



HOMO ECONOMICUS

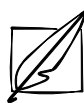
DYSKURS
O EKONOMICZNYCH WARTOŚCIACH
WSPÓŁCZESNEGO CZŁOWIEKA

HOMO ECONOMICUS

HOMO ECONOMICUS

DYSKURS
O EKONOMICZNYCH WARTOŚCIACH
WSPÓŁCZESNEGO CZŁOWIEKA

REDAKCJA NAUKOWA
Oleg Leszczak



Wydawnictwo
Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
Kielce 2020

Recenzenci

prof. dr hab. Oleksandr Hlotov (Krzemieniec, Ukraina), dr hab. Martyna Król-Kumor, prof. UJK (Kielce, Polska), dr hab. Oksana Prosianyk, prof. NUESK (Charków, Ukraina), dr hab. Vladimir Zaika, prof. PUJM (Nowogród Wielki, Rosja), dr Halyna Derkach (Tarnopol, Ukraina), dr Elena Glazkova (Moskwa, Rosja), dr Ksenia Nesterenko (Charków, Ukraina), dr Katarzyna Nobis-Wlazło (Kielce, Polska), dr Ihor Papusza (Tarnopol, Ukraina), dr Jewgenij Zubkow (Kielce, Polska)

Redaktor naukowy

dr hab. Oleg Leszczak, prof. UJK

Redakcja i korekta

Ludmiła Wiorek (języki polski i angielski)
dr hab. Oksana Prosianyk, prof. NUESK (języki ukraiński i rosyjski)

Formatowanie

Józef Bąkowski

Projekt okładki

Anna Domańska

Na okładce wykorzystano obraz Candid_Shots z Pixabay

Monografia przedstawia wyniki badań naukowych studentów, doktorantów i naukowców Polski, Ukrainy i Rosji przeprowadzonych w 2020 r. w ramach Międzynarodowego Projektu Integuracyjnego Studentów i Doktorantów „Szkola Otwartego Umysłu”

Monografia wydana przy wsparciu finansowym Centrum Nauki i Kultury Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach oraz współfinansowana ze środków Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego

Copyright © by Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach
Kielce 2020

ISBN 978-83-7133-907-3

Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach
25-369 Kielce, ul. Żeromskiego 5
tel. 41 349 72 65
<https://wydawnictwo.ujk.edu.pl>
e-mail: wyd@ujk.edu.pl

Spis treści

Przedmowa – OLEG LESZCZAK	7
Słowo wstępne – ANDRZEJ BĘTKOWSKI	9

1.

EKONOMICZNE WARTOŚCI W DYSKURSIE POTOCZNYM I ARTYSTYCZNYM

Катерина Трачук Багатство і гроші в українських прислів'ях та приказках	13
Дарья Яшина Лентяи и труженики в диалектных словарях (на материале новгородского и псковского областных словарей)	23
Тетяна Володарська Гумор як інструмент впливу на суспільні економічні цінності в інформаційному просторі сучасної Болгарії	33
Aleksandra Zebrzowska Ironia i sarkazm w internetowych komentarzach dotyczących świadczeń socjalnych w Polsce	45
Marta Labashchuk Materialism in the Chinese culture	53
Максим Сльозкін Земля як економічна цінність в неформальній комунікації (чутках) початку XX століття	61
Дарья Воронова Изображение бедности и нищеты в произведениях А.И. Герцена ...	69
Milena Bochenek Ekonomiczne podłoże zbrodni na polskiej wsi (rozważania na przykładzie trzech utworów dramatycznych)	81

2.

EKONOMICZNE WARTOŚCI W DYSKURSIE SPOŁECZNO-POLITYCZNYM I MEDIALNYM

Marta Kwaśniewska Money in the climate change discourse as presented in the articles of „The New York Times” and „National Review”	93
--	----

Елена Стопчатая	
Понятие коррупции в «прямой линии с Владимиром Путиным»	101
Aisen Bragin	
Działalność antykorupcyjna Aleksieja Nawalnego i jego Fundacji Walki z Korupcją	111
Justyna Szajnowska-Borkowska	
Kondycja społeczno-ekonomiczna narodu rosyjskiego XX i XXI wieku w ujęciu kulturowo-cywilizacyjnym	127
Наталя Старченко	
Феномен українського національного фемінізму в історичному контексті владно-політичних відносин	135
Дмитро Прус	
Аксіологічні проблеми працевлаштування молоді: сучасні українські реалії	145

3.

OPINIE EKSPERTÓW

Ryszard Stefański	
Homo economicus: aksjologiczne uzasadnienie ekonomicznej sfery ludzkiej działalności	155
Оксана Лабащук	
Гроші у фольклорі	171
Мария Захарова	
Трансформация потребительской ценности в системе экономических ценностей (на примере российской экономики)	183
Тетяна Решетуха	
Інфографіка як засіб візуалізації економічної інформації у сучасному інфомедійному тексті	193

Przedmowa

Przedłożona Czytelnikom monografia zbiorowa powstała jako pokłosie Międzynarodowego Projektu Integracyjnego Studentów i Doktorantów „Szkoła Otwartego Umysłu” działającego od 2008 roku. Prace badawcze Projektu mają cykliczny charakter i co roku są poświęcone pewnym ogólnym interdyscyplinarnym problemom. Niniejsza pozycja podejmuje problematykę wartości ekonomicznych współczesnego człowieka w różnych odmianach dyskursu publicznego. Pod wartościami ekonomicznymi rozumiemy wszystko to, co z jednej strony wynika z zapewnienia potrzeb dobrobytu i dobrostanu (włącznie z pracą, jej warunkami, efektami, gospodarczymi relacjami międzyludzkimi), a z drugiej – ma doniosłe znaczenie aksjologiczne dla człowieka i społeczeństwa.

Udział w tegorocznym cyklu badawczym wzięła młodzież akademicka oraz naukowcy z polskich, ukraińskich i rosyjskich uniwersytetów. Monografia jest swoistym dialogiem między młodymi, początkującymi uczonymi a ich starszymi kolegami i mentorami. Większość tematów poruszonych w pracach młodych naukowców była omawiana w ramach kilku konferencji, które odbywały się online w 2020 roku. Wyniki tych prac przedstawiono w poszczególnych rozdziałach pierwszych dwóch części monografii, zatytułowanych: *Ekonomiczne wartości w dyskursie potocznym i artystycznym* oraz *Ekonomiczne wartości w dyskursie społeczno-politycznym i medialnym*. Trzecia część – *Opinie ekspertów* – przedstawia refleksje naukowców nad tematem monografii oraz nad wynikami badań młodzieży.

Redakcja i autorzy monografii wyrażają wdzięczność Centrum Nauki i Kultury Uniwersytetu Jana Kochanowskiego oraz Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Świętokrzyskiego za wsparcie finansowe Projektu.

Redaktor naukowy
dr hab. Oleg Leszczak, prof. UJK

Słowo wstępne

Szanowni Czytelnicy!

Praca jest niezwykle ważną częścią życia każdego człowieka. Daje ona nie tylko możliwość zapewnienia sobie i swojej rodzinie godziwego poziomu życia, lecz także często nadaje temu życiu sens, daje satysfakcję i dumę z niesienia innym pomocy i wsparcia poprzez wytwarzane przedmioty, usługi, dzieła czy idee. Pracujemy od wczesnej młodości prawie do ostatnich swoich dni. Uczeń czy student ciężko pracuje, zdobywając wiedzę i umiejętności, które przydadzą mu się później w życiu zawodowym i społecznym. Chodzimy do pracy, gdzie spędzamy większą część dnia, ale po powrocie nadal pracujemy – w domu, w ogrodzie, w przestrzeni społecznej. Czasem nie zdajemy sobie sprawy z tego, że rozmawiając z przyjaciółmi, czytając książkę, oglądając film czy wypoczywając w czasie wakacji, ciągle pracujemy, nabywamy wiedzę, pozyskujemy informacje, zdobywamy umiejętności, które później wykorzystujemy w życiu zawodowym.

Ciężko zliczyć wszystkie aspekty i wymiary pracy, którą wykonuje współczesny człowiek. Musimy dbać nie tylko o ilość i jakość samych efektów pracy, lecz także o formy produkcji i komercjalizacji, o logistykę i zarządzanie, marketing i reklamę, o wsparcie informacyjne i zasoby materialne, o narzędzia pracy i jej automatyzację. Ważne miejsce w ludzkiej egzystencji zajmuje poczucie satysfakcji z pracy, która płynie choćby z awansu zawodowego czy godziwego wynagrodzenia. Bardzo ważnymi społecznymi aspektami współczesnej gospodarki stają się racjonalna organizacja i bezpieczne oraz przyjazne warunki pracy. Ekonomiczny aspekt życia może przynosić człowiekowi nie tylko radość spełnienia, lecz także gorycz rozczarowań wynikających z bezrobocia czy nielubianej pracy bądź też złych jej warunków. Niestety częstymi zjawiskami są nepotyzm i mobbing w miejscu pracy, nieroztropność menedżerów, brak profesjonalizmu pracowników albo zwykłe ludzkie lenistwo.

Moją wielką radość budzi fakt, że młodzi ludzie, studenci, doktoranci i ich mentorzy: doktorzy i profesorowie, podjęli się zbadania tej ludzkiej dzie-

dziny życia z tak wielu perspektyw. Ich wnioski wnoszą dużo do praktyki organizacji życia zawodowego. Istotne jest również, że naukowcy i ich wychowankowie reprezentują środowiska naukowe z trzech różnych krajów: Polski, Rosji i Ukrainy, co świadczy o tym, że dla nauki nie istnieją polityczne granice, i nadaje to niniejszej monografii szerszy, globalny wymiar i bardziej uniwersalny charakter.

Ze swojej strony chciałbym podkreślić, że samorząd województwa świętokrzyskiego zawsze mocno i aktywnie wspiera międzynarodowe inicjatywy naukowe oraz harmonijne relacje biznesu z nauką, dbając o rozwój regionu oraz poziomu życia i satysfakcji jego mieszkańców.

Z wyrazami szacunku

Andrzej Bętkowski
Marszałek Województwa Świętokrzyskiego

1. Ekonomiczne
wartości
w dyskursie
potocznym
i artystycznym

Багатство і гроші в українських прислів'ях та приказках

КАТЕРИНА ТРАЧУК

Аспірантка, Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка (Україна)

Abstract: The chapter considers the semantic features of Ukrainian proverbs about richness and money. It was found that the attitude to money in traditional Ukrainian culture is ambivalent. Richness and prosperity are what every village family aspired to, at the same time, great richness and money in the ideas of the Ukrainian villagers are endowed with negative connotations. In traditional Ukrainian proverbs, a rich man is always cruel, greedy, displeasing to God, associated with evil spirits. The research has shown that Ukrainian folklore, including proverbs and sayings, has a high potential to characterize the mentality of the Ukrainian people.

Keywords: money • proverbs • richness • sayings • tradition • Ukrainian folklore

Streszczenie: W rozdziale rozpatrzono semantyczne cechy ukraińskich przysłów o bogactwie i pieniądzu. Stwierdzono, że stosunek do pieniędzy w tradycyjnej kulturze ukraińskiej jest ambiwalentny. Bogactwo i dobrobyt są tym, do czego dążyła każda rodzina chłopska, a jednocześnie wielkie bogactwo i pieniądze w ideach ukraińskiego chłopca mają negatywne konotacje. W tradycyjnych ukraińskich przysłowia bogacz jest zawsze jest okrutny, chciwy, niemiły Bogu, kojarzony ze złymi duchami. Badania wykazały, że ukraiński folklor (w tym przysłowia i porzekadła) ma duży potencjał do charakteryzowania mentalności narodu ukraińskiego.

Słowa kluczowe: bogactwo • folklor ukraiński • pieniądze • przysłowia • porzekadła • tradycja

Український фольклор – це не тільки величезний доробок українського народу, який дійшов до сучасників, але й значна база для світоглядних уявлень традиційної селянської спільноти. Особливим евристичним потенціалом наділені малі жанри фольклору – прислів'я, приказки, благоповажання тощо.

Іронію, гіркоту, любов, насмішку, радість, здивування, своє власне ставлення до подій – все це можна висловити набагато точніше, влучніше, емоційніше саме за допомогою паремій. Уявлення про гроші та багатство в українському фольклорі відображають уявлення про світ

традиційної селянської спільноти і «витікають із ментально-мовної культури народу» [Палутина 2006: 16–18].

Прислів'я вивчали такі вчені, як: Надія Бабич, Анна Вітренко, Зоряна Коцюба, Галина Малиновська, Олексій Марков, Матвій Номис, Тетяна Охрименко, Михайло Пазяк, Марина Паук, Володимир Сиротків, Яніна Сулейманова.

Важливою особливістю паремійних одиниць є їх функціональна спрямованість, яка полягає не в описі навколишньої дійсності, а в її інтерпретації, оцінці, суб'єктивному тлумаченні, що спирається на фонові етноспецифічні знання і культурно-історичні традиції [Сидоркова 1999: 82].

Погоджуючись з інтерпретацією прислів'їв і приказок як «сховища національно-специфічних знань про світ і місце людини в цьому світі», Є. В. Іванова висуває припущення про те, що до числа об'єктів наукового розгляду повинна бути віднесена так звана «прислівна картина світу», яку автор визначає як «окремий фрагмент частини мовної картини світу» [Іванова 2006: 78].

Прислів'я та приказки також вивчаються з позицій когнітивної лінгвістики як відображення менталітету народу. О.С. Мезенцева пише: «Прислівний менталітет – це не менталітет прислів'я, а відображений в прислівному фонді менталітет народу, а точніше, в певних соціальних групах народу. Прислівний менталітет – це один з варіантів мовного менталітету, ширше – один із варіантів народного менталітету» [Мезенцева 2005: 25].

Звернення до теми багатства і грошей обумовлене тим, що вони є вагомою частиною суспільного життя та відображають одну з найдавніших та найстійкіших сфер господарської діяльності людства в цілому – царину грошового обігу, бо ж саме гроші відображають вартість об'єктів матеріального світу. Як стверджує Т.В.Охрименко, навіть велика кількість досліджень не призводить єдиного, чіткого консенсусу щодо визначення, чим насправді є гроші для людини [Охрименко 2015: 257]. Ставлення до грошей змінюється відповідно до історичних умов та економіко-суспільних відносин [Охрименко 2015]. Ставлення до грошей має суттєвий вплив на формування матеріальних, ідеологічних і морально-етичних цінностей суспільства, які відображені в універсальних та національних ідеологемах [там же]. Прислів'я про багатство та гроші розкривають особливості національно-специфічних знань про сприйняття світу українцями і місце людини в цьому світі.

Як зазначає Олег Лещак, економічний досвід людини є доволі специфічним: «Виробничо-ділову сферу цікавить раціонально-ціннісне вимірювання користі та збитків, а лише потім – корисний момент життя

і смерті, правди і брехні. Набагато меншою мірою її цікавить корисність краси і потворства, добра і зла. У цьому сенсі економічна діяльність перебуває у парадоксальному співвідношенні, з одного боку, до етики і політики, з іншої – до мистецтва» [Лещак 2016: 227]. Погоджуючись з автором про парадоксальність поєднання В економії різних сфер людського досвіду, звернемо увагу, що українські прислів'я та приказки про багатство/бідність та гроші все-таки мають яскраво виражений етичний характер.

У розділі планується з'ясувати, яким чином уявлення українців про гроші, багатство/бідність відображається В українській паремійній картині світу, зокрема у прислів'ях та приказках.

Матеріалом для дослідження слугували збірка М. Номиса «Українські приказки, прислів'я і таке інше», яка є одним із найбільш повних зібрань українського паремійного фонду, збірка «Українські прислів'я та приказки» С.В.Мишанича та М.М.Пазяка, збірка «Народ скаже – як зав'яже: Українські народні прислів'я, приказки, загадки, скоромовки» Н.С.Шумади, «Українські прислів'я та приказки» С.Д.Зубкова, «Скарбниця народної мудрості» Т.М.Панасенко.

В українському фольклорному доробку існує величезна кількість прислів'їв та приказок про багатство та гроші, розглянемо їх докладніше.

Слово гроші та багатство В прислів'ях іноді замінюється на такі **лексеми**:

«золото», «срібло»: *Моя цнота лучче од твого, пане, злата; Лучче цнота В болоті, а як не цнота В золоті* [Теля 1996: 36] ; *Срібло-золото тягне чоловіка В болото* [Зубков 1984: 32].

гривня: Бабина гривня всім людям дивна; Противна, як старцеві гривня [Номис 1993 : 236];

копійка: Колись й моя копійка не щербата буде [Нар. тв.];

рубль: Куліш не каша, п'ять рублів не гроші [Зубков 1984: 348].

гріш: На грош амуниції, на десять амбіції [Нар. тв.];

грейцар/крейцар: Трясється над грейцаром, як чорт над грішною душею [Зубков 1984: 349];

червінець/червонець: Червінець хоть маленький, але важненький [Номис 1993: №1386].

Найперше зазначимо, що В пареміях на згадані теми є особлива система стереотипів: багаті завжди злі, жадібні: Багачі на печі сиділи та калачі їли, а бідні на їх робили [Зубков 1984: 375]; є речі важливіші за гроші: Цнота ліпшею од злата [Номис 1993].

Ключовим прийомом, який використовується у прислів'ях про багатство/бідність та гроші є порівняння та протиставлення:

Стільки правди, як В шелягу сребра [Номис 1993: №6902]; *Не проси у багатого, проси у доброго* [Номис 1993]; *Багачева правда гірше брехні* [Пазяк 1984: 24]; *Розуму багато, а грошей мало* [Номис 1993: 108]; *Багато ума, та В кешені катма* [Номис 1993: 108]; *лучче око золота, ніж камінь олова* [Номис 1993: №7287].

Поняття «багатство», «гроші» В українських прислів'ях та приказках мають сталу асоціацію з певними людськими рисами:

Жадібність, захланність. *Багатий дрібно крає* [Номис 1993: №1451]; *Хто много має – той прагне більше* [Номис 1993]; *Хто має багацько, той бурчить; а хто не має, той мовчить* [Номис 1993: №1593]; *Великий кусок дере роток* [Пазяк 1984: 316]; *Продасть и викупить и гроші пощитає.* [Номис 1993: 597]; *Убогому мало що бракує, а захланному всего* [Номис 1993: 108]; *Від користі серце нам'яте* [Панасенко 2009: 35]; *Качиноного зоба не нагодуєш, а панської кишені не наповниш* [Номис 1993: 26]; *Скільки панові не годи, рябу корову не подарує* [Зубков 1984: 28]; *Ласий до грошей, як кіт на сало* [Номис 1993: 103]; *Від багача не жди калача* [Зубков 1984: 24]; *Багач би й око вийняв за шматок хліба* [Зубков 1984: 24]; *Та він такий, що й над копійкою трусиця* [Номис 1993: №7705]; *Багатий все нарікає, що мало має* [Шумада 1985]; *Багатий не любить дати* [Шумада 1985].

Лінощі: *Всяк знає, як багач дбає: не своїм горбом, а чужим трудом* [Рильський 1955: 4];

Заздрість: *Панські очі завидючі, а руки загребучі* [Пазяк 1984: 25]; *В чужих руках завше більший шматок* [Номис 1993].

Зверхність: *Бідний на сорочку старається, а багатий і кожуха цурається* [Зубков 1984: 16]; *Бідний до всіх рідний, а багатий нікому не радий* [Зубков 1984: 16]; *Бідному у багатого жить – або плакати, або тужити* [Номис 1993].

Нечесність *Краще з медведем борюкатися, як з паном рахуватися.* [Номис 1993: №1207];

Нетямущість: *Хоч у голові пусто, аби грошей густо* [Рильський 1955: 250]; *Як із діда багач, або із пана пан, так і простиня; а як з мужика пан, то і гординя.* [Номис 1993: №1267]; *Мужика хоч золотом обліпи, то він зостанеця мужико* [Номис 1993: 97]; *Ат, так собі копійка за душею єсть* [Номис 1993]; *Бідні розкидають, а багаті збирають* [Номис 1993]; *Достаток чинить статок* [Номис 1993]; *Багатий своїм плугом оре* [Номис 1993]; *Коли густо, то не буде пусто* [Номис 1993]; *Хто не стоїть о гріш, той и шеляга не варт* [Номис 1993: 441]; *Всякі гроші хороші, та бережи їх про чорний день, та про лиху годину* [Номис 1993: 442]; *Гроші пішли до роскоші.* [Номис 1993: 479]; *Без гроша дурна і наймудріша голова* [Номис 1993: 437].

Заздрощі, підступність: *В добрі ся не знає і о біднім не гадає* [Номис 1993]. *Багач норовить, як би бідного з ніг збить* [Рильський 1955: 4].

Лінощі: *Багата дівка робить від суботи до понеділка* [УНП: 22];

Зв'язок багатства з гріхом ще один сталий стереотип українських традиційних уявлень: *Один руб – один ум, два рубля – два ума; скільки рублів, стільки гріхів* [Номис 1993: 82].

Українському народу була притаманна віра в те, що добробут людини залежить від Бога, наприклад: *Дав Бог роток, дасть і кусок* [Номис 1993: 42].

Водночас, бідність, бідна людина народним світоглядом сприймається як така, що перебуває під Божою опікою: *Голенький – ох, а за голеньким – Бог* [УНП 1984];

Протиставлення бідної людини, яка перебуває під опікою Бога, та багатой, яка пов'язана із нечистою силою, відображено у численних прислів'ях: *Творець допомагає бідним, а нечиста сила – багатим* [Пазяк 1984: 24]; *Багатому і чорт гроші носить* [Пазяк 1984: 24]; *За багатцем и сам чорт з калачем* [Панасенко 2009: 143]; *Трясеться над грейцаром, як чорт над грішною душею* [Пазяк 1984: 349]; *За гроші піп і чорта поцілує* [Пазяк 1984: 357]; *У Росії цар, у городі пан, у селі піп найбагатшими людьми були, та к чорту загули* [Пазяк 1984: 374].

У прислів'ях часто також йдеться про те, що гроші не приносять щастя: *Багач рідко в гаразді живе* [Номис 1993]; *Нащо мені тее сребро, коли жить не добро* [Номис 1993]; *На чорта та худоба, як жить непогода* [Номис 1993: №1439]; *І чорт багато грошей має, а в болоті сидить* [Номис 1993].

Прислів'я часто є відображенням соціальної нерівності в українському традиційному суспільстві: *Гроші йдуть до багатого, а злидні – до бідного* [Зубков 1984: 7]; *Бідний багатому косить, а сам їсти просить* [Зубов 1984: 16]; *Бідний робить – багатому родить* [Зубков 1984: 16]; *Доки багатий стухне, то бідний з голоду спухне* [Зубков 1984: 7]; *Бідний у праці рветься, багатому черево дметься* [Зубков 1984: 16]; *До бідного приятеля іди коли хоч, а до багатого – коли кличе* [Зубков 1984: 16].

У різних контрастах змальовується життя працюючих людей і тих, хто експлуатує їхній труд. У багатьох прислів'ях та приказках виступають персоніфіковані образи правди, кривди, злиднів, горя, біди: *У бідного біда скаче, а дитина їсти плаче* [Зубков 1984: 16]; *В мене дві повні комори: В одній злидні, а в другій горе* [Зубков 1984: 18]; *До багатого ідуть гривні, а до бідного – злидні* [Зубков 1984: 24]; *Багатство до часу, а злидні довіку* [Зубков 1984: 25].

Однак, маємо відзначити і присутність у фольклорній традиції іншої точки зору. Багатство, гроші можуть наділятися позитивною семантикою. Лексею **гроші** також позначають оцінку різних явищ, дій, вчин-

ків. Гроші, багатство В українських прислів'ях часто виступають мірилом етичних вартостей. Категорія «багатства» вимірюється не лише грошима, а й іншими цінностями:

родина: *За гроші не купиш ні батька, ні матері, ні родини* [Зубков 1984: 187];

здоров'я: *Найбільше багатство – здоров'я* [Номис 1993: 31];

час: *Бережи час, час за гроші не купиш* [Номис 1993: 71];

честь: *Добре ім'я – найкраще багатство* [Яніцька 2002].

Поняття **багатство** також вживається як еквівалент **сили**: *З багатим не судися, а з дужим не борися* [Зубков 1984: 318]; *За багатими не тягтись* [Номис 1993].

Наступне прислів'я ілюструє, що В окремих текстах поняття **багатство** є семантичним еквівалентом поняття **добробут**: *Собака кудлатий – йому тепло; пан багатий – йому добро* [Номис 1993].

Гроші також означають силу, твердість, вони порівнюються із каменем. В прислів'ях підкреслена всемогутність грошей: *Гроші і камінь кують* [Яніцька 2002]; *Копій камінь довбе* [Номис 1993: №1392]; *Чого гроші не зроблять!* [Номис 1993: 102]; *Копи камінь довбеть.* [Номис 1993: 36].

Наступна група текстів замість слова **гроші** використовує лексему **золото**: *Золотий обушок скрізь двері відчине* [Номис 1993: №1390]; *Золота швайка мур пробиває* [Номис 1993: 1394]; *Золото-срібло губу затикає* [Новис 1993: №1995].

Матеріальне благополуччя оманливе, і тому воно, за народними уявленнями, не повинно бути смыслом життя. Паремії цієї підгрупи вказують на плинність грошей/багатства: *Часом густо, а часом пусто* [Номис 1993]; *Почав на золоті, а кінчив на болоті* [Панасенко 2009: 20]; *Сьогодні з мішком, а завтра з торбинкою* [Номис 1993: №4736]; *Не той убогий, що мало має, а той, що багацько жадає* [Номис 1993: №1617].

Не можна збагачуватися будь-яким способом, не всі шляхи збагачення прийнятні, наприклад, поняття «легкі гроші» – спадок, придане, а «брудні гроші» – крадіжка, грабунок. Етичний кодекс українського народу засуджує даремні шляхи збагачення та застерігає від посягань на чуже: *Дарований хліб скоро черствіє* [Зубков 1984: 343]; *Зароблена копійка краще краденого карбованця* [Зубков 1984: 104]; *Чужий кусочок дере роточок* [Пазяк 1984: 104]; *Нажите махом – піде прахом* [Зубков 1984: 104]; *Легко прийшло – легко пішло* [Номис 1993].

