

## ИМАГОЛОГИЯ ЮПА ЛЕЙРСЕНА И СЕМИОТИЧЕСКИЕ ИДЕИ ЮРИЯ ЛОТМАНА

**Виктор Халипов**

Факультет социальных и гуманитарных наук

Клайпедский университет, Литва

E-mail: [victor.khalipov@gmail.com](mailto:victor.khalipov@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-0328-7716>

**Резюме.** Возникнув как направление компаративистики, сегодня имагология представляет собой отдельную область междисциплинарных исследований. Ее крупнейший представитель, Юп Лейрсен, разработал целостный вариант имагологической теории, во многом коррелирующий с конструктивистскими подходами к осмыслению национализма. Основными категориями имагологии в трактовке этой школы являются *этнический стереотип, этнотип, категория воображаемого, нефальсифицируемость, имаготип, воображаемый дискурс, автообраз, гетерообраз, контекст, общие места, имагемы, ловушка репрезентативности*.

С точки зрения семиологии этнические стереотипы, которая исследует имагология, – это знаки, посредством которых их носитель интерпретирует для себя сферу взаимодействия людей, в которой они выступают в качестве представителей определенных наций. Таким образом, имагосфера может быть интерпретирована как часть *семиосферы*, выделяемая из нее лишь по проблемно-тематическим, а не структурно-функциональным признакам. Соответственно, многие семиотические идеи Юрия Лотмана потенциально могут быть продуктивными для исследований в области имагологии.

Литературоведческий понятийно-терминологический инструментарий конвенционален по своей природе. Имагологи и семиологи анализируют одни и те же произведения литературы и формулируют при этом различные выводы во многом и потому, что они используют различные типы научного дискурса, в категориях которых проводят свои исследования. Однако по сути эти выводы часто оказываются не столь разными, по крайней мере – не взаимоисключающими.

**Ключевые слова:** имагология, Лейрсен, стереотип, Лотман, семиосфера.

## JOEP LEERSSEN'S IMAGIOLOGY AND YURI LOTMAN'S SEMIOTIC IDEAS

Victor Khalipov

Faculty of Social Sciences and Humanities  
Klaipeda University, Lithuania

**Abstract.** Having emerged as an independent branch of literary studies, today, imagology is represented by various schools. Its most prominent representative, Joep Leerssen, has developed a holistic version of the imagological theory, which, in many respects, correlates with constructivist approaches to understanding nationalism. The main categories of imagology as interpreted by this school are *ethnic stereotype, ethnotype, category of the imaginary, non-falsifiability, imagotypes, imaginary discourse, auto-image, hetero-image, context, common places, imagemes, and the representativeness trap.*

From the point of view of semiology, ethnic stereotypes, which are studied by imagology, are the signs by means of which their bearer interprets for himself the sphere of interaction between people, in which they act as representatives of certain nations. Thus, the *imagosphere* can be interpreted as part of the *semeosphere*, distinguished from it only by problem-thematic rather than by structural-functional features. Accordingly, many of Yuri Lotman's semiotic ideas can potentially be productive for research in the field of imagology.

Imagologists and semiologists analyze the same works of literature and formulate different conclusions largely because they use different types of the scientific discourse in the categories of which they conduct their research. However, in essence, these conclusions are often not so different, at least not mutually exclusive.

**Keywords:** imagology, Leerssen, stereotype, Lotman, semiosphere.

Данная статья посвящена непростой и многоплановой теме – характеру соотношения имагологии (как одного из направлений междисциплинарных исследований, выделившегося из литературоведческой компаративистики) и семиологии (как научной дисциплины, продуктивной, в том числе, и для анализа произведений художественной словесности).

Цель исследования – попытаться выявить сходное в имагологическом и семиотическом подходах к анализу этнических стереотипов, зафиксированных в форме художественных образов литературы.

