

УДК 008

Оксана Кузьменко

НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА ЇЇ МЕЖІ: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ “ІНШОГО”

У статті розглянуто питання національної ідентичності. Дається спроба оцінки ролі “Іншого” у процесах збереження позитивної національної ідентичності. На прикладі аналізу коментарів у польськомовному інтернеті розглянуто процес формування образу “Іншого” залежно від ситуації, що впливає на прояв національної ідентичності.

Ключові слова: національна ідентичність, “Інший”, інтернет, інтернет-комунікація, польсько-українські стосунки

O. Kuzmenko. National identity and its borders: the question of forming an image of “Other”

The article is dedicated to the problem of national identity. The role of “Other” in the positive national identity saving process is being esteemed. The analysis of comments in polish lingual Internet segment was taken as the example of the process of creating the image of “Other” depending on the situation that influences the national identity expression.

Key words: national identity, “Other”, Internet, Internet-communication, Polish-Ukrainian relations

O. Кузьменко. Национальная идентичность и её границы: к вопросу о формировании образа “Другого”

В статье рассматривается вопрос национальной идентичности. Представлена попытка оценить роль “Другого” в процессах сохранения позитивной национальной идентичности, а также на примере анализа комментариев в польскоязычном интернете, проиллюстрировано каким образом формируется образ “Другого” в зависимости от ситуации, которая влияет на проявление национальной идентичности.

Ключевые слова: национальная идентичность, “Другой”, интернет, интернет-коммуникация, польско-украинские отношения.

На сучасному етапі все більшої актуальності набувають дослідження різних рівнів ідентичності: від індивідуальної до групової, від статевої до національної. І якщо пошуки самого себе, як зазначає Ентоні Сміт [2], сягають коріннями ще в часи давньої Греції і досить детально описуються у Софоклівській трагедії про Едіпа, то питання про усвідомлення себе як частини певної нації набувають актуальності значно пізніше.

Цікавим є підхід психоаналітиків, що розглядають національну ідентичність як своєрідну патологію, вид психологічної неволі, що відділяє людину від власної істоти і від інших людей. Такий погляд отримав надалі різноманітні оцінки і відгуки, поступився місцем у розумінні націоналізму іншим течіям (як, наприклад, суспільно-культурна чи пізнавальна) [3, с. 71-86]. Все ж попри це, нелогічно потужна роль національної ідентичності у поведінці індивідів займає центральне місце у багатьох дослідженнях сучасників.

Бенедикт Андерсон у праці “Уявні спільноти” називає нації спільнотами, які повстають у нашій уяві, адже індивіди що ідентифікують себе з певною нацією, не знають більшості своїх “братів”. Велику роль у створенні таких міцних зв’язків, що навіть змушують людей вмирати за національні ідеї, він надає ролі поширенню друку і взагалі технічному розвитку. Націю він визначає як “уявну політичну спільноту, яка є обов’язково обмеженою і в той самий час суверенною” [1].

Нація є обов’язково обмеженою, адже жодна не тяжіє стати всесвітньою. “Навіть найбільша з них, та що нараховує, скажімо, мільярд людей, має кінцеві, хоча і рухливі кордони, за межами яких існують інші нації. Жодна нація не уявляє себе розміром з людство. Навіть найбільш месіанські налаштовані націоналісти не мріють про той день, коли усі члени людського роду увіллються в їх націю, як це було можливо в деякі епохи, коли скажімо християни могли мріяти про усю християнську планету” [1].

Продовжуючи думку Бенедикта Андерсона, кожна нація потребує кордонів і інших націй, адже це допомагає відчувати свою “інакшість”. А оскільки будь-кому притаманне тяжіння в першу чергу до формування позитивного власного образу і пошуки найвищого рівня, така “інакшість” пов’язана в першу чергу з “вищістю” чи “кращістю” себе щодо “Інших”. Власна ідентичність, своєю чергою, може бути як позитивною (усвідомлення наявності

ціннісних рис, порівняння із іншими не є некорисними для власного візерунка), так і негативною (усвідомлення власних недоліків, не вартості в порівнянні з іншими).

Хоч інформаційна доба несе зміни у пріоритетах, засобах і формах комунікації, а це відображається на формуванні ідентичності, роль “Іншого” й уникання загрози нищення позитивного власного образу залишаються незмінними. Спробуємо простежити, яким чином віддзеркалюються ці процеси в Інтернеті як домінуючому сучасному засобу масової комунікації.