В прислів'ях частіше розказується, що гроші не тільки щастя не приносять, але й виступають однією з причин біди, горя: *Гроші то і роблять біду на світі* [Номис 1993: 104]; *Гроші – набута річ* [Номис 1993: 104]; *Гроші – слина* [Номис 1993: 104]; *Багатство дочасне, а лихо до-*

вішне [Номис 1993: 104]; *Не родись багатий, а родись щасливий* [Номис 1993: 113].

У прислів'ях та приказках теж присутні персонажі, які доповнюють смисл висловлювання, надають йому негативну чи позитивну конотацію. Для характеристики багатства, грошей дуже мало використовуються позитивні герої, ці категорії ототожнюються із нечистою силою: *Набрався чорт багатих, то убогих кидає* [Номис 1993: 104]; *Багач гроші збирає, а чорт калитку шиє* [Шумада 1985].

Також категорію грошей характеризує справедливий або несправедливий розподіл. Для прислів'їв про гроші також характерним є використання **опозиції багатий/бідний**:

Взяв убогому поле, а багатому дал [Ількевич 1841]; *А що ж ми зробим, що убогі: Бог багатий, то й нам даст* [Номис 1993: 50]; *Багач їсть калачі, а бідний й хліба не має* [Номис 1993: 31]; *Один гроші складає, а другий мішок шиє* [Ількевич 1841: 31]; *Як бідний плаче, то ніхто не баче, а як багатий скривиться, то всяке дивиться* [Номис 1993]; *Умер багатий ходімо ховати, а умер убогий – шкода дороги* [Зубков 1984: 25]; *Порівняє гори з долинами, а багатих з убогими* [Номис 1993: 110]; *Багатий дивується, як убогий годується* [Номис 1993: 110]; *Я твоє багатство переживу, а ти мого вбожества не переживеш* [Номис 1993: 110].

Також В пареміях вказано, що не тільки гроші шкодять, але і їх відсутність. Безгрошів'я штовхає людей на нерозважливі вчинки:

Як часто не доїси, то й святих продаси [Зубков 1984: 137]; *Нестатки гонять з хатки* [Зубков 1984: 21]; *Пустий мішок введе В грішок* [Пазяк 1989: 145]; *Проголодаєшся – хліба дістати догадаєшся* [Пазяк 1989: 305].

Наявність грошей є запорукою добробуту та щастя. Паремії, які відносяться до цього твердження, показують, що гроші є джерелом соціального захисту, добробуту і благополуччя людини:

З золотом, як з вогнем, і тепло з ним, і небезпечно [Зубков 1984: 349]; *Достаток чинить статок* [Номис 1993: 101]; *Де густо, там не пусто* [Номис 1993]; *Тоді чоловік весело співає, як п'ятериком поганяє* [Зубков 1984: 153].

Гроші – є однією з основних цінностей В житті:

Гроші всюди хороші [Зубков 1984: 847]; *Не Бог гроші, та милують дуже вас* [Номис 1993: 102]; *Гроші – лакома річ* [Номис 1993: 101]; *Без грошей, як без рук* [Номис 1993: 102]; *Добрий інтерес, коли повний черес* [Номис

1993: 102]; *Без грошей чоловік не хороший* [Номис 1993: 102]; *Як у калитці є гроші, то й добре. Тоді утішеніє, якщо у кишені є* [Номис 1993].

Гроші можуть також позначати цінності, які протиставляються, у багатого всього більше і тому він і втратити може більше.

В українських прислів'ях та приказках тема позичання грошей має негативну оцінку:

Коли хоч приятеля позбутися, то му позич грошей [Номис 1993: 423]; *Довжник весело бере, а смутно віддає* [Номис 1993: 471].

Гроші не всемогутні і не є важливішими за все, окрім них є речі більш цінні. Такі паремії вказують на моральні цінності українського народу, його менталітет та філософію. Але для українців найбільш важливими є речі, які не мають кількісного виміру: родина: батько і матір, воля, розум, здоров'я, честь, час, братство, добре ім'я, добре слово, правда, щастя, доля, душа, домовленість:

Золота клітка солов'я не тишить [Зубков 1984: 51]; *За гроші не купиш ні батька, ні матері, ні родини* [Зубков 1984: 187]; *Розум за гроші не купиш* [Зубков 1984: 244].

Наявність або відсутність грошей випробовують людські стосунки. Для українського світогляду притаманне чітке роз'єднання суспільства на два класи – багаті і бідні; із багатим хочуть «брататися», а бідного уникають:

Брат братом, сват сватом – а гроші не рідня [Зубков 1984: 847]; *Збагатів Кіндрат – забув, де його брат* [Панасенко 2009: 143]; *Побратався, копу видячи* [Номис 1993: 422]; *Без хліба і любов гине* [Пазяк 1989: 309]; *Як багатий, так «здоров був!», а як бідний – «бувай здоров!»* [Панасенко 2009: 143].

Поняття **гроші** та **багатство** В українському паремійному фонді формує ціннісну систему українського народу, бо надає оцінку діям, певним якостям людей та прояву особистості згідно з морально-етичними та естетичними нормами, прийнятими В народному суспільстві.

Як бачимо, ставлення до грошей і багатства В українській народній традиції є амбівалентним. З одного боку, побажання багатства, достатку є дуже поширеними під час календарних та родинно-побутових свят, з іншого – володіння багатством і особливо великими грошима В очах українського селянина мало негативний сенс і пов'язується з такими поняттями, як поганий, жадібний, жорстокий, захланний, не угодний

Богу, пов'язаний з нечистою силою. Це можна пояснити тим, що традиційно український селянин, який є носієм досліджуваного нами типу фольклорної традиції, не був багатим, але завжди прагнув достатку. Багатством і грошима володіли чужі для селянина суспільні верстви: пани, лихварі, корчмарі тощо. Отже погляд українського селянина на гроші і багатство ґрунтується на речах, що взаємовиключають одна одну: це те, чого треба прагнути, але, водночас, це те, що є гріховним і виявляє найгірші людські риси.

ЛІТЕРАТУРА

- Бабич Н. (2009), *«Сила Божа» В народній фразеології*. В: Богословський стиль української мови у контексті стилістичної науки: зб. науково-дидактичних праць. Чернівці.
- Болдырев Н.Н. (2004), *Концептуальное пространство когнитивной лингвистики*. «Вопросы когнитивной лингвистики», № 1.
- Голубовська І.О. (2004), *Етнічні особливості мовних картин світу*. Київ.
- Зубков С.Д. (1984), *Українські прислів'я та приказки*, за ред. С.Д.Зубкова, О.І.Дей, І.П.Березовського та ін. Київ.
- Иванова Е.В. (2006), *Мир В английских и русских пословицах: учеб. пособие*. Санкт-Петербург.
- Ількевич Г. (1841), *Галицькі приповідки и загадки, зібрані Григорієм Ількевичем*. VI. Відень.
- Коцюба З.Г. (2007), *Народне vs. наукове тлумачення прислів'їв*. «Мовознавство», № 2.
- Лещак О. (2016), *Дискурсы реального опыта: homo vtalis – homo economicus – homo politicus*. Тернопіль.
- Мезенцева Е.С. (2005), *Пословичный фонд языка как фрагмент языкового сознания этноса*. «Вестник КазНУ», № 2.
- Номис М. (1993), *Українські приказки, прислів'я і таке інше*. Київ.
- Охрименко Т.В. (2015), *Денежная культура славянского этноса*. «Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки», вип. 38.
- Пазяк М.М. (1989), *Прислів'я та приказки: Природа. Господарська діяльність людини*. Київ.
- Пазяк М.М. (1984), *Українські прислів'я та приказки*. Київ.
- Палутіна О.Г. (2006), *К проблеме изучения архитектоники концепта (на примере концепта земля В русской концептосфере)*. В: III Международные Бодуэновские чтения: И.А.Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23–25 мая 2006 г.): Труды и материалы: В 2 тт., под общ. ред. К.Р.Галиуллина, Г.А.Николаева. Казань, т. 2.
- Панасенко Т.М. (2009), *Скарбниця народної мудрості*. Харків.

- Паук М.М. (2016), *Принципи побудови українських прислів'їв*. «Гуманітарна освіта В технічних вищих навчальних закладах». Київ, вип. 33. 138–151
- Пермяков Г.А. (1970), *От поговорки до сказки (заметки по общей теории клише)*. Москва.
- Познанська В.Д., Медведева С.Р. (2014), *Семантичні видозміни топонімів у складі фразеологізмів української мови*. «Вісник Донецького національного університету, СЕР. Б: Гуманітарні науки», вип. 1–2,
- Райзберг Б.А. (2005), *Психологическая экономика*. Москва.
- Рильський М.Т. (1955), *Українські народні прислів'я та приказки*. Київ.
- Сиротків В.М. (1987), *Прислів'я та приказки як джерело вивчення етико-правових звичаїв і уявлень народу*. «Народна творчість та етнографія». Київ, № 1.
- Теля В.Н. (1996), *Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты*. Москва.
- УНП: *Українські народні прислів'я та приказки*. Київ 1984.
- Шумада Н.С. (1985), *Народ скаже – як зав'яже: Українські народні прислів'я, приказки, загадки, скоромовки*. Київ.
- Яніцька К.Л. (2002), *Знайшов – не скач, згубив – не плач*. Українські прислів'я, приказки, усталені вирази. Київ.

Лентяи и труженики в диалектных словарях (на материале новгородского и псковского областных словарей)

ДАРЬЯ ЯШИНА

Студентка, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
(Россия)

Abstract: The chapter shows the words in the dialectal dictionaries used to identify such economically significant peoples as idlers and laborers. The material is studied from the standpoint of semantics and pragmatics in order to find out how a person is presented in terms of his attitude to work. The features of the translation of the concept of laziness and hard work in the words, the ways of representing semantics and pragmatics in dictionary entries as well as in interpretative and illustrative material are revealed.

Keywords: attitude to work • dialect dictionary • interpretation • lexeme • meaning • pragmatics • semantics • value

Streszczenie: W rozdziale przeanalizowano cechy przedstawionych w słownikach dialektalnych nazw osób leniwych i pracowitych, czyli nazw ludzi pod względem cech o wartości ekonomicznej. Materiał jest badany pod względem semantycznym i pragmatycznym w celu ustalenia, jak osoba jest prezentowana w języku pod względem jej stosunku do pracy. Ujawniają się cechy ucieleśnienia idei lenistwa i ciężkiej pracy w nazwach kobiet i mężczyzn, sposoby przedstawiania semantyki i pragmatyki w hasłach słownikowych: zarówno w interpretacjach, jak i materiale ilustracyjnym.

Słowa kluczowe: interpretacja • leksem • ocena • pragmatyka • semantyka • słownik dialektalny • stosunek do pracy • znaczenie

Труд – центральное экономическое понятие – трактуется как практически полезная деятельность людей, создающая блага (материальные и духовные), которые удовлетворяли бы потребности человека и общества. В экономических отношениях человек – это, прежде всего, источник труда, и для осуществления этих отношений наиболее существенными являются два важнейших контрастных свойства человека: трудолюбие и лень.

В языке эти качества хорошо отражены: в названиях человека и его качеств, характеризующих разнообразные положительные свойства, экономически продуктивные (умелый, трудолюбивый, целеустремленный), и отрицательные, непродуктивные, непроизводительные (безынициативный, ленивый, праздный).

Диалектная лексика – это составляющая языка, которая отражает мировосприятие народа, особенности его картины мира, в которой человек – один из главных элементов называемой реальности [Заика, Гиржева 2016]. И во всяком диалекте подробно представлены эти экономически существенные качества, причем представлены носителями языка, не отягощенными специфическими экономическими знаниями.

Объектом нашего исследования являются диалектные слова, называющие экономически существенные свойства человека: лень и трудолюбие. Предмет – семантические и прагматические особенности рассматриваемых номинаций. Цель нашей работы: выяснить, как представлен человек с точки зрения его отношения к труду в Новгородском и Псковском диалектных словарях.

Материалом для нашего исследования послужили зафиксированные в Новгородском [НОС 2010] и Псковском [ПОС 1967–2011] областных словарях лексические единицы, имеющие значение ‘отношение к труду, к работе’ (более 300 слов).

В общей сложности в двух рассматриваемых словарях насчитывается более 200 номинаций, называющих ленивого человека или людей, не работающих по каким-либо иным причинам.

Чаще всего это однозначные слова, истолкованные единичным синонимом ‘лентяй’ (ХАЛААЛЫГА, КУРОПАС, БАЛАХЛЫСТ), ‘лентяйка’ (БЕЗДЕЛКА, НЕДОСТУПЬ, ЛЕЖНЁХА), ‘ленивый’ (ЛЕНИВКА, ЛЕНИВЕЦ, СОЛОХА), несколько реже синонимами ‘бездельник’ (ГУМЕЛЬНИК, ГУЛИМАН, ХАНДРЬГА) и ‘лодырь’ (ЛЫНЬ, ЛОДМА) [все].

Нередки случаи, когда однозначная номинация толкуется двумя синонимами. К примеру: ‘лентяй, бездельник’ (БАРДАДЫМ, ИЗДИВУТ, ОБЛЫКУША), ‘бездельник, лодырь’ (БАКЛУЖНИК), ‘лодырь, лентяй’ (ОБАЛУРНИК). Данная закономерность наблюдается в основном в Псковском словаре, в Новгородском подобные толкования единичны.

В рассматриваемых словарях встречаются и полисемичные лексемы, одно из значений которых, как правило, переносное, называет ленивых людей. К примеру:

МАМОНЯ – 1. ‘о животе, брюхе.’ 2. ‘обжора.’ 3. ‘лентяй, разиня’; МУДАК – 1. ‘самец овцы, баран-производитель.’ 2. *бран.* ‘мужчина, ведущий

беспорядочный образ жизни.' 3. *бран.* 'бездельник, врун'; ЧАЛДОН – 1. 'голова.' 2. 'ленивый человек.'

Единичны случаи, когда в лексеме первым является значение наименования лентяя:

СЛОПЕНЬ – 1. 'здоровый, но ленивый человек.' 2. 'маленький ребенок'; ШЛЁПАЛА – 1. 'бездельник, гуляка.' 2. 'человек, чмокающий губами.'

Большинство переносов значений в исследуемой тематической группе является метафорическим.

В большей части лексем перенос основывается на сходстве какого-либо деревянного предмета с ленивым человеком. Это можно объяснить тем, что в русском языке метафора «дерево-человек» имеет преимущественно отрицательное значение (*тупой как дуб, бесчувственный чурбан, дуб дубом* [БТСРЯ 2003]; *тупой как пробка, бесчувственный как дерево* [СНФ]):

БАКЛУХА (2) – 1. 'круглый деревянный брусок, подкладываемый под ухват, когда вынимают чугуны из русской печи.' 2. перен. 'лентяй' (*Ах ты баклуха, только и знаешь спать*); КОЛОДА – 7. 'деревянный каток для выравнивания пашни.' 8. перен. 'ленивый человек' (*Ну ты, колода ты этака, чего развалилась*).

Здесь надо отметить, что учитывается не «работа» колоды, а ее неподвижное положение между выравниваниями пашни.

Иных закономерностей при переносе значения не наблюдается, случаи единичны. Приведём несколько примеров:

ЧАЛДОН – 1. 'голова.' 2. 'ленивый человек' (*Чалдон – это ленной, недолюкий человек. О какой чалдон!*); ПОПОЛЗЕНЬ – 3. 'маленький ребенок, ползунок.' 4. перен. 'лентяй' (*Вот поползень-то, это медлительный, ленивый такой человек*); БУЛЬНЯ – 1. устар. 'скупщик скота, льна.' 2. 'бездельник, лентяй' (*Е, какой бульня ходя, никаво ни ва што не ставя*).

В некоторых толкованиях значений слов рассматриваемой группы наблюдается уточнение семантики. Чаще уточняются нефизические, социальные признаки человека.

В основном приводятся семы с пейоративной оценочностью, указывающие на особенность образа жизни человека, его социальный статус: 'пьяница', 'хулиган', 'непутёвый', 'гуляка', 'опустившийся'. К примеру:

НЕДОХОДИГА – 2. '**непутевый** человек, бездельник, хулиган'. (*Шынтрапё етэ такие нидъхадяги, никудё ни гадициуъ*); ШЛЁПАЛА – 'бездельник, гуляка'. (*Теперь шлёпалы такие, пьяницы одни*); ГОПНИК – '**опустившийся** человек, бездельник и **пьяница**' (<...>*Он гопник настаяиший, не дружы с ним. Бегаеш фсё время, каг гопник, и дела никакова нет*).

Значительно реже в толкованиях встречаются уточнения о характере человека:

КАРАСЬ – '**хитрый**, ленивый человек' (*Он карась такой, хитрый, от работы бегает*); АЛГАЙ – 'бездельник, **озорник**' (*Тысицу жарябьеф – и тяни; нас набираициуъ [на военную службу] таких алгаиф, как я, тысициуъ*); МУДАК – 3. *бран.* 'бездельник, **врун**' (*Ну и мудака етэт Лёшка, вёчнъ атлынивя ат работы*).

Как видим, в некоторых словах, где семантика безделья осложнена, бездельность эта активная, но экономически ущербная (НЕДОХОДИГА, АЛГАЙ).

Ряд рассматриваемых слов имеет дополнительную семантику, связанную с физическими признаками человека.

Наиболее часты описания скорости движений, особенностей походки. Как правило, говорится о неповоротливости, неуклюжести, медлительности и нерасторопности: ОЛЯЖЬЕ – 'ленивый, **неповоротливый** человек; **увалень**' (*Ой ты, оляжье, люди косят, а ты в заусолонье собрядивши!*); УВАЛ (2) – *бран.* '**неуклюжий, медлительный** в движениях, ленивый человек' (*Увал ты несносный, иди поделай что-нибудь матери!*); НЕПОСПЁШНЫЙ – 'нескорый, ленивый, **нерасторопный**' (*Экая нидалужына, астилась ззади, нидалугая, нипаспёшная, лентя карбва*).

Реже встречаются упоминания, связанные с физическим здоровьем и силой. В толкованиях или иллюстрациях данных номинаций практически всегда содержится противительный союз **но**, который указывает на очевидное осуждение: СЛОПЕНЬ – '**здоровый, но** ленивый человек'. (*У какой слопень пошёл!*); ЗРЫТЕНЬ – *неодобр.* '**большой, сильный, но** ленивый человек, бездельник'. (*Два таких каня [сыновья], такой зрытни и ни памагають*); ЗАБУЛДЫГА – *неодобр.* '**о здоровом, сильном** бездельнике'. (*Такой збулдыга, но сидит дома*).

Выделяется также группа наименований, в толкованиях к которым содержатся семы: 'сытый' и 'любящий поесть':

ОБЛОЁЖА – 2. 'ленивый, **но любящий поесть** человек'. (*На аслушника [отец] цыкнит: «Ах ты аблаёжа няишыяный!» и па лбу!*); НЁРАБОТЬ – 1. 'кто **любит поесть, но** не хочет работать, лентяй' (*Много нёработи,*

*а цопить, поесть хотят; лопату не остафь, вёдры, тазы); ЛОНШАК² – 2. перен. 'о **СЫТОМ** ленивом человеке или животном.'*

Отметим, что семы 'озорник', 'шалопаи', 'болтун' в разы чаще сочетаются в толкованиях с семой 'бездельник', нежели с семами 'лентяй' и 'лодырь':

ВЕШАЛКА – 'бездельник, болтун' (О старая вешалка, фсё время лаиуца!); АЛГАЙ – бран.-шутл. 'бездельник, озорник'; ШАЛАЛО – 'бездельник, шалопаи'.

Номинации с толкованием «лентяй» нередко имеют дополнительную семантику, говорящую о физических признаках человека (здоровье, особенность походки и др.):

СЛОПЕНЬ – 1. 'здоровый, но ленивый человек'; ОБОРОТЕНЬЗ – 1. 'ленивый, неповоротливый человек'; БУБЕНЬ – 'толстый лентяй'.

Таким образом, учитывая особенности толкования и иллюстративного материала, можно предположить, что в рассматриваемых диалектах разграничиваются бездельность – это собственно непродуктивность, а в ряде случаев – деятельность (озорство), и лень – качество, обусловленное природными свойствами человека. Однако и бездельность, и лень являются качествами, осуждаемыми в силу их экономической ущербности.

В Псковском областном словаре выделяется небольшая группа номинаций, называющая людей, не работающих из-за болезни:

*КОРОТКИЙ – 3. 'слабый, больной, не могущий работать' (Работать я не магу, кароткая, быстра вымираю); ЛЕЧЁБНИК – 2. 'кто чем-н. болеет, не работает; **БОЛЬНОЙ**' (Ляжыть так для атвбда глас, и фсё лячёние насмарку; врач гаварить, к чёрту таких лячёбникаф); КУРОХТА – 2. 'о **БОЛЬНОЙ**, неработающей женщине'.*

Ещё более малочисленная группа слов, встречающаяся только в ПОСе, – наименования людей, которые не имеют работы, однако причина её отсутствия не указана. Отрицательную оценочность таких наименований подтвердить данными словарной статьи не удаётся:

НЕРАБОЧИЙ – 'не принимающий участия в работе' (Ана джужь нирабочия); НЕВКОРЫСНЫЙ – 'неработающий' (У него жена неворысная).

В рассматриваемых областных словарях содержится почти в пять раз меньше наименований тружеников, нежели ленивых и неработающих.

Важнейшее отличие в особенностях семантизации наименований тружеников – наибольшее распространение описательного типа толкования (толкования слов, называющих лентяев, преимущественно синонимические). Приведём несколько примеров:

ЖАДУЛЯ – ‘кто любит много и хорошо работать’ (*Нивёска мая джуж жадная на работу, жадуля такая, нисколько ни пасидит*); КОСА² – ‘о том, кто ловок, сноровист в работе, трудолюбив’; ПОБЕГУХА – ‘о лице, постоянно занятом физической работой’ (*Вы проснулись и за стол, а я весь день побегуха*).

В толкованиях многих номинаций имеет место уточнение семантики. В отличие от наименований лентяев, слова, называющие тружеников, не содержат дополнительных сем, указывающих на физическое здоровье человека. Обычно упоминается о положительных чертах характера:

ЗАБОТНИЦА – ‘хозяйственная, трудолюбивая женщина’ (*Апять на ягады ушла, такая заботница, фсё пароботала*); ТРЕПЕСТУХА – ‘старательный, трудолюбивый человек’ (*Внучка трепестуха така, ударенька, так и делает всё*).

Более редки однозначные лексемы, имеющие толкования: ‘труженик’ (ТРУДОВИК, ТРУДНИЦА, ТРУДНИК) и ‘трудолюбивый’ (КАТАЛИК, КОСТОЧКА, ДЕЛЯГА).

Следует отметить, что в словарях также описываются фразеологизмы, называющие трудолюбивых людей:

ЗЛОЙ РАБОТАТЬ (до работы, на работу, в работе) – ‘работающий много и ловко, азартно, с удовольствием’ (*Пастушихин сын злой работать*); ИЗ РУК НЕ ВЫВАЛИТСЯ у кого-л. – ‘об умелом, работающем человеке’ (*Он мужик работающий, у него из рук не вывалится*); НЕСИДЯЧА КОСТОЧКА – 2. ‘трудолюбивый человек’ (*Этот зря время не проведёт, всё чем-то занят, несидяча косточка*); ЖАДНЫЙ (ЖАДЕН) НА РАБОТУ (до работы, для работы) – ‘много и усердно работающий, трудолюбивый’ (*Я веть, девки, сызмальства ф труде живу, я на работу жадная*).

Отдельно стоит сказать о ряде слов, называющих ленивых и трудолюбивых женщин. Подавляющая часть подобных номинаций имеет дополнительную семантику:

НЕДОСТУПЬ – ‘ленивая, **неповоротливая** женщина; лентяйка’ (*Она и не поторопится, хоть и молодая, джуже недоступь, глаза бы не гля-*

дели); ЛЕЖНЁХА – бран. ‘лентяйка, соня’ (*Фставайте, ляжнёхи, а то приёдеть ваше начальства, а вы ляжыти*); ЗАБОТНИЦА – ‘хозяйственная, трудолюбивая женщина’ (*Апяць па ягады ушла, такая заботница, фсё п работала*).

Выглядит парадоксальным и явление **энантисемии**, внутрисловной антонимии, встречающееся в некоторых лексемах рассматриваемых тематических групп. Данное явление отмечено в Псковском областном словаре:

ЛОМИНА¹ – 7. ‘кто много и тяжело работает’ (*И к лошади атносицца, и к чилавёку, ламина*). 8. ‘лодырь, лентяй’ (*Ламина з ламины, вод дрянь, ня пашбу учора сёна выурибать з балота*); ЛУНЬ (ЛЮНЬ) – 6. *перен., неодобр.* ‘о ленивом человеке, бездельнике’ (*Колька панёс мяшок муки, никто ни памок на крылёу слесьть, вот луни какие*). 7. *перен.* ‘постоянно трудящемся человеке’ (*Ен такой лунь снова на работу пашол*); ДАЧНИК – 2. ‘городской житель, упорно трудящийся летом на дачном участке’ (*Там дачник снова капашицца*). 3. ‘не работающий, уклоняющийся от работы человек’ (*А то фсё с Вовкой дачником был*).

В материале двух словарей мы выявили ряд соотносимых именованных. В основном такие лексемы однозначны, и их толкования полностью совпадают. К примеру, и в Новгородском, и в Псковском словарях слово **ЛЫНЬ** имеет значение ‘лентяй’.

Однако есть случаи несовпадения количества значений:

Например, в НОСе слово **БЕЗДЕЛЮЙ** однозначно: ‘лентяй’ (*Витиха-то такой безделюй, ничего не делает*). В Псковском словаре такая номинация полисемична, значение ‘бездельник’ второе: 1. ‘мелочный, пустой (о человеке)’ 2. ‘бездельник, негодяй’. Если верить нумерации значений, указанной в словаре, можно предположить, что здесь метонимический перенос: человек придирается к пустякам, эти придирики понимаются как поиск причины не работать, чтобы не работать, установка «бездельничать» оказывается причиной придинок.