Как методологическая проблема соотношение семиологии и имагологии является пока достаточно мало изученной; мне неизвестны фундаментальные труды, посвященные этой теме, а немногие работы, затрагивающие ее, не имеют непосредственного отношения к литературоведению и преимущественно исследуют сферы медиа, рекламы, коммуникации (Hu et al., 2021), кратологии (Санников, 2017) и т. д. Однако, по крайней мере для «континентальной» европейской имагологии<sup>1</sup>, оказывается актуальным и опыт структурализма / постструктурализма, хотя в работах ее представителей это, как правило, напрямую и не артикулируется.

В первую очередь это относится к стремлению Юпа Лейрсена<sup>2</sup> и его единомышленников не столько исследовать конкретные этнически маркированные стереотипы (понимаемые как фикции, причем часто опасные) и конкретные национальные картины мира (также во многом «воображаемые»), сколько выявить некие обобщенные модели и структуры художественного мышления в категориях национального – нередко с их последующей деконструкцией. Условно «универсальные» составляющие идентичности в рамках этой школы имагологии трактуются как более существенные по отношению к ее «частным» компонентам, связанным с категориями этического, национального, регионального.

В качестве основного метода исследования в статье используется сравнительно-сопоставительный анализ; в качестве вспомогательных – описательный, структурный, семиотический, концептуальный.

1 Имеется в виду имагология в том виде, как она представлена, в первую очередь, в трудах ученых Нидерландов, Германии, Франции, Бельгии. Многие подходы, характерные для «континентальной» европейской школы, разделяют и имагологи Литвы (Laurušaitė, 2018). В Великобритании и Ирландии, США и других англоязычных странах преимущественно развиваются иные варианты компаративных исследований, а сам термин *имагология* используется реже (Ruthner, 2012).

Близкие имагологии исследования ученых России существенно отличаются от западных: нередко в той или иной мере они апеллируют к эссенциалистским трактовкам наций и иных этнических групп (Поляков, 2015), а также склонны так или иначе увязывать компоненты национальной картины мира с объективно существующими особенностями стран (географическими, климатическими и др.); это характерно и для школ имагологии Китая (Даньдань, 2019).

2 Joseph Theodoor “Joep” Leerssen, b. 1955.

## 1. Понятийно-терминологический инструментарий имагологии Юпа Лейрсена

Крупнейший представитель «континентальной» европейской имагологии, Юп Лейрсен, разработал целостный вариант ее теории, отчасти коррелирующий с конструктивистскими подходами к осмыслению национализма.

Центральным понятием в рамках данной концепции является этнотип, под которым в имагологии понимается *этнический стереотип*, облаченный в художественную форму (просто этнический стереотип может и не иметь эстетической составляющей). В свою очередь под этническим стереотипом понимается система представлений о типичных характеристиках какой-то этнической группы, ее социокультурных нормах, а также статусе по сравнению с иными группами.

Литература не только фиксирует и ретранслирует во времени уже существующие стереотипы, но и видоизменяет их, а также формирует новые. Приобретая художественную, иносказательную, фигуративную форму, они превращаются в элементы национальной литературной традиции с отчетливо выраженной интертекстуальной составляющей. Этнотипы апеллируют не к опыту реального общения читателя с представителями других народов, а к *опыту чтения текстов* со сходными художественными образами. Этнические стереотипы такого рода во многом определяют «видение» и самих себя, и представителей других наций, формирует некоторую «систему ожиданий» от общения с ними – а иногда могут существенно влиять и на оценку результатов такого общения.

Поскольку этнотип понимается как *художественный образ*, он тесно связан к *категорией воображаемого*. Лейрсен отмечает по этому поводу:

*Имагология обращается к специфическому набору характеристик и атрибутов, находящихся вне области утверждений, которые могут быть проверены на практике и не являются констатациями фактов (Imagology addresses a specific set of characterizations and attributes: those outside the area of testable report sentences or statements of fact). (Leerssen, 2007, p. 27)*

В отличие от этнологии, имагология изучает не сами народы, а лишь стереотипные представления о них, зафиксированные в литературе; та-

ким образом, предполагается, что этнотип как предмет изучения – это изначально фикция, художественный конструкт, плод вымысла писателя. Этнотипы как литературные тропы не предполагают их критического осмысления (по крайней мере, изучение степени их истинности не предполагается обязательным при научном анализе таковых). Более того, они изначально лежат вне парадигмы правильности / неправильности и, таким образом, принципиально *нефальсификабельны*. Однако основной парадокс, который отмечают нидерландские исследователи, заключается в том, что даже полностью фикциональный этнический стереотип, не имеющий ничего общего с действительностью, способен оказывать на нее вполне реальное воздействие.

