільки художніх творів, а й наукові роботи, передусім історичного, географічного, етнографічного, суспільно-політичного напрямків. Публіцистичні тексти, політичні промови й декларації також є значним пластом для розвідок у галузі імагології. Лінгвістична імагологія спрямована на вивчення саме мовного аспекту сприйняття образу «чужого», «іношого» народу або країни, співставляючи образ «своїх» і «іношних». У сфері лінгвоімагологічних досліджень поняття «імідж» являє собою вербальні характеристики особистості, які спрямовані на створення певної громадської думки, виявляючи, таким чином, значущий впливовий потенціал не тільки аргументативного, а й маніпулятивного характеру. На нашу думку, важливим компонентом іміджу, є його, так звана, штучність, тобто, створений імідж може не співпадати, а, навіть контрастувати із реальним мовленням й моральним портретом особистості, що є структурним елементом створення фундаменту для формування стереотипних уявлень. Стереотипи дозволяють людині вибудувати уявлення про світ у цілому, про простір, що лежить за межами власного обмеженого соціального, географічного і політичного кола.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Національні образи й етнічні стереотипи у сучасному світі набувають актуальності у галузі міжкультурних і міжнаціональних питань, що й становить сферу досліджень імагології. Імагологія як частина компаративістики поширилася у літературознавчому і мовознавчому обігу у середині ХХ століття. У 1920–30-х роках предметом дослідження імагологів стає саме «імідж». Розробці проблем національної ідентичності, формуванню національних іміджів і стереотипів присвячені

праці П. Ленгфорда [5], Дж. Фаулза, Т. Девос [1] та інших дослідників.

Ж.-М. Карре та М.-Ф. Гийяр висловили думку, що аналізувати слід не тільки взаємний вплив літератур, а й те, яким чином у тексті реалізується образ «іншого» – «чужого». Ж.-М. Карре аналізував помилки, яких, на його думку, припустилися французькі письменники у їх уявленнях про Німеччину. М.-Ф. Гийяр наголошував на тому, що кожен народ створює про себе й про інші народи спрощений образ, у якому містяться як випадкові, так і суттєві риси, тому виникає необхідність зрозуміти як виникають й живуть в індивідуальній та колективній свідомості міфи про інші народи та нації. [3, с. 110–111]. Таким чином, Гийяр запропонував досліджувати не проблему літературних впливів, а проблему рецепції «іншого».

У 1966 році Х. Дизеринк видав статтю «До проблем «іміджів» і «міражів» та їхнього дослідження у рамках порівняльного літературознавства», яка стала теоретичним маніфестом й базисом «Аахенської програми з імагології». Він перелічив три фактори, що мають вплив на вивчення «образів» і «міражів» у літературознавстві, а саме: їхня присутність у деяких літературних творах, роль, яку вони відіграють при розповсюдженні за межі областей національних літератур, а також те, що вони частіше з'являються у літературознавчих дослідженнях і критиці.

Дослідник розглядав імагологію як напрямок у компаративістиці, яке повинно бути націленим на дослідження в літературі образу іншої країни, народу, держави, культури. На його думку, нація не існує як спільнота, а є ментальною конструкцією, тимчасовою моделлю мислення [2].

Цікавою є думка Й. Леерсона стосовно національного сприйняття, що базується на виділенні трьох ключових етапів рефлексії. На думку дослідника у 18 столітті етнотипи розумілися у контексті культурної критики, для XIX століття притаманні були порівняльно-історичні підходи до дослідження національних характерів, у XX ст. відбувався поступовий злам традиційного есенціалізму у розумінні націй й ствердження «деконструктивного і критичного аналізу риторики національного характеризування», який, власне й свідчить про зміну наукових парадигм, що визначають інтерпретування національного тексту літератур [4].

Імагологічні дослідження викликають зацікавленість й у українських дослідників. Так, на думку М. Ільницького та В. Будного «національний образ (або ж літературний етнообраз) – це такий літературний образ, що конструє не лише

індивідуальні риси, а й етнічну (національну) ідентичність зображуваних персонажів, краєвидів чи історичної минувшини, подаючи певні їхні ознаки як «типові» для відповідної країни, «характерні» для цілого народу» [7, с. 247].