Рассмотрим ещё один пример. Псковское слово **НЁРАБОТЬ** имеет лишь одно значение: ‘тот, кто не работает’ (*У мельницы [в деревне] жили нёрабати*). Ни толкование, ни иллюстрация не демонстрируют оценочности. Новгородская лексема полисемична. Она имеет четыре значения, первое из которых практически идентично псковскому толкованию: ‘неработающие люди, не имеющие работы’. Однако прагматика именованья выявляется посредством иллюстративного материала, который указывает на пейоративную оценочность:

Топеря нероботи дрянной много стало, не хотят, да и негде работать. Остальные значения также имеют негативную оценочность: 2. *общ.* 'ленивый человек; тунеядец' (*Ен видь нероботь, дюжой, гди тиби ёго обадать!*); 3. *собир.* 'нетрудоспособные люди' (*Собралась теперь в деревне одна нероботь*); 4. *собир.* 'лентяи' (*Весь день сидит эта нероботь на улице да лясы точит*).

Как уже было видно из примеров, иллюстративный материал существенно уточняет прагматику зафиксированного в словаре наименования. (Попутно заметим, что иллюстративный материал иногда создает «конфликт» между иллюстрированным употреблением и толкованием, однако этот вопрос требует специального рассмотрения.) В рассматриваемом материале чаще встречаются коммуникативные иллюстрации – то есть те примеры, которые «являются собственно фрагментами разговорной речи и выполняют функцию передачи информации, включая и информацию оценочную, при этом демонстрируя употребление слова в характерной для него ситуации» [Гиржева, Заика 2010].

Такие иллюстрации, в свою очередь, можно разделить на несколько групп.

Чаще всего встречаются высказывания, в которых есть прямое указание на лень или трудолюбие:

*Витиха-то такой безделой, **ничего не делает**; Ну и крутыня твой мужик-то, **такой работающий**, бойкий; Дед Филипп был солощий, **жадный до работы**.*

Чуть реже встречаются иллюстрации, не имеющие каких-либо уточнений.

В большинстве таких примеров можно установить пейоративную или мелиоративную оценочность:

*Назовут гулиман **для смеху**; Эх **ты**, лоншак ты этакий; Девчонки-то у нас все лихонькие были.*

В некоторых случаях иллюстрация очевидно оценочной номинации не позволяет определить сам характер оценки (одобрение / неодобрение):

Ты что, шалало?; У какой слопень пошёл!

К самой малочисленной группе коммуникативных иллюстраций принадлежат те высказывания, в которых лишь косвенно упоминается о лени или трудолюбии человека:

*Ну ты, колода ты этака, чего **развалилась**; Бегаеш всё время, как гопник, и дела **никакова нет**; Эва какой ты заботной; **рано встаёшь**.*

Реже встречаются иллюстрации метаязыковые. Такие высказывания выполняют несобственно коммуникативную функцию и «в большей степени способствуют уточнению семантических свойств слова»:

Каталик – ломовик, работающий; Езли плахой человек, ленивый, яво завать жмура; Кто ходит из угла в угол, не при деле – поломан.

Сравнение материала словарей показывает, что в обоих областных словарях можно выделить однозначные и многозначные слова тематической группы 'отношение к труду', часто исследуемые номинации толкуются с помощью одного слова ('лентяй', 'бездельник', 'ленивый' и др.), но иногда наблюдается уточнение семантики. В обоих словарях уточняются как социальные, так и физические признаки человека. В Псковском и Новгородском областных словарях представлены коммуникативные (заметно чаще) и метаязыковые иллюстрации. Однако в Псковском словаре более богато представлена рассматриваемая группа именований, наблюдается большее количество иллюстраций и полисемичных лексем. В ПОСе, в отличие от Новгородского словаря, выделяется тематическая группа номинаций, называющая людей неработающих из-за болезни, а также встречается явление энантиосемии.

Таким образом, рассмотрение наименований человека по отношению к труду, работе в Псковском и Новгородском областных словарях показывает, что практически все наименования прагматически существенны. Они выражают как самую общую оценку (любовь к работе, нежелание трудиться), так и отдельные пейоративно оцениваемые свойства работника, количественно преобладающие (медлительность, неповоротливость, неумелость), а также мелиоративные наименования (ловкость, расторопность, сообразительность).

ЛИТЕРАТУРА

- Гиржева Г.Н., Заика В.И. (2010), *Иллюстрации оценочных номинаций человека в новгородском областном словаре. Язык и традиционная культура Русского Северо-Запада*. В: Сборник статей Памяти Лидии Яковлевны Петровой. Великий Новгород.
- Заика В.И., Гиржева Г.Н. (2016), *Кожа, косточка и ковыркәнец (Наименования человека по отношению к труду, работе в новгородском областном словаре)*. В: Диалектное и литературное слово. История и современность.

Сборник статей в честь 85-летия со дня рождения Антонины Васильевны Клевцовой. Великий Новгород.

ИСТОЧНИКИ

БТСРЯ 2003: Большой толковый словарь русского языка, (гл. ред.) С. А. Кузнецов. Санкт-Петербург.

НОС 2010: Новгородский областной словарь, (сост.) А.Н.Левичкин и С.А.Мызников. Санкт-Петербург, XXVII, 1.

ПОС 1967–2011: Псковский областной словарь с историческими данными, под ред. И. С. Лутовиновой, М. А. Тарасовой, вып. 1–22. Санкт-Петербург.

СНФ 2000: Жгучий глагол: словарь народной фразеологии, (гл. ред.) В.К. Белко. Зелёный век.

Гумор як інструмент впливу на суспільні економічні цінності в інформаційному просторі сучасної Болгарії

ТЕТЯНА ВОЛОДАРСЬКА

Викладач, Черкаський державний технологічний університет (Україна)

Abstract: The chapter examines the humor in Bulgaria, which is associated with economic values. The aim of the study is to identify the most relevant topics in the field of economics, which are laughed at today by the Bulgarian society in social networks. The chapter contains examples of Bulgarian jokes.

Keywords: Bulgarian humour • Bulgarian values • economic values • humour

Streszczenie: W rozdziale analizie poddano humor w Bułgarii, który wiąże się z wartościami ekonomicznymi. Celem badania jest zidentyfikowanie najbardziej istotnych tematów z zakresu gospodarki i pracy, z których społeczeństwo bułgarskie naśmiewa się dziś w sieciach społecznościowych. Rozdział zawiera przykłady typowych żartów bułgarskich.

Słowa kluczowe: humor • humor bułgarski • wartości bułgarskie • wartości ekonomiczne

Економіка та соціум завжди тісно пов'язані. Одним із ненасильницьких, але дієвих чинників, що впливають на цей взаємозв'язок, є гумор, який, на наш погляд, становить одну з важливих складових системи формування та коригування економічних цінностей сучасної держави.

Як вважали ще Платон, Артур Шопенгауер, Георг Гегель, цінності є продуктом культури та історії, вони формуються у певних культурно-історичних умовах. Цінності не є вічними і незмінними, тому відповідно і гумор, зокрема як інструмент впливу на суспільні економічні цінності, є надзвичайно динамічним, зрозумілим і дієвим «тут і зараз», його потрібно вчасно фіксувати і аналізувати.

Для болгарського суспільства гумор є надзвичайно важливою складовою суспільного життя. Достатньо згадати створення у 1972 році всесвітньовідомого Будинку гумору і сатири у місті Габрово (болг. Дом на Хумора и Сатирата), на якому викарбувано девіз: «Світ вцілів – бо сміявся». Болгарський гумор став об'єктом досліджень у роботах багатьох

вчених, зокрема, Ісака Пасі, Ліляни Цоневої, Ани Дімової, Дафіни Генової, Милки Бакирджієвої [Паси 1993; Цонева 2009; Димова 2006; Genova 2014; Бакърджиева 2009] та ін. Але стрімкі зміни соціально-економічної ситуації і, разом з тим, відкритість для дослідження величезного контенту соціальних мереж, що яскраво демонструє настрої суспільства, привертають увагу до цієї теми.

Метою нашого дослідження є встановлення найбільш актуальних тем зі сфери економіки, над якими сміється сьогодні болгарське суспільство у соціальних мережах.

Матеріалом слугують наступні джерела: facebook-групи та facebook-сторінки, що містять гумористичний контент (меми, зображення, текст, карикатури, відео): «Съвременен Бай Ганьо», «Циганският Бай Ганьо», «Исторически Хумор», «Генералът каза», «Хумор и още нещо», «Класически българин», «Български футболист», «Класически българин в ресторант», «Класически български политик», «Средностатистически студент в СУ», «Класически български студент в Англия», «Класически студент по право» та ін. У мемах, які ми бачимо на цих сторінках, зашифровані культурні коди середньостатистичного болгарина. Мем може виступати як самостійна одиниця контенту, а може бути ілюстрацією до інформаційного приводу. Дослідження охоплює період з 2017 року і до сьогодні.

Спочатку спробуємо розібратися з самим поняттям гумор. У болгарських наукових працях *гумор*, *смішне*, *комічне* та *сатира* – це поняття, які часто використовують стосовно явищ, що викликають сміх. Для Михаїла Дімітрова гумор – це комплексна емоція, симпатія є важливою її частиною [Димитров 1925]; для Ісака Пасі гумор – це «ставлення до життя», яке характеризується доброякісними намірами (аналогічно «почуттю гумору»). Пасі вважає смішне, комічне та гумор (як різновид комічного) естетичними категоріями, психологічними та мовними сутностями [Паси 1993]. Димова інтерпретує гумор як більш широке поняття, ніж просто смішне: він складається з того, над чим ми сміємося (смішного), а також індивідуальної реакції людини на це [Димова 2006].

Болгарський гумор має свою специфіку. На початку ХХ ст. важливу роль у історії болгарського гумору відігравали карикатури. У каталозі болгарських сатиричних і гумористичних видань, надрукованих до середини минулого сторіччя, є багато «колючих» назв газет з карикатурами переважно політичного спрямування – «Жило», «Шило», «Дяволско шило», «Костурка», «Комар», «Коприва», «Скорпион», «Оса», «Бодил» (укр. «жало», «шило», «диявольське шило», «окунь», «комар», «кропива», «скорпіон», «оса», «колючка»). За часів комунізму сатира була єдиною можливістю сказати деякі речі про

режим. Оскільки проти Болгарської комуністичної партії не можна було відкрито висловлюватися, люди з гумором зазвичай висміювали болгарське, не маючи давніх народно-психологічних та історико-філософських підстав для цього. Таким чином, висміюючи болгарське, яке було «священно мученицьким з високими моральними чеснотами» [Чурешки 2007], болгари недооцінили своє і створили почуття недовіри, підозрілості та невіри в свої здібності як нації. «Ми вижили впродовж віків, тому що ми вірили в Бога і у себе як в націю. Комунізм зруйнував ці дві основні віри у наше існування, зруйнувала їх і ліберальна демократія» [Чурешки 2007]. Таке тривале висміювання болгарського призвело до того, що болгари вірили і все ще вірять більше іноземцям, аніж собі. Будь-яке явище спочатку має бути визнане чужим (іноземним), а потім отримати болгарське визнання. Це знуцання над собою характерне і для сучасних болгарських жартів. З висміювання болгарського народився сучасний нігілізм. Сатира не має відкритого суспільного і культурного адресата і знуцається з суто болгарського. Це має скоріш деструктивний вплив на психологію болгар і руйнує цінності, що болгари вистраждали в історії.

Носієм смішного і комічного в болгарській масовій культурі, а також носієм болгарського в жартах є всюдисущий Бай Ганьо. Незважаючи на те, що Бай Ганю жорстко висміюють, у болгар немає до нього ненависті. Вони його висміюють, тому що бажають відрізнитися від нього, а це не завжди можливо. У своєму літературному існуванні образ Бай Ганю смішний, але він не той болгарин, що сміється. Він боїться виглядати смішно, що і робить його комічним. Смішними можуть бути інші, але не він сам. Таке дещо старомодне розуміння сміху є характерним також для сучасної болгарської культури. Жарти про Бай Ганю популярні і у сучасному інформаційному просторі болгар.

Гумор змушує людей почуватися сильнішими та успішнішими за інших. Але очевидно, що вплив гумору може бути не тільки позитивним (розвеселити), але й негативним (образити, принизити). Намір оповідача може мати три функції: розважати, ображати та опосередковано говорити про соціальні табу. За словами Олеси Гудзенко, сміхова культура – це ненасильницька форма опору соціальній системі [Гудзенко 2014]. Також важливою для нас є відома теза, що люди сприймають щось як смішне, коли воно проявляється у якомусь абсурдному світі.

Загальний контент-аналіз гумористичних тем показав, що основними сферами, які у болгарських медіа підлягають висміюванню, є політична сфера, сфера побуту і сім'ї, культурні та релігійні відмінності, гендерні відмінності, але ми зосередили увагу на темі економічних цінностей. На думку Л.Цоневої, «економічна криза є предметом аналізу

у різних наукових галузях, включаючи лінгвістику, до того ж у різних аспектах» [Цонева 2009].

Внаслідок історичних факторів (панування Османської імперії, пізніше – фактично радянський комуністичний режим) болгари недооцінюють себе і своє, у жартах вони іноді дуже жорстко і образливо висловлюються про самих себе. Жарт (1) націлений на заздрість, а (2) висміює пияцтво:

(1) – *Чому в болгарському пеклі немає бригадира? – Тому що кожного разу, коли хтось висовує голову з казана з киплячим дьогтем, є хтось, хто його тягне вниз»* (Тут і далі переклад з болгарської наш – Т.В.).

(2) – *Яка різниця між верблюдом і болгариним? – Ну, верблюд може працювати місяць і не пити, а болгарин може пити місяць і не працювати.*

Жарти (3) та (4) показують нам, як оцінюють болгари своє місце порівняно із такими країнами, як Швейцарія та Японія. Вони ілюструють критичну оцінку працелюбності та професійних талантів болгар:

(3) – *Яка різниця між болгариним та швейцарцем? – Різниця полягає в тому, що швейцарець з одного кілограма заліза робить десять годинників, а болгарин – кілограм цвяхів.*

(4) *Навіть якщо ми будемо бігти назустріч японцям, ми ніколи не надожнемо їх.*

Болгари – реалісти, вони добре знають, що Болгарія є невеликою країною, яка має незначний вплив на міжнародні відносини та розвиток міжнародної економіки, як це бачимо з жарту (5):

(5) – *Яка країна є найбільш незалежною? – Болгарія, бо від неї нічого не залежить.*

Але водночас з таким критичним ставленням до власної нації, у жартах знаходимо відображення протилежного – надмірної самовпевненості, яку також можна трактувати як приховування відсутності достатньої впевненості (неоднозначність тлумачення є невід'ємною властивістю тексту жарту), Самовпевненість болгар є результатом історичного та культурного контексту країни. Багато болгар дуже пишаються своїм історичним минулим, коли Болгарія була більшою країною, ніж зараз. Вони вважають, що вони дуже розумні, і, оскільки вони вижили як нація після п'ятисотлітнього правління Османської імперії, болгарини вважають, що можуть вижити незмінно у будь-яких несприятливих обставинах. Жарт (6) націлений на завищену надмірну самовпевненість болгар.

(6) – *Як можна вразити Его болгарина? – Треба націлитися на два метри над його головою.*

У сучасному болгарському інформаційному просторі впродовж останніх років набувають поширення жарти про Європейський Союз. Нагадаємо, що Болгарія стала членом ЄС у 2007 році. Поширення європейських ідей на болгарський культурний регіон є потенційно конфліктною справою, адже їх специфіку визначає особливий набір ментальних і культурних ознак. Низький рівень соціально-економічного розвитку Болгарії зумовлений наявністю у національному господарстві проблем, які не були вирішені до вступу до ЄС, поглибилися у період світової фінансово-економічної кризи і зберігаються до теперішнього часу. Основна проблема – низька конкурентоспроможність економіки країни. Другою проблемою вважається проблема інвестиційного дефіциту, який перешкоджає вирішенню попередньої. Третя проблема – сильна фінансова, структурна і експортна залежність болгарської економіки від ЄС. Очевидно, що усе це стає причиною та відповідними темами для гумористичних висловлювань.

По суті тривала криза стала не викликом для подолання, а середовищем проживання, до якого населення вже звикло. Жарти демонструють суспільну позицію, що економічний розвиток є не лише наслідком негативних національних рис та властивостей, лінощів або непрофесійності, це в першу чергу відповідальність уряду:

(7) *Що з того, що ми в ЄС? Більшість людей досі живуть як у Радянському Союзі!*

(8) *Боюся, що коли ці іноземці прийдуть на посаду голови ЄС, то куплять усі виграшні талони у Національній лотереї і нам нічого не залишиться...*

(9) – *Що має змінитися, щоб болгарські дороги відповідали стандартам ЄС? – Стандарти ЄС.*

Рефреном проходить психологічна позиція «Я ніяк не можу і не хочу брати відповідальність за свій стан, за свої доходи, за економічну ситуацію у моїй країні». У жартах про ЄС проявляється невпевненість болгар у собі.

У соціальних мережах болгари також активно висміюють стереотипні класичні типи. Першою з таких сторінок у Facebook була сторінка «Дневникът на класическия българин» («Щоденник класичного болгарина»). До речі, цю модель болгари запозичили з подібної сторінки в Сербії «Dnevna doza prosečnog Srbende». Це свідчить про те, що цінності цих сусідніх держав є спільними. Формат цього типу парадоксального жарту містить фотографію або колаж «класика», на якому описа-

на «класична» ситуація. Наприклад, бородатий круглий чоловік (образ класичного болгарина) з мішалкою для кави в роті, що лежить на дивані в шикарному ресторані, з написом:

(10) *Купи телефон в розстрочку – візьми кредит під його заставу.*

Болгари жартують про погану економіку, про корупцію, про організовану злочинність, про екологічні проблеми, про затори, про погоду. Невдоволення є метою жарту (11), де незмінна частина жарту «Я болгарин» є алюзією до патріотичного вірша відомого болгарського письменника і поета Івана Вазова «Аз съм българче». В оригінальному вірші автор говорить, що називатися болгариним – найбільша радість у житті, що він любить і поважає усе болгарське, що він виріс у славну годину, у величні дні, син геройського племені. Болгари використовують першу фразу вірша «Я болгарин», додаючи до неї своє саркастичне продовження:

(11) *Я болгарин!
Не можу жити без ракії.
Хочу бути як Ботев,
але писати не вмію.
Я вільний болгарин,
над законом живу.
Усе болгарське і рідне
я продам, якщо зможу.
Я син прекрасної землі:
Давайте їй пограбуємо!*

Болгари сміються з того, що не дуже добре працюють у команді та формують громаду, що вони індивідуалісти, зокрема у економічній сфері. Варто згадати те, що Райко Алексієв, болгарський журналіст, гуморист і карикатурист, жартівливо сказав про своїх співвітчизників у 30-х роках ХХ століття: «Один болгарин – болгарин, два болгарини – політична партія, три болгарини – розкол у партії».

Наступним приводом для жартів стає ксенофобія та пошук винних у поганій економіці. Одними з найпоширеніших жартів є жарти щодо циган. Найпоширеніший стереотип щодо циган – це те, що вони крадії, і це надзвичайно шкодить економіці Болгарії і негативно впливає на економічні цінності суспільства. Дійсно, у наш час рівень безробіття серед циган дуже високий, і багато болгар розглядають це як основну причину постійних крадіжок. У телевізійних програмах іноді можна почути від самих циган: «Ми крадемо, бо наші діти голодні». Тут діє

принцип замкненого кола: для того, щоб шукати роботу, циган повинен отримати кваліфікацію, але в даний час лише 7,2% циган мають середню та вищу освіту, а рівень неграмотності серед них становить 17% для молодих циган у віці від 16 до 25 років. Цигани кажуть, що не відправляють своїх дітей до школи, оскільки у них немає грошей на фінансову підтримку, а держава розглядає погану освіту як головний фактор їхнього безробіття та бідності (у 2007 р. 70% циган були безробітними).

За словами Д.Генової, гумор – це не лише форма соціальної взаємодії [Генова 2014], але це також і спосіб концептуалізації світів, в яких ми живемо: об'єктивного, приватного та соціального. У жартах про циган сміються над світом, в якому вони мусять жити і який є чужим для багатьох етнічних болгар: погана освіта, занадто багато дітей, крадіжка як спосіб прогнати родину, як у жартах (12) та (13):

(12) *Хасан та Айше гуляють зі своїми дітьми. Раптом одна дитина падає в калюжу. Гасан піднімає її і питає свою дружину: «Айше, нам треба її помити чи зробити іншу?».*

(13) *У циганській родині батько каже старшому синові: «Хасан, якщо ти поводитимешся належним чином, я вкраду тобі велосипед».*

У багатьох коментарях на сторінці у Facebook «Исторически хумор» під публікаціями, пов'язаними з Другою світовою війною, з'являється твердження, що серед сучасних болгар є неонацисти. Це явище спричинене політичними подіями після «арабської весни», а саме початком кризи біженців, і до неї ми можемо додати деякі інституційні та ціннісні проблеми Європейського союзу. Соціальні потрясіння є сприятливим ґрунтом для розвитку популістських рухів, і їхнім продуктом є також і гумор. Вже кілька років ці люди все частіше з'являються не лише в Інтернеті, але й поза ним. Їх можна побачити на вулицях, політичних мітингах, а їх символіку – на стінах громадських будівель.

Про націоналізм зазвичай говорять як про субкультуру там, де йдеться про меншини. Загальною особливістю таких мобілізацій є самозахист ідентичності в опорі агресивній більшості. Тобто гумор у цьому випадку – це захист. У болгарському випадку – подібно до британських чи німецьких екстремістів – йдеться скоріше про самозахисну реакцію більшості на наявність меншин. Це почуття особливо гостро проявляється в транснаціональних за визначенням соцмережах. Ті, хто називає себе націоналістами, зазвичай походять із бідніших сімей, де відчуття загрози, яку несе глобалізація, має і соціальний вимір; багато з них пережили болісний досвід мігрантів за кордоном зі своїми родинами і тепер вони хочуть перенести це на ще слабших – циган, турків і ін.

(14) *Починаю посилено вивчати албанську та турецьку мови, бо після Нового року їду до Німеччини!*

(15) *Російський газ, який надходить у Болгарію, несе корупцію, сепаратизм та імперські амбіції. З цієї причини до того, як він потрапить у Болгарію, на території Туреччини він очиститься від цього бруду, і до нього додадуть європейські цінності і навіть кілька молекул Американської свободи!*

Свідченням соціальної напруженості у сфері стосунків «суспільство – влада» є наявність відповідного контенту у соцмережах. На сторінці «Исторически хумор» ми бачимо, наскільки саркастично болгари ставляться до влади. Так, начальник Національного оперативного штабу генерал-майор Венцислав Мутафчийски перетворився на улюбленого героя користувачів соціальних мереж. У Facebook було створено групу «Генералът каза» (укр. «генерал сказав»), у якій користувачі з багатою фантазією завантажують жартівливі фото та меми. Вони відображають рефлексії на тему події, яка уже всім відома, але в спрощеній формі, що сприяє практично миттєвому зчитуванню і створенню гумористичного ефекту. Серед поширених жартів про владу на сторінці «Класически български политик» є меми з написами:

(16) *Коли станеться якась біда або аварія – він прийде на місце події, щоб його показали по телевізору;*

(17) *Йому задають незручні питання – залишає студію;*

(18) *Пояснює, як молодим залишитись в Болгарії – відправив своїх дітей жити і навчатися за кордон;*

(19) *Не знає іноземної мови – обраний евродепутатом та ін.*

Будучи поміщеним у культурний антисвіт сміхової культури, негативне постає менш страшним. Сміхова культура зменшує соціальну напруженість у суспільстві. Наприклад, тотальна відсутність гарячої води у столиці Болгарії стала приводом для гумору у соціальних мережах (10.05.2017). Болгари писали про це на своїх сторінках у Facebook та коментували:

(20) *В мене є гаряча вода. Чекаю пропозицій... (Бісер Георгієв).*

(21) *Танцюй так, ніби тебе ніхто не бачить; співай так, ніби тебе ніхто не чує; купайся так, ніби є гаряча вода (Венелін Крумов).*

Висміювання якогось явища свідчить про пов'язану з ним соціокультурну напруженість, про соціокультурний дисбаланс. У Facebook поширився так званий «черешов хумор» (гумор про черешні), після того, як

перші черешні з`явилися на базарі по «скромній» ціні від 50 левів за кілограм (845 гривень):

(22) *Податкова повідомила, що кожному, хто їсть черешні, зроблять перевірку доходів!*

(23) *У нього не було 5 левів решти і він дав мені одну черешню.*

Коли у Софійському метро відбувся потоп (18.06.2018), то болгари подивилися на цю ситуацію з гумором. На сторінках у Facebook болгари створювали смішні колажі і писали:

(24) *Чекали потяг – підійшов корабель.*

(25) *У жителів Софії тепер з`явилось і море.*

Симптоматичним відображенням критичного ставлення до власного устрою і заздрості до більш успішних сусідів, до їх економічного рівня є, як це не дивно, критичне ставлення навіть до рідної кирилиці. З одного боку, у них є почуття гордості через кирилицю, яку вони, болгари, дали світові. *«И ний сме дали нещо на света»* (укр. *«І ми щось дали світові»*) – патріотичні слова болгарського письменника Івана Вазова, які стосуються створення кирилиці братами Кирилом та Мефодієм (24 травня – болгари відзначають День слов`янської писемності і культури) та причетності до цього знаменного відкриття. З іншого боку, нарікають на проблеми, які це відкриття постійно створює за допомогою глобального програмного забезпечення. Наприклад, у сучасних медіа та соцмережах багато болгар пишуть болгарською мовою, але латинськими літерами, цифрами та іншими символами, які знаходяться на клавіатурі, телефоні та інших електронних приладах. Це явище *«шльокавица»* перетворилося у культурний феномен, який не належить до високої культури. Більшість болгар є прихильниками кирилиці, тому тексти, які написані транслітерацією, стають предметом жарту:

(26) *Кожен може писати болгарською на латиниці... Будь іншим – пиши англійською на кирилиці!*

Можна зробити висновок, що гумор у інформаційному просторі має великий вплив на економічні цінності сучасного болгарського суспільства. Час, політика, історія та їх комбінації формують економічні цінності. Середовище, в якому вироста людина, є визначальним для того, яке почуття гумору буде мати той чи інший народ. Дослідження гумору у динаміці крізь призму суспільних економічних цінностей довело, що гумор є важливим інструментом впливу і розвитку сучасних бол-

гарських цінностей. Гумор про економічні цінності відображає мету, бажаний результат діяльності влади, специфіку вподобань, позицій та диспозицій, інтересів та потреб болгарського суспільства. Проблематика «цінностей Європи» в інформаційному просторі сучасної Болгарії набуває актуальності в останньому десятилітті. Мультинаціональність і мультикультурність болгарської спільноти є своєрідною причиною для етнічного гумору. Дослідження гумору у Facebook показало, що болгари висміюють стереотипні типажі, мають саморефлексивний гумор (недооцінка та переоцінка себе, індивідуалізм, ксенофобія, та ін), саркастичне ставлення до влади, а також люблять жартувати на побутові теми. Завдяки гумору негативні явища соціальної реальності сприймаються менш трагічно. Ідеї дослідження можуть стати основою для проведення аналізу подальших процесів в інформаційному просторі сучасної Болгарії.