Таким образом, имагология оценивает роль этнотипов художественной литературы в жизни человечества скорее отрицательно, чем положительно. С одной стороны, как указывает Лейрсен, они тесно связаны с предрассудками, которые за всю историю человечества принесли неисчислимое количество страданий различным народам, расам и этническим группам. С другой стороны, в практическом плане (экономическом, политическом, бытовом и т. д.) они являются совершенно бесполезными.

Из совокупности этнотипов (образов персонажей конкретных произведений) складывается *имаготип* – обобщенный совокупный образ одного народа (или страны) в литературе и культуре другого народа. Часто (но не всегда) имаготип представляет собой упрощенный, клишированный типаж, художественная составляющая которого сводится лишь к узнаваемости. Однако в имагологии термины *энтотип* и *имаготип* не всегда четко противопоставляются друг другу и некоторыми авторами могут использоваться как синонимические.

При трактовке наций как *воображаемых сообществ* (Андерсон, 2016), в значительной мере конструируемых и «поддерживаемых» соответствующими нарративами, этнотипы понимаются как важная часть *воображаемого дискурса*, который:

*a) выделяет нацию из человечества в целом как чем-то отличающуюся или «типичную» и б) артикулирует или подразумевает моральную, коллективно-психологическую мотивацию тех или иных социальных или национальных черт ([a] singles out a nation from the rest of humanity as being somehow different or 'typical', and [b] articulates or suggests a moral, collective-psychological motivation for given social or national features).* (Leerssen, 2007, p. 28)

В основе вообразяемого дискурса лежит допущение, что культурные различия могут быть объяснены *характерологически*, т.е. одной из важных категорий, которыми он оперирует, является *категория национального характера*. Имагология не анализирует последнюю как таковую – с точки зрения истинности / фикциональности, а лишь исследует стереотипные представления о ней в художественной литературе и культуре в целом.

Этнотипы играют важную роль в процессе национальной самоидентификации, преимущественно сфокусированной на поиске собственной уникальности, различий с другими народами. Лейрсен подчеркивает, что:

*[...] межнациональные общие ценности обычно принимаются как нечто само собой разумеющееся и что такие представления обусловлены имплицитным априорным предположением, что **нация является самой собой в тех аспектах, в которых она наиболее не похожа на другие** (cross-nationally common values are usually taken for granted, and that such representations are governed by the implicit a priori presupposition that **a nation is most itself in those aspects wherein it is most unlike the others**). (Leerssen, 2003)*

При этом *репрезентируемая* нация (“*the spected*”) представляется в перспективе *репрезентирующего* текста или дискурса (“*the spectant*”) (Leerssen, 2007, с. 27). Этнотипы, описывающие нацию, с которой отождествляет себя автор произведения, в имагологии называются *автообразами*; они противопоставляются *гетерообразам*, описывающим другие народы.

В рамках литературной традиции этнотипы, созданные различными авторами, существуют не изолированно, а во взаимодействии, часто как бы продолжая и дополняя друг друга. Важную роль в их интерпретации играет *контекст*, понимаемый в имагологии как троп. Лежащий за пределами собственно художественного текста, контекст неизбежно присваивает этнотипу некие дополнительные значения, далеко не всегда поясняемые рефлексией / комментарием автора по его поводу. Контекстуальное изучение этнотипов декларируется в имагологии как важнейший методологический принцип.