Інтернет як ЗМК виразно відрізняється від інших, так званих “традиційних медіа”. У своїй праці “Мовна комунікація в Інтернеті” Я. Гжєня проводить порівняльний аналіз мас-медіа. Він називає характеристики, які кардинально вирізняють Інтернет серед інших ЗМК. Серед них: глобальна сфера поширення, наявність поруч із інституціональним джерелом інформації індивідуального, дуже високий рівень активності аудиторії, рівність ролей джерела й отримувача та їх взаємозамінність, а також наявність індивідуального адресата поруч із груповим [5, с. 21]. Очевидними для Інтернету є можливість участі у процесах масової комунікації аудиторії, її понадтериторіальність (глобальність) і анонімність, що логічно збільшує її активність. А також, на відміну від інституціональних мас-медіа сфера віртуальна поки що залишається поза офіційною цензурою, що дозволяє вільно висловлюватись щодо того чи іншого питання.

На площині непростих польсько-українських стосунків взаємне формування образу іншого було перенасичене різноманітними стереотипами і упередженнями. Поруч з цим спільна історія формує паралельно образи сусідів наділені різноманітними характеристиками, які згідно з правилами стереотипного спостереження дуже часто є амбівалентними.

Об'єктом нашого дослідження є польський портал pudelek.pl, який згідно з останнім звітом дослідницької організації Польське дослідження Інтернету (Polskie Badania Internetowe) є найбільш популярним сервісом пліток, згідно з анкетними даними, половина опитуваних користується сервісами такого типу принаймні раз у тиждень, а 23 відсотки опитуваних роблять це щоденно [4]. Відповідно до даних однієї з найбільш відомих інформаційних компаній Алекса (Alexa.com), яка спеціалізується на збиранні статистики

про відвідуваність сайтів, pudelek.pl входить до двадцятки найбільш відвідуваних в польщі порталів і цільова аудиторія його – це переважно жінки, з вищою освітою, віком від 25 до 34 років [6]. Цікавим для нас є також високий в порівнянні з іншими порталами рівень зворотного зв'язку, що виражається у вигляді кількісно високого коментування до заміток.

Для порівняння, формування образу “Іншого”, і яку роль в цьому відіграє власна позитивна оцінка, ми вибрали дві ситуації, описані на шпальтах portalу. Перша під назвою “Українка ображає Поляків?” від 13.09.2007 [7] друга – “Венглярчик про Українок: “Роботи для прибирання! Хаха!” від 25.01.2012 [8]. Обидві статті викликали суспільний резонанс, що вилилось у наявність великої кількості коментарів: 1249 та 3072 відповідно. Перша стаття описує ситуацію, в якій член журі популярного польського шоу, українка з походження, экс-дружина відомого польського актора Вероніка Пазура-Марчук, критикуючи одного з учасників, посплюговується окресленням “польська жовч”, в іншому – відомий польський телеведучий в ранковому шоу називає українок роботами для прибирання. В першому і другому випадку ідеться про певне індивідуальне стереотипне бачення “Іншого”, і яким чином такі ситуації, що виступають загрозою позитивної національної ідентичності впливають на формування образу “Іншого”. В обидвох випадках спостерігається загроза позитивної національної ідентичності поляків, оскільки в першому випадку “Поляк” характеризується “Іншим” як той, кому притаманна негативна характеристика, в другому член нації, з яким себе ідентифікує більшість, ставить під сумнів позитивний власний образ, бо демонструє такі характеристики, як негостинність і нетолерантність у стосунку до “Іншого”.

Велика кількість коментарів і в першому, і другому випадку більшою мірою стосувалась конкретної особи, якій належали висловлювання. Та об'єктом нашого дослідження були лише ті коментарі, в яких на ґрунті загострення національної ідентичності в умовно тієї і самої групи актуалізувались національні стереотипи і бачення “Іншого”, в обох випадках – українця. Коментарів, що носять суто оціночний характер щодо України і українців не є аж так багато (до уваги не беруться оціночні судження конкретної особи з додатком “українська”, лише ті що стосуються усієї країни,

нації, народу). Так, у першому випадку така кількість становить біля 7% усіх коментарів, у другому – заледве більше 2%.

