МЕДІА-ПУБЛІЦИСТИКА

УДК 007 : 304 : 070. 41

Інна Гаврилюк

♦

АВТОСТЕРЕОТИПНИЙ ОБРАЗ УКРАЇНЦЯ В ПОРТРЕТНОМУ НАРИСІ

У статті розглянуто принципи формування образу українця в портретному нарисі. Наголошено на тому, що портретний нарис — один із жанрів, де образ головного героя подається стереотипізовано і складається із позитивних модусів.

Ключові слова: *автостереотип, образ, портретний нарис.*

В статье расмотрены принципы формирования образа украинца в портретном очерке. Подчеркнуто, что портретный очерк — один из жанров, где образ главного героя подается стереотипно и состоит из положительных модусов.

Ключевые слова: *автостереотип, образ, портретный очерк.*

Autostereotype image of a Ukrainian in a portrait essay. The formation principles of a Ukrainian image are viewed. It is stressed out that a portrait essay is one of the genres, where the image of a main character is stereotyped. It cjnsists of positive traits.

Key words: *autostereotype, image, portrait essay.*

Дослідження стереотипізованого подання образу українця крізь призму портретного нарису, на нашу думку, актуальне, оскільки нарис — це один із жанрів, де дидактична функція є пріоритетною, а отже, саме потретний нарис з-поміж системи жанрів сучасної української журналістики чи не найглибше формує уявлення про українську спільноту. Особливо актуальною є ця тема для медіа-освіти, бо сприяє поглибленню розуміння принципів побудови портретного нарису.

Розгляд особливостей формування образу українця у системі потретного нарису є відносно новим, оскільки цей шар ще не був

© Інна Гаврилюк, 2010

об'єктом спеціального розгляду в теорії соціально-комунікаційних досліджень.

Останнім часом у теорії і практиці соціально-комунікаційних досліджень все більше уваги приділяється розгляду стереотипів. Вивченню специфіки функціонування стереотипів у мас-медійному просторі приділяли увагу В. Владимиров, М. Бутиріна, Л. Павлюк та ін.

Мета дослідження — довести, що образ головного героя у портретному нарисі відображає автостереотипні уявлення аудиторії.

Для виконання мети ставимо такі *завдання:* виявити стереотипні уявлення аудиторії; з'ясувати, які стереотипні риси є обов'язковими складниками у портретному нарисі.

Відповідно до соціальних та індивідуальних параметрів прийнято виділяти національні, професійні, гендерні, соціальні та вікові стереотипи. Нам цікаве стереотипне уявлення про націю, тобто національний стереотип.

Стереотип, як стверджує Л. Павлюк — «стійкий образ соціального колективу, транспонований на уявлення про окремого представника групи. Або навпаки: це уявлення про окрему особу, поширений на образ усієї спільноти» [3, 141].

Уявлення однієї нації про іншу прийнято називати гетеростереотипами, а уявлення нації про саму себе — автостереотипами.

Перш ніж розглядати, за допомогою яких рис формується образ національної групи в такому жанрі, як нарис, доцільно, на нашу думку, з'ясувати, які ж риси українці вважають імманентними для своєї нації. Задля цього нами було проведене соціологічне дослідження. Респондентами ми обрали таку цільову групу, як студенти-журналісти. Ця група не випадково стала об'єктом нашої уваги, оскільки саме останні отримають у недалекому майбутньому можливість формувати у ЗМІ образ своєї нації .

Робота проводилася методом анкетування, а саме за методикою семантичного диференціалу біполярних шкал. Прикладом нам слугувала анкета, розроблена професором кафедри соціальної психології Московського державного університету Т. Стефаненко [1, 183].

Респондентам було запропоновано оцінити біполярні якості типового українця. Оцінювання проводилося за певною шкалою:

3 — *найвищий ступінь* вираження зазначеної ознаки;

2 — *середній ступінь* вираження зазначеної ознаки;

1 — *слабкий ступінь* вираження зазначеної ознаки;

0 — *нейтральна позиція*, т. б. «не знаю».

Загалом було опитано більше ніж 70 студентів кафедри журналістики та філології Сумського державного університету.