При этом один и тот же этнотип оказывается одновременно включенным в контексты различного рода:

- исторический контекст (где и когда было создано произведение);
- собственно литературный контекст, предусматривающий интерпретацию этнотипа с учетом художественного характера данного образа (т.е. системы условностей и типа иносказательности, характерных для определенного литературного направления, школы, жанра, нарратологической стратегии и т. д.);
- интертекстуальный контекст (какие связи обнаруживает этнотип со сходными образами других произведений литературы);
- прагматический (функциональный) контекст (на какой круг читателей ориентировано произведение). Он, в свою очередь, тесно связан с исследованием рецепции этнотипа читательской аудиторией.

В рамках данной школы этнотипы рассматриваются не только вне парадигмы правильности / неправильности, но и вне парадигмы репрезентативности. Лейрсен пишет:

*Но то, что может быть самоочевидным методом работы для социолога, не обязательно является универсальным, исключительным путем к знанию для всех остальных дисциплин. Имагологи не изучают «общество», и то, что они выбирают для анализа, не обязательно должно быть количественно или статистически репрезентативным для более крупных, социально заданных моделей (But what may well be a self-evident working method for a sociologist is not necessarily the universal, exclusive path to knowledge for all other disciplines. Imagologists do not study 'society', and what they choose to analyse does not have to be quantitatively or statistically representative of larger, socially defined patterns). (Leerssen, 2019)*

В связи с этим он вводит понятие *ловушки репрезентативности*.

В пространстве культуры даже разовое, однократное появление какого-то этнотипа (например, в важном произведении классика национальной литературы) может быть не менее значимым, чем многократное тиражирование другого этнотипа в творчестве иных (менее «статусных» / менее талантливых / менее известных) авторов. Равно как и наоборот, образы массовой культуры с сомнительной художественной ценностью могут полностью доминировать в культуре, вытесняя все прочее. В любом случае предполагается, что отбор образов для анализа по этим параметрам не входит в число задач имагологии. Ины-

ми словами, предметом ее изучения может являться *любой* этнический стереотип, облаченный в форму художественного образа, который присутствует в культуре.

Поскольку этнотипы имеют отношение к клишированному мышлению, особенности которого их авторы нередко осознанно эксплуатируют, в имагологии важное место занимает и категория *общих мест*, под которой понимается устойчивый набор образов и мотивов, имеющих при этом *сходное словесное выражение*. При этом (в отличие от отношения к средневековым топосам) *эстетическая* ценность общих мест нередко подвергается сомнению, сопрягаясь с категориями пошлого и банального.

В целом Лейрсен определяет имагологию как область литературоведения, объектом которой является художественная литература, предметом исследования – этнические или национальные стереотипы, а также *общие места* как важная форма их воплощения в литературной форме.

## 2. Этнические стереотипы как часть семиосферы

Рассуждая о том, что такое семиотика, Ю. М. Лотман приводит определение Джона Локка, который пишет, что ее задача — «рассмотреть природу знаков, которыми ум пользуется для понимания вещей или для передачи своего знания другим» (Лотман, 2010, с. 8). В принципе, тем же самым занимается и имагология – только применительно к одной конкретной, сравнительно узкой, сфере. По сути, этнические стереотипы, которая она исследует – это знаки, посредством которых их носитель интерпретирует для себя сферу взаимодействия людей в качестве представителей определенных наций. (Естественно, эта сфера часто пересекается и смешивается с иными – гендерной, социальной, профессиональной и т. д.). Также этнические стереотипы – это форма передачи «знания» другим. Художественная литература, превращающая стереотипы в образы произведений, является важной сферой их распространения.