ЛІТЕРАТУРА

- Genova D. (2014), *Ethnic and self-reflexive humor in Bulgaria*. «Науковий вісник Чернівецького університету: Германська філологія», вип. 720.
- Бакърджиева М. (2009), Хуморът – средство за ефективна бизнес комуникация. «Диалог». 1.
- Гудзенко О. (2014), Сміхова культура як модус соціокультурних трансформацій українського суспільства. «Грані», № 12.
- Димитров М. (1925), Психофизиология на смеха. «Год. на Соф. Университет», т. XXI, 1.
- Димова А. (2006), Вицът като езиков и културен феномен. Немско-български паралели и контрасти. Велико Търново.
- Омельчук І. (2013), Політичний гумор як автопоетичний елемент еволюції соціальних структур системи демократичного державотворення. «Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології», вип. 2.
- Паси І. (1993), Смешното. София.
- Цонева Л. (2009), Смях по време на криза (икономическата криза като тема на анекдота). 131–139.
- Чурешки С. (2007), Смях в лудницата, В: RoyalLib.com. URL: https://royallib.com/book/chureshki_stefan/smyah_v_ludnitsata.html [28.09.2020].

ДЖЕРЕЛА ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

- Dnevna doza prosečnog Srbende. URL: https://www.facebook.com/srbende/community/?ref=page_internal [28.09.2020]/
- Аз съм българче! Не мога, без ракия... URL: <http://www.vicove.biz/f925ea88dc8a025f0ace4e56bf343b39> [28.09.2020].

- Вицове за Бай Ганьо. URL: <http://www.vicove.biz/bai-ganio> [28.09.2020].
- Вицове за Европейския съюз. URL: <http://www.vicove.biz/evropeyskiya-sayuz> [28.09.2020].
- Вицове за Турция. URL: <http://www.vicove.biz/turt> [28.09.2020].siya [28.09.2020].
- Вицове за цигани. URL: <http://www.vicove.biz> [28.09.2020].
- Генералът каза. URL: <https://www.facebook.com/generalakaza> [28.09.2020].
- Дневникът на «Класическия българин». URL: <https://webcafe.bg/obshtestvo/1323830881-dnevnikat-na-klasicheskiya-balgarin.html> [28.09.2020].
- Исторически Хумор. URL: <https://www.facebook.com/groups/3577654502264586> [28.09.2020].
- Класически Български Политик. URL: <https://www.facebook.com/klasi4eskipolitik/> [28.09.2020].
- Национални вицове. URL: <https://vicmania.com/национални/> [28.09.2020].

Ironia i sarkazm w internetowych komentarzach dotyczących świadczeń socjalnych w Polsce

ALEKSANDRA ZEBRZOWSKA

Studentka, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (Polska)

Abstract: In this chapter the author tries to identify the forms and markers of irony and sarcasm on the Internet and tries to define these concepts. The indicated examples and their further analysis are intended to indicate specific situations of the use of irony and sarcasm. Often confused and juxtaposed, irony and sarcasm are a key part of society's defensive response to unwanted government movements.

Keywords: analysis of the Internet text • irony • politics • sarcasm • sociolinguistics

Streszczenie: Autorka w niniejszym rozdziale podejmuje próbę wskazania form oraz markerów ironii i sarkazmu w tekstach internetowych oraz próbę definicji tych pojęć. Wskazane przykłady oraz ich analiza mają na celu wskazanie konkretnych sytuacji użycia ironii i sarkazmu. Pojęcia te często ze sobą mylone oraz zestawiane. Ironia i sarkazm stanowią kluczowy element reakcji obronnej społeczeństwa na niechciane ruchy rządzących.

Słowa kluczowe: analiza tekstu internetowego • ironia • sarkazm • polityka • socjolingwistyka

Przedmiotem niniejszych rozważań są ironia i sarkazm jako zabiegi komunikacyjne w internetowym komentarzu świadczeń socjalnych w Polsce. Szczególnie skupię się na świadczeniach dedykowanych rodzinie, czyli programach 500+, 300+ oraz im podobnym. Postaram się wykazać pewne różnice między ironią a sarkazmem oraz sposoby, w jakie charakteryzują one tekst.

Szczegółowe rozróżnienie między wymienionymi pojęciami należy zacząć od scharakteryzowania nadrzędnych pojęć: humoru oraz komizmu. Granice między nimi są rozmyte, niewyraźne. Definicja komizmu zaczerpnięta ze *Słownika języka polskiego* mówi, że komizm to „zespół cech jakiejś osoby, sytuacji, zdarzenia, przedmiotu budzący wesołość, rozśmieszający; ujmowanie i przedstawienie czegoś w sposób wywołujący śmiech [...]” [*Słownik języka polskiego*]. Natomiast humor to: „(1) zdolność dostrzegania zabawnych stron życia [...]; (2) przedstawienie czegoś, na przykład w dziele literackim, w zabawny sposób; zabawne, komiczne sceny, sytuacje, dialogi [...]; (3) chwilowy stan usposobienia; dobry nastrój [...]” [*Słownik języka polskiego*].

Można więc wysnuć wniosek, że humor to sposób reagowania człowieka na komizm – sytuacyjny czy tekstowy. Pod pojęciem tekstu bowiem jest rozumiany nie tylko tekst, w powszechnym znaczeniu, pisany, lecz także wypowiedź ustna czy dialog wewnętrzny.

Wymaga podkreślenia także to, że komizm jest zjawiskiem kulturowym, przemijającym, różnym dla różnych grup społecznych, etnicznych czy własnie kulturowych. Humor natomiast jest pojęciem ogólnym, charakteryzującym się czterema następującymi funkcjami:

1. Humor w służbie ego (*self-enhancing humor*) – służy tylko podniesieniu samooceny żartującej osoby oraz poprawie jej samopoczucia. Psychologowie upatrują w nim mechanizmu radzenia sobie ze stresem (mechanizm obronny regulujący).
2. Humor agresywny (*agressive humor*) – żartująca osoba za pomocą sarkazmu, kpiny czy szyderstwa stosowanych względem innych osób, podnosi swoją samoocenę; humor jest agresywny. Zdarza się, że służy piętnowaniu jakichś zachowań, zwłaszcza gospodarczych i politycznych, jednak najczęściej ma na celu odwrócenie uwagi od niepowodzeń nadawcy.
3. Humor afiliacyjny (*afliative humor*) – służy głównie wzrastaniu poczucia jedności wśród społeczeństwa, łączenia jej członków, a także przekazywaniu im panujących zasad i praw. Może mieć postać opowiadania żartów w towarzystwie czy też stosowania ripost w rozmowie. Funkcjonalnie pozytywna forma humoru.
4. Humor masochistyczny (*defeating humor*) – osoba żartująca staje się jednocześnie obiektem żartu, kosztem własnej samooceny stara się zmniejszyć dystans do innych osób. To rodzaj humoru, poprzez który osoba sama siebie kompromituje. Funkcjonalnie negatywna forma humoru [Karłyk-Ćwik 2016].

Jednym ze sposobów wyrażania komizmu w akcie komunikacyjnym jest użycie ironii, czyli zabiegu językowego polegającego niejako na przedstawieniu treści powierzchownej z treścią właściwą komunikatu (np. wypowiedzenie słów „Świetna pogoda na skoki narciarskie” w trakcie wichury i obfitych opadów deszczu). Ironia prawdopodobnie była pierwszą analizowaną i poznawaną formą komunikacji komicznej. Jej istotę badali filozofowie: Arystoteles i Sokrates, a później także Fryderyk Schlegel czy Søren Kierkegaard. Ciekawy jest także fakt, że starożytni Grecy ironię kojarzyli z kłamstwem. Według Teofrastesesa ironista znacznie obniżał wartość swoich słów i działań. Dopiero po Arystotelesie, który wyraził swoją aprobatę dla ironii jako sposobu wyrażania treści poprzez wyśmianie, ironia zaczęła być akceptowana przez Greków. Obecnie nadal stanowi problem badawczy, nie tylko filozofów, lecz także językoznawców, socjologów i literaturoznawców [Grzelak 2011].

Znacznie więcej problemów ze zdefiniowaniem oraz stworzeniem modelu sprawia sarkazm, który przez wielu badaczy, np. Douglasa Colina Muecke'a, opisywany jest jako ostrzejsza forma ironii. Ironia jednak może – choć nie musi – być użyta w sarkastycznej wypowiedzi. Nierzadko linia zatarcia między ironią a sarkazmem jest nieuchwytna i bardzo subiektywna. Zależy to od oceny odbiorcy komunikatu, a nie od intencji jego nadawcy [Grzelak 2011].

Należy zauważyć, że ironia wymaga dużo większej świadomości i zaangażowania komunikacyjnego zarówno od nadawcy, jak i od odbiorcy komunikatu. Wspomniana wcześniej dwuwymiarowość, czy też dwupoziomowość wypowiedzi, może zostać zauważona tylko w sytuacji, w której obie strony prezentują taki sam kod językowy (mają taką samą świadomość dyskursywną).

Zgodnie z założeniem Muecke'a ironia, która jest jawna (nie wymaga od odbiorcy większego zaangażowania interpretacyjnego), równoznaczna jest z sarkazmem. Jednak Eliza Grzelak dyskutuje z tym podejściem, argumentując: „Sarkazm jest zachowaniem jawnym, wyrazistym, jednak nie każda ironia jawna jest sarkazmem” [Grzelak 2011: 80].

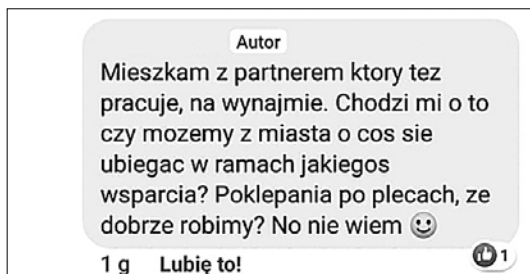
Dysponując tak niewielkim zapleczem teoretycznym dotyczącym sarkazmu, nie można w jednoznaczny sposób zidentyfikować i zdefiniować tego pojęcia.

Obszarem, który od pewnego czasu jest najbardziej komentowany w internecie, są świadczenia socjalne w Polsce. Pod pojęciem *świadczenie socjalne* w polskim ustawodawstwie nie widnieje żadna konkretna definicja, a jedynym źródłem definicji pojęcia staje się *Encyklopedia PWN*, zgodnie z którą „świadczenia społeczne, środki zaspokajania indywidualnych potrzeb jednostki i rodziny, których uzyskanie nie jest bezpośrednim efektem własnej pracy; są one podstawowym instrumentem polityki społecznej i formą realizacji zabezpieczenia społecznego” [*Encyklopedia PWN*].

Tym samym pod pojęciem *świadczenia socjalne* rozumiane powinny być wszystkie rządowe projekty i programy, m.in. Rodzina 500+ czy Dobry start. Projekty te wzbudzają wiele kontrowersji i niezadowolenia wśród Polaków, którzy nie otrzymują pomocy ze strony państwa. Najczęściej wyrażają swoje emocje w internecie na forach na platformie Facebook czy w sekcji komentarzy pod artykułami serwisów informacyjnych.

Materiał do niniejszego artykułu pochodzi z serwisu Facebook, z grup „Madka Polka” oraz „Madka Polka Fejsbukowa”, oraz ze strony internetowej Donald.pl. Wspomniane grupy zrzeszają osoby dzielące się postami z innych grup, których głównym tematem są dzieci oraz świadczenia socjalne pobierane przysługujące rodzicom. Grupy te są tajne i można do nich uzyskać dostęp tylko po wcześniejszej weryfikacji. Donald.pl to portal informacyjny o profilu, który można określić jako centrolewicowy.

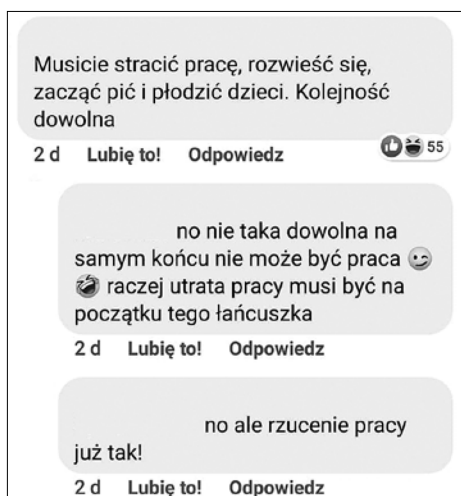
Pierwszy analizowany komentarz dotyczy pytania internautki o wsparcie finansowe dla niepracującej mamy z dzieckiem, której partner pracuje na umowie-zlecenie. Jedną z odpowiedzi było:



W powyższym komentarzu widoczne jest użycie ironii dopiero w drugiej części wypowiedzi. „Poklepanie po plecach” w języku polskim oznacza wyrażenie albo gratulacji względem jakiejś osoby i jej zachowania, albo też na odwrót – wyrażenie współczucia dla niej. Internautka w swoim komentarzu bezpośrednio odnosi się do zadanego wcześniej pytania. Ważnym elementem tej wypowiedzi jest użycie zwrotu „ubiegać się o”. Stanowi on integralny element pytań internautów na forach, których tematem są świadczenia socjalne.

Użyta na końcu wypowiedzi emotikon także niesie za sobą ładunek ironiczny. Obecnie wśród internautów użycie emotikona „uśmiech” jest uważane za wyrażenie pogardy czy też za sygnał, aby nie traktować wypowiedzi do końca poważnie.

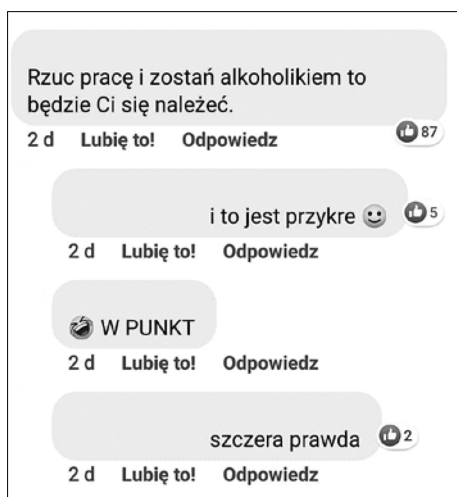
Pod tym samym pytaniem pojawiła się kolejna odpowiedź, poprzez którą nawiązany został dialog między innymi niż autor oryginalnego posta internautami.



Internauta już nie odnosi się do swojej sytuacji, jak poprzednia komentująca, lecz podaje rozwiązanie „problemu”. Tym samym tworzy ironiczny obraz osoby pobierającej świadczenia socjalne w Polsce: bezrobotnego rodzica kilkorga dzieci, mającego problem alkoholowy. Wypowiedź ta także niesie za sobą ładunek ironiczny przez to, że komentarz może zostać zrozumiany dosłownie – jako faktyczna rada. Jego prawdziwym znaczeniem jednak jest przedstawiony wykrzywiony obraz Polaka. Można zauważyć także pewne cechy sarkazmu w wypowiedzi. Jest ona złośliwa i ma na celu ośmieszenie i upokorzenie osoby przez autora.

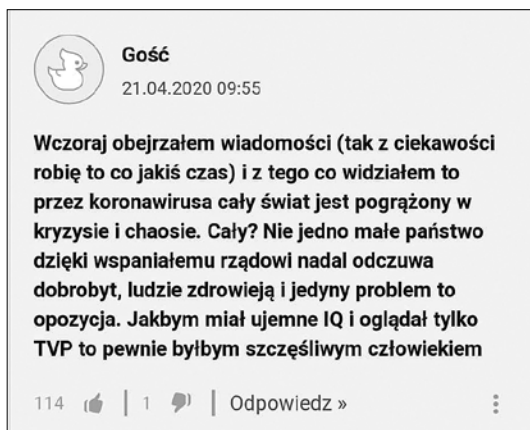
Odpowiadająca internautka ma świadomość dwuznaczności podanego komentarza. Sama niejako kontynuuje formułę „rady”, jednak jej wypowiedź nie jest już ironiczna ani sarkastyczna. Jest jednak na taką stylizowana.

W tym samym poście pojawił się kolejny komentarz, który jednak jest pozbawiony ironii, za to przejawia cechy sarkazmu.



Kolejny raz przedstawiony zostaje obraz Polaka alkoholika, który jest głównym beneficjentem świadczeń socjalnych (w tym przypadku tzw. dodatku mieszkaniowego). Kolejny raz zastosowany przez internautów emotikon pozwala zrozumieć intencję autora komentarza. „To jest przykre” nie tylko świadczy o emocjach autorki komentarza, lecz także pozwala większej części społeczeństwa zrozumieć jej niezadowolenie oraz brak zgody na taki stan.

Kolejny analizowany komentarz znajduje się na portalu Donald.pl pod artykułem informującym o działaniach Rządu RP w związku z epidemią Covid-19.



Nie odnosi się on bezpośrednio do świadczeń socjalnych ani programów wspomnianych na wcześniejszych stronach artykułu, jednak mówiąc o „dobrobycie” autor odnosi się do beneficjentów tych działań.

Sam komentarz stylizowany jest na wstęp do francuskiej komedii opartych na serii komiksów o Asterixie i Obelixie. Pierwsza część (stylizowana) jest zdecydowanie ironiczna, niesie za sobą ukryte znaczenie, jest humorystyczna i skierowana tylko do konkretnej grupy odbiorców. Ostatnie jego zdanie jednak przejawia brak ironii, a zamiast niej pojawia się sarkazm. Można zauważyć go w słowach „byłbym szczęśliwym człowiekiem”. Sarkazm jest jednak ukryty, pozbawiony jest warstwy humorystycznej.

Na tym samym portalu, pod artykułem dotyczącym kampanii wyborczej Andrzeja Dudy, pojawił się komentarz:



W wypowiedzi można zauważyć zarówno ironię, jak i sarkazm. Dwuznaczeniowość oraz ukryta gorycz i prześmiewanie są wyznacznikami ba-

danych w tym rozdziale ironii i sarkazmu. Autor w komentarzu neguje nie tylko słuszność funkcjonowania programu Rodzina 500+, lecz także jego pobierania. Użyty na końcu emotikon wyraża „śmiejch przez łzy”, co jeszcze bardziej podkreśla użycie i ładunek ironii i sarkazmu.

Podane przykłady komentarzy internautów dotyczącego świadczeń socjalnych pokazują, że niezależnie od statusu ekonomicznego czy też wykształcenia Polacy nie są zgodni co do przyznawania świadczeń oraz ubiegania się o nie. Ironia i sarkazm używane często w komentarzach pokazują, że z jednej strony osoby pobierające zasiłki są gorsze, ponieważ nie są w stanie same zapewnić sobie odpowiednich warunków do życia, czy też stanowią margines społeczny (są niewykształceni, mają problem alkoholowy), a z drugiej strony – osoby nie pobierające tych świadczeń czują się pokrzywdzone przez rządzących.

BIBLIOGRAFIA

- Grzelak E. (2011), *Ironia, Autoironia, Sarkazm – trzy odmienne funkcjonalnie zdarzenia komunikacyjne*, „Studia Pragmalingwistyczne, Roczniki Humanistyczne”, t. 59, z. 6.
- Karłyk-Ćwik A. (2016), *Humor jako płaszczyzna „oporu” wobec negatywnych doświadczeń wspomagająca proces resocjalizacji*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja”, z. 31–32.
- Rusek A. (2012), *Wielowymiarowość humoru*, „Innowacje Psychologiczne”, t. 1, nr 1. *Słownik języka polskiego* (1978–1981), red. M. Szymczak, t. 1–3, Warszawa.
- Świadczenia socjalne*, w: *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/swiadczenia-spoeczne;3984361.html> [dostęp: 30.09.2020].

Materialism in the Chinese culture

MARTA LABASHCHUK

Master's student, University of Warsaw (Poland)

Abstract: The chapter takes a look at the concept of materialism in the Chinese culture on the example of social interactions (namely, the marriage practices) that are common in contemporary China. The marriage practices that are studied in the paper are naked marriages, flash marriages and flash markets. The main factors that have influenced the materialism in China are also discussed in the paper.

Keywords: China • flash marriage • materialism • marriage markets • naked marriage

Streszczenie: W rozdziale rozpatruje się pojęcie materializmu w kulturze chińskiej na przykładzie interakcji społecznych (szczególnie praktyk małżeńskich), które są powszechne we współczesnych Chinach. Problematyka praktyk małżeńskich podjęta w niniejszym rozdziale dotyczy tzw. nagich małżeństw, błyskawicznych małżeństw i błyskawicznych rynków małżeńskich. W pracy omówiono również główne czynniki, które wpłynęły na materializm w Chinach.

Słowa kluczowe: błyskawiczne małżeństwo • Chiny • materializm • nagie małżeństwo • rynki małżeńskie

Materialism is a worldview that affirms the primacy of the material world over ideas, will, and consciousness. The concept was introduced by Gottfried Leibniz, who considered himself a follower of Epicurus. Speaking about materialism, we often talk about material possessions. For example, Rusell Belk [1985: 267] explains materialism as: „a tendency to retain control or ownership of one's possessions”. On the other side, Tim Kasser [2016: 490] defines materialism as: „a value or goal that reflects the extent to which an individual believes that it is important to acquire money and possessions, as well as to strive for the related aims of an appealing image and high status/popularity”. Marsha Richins and Scott Dawson [1992] mention that material possessions are the key that can help us reach certain goals. However, we can also observe that materialism does not exist separately and is often closely linked with the cultural and social interactions. For example, Bogdan Ioane [2016: 99] stresses that: „Materialism is influenced both by individual characteris-

tics such as social status and income, and by cultural norms” Thus, we can observe how the culture influences the way we perceive materialism, while the way we perceive materialism influences the culture. David Robinson [1991: 61] notes: „There has been a tendency within Marxist cultural theory to suggest that all social phenomena, including culture, can be in one form or another reduced to manifestation of the economic base”. We can also assume that in some cultures relation to materialism differs, based on religion, history, social relations etc.

When it comes to China, the concept of materialism in the Chinese culture has been studied by a great number of scholars. For example, Wang Chong who was a philosopher-encyclopedist during the Han Empire, was one of the first ones to be known for his materialistic point of views. In addition to that, materialism in China has been studied by other scholars, such as Gong Sun, Rong Wang, Song Yang, Bruce W. Stening, David Laibman, Steven D’Alessandro etc.

We can observe how the definition of materialism has been changing over the years, having been influenced by various historical and cultural events. For example, certain materialistic patterns that form the way materialism and wealth is perceived in the Chinese culture had also been influenced by traditional Chinese values. To give an example, the social status and the place you take in society, which we can link with materialism, dates back to Confucianism. Yang [Yang, Stening 2012: 5] says: „Good relations with others, or a group orientation, were also promoted by Confucianism as a source of happiness and social stability”. To take an example, Sun et al. [2014] mentions some traditional Chinese cultural values that had an impact on materialism as well as interest in luxury products. The authors mention *harmony* (Chinese: 和谐) as well as *guanxi* (Chinese: 关系) as values that influenced materialism in China, both of which originally come from Confucianism. Sun et al. [2011] mentions that harmony: „moderates the relationship between materialism and luxury products desire in such a way that the relationship is stronger for those lower, rather than higher, in harmony”. When it comes to *guanxi*, on the other side, we can describe it as a specific network of social contacts that can be used to achieve certain tasks that we need to get done, as well as to influence the social contacts we have in one way or another [Sun et al. 2014]. We can also note that different social relationships (personal as well as business) can be built and influenced with the help of *guanxi*.

Later on, it was the Marxist theory that has actively influenced the notion of materialism in China in the 20th century and still holds an important place in various aspects of life in China. David Laibman [2020: 198-199] mentions that: „the ideological positions of Marxist thought are well rooted in the academy and the political sphere, and unlikely to be vanquished any

time soon". The second half of the twentieth century was marked by a significant influence of Marxist ideology. In the Soviet Union, such an ideology was a Marxist-Leninist philosophy. During that time, Lenin's philosophical quotations played the role of something similar to a sacred text, while the citizens were encouraged to quote it at every step, from student term papers to the materials of the regular party congress. We can observe that a similar situation had been happening in China. Mao Zedong became the main ideologist and founder of the Chinese version of Marxism – Maoism. The main ideas of Maoism can be found in „Quotations from Chairman Mao Tse-tung" (also called „Little Red Book") which contains quotations from Mao's speeches and published works, which are thematically structured. We can note that some ideas in the book stand for socialism, as well as equality between people when it comes to finances. Thus, it was during Maoism that materialism in China had obtained a negative connotation. Bogdan Ioane [2016: 102] says: „The history of China is that of repression, discrimination [...]. In such a hostile environment, [...] many people idealized money, finding shelter in money in an effort to reduce uncertainty and increase family independence and status. The only moment in Chinese history when wealth has been seen as evil was during Mao's time"

Later on, the Maoist thought was in some way substituted by capitalistic point of view. We can notice that it was capitalism that has significantly shaped the China we see now. Yang [2012] mentions that after the chaos caused by the Cultural Revolution Mao's successors entered in the new era which can be referred as Post-Maoism. Capitalistic China was significantly influenced by Deng Xiao Ping. The politician along with his supporters promoted materialism as well as the consumption, recognizing them as an important part of Chinese development. Likewise, it was during that time, that China has started its opening up policy to the West (along with supporting Western economic values). The main ideas proposed by Deng Xiao Ping can be seen in such quotes of his as: „To be rich is glorious", „It doesn't matter if a cat is black or white, so long as it catches mice", „Poverty is not socialism" etc. [Yang 2012: 443].