Поставновка завдання. Мета даної статті полягає у висвітленні сприйняття науковою спільнотою поняття «імагологія», виявленні особливостей інтерпретування дихотомії «свій» – «чужий» в імагологічному дослідженні.

Для здійснення цієї мети були поставлені наступні завдання:

- з'ясувати специфіку розуміння образу в імагологічному аспекті;
- зацентувати увагу на необхідності аксіологічного підходу до вивчення імагологічного образу;
- виявити багатоаспектність кожної складової бінарної структури «свій» – «чужий».

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, імагологічне дослідження образу не можливе без урахування категорії оцінки, що й лежить в основі розрізнення понять «свій» або «чужий». Оціночний підхід до сприйняття оточуючого середовища, відповідно, сприйняття життєвих фактів крізь призму моральних норм, принципів та законів, що склалися у певному суспільстві. І.Є. Бюяр зазначає, що «концепт оцінки є беззаперечною та важливою складовою картини світу окремих осіб, представників певних соціальних груп і цілих націй, оскільки всі події та факти навколишнього світу сприймаються як позитивні, нейтральні або негативні залежно від встановлених норм, правил та особистих переконань. Аксіологічна категорія оцінки значною мірою визначає комунікативну інтенцію мовця і загальний зміст повідомлення, а тому є актуальною і заслуговує на комплексне вивчення» [6, с. 145]. У кожному суспільстві формуються власні системи цінностей, специфіка сприйняття оточуючого середовища та інших культур. Суттєвою особливістю розвитку людства на даному етапі є спрощення міжкультурної комунікації, що актуалізує питання оціночного сприйняття особливостей чужої культури та процеси співіснування, асиміляції й, у той же час, ідентифікації особистості, як носія певного культурного коду. Зважаючи на це, доречним буде зазначити думку Г.В. Кислякової, що термін «оцінка» містить не лише лінгвістичні, а й паралінгвістичні компоненти [8, с. 164].

Категорія оцінки є доволі неоднорідною й розгалуженою, знаходить своє застосування у різних галузях наукового та викладацького дискурсу. Сюди, на нашу думку, також входять оцінні

висловлювання, на формування яких впливають усталені цінності, як оточуючого індивіда середовища, так і усього суспільства. Бінарна структура «свій» – «чужий» базується саме на аксіологічній категорії, зважаючи на відмінність мов, менталітетів, віросповідань, рівнів освіти тощо.

Взагалі найголовнішим поняттям, яким оперує імагологія є образ. Для більшого усвідомлення дихотомії «свій» – «чужий» слід взяти до уваги, що поняття «образ» є доволі широким і має філософське, соціологічне, психологічне, філологічне, естетичне трактування. Усе це можна описати як, так званий, ментальний образ, тобто розумове осягнення іншої культури, її сприйняття, прийняття або відторгнення стає ментальним продуктом. На думку Х. Дизеринка, імагологія досліджує імаготипічні структури, ментальні моделі, що становлять фундамент для національної ідентичності й самоідентифікації певної нації та їхню об'єктивацію у літературі [2]. Формування імагологічних образів відбувається крізь призму системи цінностей і норм, притаманній власній культурі, на базі яких й вибудовується сприйняття «чужої» культури. У динаміці цих процесів значну роль відіграють цивілізаційна та релігійна приналежність обох культур, ідеологічна складова і, безумовно, історичний контекст. Ця структура утворює, так званий, імагологічний образ, який перебуває у процесі постійної трансформації, під час якої відбувається нашаровування старих рис на нові, співіснування ознак, притаманних сприйняттю образу на різних етапах історичного розвитку людства. «Кожна історична доба й кожне суспільство наново створює своїх “інших”. Таким чином, ідентичність “я” або ідентичність “іншого” далека від того, щоби бути чимось статичним, а є насправді досконало опрацьованим історичним процесом, що відбувається як змагання і втягує в себе індивідів та інституції в усіх суспільствах» [9, с. 429].

Однак, врахування тільки історичного розвитку людства, є недостатнім для дослідження особливостей будови конструкції «свій» – «чужий». Ми вважаємо, що слід враховувати рівень освіченості і особливості виховання певної особистості у рамках суспільства, яке являє собою неоднорідну структуру. Отже, можна стверджувати, що категорія «свій» у цій конструкції має доволі неоднорідний характер, що значною мірою залежить від реципієнта, таким чином, можна виділити, так би мовити, особистісне «своє» і суспільне «своє». Досліджуючи цей імагологічний образ, неможна оминати увагою певне розшарування суспільства і формування у кожного прошарку власного сприйняття цієї категорії.