В этом контексте обратимся к известной метафоре семиосферы, предложенной Лотманом:

*Представим себе в качестве некоторого единого мира, взятого в синхронном срезе, зал музея, где в разных витринах выставлены экспо-*

наты разных эпох, надписи на известных и неизвестных языках, инструкции по дешифровке, составленные методистами пояснительные тексты к выставке, схемы маршрутов экскурсий и правила поведения посетителей. Поместим в этот зал еще экскурсоводов и посетителей и представим себе это все как единый механизм [...]. Мы получим образ семиосферы. (Там же, с. 253)

Применительно к имагологической проблематике компоненты предложенной Лотманом модели могут быть интерпретированы следующим образом:

- Экспонаты разных веков – этнотипы, витрины – произведения художественной литературы, авторы которых фиксируют и создают этнические стереотипы.
- Известные и неизвестные языки – идейно-эстетические системы различных литературных направлений, часто на своем специфическом «языке» описывающих один и тот же этнотип – но в разной форме, при помощи своих специфических средств художественной выразительности.
- Инструкции по дешифровке – работы литературных критиков, литературоведов.
- Пояснительный текст к выставке – труды теоретиков литературы, философов, этнологов, исследователей наций и национализма в различных аспектах.
- Схемы маршрута – рекомендации национальной системы образования (и прочие рекомендации разной степени авторитетности) относительно того, какие и в какой последовательности следует читать книги.
- Правила поведения посетителей – конвенциональные в своей основе границы допустимого в национальном мышлении, существенно отличающиеся от страны к стране и от эпохи к эпохе.
- И, наконец, посетители музея с их семиотическим миром – это читатели книг, воспринимающие (или не воспринимающие) этнотипы в качестве культурных знаков, семиотических образований.

Таким образом, *имагосфера* (если подобный термин представляется корректным) может быть интерпретирована как часть *семиосферы*, выделяемая из нее лишь по проблемно-тематическим, а не структурно-функциональным признакам. Теоретики имагологии часто обраща-

ют внимание на то, что она должна исследовать не только сами этнические стереотипы и способы их презентации в художественном тексте, но и характер их *функционирования* как особой формы знаковой коммуникации. Имагология учитывает в этом плане и опыт структурализма / постструктурализма.

Говоря о семиотических аспектах литературы, Лотман отмечает:

*Художественные творения привлекают нас силой эстетического воздействия. Но на них можно взглянуть и с другой, менее привычной стороны: произведения искусства представляют собой чрезвычайно экономные, емкие, выгодно устроенные способы хранения и передачи информации* (Там же, с. 10).

Подобное суждение полностью применимо и к центральной понятийно-терминологической категории имагологии – этнотипу. Как художественный образ он в концентрированном виде аккумулирует в себе информацию (в том числе фиктивную) относительно какого-то народа, стереотипные представления о котором вне литературы часто как бы рассеяны по пространству культуры. Талантливо созданный этнотип, особенно если он является частью классического и/или просто популярного литературного произведения, часто используется для ускорения коммуникации и экономии речевых усилий. Вместо того чтобы долго перечислять качества, особенности внешности и т. п., приписываемые в данной культуре кому-то этносу, достаточно просто апеллировать к широко распространенному литературному образу, предположительно известному собеседнику. В этом контексте этнотипы могут быть определены как знаки, составляющие элементы кода стереотипного этнического мышления, распространенного среди носителей определенной культуры. Яркие художественные образы хорошо запоминаются, вызывая соответствующие ассоциации. Однако условным внешним наблюдателем, представителям иной культуры, они в этом своем качестве могут не «считываться» и/или вообще не восприниматься как знаки, которые возможно интерпретировать.

Литературоведческий понятийно-терминологический инструментарий (как и любой другой) конвенционален по своей природе. Еще Анри Пуанкаре отмечал, что научные теории есть не более чем соглашения между учеными. Главным критерием ценности этих соглашений является их внутренняя непротиворечивость, которая является необходимым условием успешного использования теорий при исследованиях

(Пуанкаре, 2011). Литературоведческие парадигмы не только сменяют друг друга, но и сосуществуют. Имагологи и семиологи анализируют одни и те же произведения литературы и формулируют при этом различные выводы во многом и потому, что они используют различные типы научного дискурса, в категориях которого проводят свои исследования. Однако в целом имагология и семиология не противостоят, а взаимодополняют друг друга, их подходы к изучению национальных стереотипов частично совпадают.