Отже, за результатами дослідження однозначно чіткими є погляди щодо таких запропонованих позицій (у дужках подається середній бал за кожною позицією): гостинний — негостинний (2,7–0,9); говіркий — мовчазний (2,7–0,9); працьовитий — лінивий (2,4–1,2); ворожий — дружелюбний (1,1–2,4); впертий — податливий (2,3–1,3); оптиміст — песиміст (2,3–1,2); сильний — слабкий (2,3–1,3); добрий — злий (2,3–1,2); залежний від соціального оточення — незалежний від соціального оточення (2,3–1); щедрий — скупий (2,2–1,5); вольовий — безхарактерний (2,2–1); чистий — брудний (2,1–0,8); активний — пасивний (2–1,3); амбіційний — неамбіційний (2–1,2); бідний — багатий (2–1,2); відвертий — потайний (1,9–1,4); патріотичний — непатріотичний (1,9–1,1); підприємливий — безпомічний (1,9–1,1); розумний — дурний (1,9–1,1). Як бачимо, автопортрет українця такий: гостинний, говіркий, працьовитий, дружелюбний, впертий, оптиміст, сильний, добрий, щедрий, вольовий, охайний, активний, амбіційний, відвертий, патріотичний, підприємливий, розумний, залежний від соціального оточення, бідний. Якості, яким віддали перевагу респонденти, мають середній ступінь вираження ознаки або ж наближені до найвищого.

В основному в межах визначення автостереотипу респонденти обирали позитивні ознаки (гостинний, працьовитий, оптиміст, добрий, щедрий, розумний тощо). Значно менша кількість ознак стосувалася негативних якостей (впертий, бідний тощо).

Найпроблематичнішими для респондентів видалися такі біполярні шкали: матеріаліст — ідеаліст (1,9–1,7); організований — неорганізований (1,4–1,5); агресивний — врівноважений (1,5–1,6); вихований — невихований (1,7–1,5); грубий — ніжний (1,4–1,6); меркантильний — безкорисливий (1,6–1, 4); чесний — схильний до обману (1,7–1,8); прогресивний — консервативний (1,5–1,6). Такі відповіді, на нашу думку, можна віднести до амбівалентних полюсів, коли в межах стереотипу формується інший, тіньовий, відмінний від репрезентативного образ. Це так званий змішаний стереотип, тобто такий, який має подвійний стандарт. Особливо яскраво амбівалентні

позиції проявляються в анекдотах. Отже, українці є матеріалістами й ідеалістами, вони організовані й неорганізовані водночас, агресивні та врівноважені, виховані й невиховані, грубі та ніжні, меркантильні й безкорисливі, чесні й схильні до обману, прогресивні та консервативні.

Те, що в автопортреті були зазначені полярні якості, цілком логічно, оскільки він не може бути однобічним. І позитивні, і негативні якості однаковою мірою стимулюють розвиток нації: «Позитивні автостереотипи рятують нації від розсипання на скалочки, а негативні — стимулюють еволюцію групи через апеляцію до її гідності» [3, 144].

Результати дослідження засвідчили, що студенти-журналісти мають сформоване стереотипне мислення. Респонденти прагнули показати свою національну групу з найкращого боку. Надання переваги позитивним рисам можна пояснити тяжінням до інгрупового фаворитизму. Досить велику групу становли біполярні риси, де позитивні й негативні ознаки отримали майже однакову кількість балів.

Порівняємо результати дослідження із конкретним портретним нарисом.

Чи дійсно нарисовці тяжіють до стереотипізованого подання образу головного героя як представника української нації? Якими рисами наділяють своїх героїв?

Вибір саме цього мас-медійного жанру як об'єкта дослідження не випадковий. Головним завданням портретного нарису є показ системи цінностей зображуваного героя, через які реципієнти мають порівнювати власні світоглядні критерії, брати їх до уваги, коректувати чи, навпаки, не погоджуватися (останній компонент, за нашими спостереженнями, є доволі рідкісним при реципіюванні образу головного героя нарису) тощо. Таким чином, портретний нарис — це один із основних дидактичних жанрів.