The presence of continuous pursuit of wealth in the Chinese culture has been mentioned by numerous scholars. For example, Liao et al. [2017] discussed the so-called „Chinese Material Value Scale", where he examined which place does the possession of material goods take in the Chinese culture. The study showed that the relation the possession has to happiness as well as success is rather significant in China. The research on the „Chinese Material Value Scale" has also been studied by other scholars. For example, one of the studies shows that social evaluation is an important factor for happiness in China [Liao et al. 2017]. Speaking about social evaluation, we can

note another cultural phenomenon that has a certain influence on materialism as well as social evaluation in China, which is the Chinese understanding of 'face' (Chinese: 面子 or 脸). The face in the Chinese culture stands for a person and their social respect. It also describes the status and social position you take in society. Speaking about social position, we can notice that in some cases 'the face' has a lot in common with materialism. Yang et al. [2012: 6] mentions that: „[...] people highly concerned about their 'face' and social status may try to distinguish themselves by material possessions or extravagant consumption". Moreover, let us take a look at the expression 'to lose your face' (Chinese: 丢脸). 'Losing your face' can happen for various reasons, one among others is losing your social position in hierarchy. Sun et al. [2011] mentions that 'face' has a significant connection with material prosperity, where a strong face leads to pursuing wealth as a way to achieve higher social status. Moreover, we can also note that 'the face': „positively influences luxury products desire through materialism" [Sun et al. 2011: 99].

As it was already mentioned, we can observe that the materialistic values can be imprinted in different cultural and social aspects of life. Let us examine closer the concept of materialism in the Chinese culture nowadays based on selected examples. We have chosen the concept of marriage in relation to materialism as an object of our research. Marriage and materialism have been closely interlinked with each other for years now. In China it had been common for parents to give away their children for marriage. Such marriage practices stopped after The New Marriage Law in 1950 was passed, abolishing arranged marriages [Xu et al. 1990]. However, we can still notice the traces of such practices now. One of such examples is the existence of marriage markets (Chinese: 人民公园相亲角). Marriage market is a specific place (most commonly, in a public park) where people gather to look for the potential marriage partners by putting the advertisements of themselves on display. Marriage markets are also present in other countries in the world, for example, in India. When it comes to China, marriages markets typically exist in bigger cities, such as Beijing or Shanghai. Such markets function in a similar way as arranged marriages did in the past, thus, being one of the alternatives of finding a spouse among other dating techniques [Wong 2014]. The information about material possessions, such as a real estate or a car, is often mentioned on the pieces of paper describing the candidate. We can notice at the figure 1, that the information there describes the height, job, degree, salary, address and phone number of the potential bride or groom.



The picture is retrieved from: <https://blog.hutong-school.com/shanghai-marriage-market/> [accessed: 20.09.2020].

Figure 1. The Marriage Market in Shanghai

Along with the marriage markets, we can note another example of materialism in the marriage practices which would be the existence of flash marriages (Chinese: 闪婚, *shǎnhūn*). Flash marriage describes the situation in which the couple gets married very fast after meeting each other. The term is often used to describe a couple who decides to marry very fast, knowing each other only for a short period of time. It resulted in term having rather negative connotation in the society. Among other reasons for flash marriages, one of the reasons for such a marriage can be due to financial reasons. The prices for real estate are relatively high in China, so the flash marriage can be a good opportunity for the newlyweds to share the cost of it. The marriage without a real estate is perceived to be incomplete, so owning a house is considered to be an important factor for the marriage [Su et al. 2020]. However, when it comes to marrying a person for the house, the opinions about it differ. Let us take a look at the comments from one of the forums:

婚姻是一辈子的事，嫁错了人，又岂是一套房子所能弥补的？ Marriage is a lifelong thing. If you marry the wrong person, how can a house make up for it?

我觉得这不是好不好，是自己怎么看待得问题。如果就是这个目的那就是各取所需。如果想要的是感情是幸福，这显然不合理。 I don't think it's good or bad. It depends on how you look at it. If that's the purpose, then you can decide for yourself. However, if you want to be happy, then it is obviously an unreasonable decision (<https://www.zhihu.com/question/268700284> [accessed: 20.09.2020]).

On the other side, another example of marriage practices that are closely interlinked with the concept of materialism are so-called naked marriages (Chinese: 裸婚,) which take an important part of social life in China nowadays. „Naked marriage” describes a situation in which a couple gets

married having no or very little material possessions (such as car, house, ring, wedding ceremony etc.). The phenomenon is wildly discussed in China, being both criticized and approved. We can observe that there exists a relatively high pressure from society (especially, for men) to fulfill some financial expectations in order to be socially suitable to enter into a traditional marriage. The financial expectations that are imposed by society typically include the possession of a car or a house. However, at the same time, „naked marriage” can also be considered as a case of a happy and „more authentic” marriage. Tómas Örn Snorrason [2016] mentions that a certain fashion for naked marriages that exists nowadays can be caused by a certain relief a couple gets from social expectations while marrying almost or completely without material possessions. Thus, naked marriage can often be thought of as the marriage of ‘pure love’, rather than the marriage for some materialistic reasons. We can notice some of the thoughts towards the naked marriage in the examples below. As we can notice there are different perspectives when it comes to the way the naked marriage is perceived in the society nowadays:

其实裸婚很好，繁杂的结婚仪式确实造成很多浪费。 Actually naked marriage is very good, the complicated wedding ceremony really causes a lot of waste.

裸婚的好处是满足短时间内自己对婚姻的渴望。和同居的好奇。过了以后，就只剩下坏处了 The perk of naked marriage is that it quickly satisfies the longing for a marriage, as well as the curiosity of living together. After that, only the bad things are left.

不好，没有人真正的喜欢裸婚，只是情景、状况变的让人不得不裸婚。社会的哀剧啊

It's not good, there's no people who like naked marriage, there are only the circumstances that make people want to get a naked marriage. That's the tragedy of the society.

我个人认为不好<...> 在结婚前一定要适当的彩礼哦！

Personally, I don't think it's good <...> Before the wedding there must be the proper betrothal gifts!

没有问题，我个人觉得很好，结婚后会努力为了家庭奋斗，会让年轻人更积极<...>.

It's not a problem. I personally think it's very good. After the marriage, you can work harder for the family, it makes young people more active <...>.

恋爱是感情，婚姻是感情加责任，裸婚一点都不好<...>.

Love is about emotions and the marriage is about emotions and responsibilities, so the naked marriage is not good at all <...>.

裸婚也可以很幸福，但是要求裸婚中的男女有相同的价值观，男人应该感谢一个愿意与他裸婚的女人。

Naked marriage can also be very happy, however, men and women in the naked marriage should have the same values. Besides, a man should thank

a woman who is willing to marry him this way (<https://zhidao.baidu.com/question/1302135655718636259.html?sort=11&rn=5&pn=0#wgt-answers> [accessed: 20.09.2020]).

不要让房子成为你爱情和婚姻的阻碍，如果你们的收入和现有的积蓄可以买房，那就买；不行，而又双方家庭都无力帮扶的时候，不要盲目借债买房，成为房奴，你们的事业受到影响，感情也因为生活的压力而受到冲击。

请别学我，沦为房奴，也早早要了孩子，一切都压力沉重，生活质量不高，夫妻感情也因为生活的压力而吵架增多，感情稀薄。<...>

两个人若轻松上阵，打拼三五年，买套房子一定不成问题。开始买小的，先有个自己的家，孩子大一些，压力小一些，工作收入也高了，再换房子。

Don't let the house become an obstacle to your love and marriage. If you can buy a house with your income and existing savings, buy it; if you can't, and both families are unable to help, don't blindly borrow money to buy a house and become a house slave. Your career will be affected and your feelings will be impacted by the pressure of life.

Please don't be like me, becoming a house slave, and having children early. Everything is under high pressure. The quality of life is not good. The relationship between the husband and wife becomes worse, as there is high pressure and you fight a lot <...>.

If two people are slowly improving their quality of life, it won't be a problem to buy a house in three or five years. Firstly, buy the small but your own house. Then, as the children get older and there is less pressure, as well as your work income gets higher, you can buy another house (<https://zhidao.baidu.com/question/279856823.html?sort=11&rn=5&pn=0#wgt-answers> [accessed: 20.09.2020]).

To sum it up, we can conclude that the concept of materialism in China has been closely interlinked with its social and cultural life. The way the materialism is perceived in society has been changing in time, being influenced by various cultural and historical aspects (e.g. traditional cultural values, the concept of face, guanxi, harmony etc.). Afterwards, those aspects formed the very unique concept of materialism we see in China right now. Moreover, some of the forms of the materialism in social and cultural life in China have been found in our research. The examples of it can be noticed on the example of marriage practices (e.g. naked marriages, flash marriages or marriage markets).

BIBLIOGRAPHY

- Belk R. (1985), *Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World*, „Journal of Consumer Research”, vol. 12, issue 3.
<https://blog.hutong-school.com/shanghai-marriage-market/> [accessed: 20.09.2020].
<https://www.zhihu.com/question/268700284> [accessed: 20.09.2020].
- Ioane B. (2016), *Materialism in China – Review of Literature*, „Asian Online Journals”, vol. 4, issue 3.
- Kasser T. (2016), *Materialistic Values and Goals*, „Annual Review of Psychology” vol. 67.
- Laibman D. (2020), *Incentives, Optimization, and Democratic Planning: A Socialist Primer*, „Science & Society”, vol. 84, no. 4.
- Liao J., Wang L. (2017), *The Structure of the Chinese Material Value Scale: An Eastern Cultural View*, <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2017.01852/full> [accessed: 20.09.2020].
- Richins M.L., Dawson S. (1992), *A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation*, „Journal of Consumer Research” vol. 19, issue 3.
- Robinson D. (1991), *Culture and Materialism: Raymond Williams and the Marxist Debate*, Simon Fraser University.
- Snorrason T.O. (2016), *Romance with Chinese Characteristics*, Háskóli Íslands.
- Su C., Khan K. (2020), *Do House Prices Squeeze Marriages in China?*, „Economic Research-Ekonomiska Istraživanja” vol. 33, issue 1.
- Sun G., D'Alessandro S., Johnson L. (2014), *Traditional Culture, Political Ideologies, Materialism and Luxury Consumption in China*, John Wiley & Sons, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ijcs.12117> [accessed: 20.09.2020].
- Sun G. et al. (2011), *The Two Different Effects of Chinese Traditional Culture on Luxury Consumption: Face and Harmony*, „Asia-Pacific Advances in Consumer Research”.
- Yang S., Stening B.W. (2012), *Cultural and Ideological Roots of Materialism in China*, „Social Indicators Research” vol. 108, no. 3.
- Wong W.M. (2014). *Finding ‚Love’ in China: An Overview of Chinese Marriage Markets (BaiFa XiangQin)*, <http://www.inquiriesjournal.com/articles/946/finding-love-in-china-an-overview-of-chinese-marriage-markets-baifaxiangqin> [accessed: 20.09.2020].
- Xu X., Whyte M. (1990), *Love Matches and Arranged Marriages: A Chinese Replication*, „Journal of Marriage and Family” vol. 52, no. 3.

Земля як економічна цінність в неформальній комунікації (чутках) початку ХХ століття

МАКСИМ СЛЪОЗКІН

Студент, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
(Україна)

Abstract: The paper is devoted to the “land question” in the Russian Empire at the beginning of the twentieth century. It is based on archival documents and historical works; the author tries to determine the influence of rumors and unofficial communication (rumours) on the economic situation and social sentiments of the peasantry of Ukrainian provinces of the Russian Empire at the beginning of the twentieth century.

Keywords: Dnieper Ukraine • informal communication • land • peasantry • rumors

Streszczenie: W rozdziale przez pryzmat nieformalnej komunikacji początku XX wieku rozważany jest problem „kwestii ziemi” w imperium rosyjskim. Na podstawie dokumentów archiwalnych i opracowań historycznych autor próbuje określić wpływ plotek i nieformalnej komunikacji na sytuację gospodarczą i nastroje społeczne chłopstwa ukraińskich prowincji imperium rosyjskiego na początku XX wieku.

Słowa kluczowe: chłopstwo • komunikacja nieformalna • plotki • Ukraina Naddnieprzańska • ziemia

«Чутки», «перекази», «плітки», «помовки», «брехні» та інші види недостовірної, неперевіреної інформації уже стали предметом дослідження соціологів і психологів. Проте, такі слова, як «слухи», «домысли», «молва» часто фігурують у російськомовних історичних джерелах – архівних документах, протоколах допитів, жандармських рапортах, донесеннях тощо. Особливе місце такі прояви неформальної комунікації посідають у пресі – соціально-політичних, економічних газетах і журналах. Значною мірою це стосується селянства, котре, зважаючи на низький рівень політичної освіти та грамотності, було катализатором неформальної комунікації та основним споживачем чуток.

Дослідник економічної історії, соціолог Теодор Шанін у своїх працях іменує селянство «Великим незнайомцем» [Шанін 1992], основною економічною цінністю якого з давніх часів була земля. Її селяни завж-

ди вважали сакральною річчю, а в праці на ній подекуди вбачали сенс свого існування. Це пояснюється тим, що селяни, котрі тривалий час перебували під ярмом кріпосного права, акумулювали свої сили довкола господарства. Це відобразилося у ментальності селянина, основною ознакою якої завжди була надмірна абсолютизація важливості важкої фізичної праці. Саме вона визначала набір ціннісних життєвих орієнтирів, серед яких – економічні цінності [Присяжнюк 2007: 22-23].

Метою нашого дослідження є прослідкувати на основі наявних джерел, періодики та праць дослідників місце землі як економічної цінності в повсякденному житті селянства Наддніпрянської України на початку ХХ ст.

Реалізація зазначеної мети роботи обумовлює вирішення таких завдань:

- з'ясувати причини поширення чуток серед селян Підросійської України на поч. ХХ ст.;
- визначити шляхи розповсюдження неформальної комунікації серед селянства;
- прослідкувати за тим, як обговорювалося «земельне питання» в пресі Наддніпрянщини.

Чутки та неформальна комунікація в контексті дослідження історії селянства та його економічних цінностей останнім часом знаходить відображення в працях дослідників. Під позитивістською парадигмою на поширення чуток звертав увагу Володимир Антонович [Антонович 1902]. Зачинатель школи Аналів Люсьєн Февр розглядав чутки як соціокультурне явище. Значний вклад у висвітлення цієї проблематики зробили Юрій Присяжнюк [2007], Ирина Якимчук [2011], Тетяна Шукшина [2011], Олексій Михайлюк [2009], Олександр Федьков [2004] та інші. Зроблений аналіз історичних праць дає змогу засвідчити, що неважаючи на значну зацікавленість істориків, соціологів, політологів та чималу кількість публікацій, у науковій літературі не існує комплексного дослідження історії селянства Російської імперії на початку ХХ ст. (насамперед – його економічних цінностей) крізь призму неформальної комунікації.

На початку ХХ ст. на території Російської імперії значно ускладнилася політична та соціально-економічна ситуація, а відносини в суспільній площині характеризувалися локальними спалахами міжетнічної та релігійної нетерпимості. В ці процеси активно залучалося селянство українських губерній Російської імперії, яким, зважаючи на його низький рівень освіченості та грамотності, легко було маніпулювати. Значною мірою це робилося за допомогою неформальної комунікації, основним інструментом якої стало поширення чуток [Федьков 2004: 5].

В науковому дискурсі досить довго точилися суперечки з приводу того, чи можна поняття «селянство» зробити категорією наукового аналізу, тобто – власне науковою дефініцією. В літературі існує велика кількість таких «дефініцій»: це і «землероб», «мужик», «сільський обиватель» тощо. Були й спроби визначити «селянство» крізь призму соціопросторового аналізу (протиставлення села і міста), що притаманно сучасній західній соціології [Михайлюк 2009: 41].

Більш розгорнуту дефініцію віднаходимо у словнику Володимира Даля, де селянин описується, як «землепашец, земледел, сельский обиватель, принадлежащий к нашему податному сословию». У своїй дефініції вчений описує поділ селян на «державних», «удільних», «поміщицьких» тощо [Даль 1881: 195].

Фізична праця та розуміння її як життєвої цінності у свідомості селянства позначалася середньовічним традиціоналізмом. Усі матеріальні багатства, їх розподіл регулювався звичаєвим правом – землею, яку селянин отримував у «батьківський спадок» в крайньому випадку дозволялося передати під заставу, проте ні в якому разі не можна було продати її. Тобто, в економічних відносинах селян існував принцип: «кожен володів тим, що роками накопичував своєю працею» [Присяжнюк 2007: 38-40].

Суспільно-політична криза, яка розпочалася в Російській імперії ще з кінця XIX ст., значною мірою торкнулася селян. Пояснюється це тим, що основою економічного ресурсу Росії було сільське господарство. Інші галузі економіки імперії складали значно меншу частку зайнятості населення. Відтак, сучасні дослідники стверджують, що російська революція спричинилася посиленням аграрної кризи, основними «симптомами» якої було збільшення податкової заборгованості селян, посилення малоземелля, зменшення доходів селян, зубожіння та голод [Михайлюк 2009: 77-78].

Як зазначав один із членів Тимчасового уряду Павло Мілюков, криза в Російській імперії – це насамперед криза сільського господарства. Саме воно, з слів цього ліберального діяча, було фундаментом економічної та політичної стабільності царського режиму [Вишневский 2010: 11].

Важливий вплив на розвиток сільського господарства справила Велика реформа 1861 р. Поряд із позитивними змінами (звільнення селянства з-під кріпацтва та отримання особистої волі), сталися й негативні: у селян були відібрані сільськогосподарські землі, пасовиська, водопої, якими вони користувалися, а за отримані надільні землі їх змусили платити викупні платежі. Загалом хлібороби повинні були заплатити понад 500 мільйонів рублів, що виявилось вкрай обтяжливим і неприйнятним для мешканців села [Федьков, Магась 2011: 48].

Щоправда, певні потуги в сприянні покупки землі селянами все ж робилися. Таким «помічником» селянам у справі придбання землі мав стати селянський поземельний банк. Мета його діяльності полягала в наданні грошової позики на умовах довготривалого кредиту. Сума такої позики повинна дати змогу селянам «набути землі в такій кількості, в якій потрібно їм для забезпечення життя». Проте, замість того щоб виконувати покладені на нього функції, поземельний банк вдавався до комерційної діяльності [Яковлів 1906].

Особливістю економічного життя на селі на початку ХХ ст. було те, що хлібороби не розуміли змісту реформ, які впроваджував уряд. А, зважаючи на відсутність «просвітницької роботи» серед селянства (тобто, значну прогалину в селянській свідомості внаслідок браку актуальної інформації), серед сільських мешканців особливої популярності набували різні прояви «неформальної комунікації», а найбільшого поширення – чутки. В них відображалися погляди селян на вирішення «земельного питання» [Матушевський 1906].

Підтвердженням поширення цих чуток є те, що в періодичних виданнях початку ХХ ст. час від часу з'являлися «урядові повідомлення» про те, що інформація стосовно вирішення «земельного питання», яку активно поширює преса, – «здебільшого є фальшивою, а факти, на які спирається преса – і зовсім вигадані» [Матушевський 1906].

Поширення чуток настільки гармонували з загальними настроями «патріотичних маніфестантів», що навіть їх офіційні спростування не призводили до згасання безпорядків [Слухи в Росии... 2011: 327].

Аналізуючи інформацію, котра активно поширювалася серед селян, історик, літературний критик і журналіст Сергій Єфремов писав, що: «...будь-який такий «Степан» вже голубить в мріях своїх ту земельку, яку йому «відріже» Дума». Автор також вдавався до прогнозу ситуації, зазначаючи, що наразі не існує ніяких механізмів задля «втілення мрій селянства» в реальність. «Люди скоро зрозуміють, що їх обдурили, а надії перейдуть у зневір'я», – зазначав С. Єфремов [1906: 1].

У той час популярно серед селян було обговорювати дії уряду стосовно «земельного питання». Тогочасна преса повідомляла про проголошення низкою політичних партій намірів передати всю землю [«сільськогосподарського призначення» – М. С.] селянам [Ярошевський 1906]. Проте, серед «хліборобської частини населення» культивувалися чутки про те, що саме Державна дума є перешкодою для розв'язання «земельного питання». Селяни були переконані в існуванні указу «царя-батечки», де вказано на тому, що «уся без винятку земля має бути відібрана у панів та поміщиків, націоналізована та передана селянству». Звісно, ніякого «указу» не існувало. Поширення таких чуток,

як зазначають дослідники, було спричинено «спотворенням» дійсності в селянській свідомості та відображало їхні найпотаємніші бажання [Федьков 2004: 17].

Інші селяни свято вірили в те, що їхні «представники» в Державній думі посприяють у вирішенні нагальних проблем. Український історик, письменник, публіцист Василь Доманицький у газеті «Громадська думка» з цього приводу писав про настрої одного із селянських з'їздів наступне: «а думають вони, що порядків при яких жили на селі більше не буде... Для кращої долі треба селянам землі, освіти та такого ладу, щоб кожна людина жила по закону, і щоб закон був один для всіх...» [Доманицький 1906].

Свою думку на вирішення «земельного питання» мали представники влади. Відтак, місцеві земські чиновники, підзвітні Чернігівській губернській земській управі вважали, що землю селянам для сільсько-господарської діяльності слід давати виключно на умовах оренди, а самих хліборобів – вчити, як краще господарювати, «щоб мати більше зиску з землі» [Дві думки... 1906].

Проте, серед селян поширювалися заклики про відмову «йти до війська обороняти свою землю». В цих закликах лунали аргументи на користь того, щоб віддати всю землю селянам в безоплатне користування. «Землі у селян мало, а в декого немає й зовсім – значить їм і нічого обороняти у війську. А тому, треба відібрати землю у всіх великих і дрібних власників, зробити її державною, а потім здавати її в користування» [Дві думки... 1906].

Інколи преса публікувала листи, котрі надходили до редакційних колегій від селян. Часто в цих листах містилася інформація про особисте ставлення до «земельного питання». В пресі згадується про те, що основним інструментом «селянських домагань на землю» стають «прояви козаччини», в яких селяни вдаються до підпалів поміщицьких маєтків, бешкету, розрухи тощо. Редакційні колегії, публікуючи такі листи, часто вдавалися до критики таких проявів та пояснення того, що «такі справи не дадуть ніякої ради цій пекучій справі» [Погляд селянина... 1906].

Також варто зупинитися на питанні щодо шляхів поширення неформальної комунікації. Звісно, величезну роль в поширенні та розповсюдженні чуток була преса, проте – не лише газети ставали «рупорами чуток». Окремо від преси слід виокремити чутки, котрі поширювалися в листівках чи брошурах політичних партій, адже, як ми зазначали вище – частина селянства вважала, що саме Державна дума вирішить «земельне питання» [Шукшина 2011: 326-327].

Цією ситуацією вдало скористалися представники однієї з найбільш консервативних партій – «Союз русского народа», політична організа-

ція з яскраво вираженими шовіністичними поглядами. Вони зазивали до боротьби за необмежену владу царя, тобто, були прихильниками абсолютої монархії. Саме вони станом на початок ХХ ст. певною мірою набули статусу «лідерів думок» та користувалися попитом серед населення Наддніпрянщини, зокрема – селянства [Крупський 2006].

Відтак, селян активно залучали до діяльності цієї організації. Для налагодження контакту з мешканцями села представники «союзу» активно поширювали чутки стосовно того, що на користь селян-членів СРН буде зроблено перерозподіл земель, встановлено підвищені розцінки на «виконання сільськогосподарських робіт», знижено податки до 25 копійок з десятини землі та надання самоврядування. Варто вказати на тому, що ці чутки повністю відображали бажання селянства, тому й вони легко «куплялися» на них [Федьков 2004: 9].

Ще один із важливих факторів, який впливав на сприйняття селянством інформації, що поширювалася представниками СРН. У рапорті Ушицького старости до Подільського губернатора йшлося, що багато хто з селян, записуючись в члени «союзу»: «были ослеплены получением и правом ношения союзных значков-жетонов, безгранично веря, что они первые среди других, и рассчитывали на Царскую Милость» [КПМДА].

Не обійшлося у цих справах і без проявів антисемітизму та шовінізму. З вуст преставників СРН часто лунали заклики до дій «проти поляків та євреїв». В документах також йшлося про те, що: «...кто не запишется в «союз», с теми будет поступлено наравне с евреями (то есть – вышлют из России)». За розповсюдження таких чуток «союзники» часто притягувалися до відповідальності [КПМДА].

Також «ревнителі СРН» переконували людей, щоб вони «избегали еврейских денег, их расписок и векселей, как своей убийственной петли». Також популярним серед людей було поширення засторог щодо вкладання своїх коштів у «єврейські банки», натомість усі заощадження потрібно було вкладати в Почаївський Союзний християнський банк [О ревнителях].

Стосовно «земельного питання» – «ревнитель СРН» зобов'язаний був будь-якими методами переконувати селян не продавати свою землю нікому. В «крайньому випадку», як йдеться в документах, селяни мали право «переуступить еє православно-русским» [О ревнителях].

За результатами проведеної роботи можна зробити наступні висновки:

Поширення чуток серед селян Наддніпрянщини було зумовлено, головним чином, відсутністю «інформаційної кампанії», яку влада мала б проводити на селі. З цього слідує те, що внаслідок наявності певних

«прогалин» в інформаційно-комунікативному просторі серед населення починають ширитись чутки, які ставали «власною правдою» – відображенням «віковичних мрій» про землю.

Серед шляхів розповсюдження неформальної комунікації (чуток) серед сільського населення ми можемо визначити наступні: насамперед, це були різні політичні організації, котрі таким чином активували свій електорат, та преса, котра публікувала неофіційну інформацію, яка сприймалася як істина.

Щодо обговорення «земельного питання» в пресі варто наголосити на тому, що газети та видання охоче публікували різну інформацію стосовно цієї проблематики. Серед найпоширеніших «репортажів», у яких описували стан економічної спроможності селян, ми віднаходимо дискусії та матеріали, що відображають ставлення конкретних представників селянства до урядових заходів.