Цікавою є конотація висловлювань. Коментарі щодо українців до першої замітки “Українка ображає Поляків?” носять здебільшого негативне забарвлення. Лише 4 коментарі із 82 оціночних носять позитивне чи нейтральне забарвлення. Багато висловлюються про те, що не люблять українців, декілька коментарів із загостреним негативним оцінюванням “ненавиджу”, декілька про те, що українці і поляки ніколи не любили один одного. Українці ж постають тут як неосвічені, неінтелігентні, т. зв. “буряки” (дурна, неосвічена людина), дикуни, “брудаси” (нехлюї, брудні), нелегали, вперті, хитрі, нещирі, нечесні, мстиві, злодії. В кількох коментарях говорилось про те, хто здатен на вбивство. Українські жінки, – хоча і гарні, та мало освічені і неінтелігентні, – приїзять лиш для того щоб одружитись заради права на проживання чи грошей, продають своє тіло, “танцюють на трубі” (стриптизерки), проститутки або фізичні працівниці. Образ українки підкреслюється “золотими зубами”, “синьою картатою торбою”, “узбіччя автостради чи дороги” та “тірами”. В одному коментарі як образ українки згадано було Верку Сердючку. Україна у таких коментарях – це цілковита “біда” (бідність), провінція, бруд, пасіння худоби, копання буряків і відсутність електрики в більшості містах. Закономірним є піднімання складної теми історії польсько-українських стосунків, де українці є фашистами, націоналістами, бандерівцями і нарobili великої кривди полякам, натомість неодноразово згадується те що “українці завдячують багато чим Польщі”, зокрема два рази згадується “помаранчева революція”.

До другої замітки кількість коментарів, яка стосувалась безпосередньо “Іншого”, була відносно меншою. Крім того, наявна була певна кількість коментарів про особу, яка виголосила оціночне судження “роботи до прибирання це українки” як таку, що виключають із своєї нації, називаючи його “жидом”. Але щодо образу України і українців він набуває дещо іншого кшталту. Тут актуалізуються не лише негативні стереотипи, а й позитивні. Так, наголошується неодноразово, що українські жінки є гарні, освічені, працьовиті, добре виконують свою роботу, хороші дружини, порядні і чемні. Нещасні, бо мусять працювати за малі гроші. Та поруч з цим залишаються висловлювання про те, що “українки або в

борделях, або прибирають”, “скачуть з ліжка до ліжка”, “є тут для того щоб прислужувати”, забирають місця праці і чоловіків, зневажають поляків, “українки вон!” (геть!) і т. д. Україна – бідна нерозвинута країна, відсутня культура виховання, треба працювати тяжко за малі гроші, українці найбільша “голота” Європи. Два рази згадується майбутній футбольний чемпіонат Євро-2012 (переживання негативного сприймання у контексті спільного чемпіонату). А також “українська мафія”, організація “Фемен”, Кличко, а також як приклади українських жінок за кордоном, згадуються Міла Йовович і Мілена Куніс, ну і звісно найчастіше (51 раз) “найвідоміша українка у Польщі” Вероніка Пазура-Марчук. Неодноразово згадується, звісно ж, складні історичні відносини, т. зв. “різня”.

Отже, національна ідентичність починає бути важливою у тих моментах, коли її ставлять під сумнів чи порівнюють. Конструювання образу “Іншого” залежить від реально наявних обставин і загроз відважування позитивного образу нації, з якою суб’єкти себе ідентифікують. Залежно від ситуації, опиняючись на межі реконструювання сформованого власного образу, з метою його збереження позитивної національної ідентичності, навіть у стосунку до одного і того самого об’єкта можуть актуалізуватись різні, часто амбівалентні характеристики.

Література:

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/01.php.
2. Сміт Е. Національна ідентичність. – К.: Основи, 1994 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/smith/smi.htm>.
3. Boski P., Jarymowicz M, Malewska Peyre H. Tożsamość a odmienność kulturowa [Tekst]/Paweł Boski, Maria Jarymowicz, Hanna Malewska Peyre. S. – Warszawa : Instytut Psychologii PAN, 1992. – 275 s.
4. Garapich A. Raport: Portali plotkarskie. Wpatrzeni w gwiazdy. Wyniki badań zebranych w raporcie “Gwiazdy i plotki” analizuje prezes Polskich Badań Internetu [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pbi.org.pl/s/p/artykuly/10/104/raport.pdf>.
5. Grzenia J. Komunikacja językowa w Internecie [Tekst]/Jan Grzenia. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2007 – 215 s.
6. Statistics Summary for pudelek.pl [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alexa.com/siteinfo/pudelek.pl#>.

7. Ukrainka obraża Polaków? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pudelek.pl/artukul/5219/ukrainka_obraza_polakow/45/#comments.

8. Węglarczyk o Ukrainkach: “ROBOTY DO SPRZĄTANIA! НАНА!” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pudelek.pl/artukul/37840/weglarczyk_o_ukrainkach_roboty_do_sprzatania_haha/.