Саме тому, що дидактична функція — це головна функція портретного нарису, він є найдієвішим засобом втілення національної парадигми: «Люди шукають тих, на кого вони хочуть бути схожими і з ким хочуть себе ідентифікувати. Поширеність жанру портрета є наочною ілюстрацією, підтвердженням цього пошуку, адже персонажі портретів — це герої, яких потребує нація і в яких водночас, як у дзеркалі, вона мимохіть відображається» [2].

Для аналізу ми обрали (методом довільної вибірки) нарис Сергія Кубасова «Перша Lady captain України» (Дзеркало тижня. № 32. 4.09–10.09.2010), де мова йде про Тетяну Олійник — першу в Україні жінку-капітана.

Аналіз засвідчив, що образ головного героя портретного нарису складається здебільшого із позитивних модусів. Формування автостереотипного образу здійснюється за посередництва як прямих, так і непрямих маркерів.

Прямі маркери проілюстровані в тексті такими прикладами: «Здається, ніби вчора ми сиділи в затишній світлій кімнаті її **гостинного** будинку...»; «Вважаючи себе **оптимістом** (інакше ходити в море не можна), з гіркотою каже про стан вітчизняного флоту, про низьку кваліфікацію підростаючої зміни»; «Хто ходив по морях, знає, що ця справа навіть не для кожного чоловіка, часто вимагає великої мужності, волі, не кажучи про фізичні **сили**»; «Робота капітана від людини вимагає особливих, **вольових** рис, найвищого професіоналізму та відповідальності». Отже, наша героїня **гостинна**, **оптимістка**, **сильна** й **вольова**.

Найбільше ж у нарисі використовується непрямі маркери. Головна героїня нарису «Перша Lady captain України» **говірка**. Про її відкритість свідчать такі епізоди: «Часто любить згадувати слова Екзюпері про те, що найбільша розкіш — це розкіш людського спілкування»; «Здається, ніби вчора ми сиділи в затишній світлій кімнаті її гостинного будинку під Києвом, ...слухали одкровення про життя і захоплюючі розповіді про далекі країни. І була гітара й гарні пісні. І от через два роки з'єднує нас через тисячі миль лише невидимий міст мобільного зв'язку, і він часом зникає десь у просторах Середземного моря» тощо. До речі, те, що Тетяна Олійник говорить про сокровенне, вказує й на таку рису, як **відвертість**.

Щодо такої риси, як **працьовитість**, без якої не мислиться типовий українець, у тексті також немає прямих маркерів, проте майже кожен епізод засвідчує, що героїня нарису поважає працю: це і 33-річний стаж роботи на флоті, і бажання реконструювати стареньку дачу тощо.

Доброта, тобто чутливе, дружнє ставлення до людей, проявляється у будь-яких діях Тетяни Олійник. Вона вважає, що позитивні емоції просто необхідні на кораблі, а тому всіляко сприяє цьому: «...як жінка

завжди готова тонко відчути й зрозуміти підлеглого, ближнього, підтримати, прийти на допомогу».

Головна героїня знаходить спільну мову з усіма членами екіпажу, радо приймає у себе друзів, що є свідченням **дружелюбності**.

Притаманна Тетяні Олійник і така якість, як **щедрість**. Те, що вона гостинна, добра, чуйна, і є виявом щедрості (як матеріальної, так і духовної).

Наступна ознака — **охайність** — прямо не вербалізується у тексті. Про цю якість реципієнт може дізнатися із фотографії головної героїні.

Активність — стиль життя героїні нарису «Перша Lady captain України». Вона плете, пече пиріжки, торти, читає, фотографує, пише вірші, саджає квіти, створює для екіпажу спортзал, бібліотеку, музичний фонд тощо.

Мабуть, те, що Тетяна Олійник зуміла, всупереч стереотипам, дійти до капітанського містка, є свідченням її **амбіційності**. Під час навчання вона була незмінним старшиною. Здібності лідера виявляла ще з дитинства.