Говорячи про категорію «чужого», також слід звернути увагу на багатоплановість цього поняття. «Чужий» може сприйматися як «інший», не такий як я, той, хто має власні погляди, систему цінностей, але потенційно готовий зрозуміти і прийняти мій вибір. З «іншим» у нас немає спільного минулого, але цілком можливе спільне майбутнє, може, навіть, існувати обопільна зацікавленість у взаємопізнанні та співпраці. Слід визначити, так би мовити, нейтральних «інших», тобто тих, які існують у межах власного ментального образу й не цікавляться нашим буттям, і не втручаються у життя нашого суспільства. Екстремальний прояв образу «іншого», це «ворог», саме публічний ворог, а не особистий конкурент чи супротивник.

Для відображення цього застосовуються також й мовні засоби. Для позначення імагологічного образу «свій» вживаються займенники «ми», «наш», що мають певне звужене значення, тобто позначають своє оточення. Образ «інших» втілюється використанням займенника «вони», що має дещо розширене значення у сенсі не наше, все інше та відсторонення: вони там, далеко, у іншому, незнайомому, чужому світі. Такі мовні одиниці є зрозумілими для усіх верств населення і сприяють адекватному відображенню дихотомії «свій» – «чужий».

Формування такої ментальної структури неможливе без вибудовування цілої системи, що складається з художньої літератури, ЗМІ, публіцистики, мистецтва, тобто з різних типів дискурсу. Все це входить у суспільну свідомість, де, власне, і перетворюється на іміджеві уявлення як про себе, так і про інші народи.

Висновки. Викладений у даній статті матеріал дозволяє зробити висновок, що імагологічні дослідження не втрачають своєї актуальності, викликають зацікавленість науковців і появу нового глосарію для визначення категорій цього напрямку дослідження. Специфічне поняття «імагологічний образ» є багатоаспектним і таким, що не можливо повною мірою дослідити без використання кроснаукових досліджень. Використання категорії оцінки, безумовно, сприяло висвітленню складності і багатошаровості складових дуальної структури «свій» – «чужий». Усі ці питання потребують подальших наукових розвідок і поглибленого дослідження з використанням методологічних засобів інших наук. Дослідження «імагологічного образу» і структури «свій» – «чужий» є перспективним і таким, що не втратить актуальності протягом тривалого періоду, адже з розвитком людства, ці питання потребуватимуть додаткових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Devos, T., Comby, L., Deschamps, J.-C. Assymetries in judgements of in group and out group variability *European Review of Social Psychology* / Ed. by W. Stroebe, M. Hewstone. John Wiley and Sons LTD, 1996. Vol. 7. P. 27–57.
2. Dyserinck H. Imagology and the Problem of Ethnic Identity. *Intercultural Studies*. 2003. № 1. URL: https://is.muni.cz/el/1421/podzim2009/NIDCC03_01/um/2_Dyserinck.pdf. (дата звернення: 28.02.2024).
3. Guyard M.-F. *La littérature compare* Published by Presses Universitaires De France, Paris, 1969. 128 p.
4. Imagology : The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters. A Critical Survey. Series : *Studia Imagologica* / ed. H. Dyserinck, J. Leerssen. Amsterdam ; New York : Rodopi, 2007. Vol. 13. 476 p.
5. Langford, P. *Englishness Identified: Manners and Character 1650–1850*. Oxford, N.Y., 2000. P. 12–13.
6. Буяр І.Є. Лінгвістична категорія оцінки; оцінювання досягнутого у вітчизняній лінгвістиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2009. Вип. 11. С. 145–149.
7. Ільницький М. Імагологія. *Порівняльне літературознавство* / М. Ільницький, В. Будний. Львів, 2007. Ч. I. С. 244–274.
8. Кислякова Г.В., Ковтун О.В. Морфологічні засоби вираження категорії оцінки в англійській мові. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2022. Вип. 14. № 1. С. 163–166.
9. Саїд Е. В. *Орієнталізм*. Київ: Основи, 2001. 512 с.