Отже, земля для селянства завжди була і, мабуть, залишається найголовнішою економічною цінністю. Це спричинено насамперед ментальними особливостями, континуїтетом традицій тощо. Всі найсакральніші мрії селянства Наддніпрянщини початку ХХ ст., його прагнення пов'язувалися із землею та працею на ній. На нашу думку, ця тема є перспективною та потребує подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Антонович В. (1902), *Волынская тревога 1789 года. Комиссия для разбора древних актов* (Киев). Киев.
- Вишне夫斯基 А.Г. (2010), *Серп и рубль: Консервативная модернизация в СССР*. Москва.
- Даль В.И. (1881), *Толковый словарь живого великорусского языка*. Санкт-Петербург – Москва.
- Дві думки про земельну справу. «Громадська думка», № 8, 10 січня 1906. 3.
- Доманицький В. (1906), *Що діється на селі* (Листи з Звенигородщини). «Громадська думка», № 4, 4 січня . 1.
- Єфремов С. (1906), *Ставлення селян до Державної думи*. «Громадська думка», № 11, 13 січня. 1.
- КПМДА: Кам'янець-Подільський міський державний архів, ф.228 (Канцелярія Подільського губернатора), оп.1. Спр. 8277 (матеріали були знищені під час пожежі 2003 р.).
- Крупський І.В. (2006), *Російська революція 1905 р.: передумови виникнення, її вплив на становлення української преси*. В: *Наукові записки Інституту журналістики*, за ред. В.В. Різуна. Київ. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1620> [30.09.2020].

- Матушевський Ф. (1906), Коментар урядового повідомлення про газетні звістки. «Громадська думка», № 9, 11 січня, с. 1.
- Михайлюк О.В., Реєнт, О.П. (2009), Селянство України в перші десятиліття ХХ ст: Соціокультурні процеси. «Український історичний журнал», № 2. 224–226.
- О ревнителях Союза Русского народа, их правах и обязанностях, Почаев 1912. Погляд селянина на земельне питання. «Громадська думка», № 140, 20 червня 1906, с. 3.
- Присяжнюк Ю.П. (2007), Українське селянство Наддніпрянської України: соціоментальна історія другої половини ХІХ – початку ХХ ст. Черкаси.
- Слухи в России ХІХ – ХХ веков. Неофициальная коммуникация и «крутые повороты» российской истории. Челябинск 2011.
- Федьков О.М. Чорносотенці і чутки на Поділлі (з історії суспільно-політичного життя та ментальності початку ХХ ст.). В: Молода нація. Альманах «Смолооскип», 2004, № 4 (33). С. 521.
- Федьков О.М., Магась, В.О. (2011), «Селянству – владу і землю!». Всеросійський селянський союз в Україні (1905-1907 рр.). Кам'янець-Подільський.
- Шукшина Т.В. (2011), «За веру, царя и отечество!» Слухи и радикальный патриотизм в России октября 1905 г. В: Слухи в России ХІХ-ХХ веков. Неофициальная коммуникация и «крутые повороты» российской истории. Челябинск. 321–333.
- Якимчук І.В. (2011), Перша світова війна мовою неформальної комунікації. «Історична пам'ять», № 2. 78–86.
- Яковлів А. (1906), Селянський поземельний банк. «Громадська думка», №20, 24 січня. 1.
- Ярошевський Б. (1906), Землі і волі! «Громадська думка», № 97, 29 квітня.1.

Изображение бедности и нищеты в произведениях А.И. Герцена

ДАРЬЯ ВОРОНОВА

Студентка, НовГУ имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород (Россия)

Abstract: The work gives consideration to the features of imaging the situation of insufficient economic goods in the artistic world of A.I. Herzen. There are images of poverty from different points of view (one's own and someone else's), in different compositional elements (dialogs in episodes, descriptions, lyrical digressions). The state of poverty or misery is indicated directly (with lexical units) and also descriptively (through the depiction of details in appearance and living conditions, states of hunger, features of characters' behavior, their attitude toward money).

Keywords: character • circumlocution • image • misery • narrator • poverty

Streszczenie: Przedmiotem rozważań w rozdziale są cechy obrazowania w świecie artystycznym A.I. Herzena w sytuacji braku dóbr materialnych. Ubóstwo jest przedstawiane z różnych punktów widzenia (własnego i cudzego), w różnych elementach kompozycyjnych (dialogi, opisy, dygresje). Stan ubóstwa lub nędzy wskazywany jest bezpośrednio (za pomocą jednostek leksykalnych), a także opisowo (poprzez przedstawienie szczegółów wyglądu i środowiska stanu głodu, charakterystyki zachowania bohaterów, ich stosunku do pieniędzy).

Słowa kluczowe: deskrypcja • narrator • nędza • obraz • postać • ubóstwo

«...Знаете ли вы, что значит везде, и особенно в Англии, слово нищий – beggar, произнесенное им самим? В этом слове заключается все: средневековое отлучение и гражданская смерть, презрение толпы, отсутствие закона, судьи, всякой защиты, лишение всех прав... даже права просить помощи у ближнего...», – к такому заключению относительно бедности и нищеты в мире приходит русский писатель А.И. Герцен [Трагедия].

Проблема бедности и нищеты с давних времен и по сей день является одной из самых масштабных и актуальных. Все население той или иной страны с точки зрения получаемого дохода ученые-социологи делят на три социальные группы: «бедные, средний класс, верхние слои общества» [Аникин, Лежнина 2018: 237]. Также существует мнение, что

людей с этой точки зрения можно разделить на 5 групп: нищие, бедные, средний класс, состоятельные и богатые [Журба].

Такая животрепещущая тема, как бедность и нищета, не могла не отразиться во многих видах искусства, как в традиционных: в изобразительном искусстве («Маленький нищий» Бартоломе Эстебана Мурильо, «Нищий старик» В.А. Тропинина), в музыке («Опера нищего» Джона Гея и Иоганна Пепуша, «Сурок» Людвиг ван Бетховена), так и в современных: в кинематографе («Миллионер из трущоб» Дэнни Бойла), в фотоискусстве (серия фотографий «Повседневная жизнь в бедных районах» Пола Д'Амато). Что касается литературы, то вопрос материального достатка был рассмотрен еще в главном христианском тексте – Библии. Так, Слово Божие не отрицает пагубность влияния богатства на человека, но в то же время выступает против бедности и нищеты: *«Немного поспишь, немного подремлешь, немного, сложив руки, полежишь: и придет, как прохожий, бедность твоя, и нужда твоя, как разбойник»* [Притч. 6:10-11].

Очень широкое распространение тема бедняков и нищих получила в реалистической литературе. Формирование реализма происходит в европейских странах и в России практически параллельно – в 20–40-е годы XIX века. Необходимо отметить, что во времена классицизма, сентиментализма, романтизма тема бедности была второстепенной и почти не была раскрыта. Только с приходом реализма и натурализма бедняки и нищие становились главными героями литературных произведений. В реализме эта тема была осмыслена многими писателями (изображались причины бедности, ее последствия, проявления, степени и т.д.) и представлена в разных аспектах. (В русской литературе: «Преступление и наказание», «Бедные люди» Ф.М. Достоевского, «Шинель» Н.В. Гоголя, «Ах ты, бедность горемычная...» Н.А. Некрасова, «Антон-горемыка», «Деревня», «Гуттаперчевый мальчик», Д.В. Григоровича, «Дети подземелья» В.Г. Короленко, во французской литературе «Жерминаль» Эмиля Золя, в американской – «Принц и нищий» Марка Твена и т.д.)

Некоторых из представленных выше писателей можно по праву считать классиками изображения бедности: Ф.М. Достоевский, Д.В. Григорович, В.Г. Короленко. Однако в истории русской литературы есть писатель, который негласно считается писателем второго ряда, но в творчестве которого, на наш взгляд, уделено этой социально-экономической проблеме значительное внимание, а бедность художественно изображена в особенной, неповторимой манере. Этим писателем является А.И. Герцен.

А.И. Герцен много размышляет как о собственно русской бедности, так и о бедности как таковой, имеющей место в мире.

В некоторых произведениях писателя тема бедняков и нищих является центральной («Вильям Пен», «Трагедия за стаканом грога»), в других – бедность лишь упоминается (например, как тема беседы или как одна из характеристик какого-то персонажа и т.д.).

Цель нашей работы – рассмотреть произведения А.И. Герцена (фрагменты, содержащие изображение бедности) и выявить формальные и содержательные особенности изображения этих явлений.

Материалом для нашей работы стали 46 фрагментов из рассказов и повестей А.И. Герцена, романа «Кто виноват?», мемуарной хроники «Былое и думы» и сцены в стихах «Вильям Пен». Выбор данных произведений обусловлен малоизученностью творчества А.И. Герцена, в том числе, и в аспекте реализации темы бедности и нищеты.

Прежде чем обращаться к анализу материала, уточним содержание социально-экономического понятия *бедность*. Ученые, рассматривающие вопрос бедности, дают различные дефиниции данного понятия. В работе «Социально-экономическое явление бедность: теоретические аспекты» [Ковалева, Михайловская 2018], а также в Современном экономическом словаре приводятся определения Питера Таунсенда, С.Н. Быковой, В.П. Любина, С.С. Ярошенко и др. Анализируя содержание дефиниций понятия *бедность*, мы пришли к выводу, что в большинстве случаев *бедностью* считается недостаточность экономических благ для поддержания нормальной жизнедеятельности индивида, *принятой в данном обществе* [Ковалева, Михайловская 2018], [Современный экономический словарь]. Уточнение «принятой в данном обществе» свидетельствуют о том, что понятие «бедность» относительно. Так, можно сделать вывод, что в разных социальных объединениях порог этой бедности определяется самими участниками общества. Ученые считают, что «бедность» – это или отсутствие этих благ (Питер Таунсенд), или отсутствие или недостаток (С.С. Ярошенко). Расхождение в точках зрения, на наш взгляд, обусловлено наличием такого социально-экономического понятия, как «нищета». «Нищета – состояние людей, живущих ниже порога бедности, доходы и накопленные ресурсы которых не позволяют удовлетворить самые элементарные физиологические и социальные потребности» [Современный экономический словарь]. Таким образом, в дальнейших рассуждениях под **бедностью** мы будем понимать недостаточность экономических благ, поддерживающих нормальные условия жизни, принятые и разделяемые всеми членами определенного общества; а под **нищетой** – полное отсутствие этих экономических благ, а также недостаточность средств к существованию вообще.

Понятия *бедность* и *нищета* в их обиходном использовании (т.н. «наивные понятия») представлены в толковых словарях. Так, в словаре

В.И. Даль толкование слова *бедность* дается через отсылку к признаку *бедный*: «Бедный, убогий, неимущий, скудный, недостаточный, нужный, т. е. нуждающийся; о человеке, небогатый, у кого нет достатка, имущества, средств для жизни» [Даль]. В словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой: «Бедный. Неимущий» [СОШ], «Неимущий. Не имеющий средств к существованию, нуждающийся» [СОШ]. Однако наиболее точно и полно отвечает нашим задачам дефиниция из МАСа, который в иллюстративной части словарной статьи содержит примеры из произведений художественной литературы со времён А.С. Пушкина, и, следовательно, даст нам возможность рассуждать о данных экономических явлениях с точки зрения общества XIX в. Итак, *бедность*... 1. Скудость, недостаточность средств существования [МАС]. Что касается определений слова «нищета», то в перечисленных словарях они почти идентичны: *крайняя бедность, убожество, скудость, нужда и недостаток*... [Даль]; 1. крайняя бедность, нужда [МАС], 1. крайняя бедность [СОШ].

В художественных текстах А.И. Герцена бедность и нищета изображены в диалогах, ремарках, описаниях, лирических отступлениях и др. О бедности говорится с двух точек зрения: во-первых, с точки зрения повествователя или другого персонажа. В этом случае, можно говорить о понятии «чужая бедность», которая воспринимается как бы со стороны, имеет оценку другого человека. И, во-вторых, персонаж указывает на свое тяжелое социально-экономическое положение, обычно в репликах – «своя бедность». Сразу хотелось бы отметить, что первый способ изображения бедности и нищеты является наиболее частотным и продуктивным.

(1) Глафира Львовна с француженкой ехала шагом по просеке, а **саранча босых, полуголых и полусытых детей**, под предводительством старухи птичницы, барчонка и барышни, **нападала** на масленки, волвянки, сыроежки, рыжики, белые и всякие грибы [*Кто виноват?*].

В фрагменте (1) информация о бедности дается читателю с точки зрения повествователя. Бедность представлена в этом групповом портрете как общее свойство группы детей.

(2) – **Плохо, брат, ты живешь**, – говорил я хозяину вотяку, дожидаясь лошадей в душной, черной и покосившейся избушке, поставленной окнами назад, то есть на двор [*Кто виноват?*].

В (2) бедственное материальное положение вотяка оценивает главный герой – повествователь-участник общей оценочной репликой и оправданием этой оценки в ремарке.

Второй вид изображения бедности и нищеты («своя бедность»), которая признается и понимается самими персонажами-бедняками, рефлектирующими над своим бедственным положением, встречается крайне редко в произведениях А.И. Герцена:

(3) - Что, бачка, делать? **Мы бедна, деньга бережем на черная дня** [*Былое и думы*].

Пожалуй, наиболее определенно выражено отношение повествующего субъекта к бедности и нищете в рассуждениях, которые как композиционный элемент могут быть лирическими отступлениями. В этих случаях рассуждения касаются не бедности или нищеты определенно-го персонажа. Это рассуждения о социально-экономических явлениях нехватки благ вообще.

Такая форма представления данной темы обусловлена, как полагают, философским подходом А.И. Герцена к литературе: многие его персонажи являются мыслителями.

(4) *Для бедного минуты светлой нет;
Забудется подчас он иногда, –
Покажется, что равен людям он,
Что будто радости и для него
Цветут, – а привиденье мрачное,
Со впальми щеками, тут как тут,
Грозит из-за угла.
Преступника он хуже вдвое:
Палач того накажет раз один,
А бедный оскорблен на шаге каждым* [Вильям Пен]

В приведенном стихотворном фрагменте лирический герой в рассуждении определяет положение бедняка хуже положения преступника, и, показывая, что даже в мечтах бедняк не может пользоваться радостями, противопоставляет его не богатым, а людям как таковым. Тем самым лирический герой подчеркивает, что бедность – это состояние, отличающее бедняка от **людей**, что это состояние не человеческое.

Иной вариант рассуждения о бедности встречаем в диалогах персонажей, когда они затрагивают соответствующую тему. Так, предметом диалога является юридический аспект данного экономического явления:

(5) – *Я этого не говорил. Да, сверх того, они, наверно, отказались бы от этих котлет, если б у них были бараньи. Когда человек несколько дней ничего не ел, он ест без спроса.*

– Голод – не оправдание.
 – Нет, но **облегчает виновность, пока нет средств отучить голодных от привычки есть** [Скуки ради].

Два героя едут в поезде и обсуждают арабов-людоедов. Один из персонажей совершенно негативно настроен и не может понять такого поведения и оправдать его. Однако другой, доктор, пытается объяснить, что весь этот ужас происходит не по их желанию (**они, наверно, отказались бы от этих котлет, если б у них были бараньи**), а исключительно из-за их крайней бедности. Обозначая причину, доктор говорит о факторе, облегчающем виновность преступника.

Совсем иная точка зрения профессионального юриста на бедность и нищету представлена в рассказе «Мимоездом».

(6) Ну, да эдак и всякого оправдаешь, коли дать волю мудрованиям. Я разве затем тут посажен? Я старого покроя человек, мое дело – бухгалтерное исполнение, да и так нехорошо – ну, как же, видишь, **что человек украл, вор есть, а тут пойдет... да он от голоду украл, да мать больна, да отец умер, когда ему было три года, он по миру с тех пор ходил, привык бродяжничать... и конца нет; так вора и оставить без наказания? Нет, батюшка, собственное сознание есть, улики есть – прошу не гневаться, XV том Свода законов да статейку. Вот оттого эти облегчительные обстоятельства для меня нож вострый, мешают ясному пониманию дела** [Мимоездом].

В ответе Владимира Яковлевича (председателя суда) на вопрос его приятеля (главного героя) о том, почему же он не обращает внимание на облегчающие обстоятельства при рассмотрении уголовных дел, выражено отношение в целом судебной системы к преступлениям на почве бедности. Так, мы видим, что для этого персонажа бедность и нищета не могут снизить степень виновности обвиняемого.

В некоторых рассуждениях повествователь обдумывает бедственное положение нищих и бедняков, обстоятельства, которые толкают их на делинквентное поведение (пьянство, воровство, разбой, убийство, людоедство).

(7) Как же не **пить** слуге, осужденному на **вечную переднюю**, на **всегдашнюю бедность**, на **рабство**, на **продажу**? <...> Эти люди сломились в безвыходной и неровной борьбе с **голодом** и **нищетой**... [Былое и думы].

Уже из приведенных примеров видно, что понятие бедности и нищеты в выбранных нами произведениях реализуются двумя способами. Первый из них это *прямое обозначение* – с помощью слова бедность,

однокоренных слов и синонимов (*бедность, бедный, бедняк*, а также *нужда, нищий, нищета*).

В приведенных примерах только при обозначении *своей бедности* и одном размышлении в (3), (4) есть прямое наименование. В остальных случаях мы имеем дело с непрямым, *описательным обозначением* бедности.

При использовании *прямого* способа представления бедности повествователь может указывать на степень бедственного положения персонажа:

(8) *Одежда Цехановича свидетельствовала о **страшной бедности** [Былое и думы].*

В этом описательном контексте автор не дает каких-либо подробностей одежды крепостного Цехановича, а прямо указывает на то, что его внешний вид свидетельствует о бедности персонажа. Чтобы подчеркнуть степень бедности крестьянина автор использует эпитет **страшная**. Конечно, в художественном отношении такое изображение бедности, даже с интенсификатором, менее эффективно, чем представление рассматриваемого признака косвенно, через описание особенностей одежды.

Второй способ изображения бедности и нищеты – это указание на те детали, признаки, действия и проч., которыми бедность обозначается описательно. Описательное обозначение – это своего рода перифраза бедности. Можно выделить несколько видов такого обозначения: описание состояния голода персонажа, описание отношения к **деньгам** и описание **внешности, обстановки, поведения**.

Голод – типичное для бедных и нищих ощущение потребности в еде и нехватка этой еды. Это самое характерное и показательное состояние бедняков и нищих в рассмотренных произведениях.

(9) *И вот за все за это я полюбил этот страшный муравейник (Лондон), где сто тысяч человек всякую ночь не знают, где прислонить голову, и **полиция нередко находит детей и женщин, умерших с голода, возле отелей, в которых нельзя обедать, не истративши двух фунтов** [Былое и думы].*

В данном примере автор не называет женщин и детей Лондона бедными или нищими, однако читатель понимает из описания, что у них не было абсолютно никаких средств для существования, они найдены умершими возле отелей, где, вероятно, рассчитывали утолить голод – состояние, которое и стало причиной смерти.

(10) *Ведь, коли на то пошло, все же больше смысла в том, чтоб убить человека **в безумии голода** для того, чтоб его съест, чем убить его на сытый желудок и для того, чтоб бросить в яму и залить известью [Скуки ради].*

Словосочетание в **безумии голода** обозначает состояние утраты разумности действий, к которому его привело длительная неудовлетворенность потребности в еде. Состояние голода в этой ситуации тоже становится причиной смерти, но смерти не голодного, как в предыдущем примере, а жертвы, ставшей едой. Лирический герой из сцены в стихах тоже описывает ситуацию безумия, вызванного голодом.

(11) *Разбойника куют, казнят позорно
За то, что он, спасаясь от голодной смерти,
Безумный, одичалый от несчастья,
Кого-нибудь ограбил и убил [Вильям Пен].*

Фактически здесь повторяется мысль о спасении нищего от голодной смерти, высказанная повествователем в предыдущих фрагментах (5), (6), (10).

Другого рода описательное обозначение бедности – это изображение различных действий и поступков персонажей относительно **денег** – меры стоимости, средства накопления и платежей.

(12) *Без всяких пособий и помощи, Серафима начала **копить копейками деньги**, сосредоточила все усилия на одной цели, работала месяцы, исчезла и добралась-таки до Петербурга [Былое и думы].*

В фрагменте (12) описана героиня, которая не имеет достаточных средств для существования. Чтобы попасть в столицу, ей приходится собирать впрок деньги. Чтобы подчеркнуть бедность, повествователь использует уточнение **копейками**, показывающее трудность достижения цели. В примере (3) персонаж объясняет свое бережливое отношение к деньгам: «**Мы бедна, деньга бережем на черная дня**», оправдывая это своей бедностью.

При упоминании процедуры покупки бедность изображается указанием на недостаточное количество денег:

(13) *Муж ее – сапожник и живет в другом доме, он приходит к ней обыкновенно утром в воскресенье, Матрена покупает **на последние деньги** простого вина и печет пирог или блины [Доктор Крупов].*

(14) *Любовь ее к детям была совершенно вроде любви к мужу: **она покупала на скудные деньги свои** какой-нибудь тафтицы на одеяльце*

и потом бесщадно била ребенка за то, что он ненарочно капал на него молоко [Доктор Крупов].

Конечно, бедность персонажей в приведенных примерах описательно обозначается не только упоминанием о скудных деньгах, но и иными подробностями, например, предметами покупки: продуктами, вещами, а также отношением к покупке: *бесщадно била ребенка* (за порчу).

Описательное обозначение бедности также состоит в описании бытия бедняков и нищих: их **внешности** (в том числе одежды), **жилища**, обусловленных экономическим положением.

В художественных текстах А.И. Герцена на фоне особенностей русской литературы середины 19 века относительно немного описаний. Так, мы встретили только 8 описаний внешнего вида и места жительства персонажей, свидетельствующих об их бедности. Например:

(15) *Перед сельским праздником мой отец, видя, что Левка весь в лохмотьях, велел моей матери скроить ему длинную рубашку и отдать ее сестрам шить [Доктор Крупов].*

В примере существенно не столько описание, лишенное подробностей (*весь в лохмотьях*), сколько объяснение действий отца персонажа, пожелавшего устранить недостаток в связи с праздником.

Необходимо отметить, что, кроме описания отдельных персонажей, А.И. Герцен описывает внешность целых групп. Это касается и бедняков. С одной стороны, групповой портрет создает некий фон, на котором разворачиваются основные события произведения, а с другой – таким способом подчеркивается масштабность этой экономической проблемы.

(16) *Десятилетний мальчик был окружен толпой оборванных, грязных и босых мальчишек, которых он теснил, бил и на которых жаловался матери, бравшей всегда его сторону [Долг прежде всего].*

В изображении бедности, кроме описания внешности мальчишек, важно также указание на последующие действия сына и его матери.

В приведенном выше примере (1) содержится описание, которое можно назвать в полном смысле групповым портретом, включающем не только характеристику внешности и состояния (*саранча босых, полуголых и полусытых детей*), но и особенности поведения (*саранча нападала*), подтверждающие их голодное состояние.

В фрагменте (2) повествователь обращается к персонажу, объясняя свою оценку его жизни (*Плохо, брат, ты живешь*) описанием жилища

(в душной, черной и покосившейся избушке, поставленной окнами назад, то есть на двор), свойственного бедным людям.

Целостную картину бедности А.И. Герцен создает, описывая одновременно и внешность персонажей, и особенности их жилища. Описанием такого рода является ремарка к «сценам»:

(17) *Суббота, вечер. Холодная, сырая комнатка со сводами; величайшая бедность; на соломе лежит больное дитя, вздрагивает и стонет во сне; разный хлам, кожи и посуда. Перед окном сидит сапожник и работает, возле него ученик [Вильям Пен].*

В самом известном романе А.И. Герцена мы также обнаружили характерный пример, в котором изображена общая картина страшной бедности:

(18) *Софи поговорила с немкой и наняла этот будуар; в этом будуаре было грязно, черно, сыро и чадно; дверь отворялась в холодный коридор, по которому ползали какие-то дети, жалкие, оборванные, бледные, рыжие, с глазами, заплывшими золотухой; кругом все было битком набито пьяными мастеровыми... [Кто виноват?].*

Пространство содержит ряд характерных подробностей как внешности персонажей (*оборванные, бледные, рыжие, с глазами, заплывшими золотухой; пьяные*), так и свойств жилища (*грязно, черно, сыро и чадно; ...холодный коридор*).

Таким образом, в произведениях А.И. Герцена различных жанров (роман, повести, рассказы и др.) бедность и нищета изображена в репликах, размышлениях, описаниях внешности и обстановки. Реплики позволяют выявить, кроме проявлений бедности и нищеты, еще и отношение говорящего к проблеме бедности (своей или чужой). В размышлениях обращено внимание не только на причины возникновения этого социально-экономического явления, но также на следствия, из которых состояние голода, вызванного бедностью и нищетой, представляет для А.И.Герцена наиболее важную проблему. Писатель для изображения бедности и нищеты использует разнообразные выразительные средства, исследование которых составляет перспективу нашего исследования.

ЛИТЕРАТУРА

Аникин В.А., Лежнина Ю.П. (2018), Экономическая стратификация: об определении границ доходных групп // Социологическое обозрение, №1. 237–272.

- Даль В.И. (2000), Толковый словарь живого великорусского языка. Москва. <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Dal.htm> [30.09.2020].
- Журба А., Рубежи благосостояния: чем нищета отличается от бедности. <https://newizv.ru/article/general/20-05-2019/rubezhi-blagosostoyaniya-chem-nischeta-otlichaetsya-ot-bednosti> [30.09.2020].
- Ковалева И.П., Михайловская С.А. (2018), Социально-экономическое явление бедность: теоретические аспекты. http://vectoreconomy.ru/images/publications/2018/9/economic_theory/Kovaleva_Mikhailovskaya.pdf [30.09.2020].
- МАС: Словарь русского языка: В 4-х т. Москва 1999. URL: <https://gufo.me/dict/mas> [30.09.2020].
- Современный экономический словарь*: Райзберг, Б.А., Лозовский, Л.Ш., Стародубцева, Е.Б. Современный экономический словарь. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/ [30.09.2020].
- СОШ*: Ожегов, С. И., Шведова, Н.Ю. (2000), Толковый словарь русского языка. Москва. URL: <http://www.ozhegov.org/> [30.09.2020].

ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА

- Былое и думы*: Герцен А.И. Былое и думы. https://librebook.me/byloe_i_dumy/vol1/1 [30.09.2020].
- Вильям Пен*: Герцен А.И. Вильям Пен. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0330.shtml [30.09.2020].
- Доктор Крупов*: Герцен А.И. Доктор Крупов. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0030.shtml [30.09.2020].
- Долг прежде всего: Герцен А.И. Долг прежде всего. <http://gertsen.lit-info.ru/gertsen/proza/dolg-prezhde-vsego/index.htm> [30.09.2020].
- Записки молодого человека*: Герцен А.И. Записки молодого человека. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0172.shtml [30.09.2020].
- Кто виноват?*: Герцен А.И. Кто виноват?. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0010.shtml [30.09.2020].
- Мимоездом*: Герцен А.И. Мимоездом. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0020.shtml
- Поврежденный*: Герцен А.И. Поврежденный. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0050.shtml [30.09.2020].
- Притч.6:10-11* – Притчи Соломона. В: Библия. Притчи 6. <https://allbible.info/bible/sinodal/pr/6/> [30.09.2020].
- Скуки ради*: Герцен А.И. Скуки ради. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0070.shtml [30.09.2020].
- Трагедия*: Герцен А.И. Трагедия за стаканом грога. http://az.lib.ru/g/gercen_a_i/text_0060.shtml [30.09.2020].