## Литература

- Андерсон, Б., 2016. *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. Москва: Кучково поле.
- Даньдань, С., 2019. Филологическая имагология в Китае: научно-исследовательский обзор. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Т. 12 (3), с. 319–326.
- Лотман, Ю.М., 2010. *Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки*. Санкт-Петербург: Искусство-СПб.
- Поляков, О., 2015. *Имагология*. Киров: ВятГУ.
- Пуанкаре, А., 2012. *Наука и гипотеза*. Москва: Либроком.
- Санников С.В., 2017. Потестарная имагология и семиотика: «Образ власти» как междисциплинарный феномен. *UNIVERSUM: Филология и искусствоведение*, 2 (36), февраль. Режим доступа: <https://www.academia.edu/34586426> [см. 18 12 2023].
- Hu, Y., Mei, L., 2021. From Literary Illusions to Media Simulacra: Toward a Semiotic Imagology in the Era of Global Communication. *European Review*. Vol. 29, Iss. 4 (August), pp. 551–567.
- Laurušaitė, L., 2018. *Imagology as Image Geology*. In: *Imagology Profiles: The Dynamics of National Imagery in Literature*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, pp. 8–27.
- Leerssen, J., 2003. *A summary of imagological theory*. Available at: <https://imagologica.eu/theoreticalsummary> [Accessed 7 December 2023].
- Leerssen, J., 2007. Imagology: History and method. In: M. Beller & J. Leerssen, eds. *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey*. Amsterdam: Rodopi, pp. 17–32.
- Leerssen, J., 2019. *Against Representativity*. Available at: <https://imagologica.eu/news.p/14.m/19/against-representativity> [Accessed 7 December 2023].
- Ruthner, C. 2012. From Aachen to India, or: Bhabha, Kürnberger and the Ambivalence of Imagology. In: *Imagology today: achievements, challenges, perspectives*. Bonn: Bouvier, pp. 137–160.

## References

- Anderson, B., 2016. *Voobrazhaemye soobshhestva. Razmyshlenija ob istokah i rasprostranении nacionalizma*. Moskva: Kuchkovo pole.
- Dan'dan', S., 2019. Filologičeskaja imagologija v Kitae: nauchno-issledovatel'skij obzor. *Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. T. 12 (3), s. 319–326.
- Hu, Y., Mei, L., 2021. From Literary Illusions to Media Simulacra: Toward a Semiotic Imagology in the Era of Global Communication. *European Review*. Vol. 29, Iss. 4 (August), pp. 551–567.
- Laurušaitė, L., 2018. *Imagology as Image Geology*. In: *Imagology Profiles: The Dynamics of National Imagery in Literature*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, pp. 8–27.
- Leerssen, J., 2003. *A summary of imagological theory*. Available at: <https://imagologica.eu/theoreticalsummary> [Accessed 7 December 2023].
- Leerssen, J., 2007. Imagology: History and method. In: M. Beller & J. Leerssen, eds. *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey*. Amsterdam: Rodopi, pp. 17–32.
- Leerssen, J., 2019. *Against Representativity*. Available at: <https://imagologica.eu/news.p/14.m/19/against-representativity> [Accessed 7 December 2023].
- Lotman, Ju. M., 2010. *Semiosfera. Kul'tura i vzryv. Vnutri mysljashhiih mirov. Stat'i. Issledovanija. Zametki*. Sankt-Peterburg: Iskusstvo-SPB.
- Poljakov, O., 2015. *Imagologija*. Kirov: VjatGU.
- Puankare, A., 2012. *Nauka i gipoteza*. Moskva: Librokom.
- Sannikov S.V., 2017. Potestarnaja imagologija i semiotika: «Obraz vlasti» kak mezhdisciplinarnyj fenomen. In: *UNIVERSUM: Filologija i iskusstvovedenie*, 2 (36), fevral'. <https://www.academia.edu/34586426> [sm. 18 12 2023].
- Ruthner, C. 2012. From Aachen to India, or: Bhabha, Kürnberger and the Ambivalence of Imagology. In: *Imagology today: achievements, challenges, perspectives*. Bonn: Bouvier, pp. 137–160.