Підприємливість головної героїні полягає не у вмінні заробляти великі гроші, а у вмінні виходити із скрутного становища: «Наприклад, у південних морях і водах Тихого океану, на швидкохідних суднах «промишляють» жорстокі пірати, котрі захоплюють у заручники цілі екіпажі, грабують і немилосердно вбивають безневинних. І останнім часом ці випадки почастішали. Є свої «рифи» і в портах, тому капітан повинен бути ще й юристом і дипломатом».

Тетяна Олійник — жінка **розумна**, високоосвічена. У школі вона мала особливі успіхи з літератури, хімії та біології. Закінчила декілька навчальних закладів. Вчилася тільки на «відмінно». Захистила кандидатську дисертацію.

Найбільша ж кількість епізодів присвячена такій рисі головної героїні, як **патріотичність**: «Душа не лежить працювати не на батьківщину, очі за кормою хочуть бачити рідний прапор, — каже вона»; «А коли все ж таки станеться, хотіла б присвятити себе педагогічній роботі з дітьми, щоб виховувати їх патріотами, прищеплювати любов до моря» тощо.

Значна кількість моментів у нарисі відведена таким якостям героїні, як **впертість (наполегливість)** та **бідність**. Ці риси самі по собі

неоднозначні: залежно від обставин, вони можуть сприйматися як позитивні, так і негативні. У портретному нарисі знак «–» нейтралізується, тобто впертість та бідність прочитуються як позитивні ознаки. Наприклад, головна героїня нарису ще з дитинства вирішила, ким вона хоче стати, і усіма силами намагалася реалізувати мрію: «На момент закінчення середньої школи визначилася: вступатиме до Одеського вищого інженерно-морського училища (нині Одеська національна морська академія). У неї ніхто не вірив. [...]. У той час дівчат у морські заклади не приймали. Довелося штурмувати приймальну комісію... Довгі сім років! І Тетяна домоглася своєї мети! Дозвіл на вступ до морського вишу отримала особисто від міністра морського флоту. У віці 24 років, після успішного складання іспитів, її було зараховано на факультет «Судноводіння на морських шляхах». Ректор тоді сказав: «Ви вразили мене своєю наполегливістю». А великих статків героїня не нажила, бо сповідує духовні, патріотичні цінності: «Хто як не вона знає, що не все в житті вимірюється грошима»; «Капітан далекого плавання Тетяна Олійник, заслужений працівник транспорту України, намагається жити духовно багатим життям, насиченим багатьма зовнішніми подіями, не прагнути до накопичення матеріального» тощо.

Щодо таких біполярних якостей, як матеріаліст — ідеаліст, організований — неорганізований, агресивний — врівноважений, вихований — невихований, грубий — ніжний, меркантильний — безкорисливий, чесний — схильний до обману, прогресивний — консервативний, то в портретному нарисі використовуються здебільшого позитивні ознаки. Наприклад, головна героїня є **ідеалісткою**, вона **організована**, **врівноважена**, **вихована**, **ніжна**, **безкорислива**, **чесна**. Деякі ознаки не можна чітко ідентифікувати. Наприклад, консервативна головна героїня чи прогресивна.

Отже, образ головного героя у портретному нарисі відображає автостереотипні уявлення аудиторії. Більше того, якщо загальна автостереотипна характеристика містить як позитивні (найбільша кількість), так і негативні (найменша кількість) модуси, то в портретному нарисі автостереотипний образ українця складається винятково із позитивних рис. Конструювання образу головного героя залежить від функціонального призначення цього жанру. Потретний нарис не допускає використання негативних якостей на означення головного

героя, оскільки при цьому буде порушена конвенція між автором та реципієнтом. Головним мотивом звернення до портретного подання інформації є бажання нації до самоідентифікації. Портретний нарис — один із найефективніших жанрів у системі мас-медіа, де формується позитивне уявлення про головного героя як представника певної нації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Богомолова Н. Н.* Социальная психология массовой коммуникации : [учебн. пособие] / Н. Н. Богомолова. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 191 с.
2. *Воронова М. Ю.* Персонаж як складна змістова категорія в публіцистичному портреті [Електронний ресурс] / М. Ю. Воронова. — Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1445
3. *Павлюк Л. С.* Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. С. Павлюк. — Львів : ПАІС. 2007. — 168 с.