Ekonomiczne podłoże zbrodni na polskiej wsi (rozważania na przykładzie trzech utworów dramatycznych)

MILENA BOCHENEK

Studentka, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie (Polska)

Abstract: The chapter discusses the economic causes of the crime in the Polish countryside, using the example of three dramatic works: *Kłątwa* by Stanisław Wyspiański, *Niespodzianka* by Karol Hubert Rostworowski and *Łucja i jej dzieci* by Marek Pruchniewski. The author tries to show that these works, although written in different periods, have common features: they show that crime can occur wherever poverty, economic and social inequalities occur. In them, the countryside is shown as a space of economic and mental backwardness, a closed and isolated space from the rest of the world, and thus constituting a ground particularly susceptible to pathological situations, including the most cruel perversions and crimes.

Keywords: crime • countryside • drama • poverty

Streszczenie: W artykule omówiono ekonomiczne przyczyny zbrodni na polskiej wsi na przykładzie trzech utworów dramatycznych: *Kłątwy* Stanisława Wyspiańskiego, *Niespodzianki* Karola Huberta Rostworowskiego oraz *Łucji i jej dzieci* Marka Pruchniewskiego. Celem autorki artykułu było wykazanie, że utwory te, choć powstały w różnych okresach, mają wspólne cechy: ukazują, że do zbrodni może dojść wszędzie tam, gdzie występują bieda i nierówności ekonomiczne i społeczne. Wieś przedstawiono w utworach jako przestrzeń zacofania ekonomicznego i mentalnego. Jest to przestrzeń zamknięta i odizolowana od reszty świata, a więc stanowiąca grunt szczególnie podatny na wystąpienie sytuacji patologicznych, w tym najokrutniejszych wynaturzeń i zbrodni.

Słowa kluczowe: bieda • dramat • zbrodnia • wieś

Motyw zbrodni w literaturze przyciąga, przeraża i zarazem fascynuje. Świadczy o tym chociażby niesłabnąca popularność utworów, w których zbrodnia dominuje nad innymi elementami fabularnymi. Jednakże zbrodnia w tekście literackim nie służy tylko zaspokojeniu fascynacji złem – odległym, a przez to dla czytelnika bezpiecznym.

Autorzy trzech utworów dramatycznych, Stanisław Wyspiański (*Kłątwa*, wyd. 1899 r.), Karol Hubert Rostworowski (*Niespodzianka*, wyd. 1929 r.)

oraz Marek Pruchniewski (*Łucja i jej dzieci*, wyd. 2003 r.) wykorzystali motyw zbrodni jako punkt wyjścia do szerszych rozważań o problemach ekonomicznych i społecznych. Ciągi zdarzeń prowadzące do zbrodni nie są, jak się okazuje, aż tak obce, odległe. Przestrzenią wspólną dla nich wszystkich staje się polska wieś, targana wewnętrznymi konfliktami, biedą, klęskami żywiołowymi, brakiem perspektyw na przyszłość. Wszystkie trzy dramaty zostały zainspirowane prawdziwymi wydarzeniami. Wyspiański często bywał we wsi Gręboszów pod Tarnowem i tę właśnie wieś uczynił miejscem akcji *Kłatwy*. Do napisania utworu skłoniła go notatka prasowa o kobiecie, która zamordowała własne dzieci, a następnie popełniła samobójstwo. Przyczyną zdarzenia miał być skandal obyczajowy, romans gosposi i księdza, który okazał się być ojcem dzieci. Jednocześnie autor mógł czerpać z podań ludowych opowiadających o podobnych wydarzeniach [Zakrzewski 2017]. Rostworowski, dramatopisarz późniejszy względem Wyspiańskiego, lecz częściowo zaliczany do tej samej epoki literackiej, posłużył się przeczytaną bądź zasłyszaną historią o morderstwie popełnionym przez ubogie chłopskie małżeństwo na bogatym „obcym” mężczyźnie, który „przypadkiem” zjawił się w ich domu. Motywem zbrodni była chęć zdobycia pieniędzy, które przybysz miał przy sobie. Młody mężczyzna okazał się nierozpoznanym przez rodziców starszym synem, który dorobiwszy się majątku w Ameryce, powrócił do rodzinnej wioski [Hutnikiewicz 1996: 249]. Marek Pruchniewski, współczesny twórca, napisał *Łucję i jej dzieci* na podstawie reportażu Lidii Ostałowskiej i Wojciecha Cieśli pt. *Worek*, który opowiadał o okrutnych morderstwach noworodków na wsi. Autor podał tę informację w tekście dramatu [Pruchniewski 2013: 3].

Mamy więc wieś skrywającą mroczne sekrety, znaną z obserwacji, i mamy zbrodnię szczególnego rodzaju, popełnioną na dzieciach przez rodziców. W niniejszej pracy omówiono motywy i mechanizmy zbrodni, w tym przyczyny ekonomiczne, oraz przeprowadzono krótką analizę porównawczą ich prezentacji w trzech utworach.

Kłatwa

Stanisław Wyspiański poszukiwał na wsi tragicznych mechanizmów rządzących ludzkim losem. W jego dramatach, zgodnie z młodopolskimi fascynacjami kulturą antyczną, „los człowieka wydawał się być przesądzony wyrokiem sił nadnaturalnych albo winą tragiczną, zamykając go w kręgu bez wyjścia. Wolna wola, całkowicie bezsilna wobec konieczności nie dającej się uniknąć, mogła się wyrazić tylko w postawie, na jaką człowiek zdobyć się potrafi w bezpośredniej konfrontacji z ciężącym nad nim fatalizmem losu” [Hutnikiewicz 1996: 188].

Klątwa w utworze wyraża wiarę ludności chłopskiej (przedstawionej jako chór, odpowiednik chóru obecnego w antycznym dramacie) w sprawczą moc słów i nieuchronnie prowadzi do tragicznego zakończenia.

O losie bohaterów dramatu decydują wydarzenia rozgrywające się w ciągu jednego dnia. Mieszkańcy wsi Gręboszów cierpią z powodu suszy, ziemia zamienia się w pustynię, chłopom grożą ubóstwo i głód. Susza jest zjawiskiem naturalnym, lecz niewykształceni chłopci przypisują tę katastrofę siłom nadprzyrodzonym. Już pierwsza scena dramatu wskazuje potencjalnych winnych. Podczas gdy Młoda, gosposia Księdza, odpowiedzialność za niepowodzenie prac gospodarskich zrzuca na lenistwo chłopów, oni przypisują klęskę żywnościową karze boskiej. Pośrednio sugeruje się, że Młoda od dawna żyje pod jednym dachem z Księdzem jak z mężem i mają oni wspólne dzieci. Cała wieś zdaje się wiedzieć o tym i potępiać ich czyny, ale dopiero groźba ruiny materialnej zmusza ich do wypowiedzenia tego głośno. Frustrację chłopów pogłębia fakt, że Młoda poniża ich, oskarża o zaniedbywanie pracy. Będąc „tylko gosposią” Księdza, wychodzi ze swojej roli, czuje się panią, właścicielką terenów przy parafii. Niczym prawowita małżonka i dziedziczka dyryguje, rozkazuje, dominuje nad gromadą chłopów. Konflikt w pierwszej scenie dramatu przesądza o dalszych losach kobiety. Wypowiadając słowa *Zwiedłś ludzi do złego! Grzesznico – Bóg cię skaże!* [Wyspiański: 3], chłopci wskazują, kto ich zdaniem odpowiada za zaistniałą sytuację. Od momentu rzucenia klątwy przez chór-społeczność bohaterka znajduje się w niezwykle trudnym położeniu. Nienawiść chłopów dotyka również Księdza. Dla tradycyjnej wiejskiej wspólnoty Ksiądz powinien być głosem Boga, przekazuje prawa, których ludzie zobowiązani są przestrzegać. Sam jednak łamie te prawa, wiążąc się z kobietą, co sprzeczne jest ze stanem kapłańskim. Przez lata jednak nikt nie czyni mu z tego powodu wyrzutów. Dopiero tego dnia Sołtys wsi uświadamia mu, że za sprawą jego uczynków społeczność odsuwa się od Boga, kierując swe myśli ku pogańskim wierzeniom. Przynależność do Kościoła nie przeszkadza wszakże ludności myśleć w kategoriach pogańskich, podsycanych przez Pustelnika – mędrca, który na przebłaganie Boga radzi złożyć ofiarę z płodów ziemi.

Pojęcie ofiary jest – na równi z pojęciem klątwy – kluczowe w dramacie Wyspiańskiego. Ofiara sugerowana przez Pustelnika nie jest jeszcze ofiarą najwyższą. Nie wskazuje on bezpośrednich winnych, lecz jedynie, wzorem praktyk przedchrześcijańskich, zarządza złożenie daru z uzyskanych plonów, by zażegnać suszę. Ofiara, która rzeczywiście się dokonuje, to ofiara z ludzkiego życia. Antropolog kultury i badacz religii René Girard opisywał mechanizm „kozła ofiarnego” [Girard 1987]. Według jego koncepcji „kozioł ofiarny” to ofiara kolektywnej przemocy. Społeczność domaga się ofiary wtedy, kiedy przeżywa kryzys. Wskazanie człowieka winnego klęsk, a na-

stępnie jego egzekucja mają zażegnać kryzys i zakończyć wynikające z niego konflikty.

Zabicie kozła ofiarnego kończy kryzys, ponieważ dokonuje się jednomyślnie. Mechanizm kozła ofiarnego kanalizuje zbiorową przemoc, kierując ją ku jednemu, wybranemu arbitralnie członkowi społeczności, a ta ofiara staje się wrogiem całej wspólnoty, która *in fine* doznaje pojednania [Girard 2006: 77].

Mechanizm opisywany przez Girarda nie spełnia się jednak. Oto Młoda, wskazana przez wspólnotę jako winna, zaczyna wierzyć we własną sprawczość. Powoduje to decyzję o samobójczej śmierci na stosie rozpalonym przez lud. Wraz z nią zginąć mają dzieci. Młoda rzuca dzieci w ogień, lecz sama ostatecznie w przypływie szaleństwa podpala wioskę. Zostaje ujęta i ukamienowana. Wskazana pierwotnie ofiara ginie, jednakże mechanizm obraca się przeciwko wspólnocie. Burza z piorunami, która uderza tuż po zamordowaniu kobiety, kończy suszę, lecz jednocześnie niszczy wieś.

Wydarzenia i postacie mają u Wyspiańskiego wymiar przede wszystkim symboliczny. Poruszając temat wsi, autor chciał podjąć refleksję o ludzkich słabościach, mechanizmach okrucieństwa. Gdyby jednak wyjąć fabułę utworu z wyrafinowanej symboliki, otrzymalibyśmy opowieść o dziewczynie, która padła ofiarą nienawiści chłopów tylko dlatego, że jako kochanka księdza, będąc wciąż jedną z nich, w obliczu katastrofy, znalazła się w o wiele lepszej sytuacji materialnej.

Niespodzianka

Dramat Karola Huberta Rostworowskiego uderza brutalną dosłownością. Stanowi głos w sprawie warunków życia mieszkańców wsi (był to temat w czasach pisarza głośny, zakładano wówczas projekt integracji ludności chłopskiej z resztą społeczeństwa), a być może także przestrożę przed tym, co może się wydarzyć, jeżeli warunki te nie ulegną poprawie.

Dramat Rostworowskiego został niemalże w całości napisany gwarą. Na poziomie językowym widoczna jest jego zbieżność z *Kłatwą*. Dialektyzacja, czyli „celowe wprowadzanie elementów gwar ludowych (dialektyzmów) do utworu literackiego, zwłaszcza do dialogów” [Karaś], pełni jednak różne funkcje w obu utworach. U Wyspiańskiego służy ona przede wszystkim kreacji artystycznej. Rostworowski zdaje się nadawać temu samemu zabiegowi wymiar praktyczny, dialektyzacja służy uwiarygodnieniu sytuacji dramatycznej. Gwara w *Niespodziance* podkreśla: to się wydarzyło, wydarza i może się wydarzyć.

Sytuację rodzinną i społeczną bohaterów zarysowują również rozbudowane didaskalia – z nich już na samym początku dowiadujemy się, jak wy-

gląda wewnątrz chaty rodziny Szywałów: nędzne wyposażenie, wysłużone sprzęty. W tym jednoizbowym domu mieszkają cztery osoby: Matka, Ojciec, ich syn, dorosły już Franek, a także kilkunastoletnia Zosia. Najstarszy syn Szywałów, Antek, przebywa w Ameryce, skąd do niedawna przysyłał im dolary. Szywałowie są zbyt ubodzy, aby zapewnić sobie minimum godnej egzystencji. Rodzice pragną, by młodszy syn zdobył wyższe wykształcenie. Związana z nim potencjalna kariera Franka stanowi cel działań Ojca i Matki: „Mas ino dwa roky do ukończenia. Po dwók rokak zdajes dochtorat i jezdeś pan. Wtedy bierzes do siebie matkę, Zośkę...” [Rostworowski 1981: 115].

Słowa Ojca wyrażają nadzieję na wyrwanie się z nędzy. Awans społeczny Franka ma być ratunkiem dla całej rodziny. Franek chciałby uczyć się dalej, jednak jako człowiek mający już pewne wykształcenie widzi, do jakiej ruiny doprowadzają rodziców ich marzenia. I choć sam chciałby uciec od życia biedaka, głodującego i wyśmiewanego, czuje, że to niemożliwe.

Pragnienie posiadania wiedzy Szywałów do zbrodni. „Obcy” człowiek, który trafia do ich chaty i ze zmęczenia zasypia przy stole, nie od razu staje się celem ataku. Myśl o zabójstwie rodzi się powoli, dojrzewa. Ani razu nie pada słowo „zabić”. Plan istnieje jedynie w domyśle. Nie rozpoznają w przybyszu swojego syna, ponieważ jego twarz pozostaje zakryta. Widzą tylko bogatego, dobrze ubranego mężczyznę ze złotym zegarkiem na ręce. Tak mogliby wyglądać Ojciec i Franek, gdyby Szywałowie dorobili się dużego majątku. W ich oczach mężczyzna jest tym, czego sami nigdy nie mieli. O losie przybysza przesądza fakt znalezienia przy nim walizki pełnej dolarów. Morderstwa dokonuje Matka, uprzednio każąc Zośce opuścić dom.

Czy inny byłby status zbrodni, gdyby Matka faktycznie podniosła rękę uzbrojoną w siekiere na nieznanomego człowieka? Możliwe, że w przypadku obcego łatwiej byłoby Szywałom znieść ciężar winy. Zbrodnię na anonimowej ofercie prośbiej byłoby zracjonalizować. Nie szukali ofiary – sama do nich przysłała, skorzystali z okazji, pieniądze miały być ich wybawieniem, ponadto obcy mógł mieć wobec nich złe zamiary, a pozbywając się go, ochroniliby siebie i dzieci, a przejęty majątek byłby wówczas dodatkową korzyścią. Jednak właśnie przez to, że zamordowany mężczyzna okazał się rodzonym synem Szywałów, Rostworowski chciał ukazać tragizm ubóstwa. Bieda i upokorzenie wyzwoliły w Szywałach najniższe instynkty. Jak napisał Artur Hutnikiewicz: „Ten potworny gwałt, dokonany na naturze i na sumieniu, pokazany został jako fatalistyczna konieczność, jako najzupełniej realna możliwość w istniejącym układzie stosunków społecznych, obyczajowych i moralnych. Nędza tych nieszczęsnych zbrodniarzy przedstawiona została nie tylko jako element wyłącznie materialny, lecz jako straszliwy regulator ich życia psychicznego. Pieniądze, jakie postanawiają zdobyć za wszelką

cenę, przestały być jednostką monetarną, lecz urosły do znaczenia symbolu zagłodzonych nędzą marzeń o lepszym życiu” [Hutnikiewicz 1996: 249].

Łucja i jej dzieci

Tekst Marka Pruchniewskiego wpisuje się w szerszą tendencję dramatopisarstwa po 1989 roku. Autorzy współczesnych sztuk, choć nie jest to wszakże zjawisko nowe, coraz chętniej podejmują problematykę społeczną, obecnie znaną z telewizji, prasy i stron internetowych. Jak podał Jacek Kopciński: „nową polską dramaturgię nazywano publicystyczną. Rozpad więzi rodzinnych, toksyczne związki małżeńskie, przemoc w domu, w szkole i na ulicy, degeneracja życia społecznego, bieda, bezrobocie, nietolerancja, utrata wiary, zaufania do Kościoła, emigracja – oto katalog tematów, którymi zajęli się w tym czasie zarówno dziennikarze, jak i dramatopisarze” [Kopciński 2013: 13]. Pruchniewski poruszał tematy aktualne i stale obecne w mediach. Ukazał sytuację kobiety, która pada ofiarą przemocy ze strony rodziny – przemocy fizycznej, psychicznej oraz ekonomicznej. Zwłaszcza to ostatnie jest szczególnie dotkliwe i wręcz uniemożliwia poprawę warunków życiowych [Lisowska].

Akcja dramatu dzieje się wiele lat po wydarzeniach, do których odwoływali się Stanisław Wyspiański i Karol Hubert Rostworowski. Jest koniec XX wieku, a może początek XXI. Na wsi nie mówi się już gwarą. Bohaterowie utworu przemawiają współczesnym językiem przemocy, złości, nienawiści, lęku i upokorzenia. Brutalnym, nieraz wulgarnym.

Łucja od samego początku znajdowała się na najniższym szczeblu drabiny społecznej. Dziewczyna z domu dziecka, niewykształcona, pozbawiona prawidłowych wzorców. Wyszła za mąż za Jacka zapewne jak wiele współczesnych jej kobiet – z wielkiej miłości. Po ślubie zamieszkali w mieście, doczekali się syna i córki¹. Miasto nie dało im jednak spełnienia. Brak pracy i bieda przy, jak można sądzić, wysokich kosztach życia, sprowadziły ich na wieś, do rodzinnego domu Jacka. Akcja zaczyna się w tym miejscu – w wiejskim domu, w środowisku, w którym młoda mężatka ma ściśle określoną rolę: jest gospodynią domową, prowadzi dom, wychowuje dzieci, zaspokaja potrzeby seksualne małżonka. Dla teściowej – nazywanej w tekście Starą – niepodzielnie rządzącej w domu – jest niemalże służącą. Łucja nieustannie zmuszona jest słuchać krytyki ze strony Starej. Z kolei Jacek niejednokrotnie

¹ W wersji teatralnej, na której oparty jest niniejszy tekst, Łucja ma dwoje żyjących dzieci w wieku szkolnym. W spektaklu telewizyjnym, wyreżyserowanym przez Sławomira Fabickiego, opartym na odrębnym scenariuszu, dzieci jest troje.

wraca do domu nietrzeźwy i w stanie upojenia alkoholowego gwałci żonę. Gwałci – Pruchniewski nazywa po imieniu to, co w świadomości społecznej, a nawet naukowej i prawnej do niedawna nie istniało [Rode 2005]. Tradycyjna społeczność wiejska nie zna pojęcia gwałtu małżeńskiego, Łucja nie może się więc poskarżyć. W wyniku gwałtów kobieta zachodzi w następne ciążę. Nikt nie wie, co dzieje się z jej nowo narodzonymi dziećmi. Nikt o nic nie pyta. Nikt nie interweniuje.

Jacek nigdy nie dojrzał do ról męża i ojca. Był chroniony przez matkę przed wszelką odpowiedzialnością. I to matce się poddaje – wymiaru symbolicznego nabiera w tym kontekście gest obmycia nóg Starej w 16. scenie dramatu. Gest ten od czasów nowotestamentowych uznawany jest za wyraz najwyższego oddania, pokory, służby. To matce Jacek oddaje wszystkie zarobione przez siebie pieniądze, pozwala, żeby matka decydowała o ich przeznaczeniu. Ta niechętnie dzieli się pieniędzmi z Łucją. Kobieta nie otrzymuje ich nawet na tak podstawowe potrzeby jak zakup butów dla dziecka. Jednak na nieśmiałe prośby Łucji, by wrócili do miasta, Jacek szuka wymówek. Nie chce, by żona podjęła pracę. Zresztą w mieście, jak twierdzi, pracy dla kobiety nie ma. Byli tam przecież, próbowali, nie udało im się. Mężczyzna wierzy, że możliwość zamieszkania w domu jego rodziców to największe szczęście, jakie mogło spotkać Łucję, która wcześniej nie miała własnej rodziny.

Zbrodnia, która dokonuje się w dramacie Pruchniewskiego nie jest, jak w przypadku dwóch wcześniejszych tekstów, finałem wydarzeń. Ma charakter procesualny, dzieje się przez cały czas, rozpoczęła się przed akcją dramatu i trwa do jej zakończenia. Istnieje w domysłach, plotkach, niedopowiedzeniach, wreszcie ukazuje się realnie w tekście i na scenie. Dzieci odbierane Łucji przez teściową tuż po porodzie, mordowane, zakopywane w stodołę, stają się narzędziem zastraszania kobiety. Łucja chciałaby uciec, lecz ciąży na niej przestępstwo dzieciobójstwa. „To są moje dzieci” [Pruchniewski 2013: 283], mówi do teścia, Starego, kiedy ten próbuje odwieść ją od zamiaru opuszczenia wsi wraz z synem i córką. I te słowa teść obraca przeciwko niej, wymownie pokazując teczkę ze szczątkami. Te martwe – to także jej dzieci. Nikt nie wysłucha wyrodnej matki, która zabiła własne dzieci, nawet nie własnoręcznie, lecz przez zaniechanie. Nie próbowała powstrzymać Starej, nie wzywała pomocy, nie zadzwoniła na policję, nie ratowała noworodków. Godziła się na ukrywanie ciąży, wiedząc, co wydarzy się po porodzie. Łucja nie ma wykształcenia, nie zna już innego życia poza wsią, nie zna zatem swoich praw. Nie wie, że sąd mógłby zastosować wobec niej nadzwyczajne złagodzenie kary, może uniewinnić. Nie posiada własnych pieniędzy ani żadnych oszczędności. Brak doświadczenia zawodowego znacznie obniża jej szanse na rynku pracy oraz utrudnia uniezależnienie się od męża i teściów.

I choć ostatecznie udaje jej się znaleźć zatrudnienie, to za mało, żeby mogła się skutecznie obronić.

Samobójcza śmierć trzydziestolatki, okrutna i bolesna w swej formie, przez samospalenie w stodole przy zamordowanych dzieciach, otwiera społeczności oczy na tragedię kobiety, lecz tylko pozornie. Łucja ponownie jest ofiarą. Mówi się o niej, że zabijała dzieci, a i te żyjące „zostawiła na poniewierkę” [Pruchniewski 2013: 296]. Starzy chcieli „tylko” uniknąć potencjalnych strat materialnych i moralnych, jakie mogłyby się wiązać z rozwodem młodego małżeństwa. Dlatego przechowywali szczątki.

Do współczesnego dramatu o wiele łatwiej przykładać współczesne kategorie psychologiczne, prawne, ekonomiczne. Zjawiska dawniej nieznane, dziś poddawane są badaniom, ujawniane, opisywane szeroko w mediach. Sytuacja kobiety z zamkniętej społeczności ukazuje nie tylko bezradność ofiary i bezkarność oprawców. Obnaża również mechanizmy obojętności wobec krzywdy innych.

Bohaterowie trzech utworów, powstałych w różnych okresach, mają wbrew pozorom niezwykle wyrazistą wspólną cechę: wszyscy byli ofiarami czasu i miejsca, w których przyszło im żyć, a więc stosunków społecznych, moralnych, obyczajowych oraz – być może przede wszystkim – ekonomicznych. Do tragedii dochodzi wszędzie tam, gdzie istnieją nierówności społeczne, ubóstwo i zabobon. Także tam, gdzie panuje bezwzględna obojętność. Wieś, postrzegana przez wielu jako przestrzeń zacofania ekonomicznego i mentalnego, przestrzeń zamknięta i odizolowana od reszty świata, mogła zatem zostać przedstawiona jako grunt szczególnie podatny na wystąpienie sytuacji patologicznych, w tym zbrodni. Autorzy dramatów rozwijali refleksję o polskiej wsi na różne sposoby. Bieda, brak dostępu do edukacji, niemożliwość zaspokojenia podstawowych potrzeb bytowych – między innymi te problemy interesowały Rostworowskiego. Pruchniewski, poza wymienionymi, pochylił się nad kwestią uprzedmiotowienia kobiet na polskiej wsi u progu XXI wieku. W dramacie Wyspiańskiego można doszukiwać się rozbudowanej symboliki, nawiązań do religii, mitologii, jednakże pamiętać należy, że to właśnie poczucie zagrożenia związane z suszą, groźba nędzy i głodu, doprowadziły chłopów do otwartego zwrócenia się przeciwko bohaterce, którą w danym momencie można było uznać za winną kryzysu.

BIBLIOGRAFIA

- Girard R. (1987), *Kozioł ofiarny*, Łódź.
 Girard R. (2006), *Początki kultury*, Kraków.

- Hutnikiewicz A. (1996), *Młoda Polska*, Warszawa.
- Karaś H., *Definicja stylizacji gwarowej i jej zakres*, <http://www.dialektologia.uw.edu.pl/index.php?l1=podstawy-dialektologii&l2=definicja-stylizacji-mwr> [dostęp: 29.09.2020].
- Kopciński J. (2013), *Rodzina na swoim. Dramaturgia początku XXI wieku*, w: *Trans/formacja. Dramat polski po 1989 roku. Antologia*, t. 2, oprac. J. Kopciński, B. Mieszkowska, Warszawa.
- Lisowska E. *Przemoc ekonomiczna wobec kobiet*, <http://rownoscplci.pl/uploads/filemanager/Nowy%20folder/przemocekonomicznawobeckobiet.pdf> [dostęp: 29.09.2020].
- Rode D. (2005), *Gwałt w związku małżeńskim*, <http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Chowanna/Chowanna-r2005-t1/Chowanna-r2005-t1-s28-39/Chowanna-r2005-t1-s28-39.pdf> [dostęp: 29.09.2020].
- Zakrzewski P. (2017), *Stanisław Wyspiański „Kłątwa”*, <https://culture.pl/pl/dzielo/stanislaw-wyspianski-klatwa> [dostęp: 29.09.2020].

ŹRÓDŁA

- Pruchniewski M. (2013), *Łucja i jej dzieci*, w: *Trans/formacja. Dramat polski po 1989 roku. Antologia*, t. 2, oprac. J. Kopciński, B. Mieszkowska, Warszawa.
- Rostworowski K.H. (1981), *Niespodzianka. Prawdziwe zdarzenie w czterech aktach*, w: *Antologia dramatu polskiego 1918–1978*, t. 1, oprac. S.W. Balicki, S. Marczak-Oborski Warszawa.
- Wyspiański S., *Kłątwa*, <https://wolnelektury.pl/media/book/pdf/wyspianski-klatwa.pdf> [dostęp: 29.09.2020].

2. Ekonomiczne wartości w dyskursie społeczno-politycznym i medialnym

Money in the climate change discourse as presented in the articles of „The New York Times” and „National Review”

MARTA KWAŚNIEWSKA

Doctoral student, Jan Kochanowski University in Kielce (Poland)

Abstract: The present paper aims to investigate the concept of money as presented in the articles of two American newspapers, diversified by their political spectrum. The material, composed of 200 texts published in 2019, is concerned mainly with the topic of climate change. To examine the material, I employed the tools made available by corpus linguistics and specialized computer software. The research has found that although the articles of „National Review” substantially more frequently pertain to the concept of money, the general tendencies may be described as similar, with minor discrepancies.

Keywords: climate change • money • newspaper articles

Streszczenie: Rozdział stanowi analizę konceptu pieniądza przeprowadzoną na podstawie artykułów opublikowanych przez dwie amerykańskie gazety różniące się zabarwieniem ideologicznym. Badany materiał składa się z 200 tekstów opublikowanych w 2019 roku, nawiązujących do zmiany klimatu. Przy analizie materiału posługuję się narzędziami językoznawstwa korpusowego i specjalistycznym oprogramowaniem. Badanie wykazało, że pomimo tego, że artykuły „National Review” znacznie częściej nawiązują do konceptu pieniądza, ogólne tendencje w obu gazetach są podobne, z pomniejszymi rozbieżnościami.

Słowa kluczowe: pieniądze • zmiana klimatu • artykuły prasowe

The word *money*, according to *Merriam-Webster* („money”) online dictionary, in its basic meaning, is „something generally accepted as a medium of exchange, a measure of value, or a means of payment”. The concept has been a topic of discussion for centuries and many articles were devoted to the subject. One may say the concept is omnipresent in the media – politics, transportation, traffic – everything is related to money. Therefore, one might hypothesize that the topic may be perceived in the newspaper articles relating to climate change as well. In recent years climate change has become a popular subject in news, not only for scientific discoveries, strikes, or summits but also for governmental plans of fighting it. These topics are

inextricably connected with the concept of money. The article is concerned with the concept presented in newspaper articles concerning climate change published in 2019 by two American newspapers of different political spectrum, namely liberal – „The New York Times”, and conservative – „National Review”. The analysis is carried out with the use of tools made available by corpus linguistics and specialized computer software. The aim of this article is to investigate and report in what contexts, the concept of money is employed in the examined articles.

The newspaper articles as a genre were selected to be the object of analysis for a few reasons. First of all, they are easily accessible, often free of charge, and very popular among the people of the United States, therefore they reach a wide audience. Second of all, they cover a variety of topics, including climate change. And thirdly, the articles are short and oftentimes repetitive which are the main conditions for hierarchizing, exaggerating, or marginalizing certain issues, according to many scholars [Fowler 1991; Baker 2006; Bartmiński, Grzeszczak 2014] which in turn may influence the views of the recipients. Of course, there are also other ways in which the author of an article may influence the reader, such as headlines which serve as „hooks” [Molek-Kozakowska 2013] or a specific choice and cropping of pictures published with a given article, commonly out of context [Bednarek 2005].

The difference of the political spectrum of the analyzed newspapers stems from the assumption that both conservative and liberal media may portray distinguishable aspects of the topic which in turn may model the reader’s attitude. An interesting example of such phenomena is the research carried out by Timothy Gann and Teenie Matlock [2014] who compared the employment of the phrases *climate change* and *global warming* in the internet articles of liberal and conservative media. They noticed that the liberal newspapers used the terms interchangeably (with a minor tendency towards *climate change*) whereas the conservative articles tended to employ the term *global warming* almost exclusively.

Material

The material examined in this paper is comprised of 200 newspaper articles concerning climate change. The texts were extracted from two American newspapers, namely „The New York Times” and „National Review” (100 articles from each newspaper). In „National Review” these texts amount to the number of 167 362 word tokens, whereas in „The New York Times” this number is 113 005. The choice of these particular newspapers was motivated by their relatively similar popularity in the United States, as well as their dif-

ference in the political spectrum. „National Review” is a conservative newspaper, whereas „The New York Times” may be characterized as liberal. What is more, both newspapers publish articles daily on their respective websites¹. All the articles gathered were published online in 2019. For an article to be extracted, it had to contain the word *climate*. After having fulfilled this condition, it was manually examined if it indeed pertains to the theme of climate change.

The articles examined in the paper have been divided into two separate corpora, according to the newspaper represented. Taking into account the discrepancies in the size of each corpus, all the corpus frequencies has been normalized to a million. As a reference corpus, essential for certain tools, such as keyword list, to work properly, I employed a sample of NOW corpus, available free of charge (www.corpusdata.org). The full corpus consists of 1.7 million words extracted from online newspapers and magazines published in 20 English-speaking countries in the years 2010–2017. The number of word tokens in the sample amounts to 1 664 120.

Methodology

One of the challenges that scientists face is remaining as objective as possible during research. The problem is certainly inevitable, however, one may significantly limit it, for example through the use of a corpus. According to Paul Baker [2006: 10-12], by employing the corpus tools in discourse research, one examines a large body of texts, even thousands of texts at the same time, and does not focus on singular instances of a certain phenomenon but locates particular trends or tendencies which might be perceived in the corpus. These tendencies would be much more difficult to observe if one would only employ manual analysis [Baker 2006: 13]. Nevertheless, such an analysis is not free from the subjective interpretation of a scientist.

When examining the data within the corpus one may employ one of two approaches noted by Elena Tognini-Bonelli [2001], namely a corpus-driven and corpus-based approach. The former does not imply initial hypotheses to be tested, they are formulated based on the data extracted during the research. On the other hand, the latter refers to the initial hypotheses being verified in the course of corpus research. It is not unusual to combine these two approaches, tailoring according to specific research [Grabowski, Hebal-Jeziarska] but this article focuses on the corpus-driven approach.

¹ There is also a printed version but was not the source of the material here.

The corpus tools employed in the research presented here were thoroughly described by Alan Partington [2011: 34]. They are among others – frequency lists, keyword lists, concordances, collocations, and clusters. Frequency lists generate lists of the most frequently occurring words in the corpus. Keyword lists are more complex and require the use of reference corpora. They take into account the relative frequency, comparing them to independent texts. Concordances are comprised of all of the instances of a search word, provided with immediate context – both to the left and right side. The Collocation tool enables the user to search for the collocations of a given search word, either to the right or left side. Finally, one may search for clusters in the corpus. They may also be named as extended collocations, consisting of more than two words. There are other tools made available by the program as well, for instance, dispersion calculator but since they were not employed in the research presented here, they are not elaborated on further. The tools I employed in this research were made available by specialized computer software, namely *AntConc*, created by Laurence Anthony [2019] and rendered accessible free of charge on his website.

Analysis and discussion

FREQUENCY

The first feature analyzed in this paper is the frequency of the word *money* and connected synonyms provided by a thesaurus (www.thesaurus.com). The results of the search are presented in the table 1, where one may find raw number of occurrences, percentage of each word's share, and a number of occurrences normalized to a million to enable an objective analysis between the two corpora. All the search terms in the corpora were designed in a way that would enable the software to find not only the basic form of the word but all other forms as well (for instance, *pay/paid/paying* etc.).

Whilst examining the data presented in the table above, one may notice two main tendencies. One of them is the similarity of the words of the highest frequencies in both corpora. Among the first four words related to money are as follows: *fund*, *bill*, *pay* and *money*. There are minor differences in the order of the words, however, all of them are characterized by high frequencies. In the case of „National Review”, there is also a fifth word which is significant enough to add it to the group, namely *wealth*. Another trend is the difference in the relative frequency (normalized value) of the aforementioned words in the two corpora. The most significant discrepancy may be perceived in the case of words *pay* and *money*. Articles of „National Review”

Table 1. The frequency of the words related to money

Word	„The New York Times“			„National Review“		
	Raw number of occurrences	Percentage	Normalized value	Raw number of occurrences	Percentage	Normalized value
Money	29	12	256.63	77	17	460.08
Bill	69	29	610.59	125	27	746.88
Cash	4	2	35.40	5	1	29.88
Fund	70	30	619.44	90	20	537.76
Pay	38	16	336.27	105	23	627.38
Payment	2	1	17.70	3	1	17.93
Salary	1	0,5	8.85	5	1	29.88
Wage	4	2	35.40	7	2	41.83
Wealth	17	7	150.44	41	9	244.98

employ the said words almost two times more often than the texts extracted from „The New York Times“.

When analyzing the data in the table 1, it is crucial to realize that in the case of the most frequent words related to money, many of them are not employed in their dictionary meaning. For instance, the word *pay* is also used as a proper name, law, or regulation. For this reason, in the further analysis, I will focus on the word *money* which in the majority of cases was employed within its primary meaning, discussed in the introduction.

COLLOCATIONS

To locate and identify the most frequent collocations of the word *money* I employed the collocation search engine in AntConc. To ensure the exact purpose of each collocation, I investigated the concordance lines for each instance of the word. After having examined the concordance lines one could perceive that the most prominent tendency was to employ the said word as an object with which one performs a certain action. The most frequently occurring verbs used with *money* as an object, were, in „The New York Times“: *save* (3 instances), *accept*, *lose*, *use* (2 instances), and in „National Review“: *spend* (8 instances), *save*, *waste* (5 instances), *give* (4 instances), *talk about* (3 instances), and *earn*, *lose*, *make*, *get*, *put* (2 instances). There were also individual instances of the word *money* as an object in collocation. For „The New York Times“: *build with*, *deserve*, *give*, *give away*, *have*, *lend*, *pour*, *provide*,

put, reject, spend, track, waste, and earn. For „National Review”: *ask for, dedicate, throw at, to be in something for, leverage, include, loss of, run out of, seek, act like, shunt, remember, give out, keep, justify, refund, reduce, move, have, pay and send.* There were only several instances where money was employed as a subject or a proper noun.

The analysis of the collocation of money in the two corpora portrays a peculiar tendency, namely that the concept of *money* in the corpus may be most frequently categorized as moving inwards or outwards. This in/out tendency is displayed in the table 2.

Table 2. The frequency of in/out related words

Word	„The New York Times”			„National Review”		
	Raw number of occurrences	Percentage	Normalized value	Raw number of occurrences	Percentage	Normalized value
In	7	39	61.94	11	37	65.73
Out	11	61	97.34	19	63	113.53

As one may notice, as far as the percentage value is concerned, both of the newspapers employ the word *money* in a similar fashion – there is a tendency to employ the verbs suggesting the movement towards out more frequent (61% and 63%) than the expressions implicating the movement towards inside (39% and 37%). However, when one compares the normalized value of the said frequency, a discrepancy emerges. Although the value may be described as comparable in the case of „in-expressions”, with a minor prevalence of „National Review”, the situation is different in the case of „out-expressions”. Here the value is markedly higher in the texts of „National Review”, suggesting that „National Review” pays more attention to the concept of money which is in an outward motion.

CONCORDANCES

To elaborate on the matter further, one may investigate the concordance lines in which the most frequently occurring expressions connected with the concept of money were employed. Below there are two examples extracted from each newspaper, containing one of the frequent expressions concerned with money, employed in both newspapers.

- (1) that help the environment while *saving* consumers *money* are the least objectionable way to do this;

- (2) reduce its emissions by three percent and *save money* by buying lighter bottles.

The first example was extracted from „National Review” and the second from „The New York Times”. As one may notice, both of the examples contain the expression *to save money* which, as discussed before, is one of the most frequently occurring in both corpora. In both texts, the expression is employed in the context of the problem of climate change and possible methods of combatting it. However, one may perceive a difference in the attitude presented in the texts. In the first example, the author describes a way of protecting the environment which may also save consumers money. The method is acceptable only because of the latter. On the other hand, the example extracted from „The New York Times” delineates how one may help the environment and save money at the same time, presenting it as a „win-win” situation, with advantages for both sides – the environment and the consumers.

In summary, this paper argued that, first of all, in both corpora, *fund*, *bill* and *pay* are among the most frequently occurring, and by extension the most important, aspects of money. The difference between them is that although the percentage of the said words are similar in their proper corpus, the normalized value is significantly higher in the articles of the conservative newspaper, especially with words *pay* and *money*. In the liberal paper, there were no such significantly higher values. This argument, and the frequency of the words in general, suggest that „National Review” is much more concerned with the topic of money than the texts of „The New York Times”. Moreover, the analysis of the collocations demonstrated that the central focus concerned with money in the conservative articles is spending it, whereas the liberal texts pay more attention to saving money. However, a broader analysis of the inward/outward motion of the collocations appears to justify the fact that both newspapers tend to focus more on the outward movement. Finally, the analysis of the concordances suggests different priorities in the context of money for both newspapers, as „The New York Times” seeks compromises, whereas „National Review” is reluctant to ideas which might cause a financial burden.

As I have argued in the introductory section, the concept of money in liberal and conservative American newspaper articles concerning climate change may be considered a promising course of the research, as it pertains to an omnipresent subject and may be portrayed in diversified ways. During the analysis of the material gathered, one could notice that the methods of employing the concept of money in „The New York Times” and „National Review” display both similar and distinctive features, however, future investigations are necessary to validate the conclusions drawn from this study.

BIBLIOGRAPHY

- Baker P. (2006), *Using Corpora in Discourse Analysis*, London.
- Bartmiński J., Grzeszczak M. (2014), *Jak rekonstruować kanon wartości narodowych i europejskich?*, „Etnolingwistyka” 26.
- Bednarek M.A. (2005), *Construing the world: conceptual metaphors and event-construal in news stories*, „metaphorik.de” (9).
- Fowler R. (1991), *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, London.
- Gann T., Matlock T. (2014), *The Semantics of Climate Change and Global Warming*. „Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society”, 36.
- Grabowski Ł., Hebal-Jezierska M. (2016), *O różnych korpusowych metodach badawczych – próba krytycznej refleksji*, „Komunikacja Specjalistyczna” 11.
- Laurence A. AntConc (2019), <https://www.laurenceanthony.net/software> [accessed: 10.06.2020].
- Merriam-Webster online dictionary* 2019, <https://www.merriamwebster.com/dictionary/climate> [accessed: 10.06.2020].
- Molek-Kozakowska K. (2013), *Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines*, „Discourse & Communication”, 7 (2).
- Partington A. (2011), *Corpus Linguistics: what it is and what it can do*, „CULTUS”.
- Tognini-Bonelli E. (2001), *Corpus Linguistics at Work*, Amsterdam.
www.corpusdata.org [accessed: 10.06.2020].
www.the-saums.com [accessed: 10.06.2020].

Понятие коррупции в «прямой линии с Владимиром Путиным»

ЕЛЕНА СТОПЧАТАЯ

Студентка, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
(Россия)

Abstract: The paper examines fragments of public dialogue with the President Vladimir Putin called „Direct Line with Vladimir Putin” – which addresses the problem of corruption. The analysis of questions and answers of the participants of the dialogue shows the features of the content of the functioning concept, it’s moral, economic and legal components.

Keywords: bribery • corruption • dialogue • shadow economy • overextension

Streszczenie: W rozdziale analizowane są fragmenty komunikacji publicznej z prezydentem Władimirem Putinem w ramach „Bezpośredniej linii z Władimirem Putinem”, które poruszają problem korupcji. Analiza pytań i odpowiedzi uczestników dialogu ukazuje specyfikę treści funkcjonującego pojęcia, jego elementów moralnych, ekonomicznych i prawnych.

Słowa kluczowe: dialog • ekspansja koncepcji • korupcja • łapownictwo • szara strefa

Целью настоящей работы является рассмотрение функционирования понятия «*коррупция*» в политическом дискурсе на основе анализа реплик публичного диалога российских граждан с Президентом В.В.Путиным.

Обратим внимание на содержание этого понятия. Термин коррупция происходит от лат. *corruptio* – порча, подкуп или *corruptere* – порча, растление. В русской юридической литературе термин впервые был введен в 1913 году в работе А.Я. Эстрина «Взяточничество». Но в период СССР термин не признавался властью, и был вновь введен в употребление лишь в конце 80–х годов. «Вместо него использовались термины «взяточничество», «злоупотребление служебным положением», «попустительство» и т. п.» [Белозерцев 2010].

Активно употребляться слово *коррупция* стало в первую треть 20 века. В Толковом словаре русского языка [Ушаков 1935-1940] *коррупция* (лат. *corruptio* – порча) уже присутствует и трактуется как «подкуп, соблазнение, развращение взятками (должностных лиц)» [Барабаш 2017].

Заимствованное слово вместило в себя понятия «подкуп» и «взяточничество», существовавшие в русской культуре многие века. В связи с этим коррупция часто отождествляется со смежными понятиями, что подтверждается данным толковых словарей. Так, в «Большом толковом словаре русского языка» *коррупция* трактуется как «подкуп взятками, продажность должностных лиц и политиков» [БТСРЯ 2000: 460]. Подобного толкования придерживается большинство толковых словарей русского языка [СУ 1935]; [ТСИС 1998]; [СИС 2006]; БСИС 2007].

Толковый словарь С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведовой определяет *взяточничество* как «должностное преступление – получение взятки», где *взятка* – это «деньги или материальные ценности, даваемые должностному лицу как подкуп, как оплата караемых законом действий». В приведенном словаре *коррупция* определяется как «моральное разложение должностных лиц и политиков, выражающееся в незаконном обогащении, взяточничестве, хищении и срастании с мафиозными структурами». В данном примере *взяточничество* выступает в качестве гипонима по отношению к коррупции, то есть являет собой конкретный вид коррупционного деяния [СОШ].

Говоря о коррупции как о незаконном обогащении, следовательно, о преступлении, следует обратиться к трактовкам, приведенным в тематически связанных источниках – политических и юридических словарях, а также в законодательных актах РФ.

Опираясь на федеральный закон РФ «О противодействии коррупции», определение коррупции можно изложить следующим образом: под коррупцией следует понимать злоупотребление служебным положением и полномочиями, дачу и получение взятки, «коммерческий подкуп» и иные формы незаконного использования должностным лицом своего положения «вопреки законным интересам общества и государства» для получения материальной или имущественной выгоды, а также «предоставление такой выгоды» должностному лицу [Федеральный закон].

В политическом словаре коррупция описывается как «прямое использование должностным лицом своего служебного положения в целях личного обогащения; как правило, сопровождается нарушением законности» [Санжаревский 2010]. В приведенном определении характеристика «в целях личного обогащения» позволяет нам судить о коррупции как о явлении в сфере экономических ценностей человека, потому как речь идет именно об обогащении и о пути его достижения, в данном случае, незаконном.

Авторы «Большого юридического словаря» отмечают, что явление коррупции выражается в подкупе должностных лиц, что подразуме-

вает отождествление явления коррупции с явлением подкупа и возвращает нас к вопросу различения данных явлений. Но, несмотря на стертые границы между двумя явлениями, в словаре указывается на широту понятия «*коррупция*»: «В РФ коррупция – понятие не уголовно–правовое, а собирательное, определяющее правонарушения самого различного вида – от дисциплинарных до уголовно-правовых» [Сухарев, Крутских, Сухарева 2003].

Коррупционером будет считаться любое должностное лицо, обогатившееся посредством незаконного использования своих служебных полномочий. Но в случае, когда коррупционное деяние заключается в получении взятки, выделяются два субъекта – коррупционер – тот, кто предлагает или **дает** материальную выгоду, т.е. взяткодатель и тот, кто ее получает или **берет**, т.е. взяткополучатель. В качестве взяткодателя могут выступать как лица, приближенные к власти или обладающие ею, так и лица, не имеющие к ней прямого отношения – простые обыватели, «народ». Взяткополучатель – лицо, наделенное властью, имеющее возможность предоставить услугу в соответствии с его должностными полномочиями или повлиять на тех, кто эту возможность имеет. Явление коррупции всегда там, где есть власть – может выступать в качестве инструмента получения власти, получения необходимых «услуг» от представителей власти и т.д.

Обратив внимание на толкование *коррупции* в Словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, можно заметить словосочетание «моральное разложение», что указывает на возможность рассматривать коррупцию не только с точки зрения закона, но и с точки зрения морали [СОШ]. Мораль и нравственность служат регуляторами общественных отношений, поэтому, когда мы имеем дело с нарушением норм морали и с пренебрежением нравственными ценностями, можно говорить о проявлении девиантного поведения человека. Коррупционное деяние как общественно-опасное, противоправное, совершаемое в корыстных целях деяние отвечает критериям девиантного поведения и позволяет говорить о коррупции в контексте сферы морали и аксиосферы, т.е. сферы ценностей человека. Таким образом, мы можем выделить еще одну составляющую коррупции – ценностную.

Рассмотрим явление коррупции в отношении **третьих лиц** – «народа». Коррупция вызывает неодобрение и осуждение в обществе, которое в свою очередь требует от власти борьбы с данным явлением. Как отмечалось ранее, понятие коррупция «вмещает» в себя понятие «*взяточничество*», поэтому отношение к данному явлению имело место и до появления рассматриваемого термина. Достаточно обратить внимание на русские пословицы и поговорки на тему продажности до-

лжностных лиц: *Всяк подьячий любит калач горячий, Судьям то и полезно, что в карман полезло, Карман сух, так и судья глух* и т.д.

Если рассматривать явление коррупции с современной экономической точки зрения, следует учитывать понятие «*теневая экономика*». Это экономическая деятельность, которая не контролируется государством и ведется «за его спиной». Явление коррупции как раз является примером такой деятельности. В экономическом словаре А.Н. Азрилияна она определяется так: «Коррупция – сращение государственных структур со структурами преступного мира в сфере экономики, а также подкуп и продажность общественных и политических деятелей» [Азрилиян 1997]. В данном определении мы видим знакомые нам понятия *подкуп* и *продажность*», указание на одного из субъектов коррупции («общественные и политические деятели»), отмечается незаконный характер («преступный мир»), а также сферы, которые объединяясь, могут служить почвой для развития коррупции – государство и экономика.

На основе представленного выше рассмотрения понятия коррупция в различных аспектах – юридическом, моральном, экономическом – можно дать определение, необходимое для дальнейшей работы. Коррупция представляет собой общественно и экономически опасное явление, заключающееся в незаконном или законном использовании служебного положения должностными лицами, с целью незаконного обогащения, т.е. получения незаконной материальной выгоды.

Далее мы рассмотрим функционирование понятия «коррупция» в диалоге Президента – гаранта соблюдения закона – с народом – свидетелем проявления незаконных и аморальных экономических сделок с должностными лицами.

В качестве материала мы будем использовать вербальную составляющую «Прямых линий с Владимиром Путиным». «Прямая линия с Владимиром Путиным» – жанр политического дискурса, публичное общение с Президентом, прямой эфир, в процессе которого Президент отвечает на вопросы граждан. Согласно Е.И. Шейгалу: «политический дискурс представляет собой своеобразную знаковую систему, в которой происходит модификация семантики и функций разных типов языковых единиц и стандартных речевых действий». Исследователь подчеркивает, что «речь идет не просто о языке как важном факторе политики, а о «языке политики» [Шейгал 2000] (Цит. по: [Колесникова 2011: 67])). С.Н. Колесникова определяет политический дискурс в узком смысле так: «это разновидность дискурса, целью которого является завоевание, сохранение и осуществление политической власти» [Колесникова 2011: 68]. В диалогах рассматриваемого формата, Президент,

обеспечивая «сохранение и осуществление политической власти», выступает в качестве **отвечающего**, а граждане РФ выступают в качестве **вопрошающих**.

Конечно, вопросы граждан РФ, как и большинство ответов Президента, неслучайные, подготовленные, но они касаются актуальных проблем государства. Основная цель этих «линий», по задумке организаторов, – приобщение граждан к политике, освещение важных политических и экономических тем и т.д. Но также такой формат общения – возможность для Президента упрочить свое влияние и укрепить доверие своих граждан.

Нами были проанализированы диалоги семи «Прямых линий» – с 2013 по 2019 год. В «линиях» 2014, 2016 и 2018 гг. тема коррупции не была затронута, соответственно, в дальнейшем мы будем говорить о материале, взятом из «линий» 2013, 2015, 2017 и 2019 гг.

Для начала отметим, как может выражаться информация о коррупции. В диалогах встречаются не прямые наименования посредством синонимов *болезнь, безобразия*, которые выражают отношение говорящего к описываемому явлению. Описательные формулировки *имеем дело с преступлением; с наживой за счет граждан* указывают на характерные особенности понятия «коррупции». Информация может также выражаться посредством намеков на известные коррупционные дела. Упоминание о *складированных миллиардах* (дело полковника Захарченко) предполагает, что участники диалога и зрители хорошо знают, что эти «складированные» миллиарды – результат коррупции. В упоминании *когда узнаешь о миллиардах* отсутствует указание на их происхождение, однако их коррупционное происхождение очевидно для участников диалога. В процессе обсуждения коррупции употребляются своего рода эвфемистические замены: *в борьбе с этим явлением; вот эта тема есть во многих странах*, в которых слова *явление* и *тема* понимаются как 'коррупция'.

Рассмотрим, **как** участники «Прямых линий» характеризуют понятие «*коррупция*» и **что** включают в содержание этого понятия. В «Прямой линии» 2013 года первое упоминание о коррупции звучало в контексте *самых злободневных вопросов нашей жизни*, а тема коррупции отмечалась как одна из самых обсуждаемых. Президент РФ в рамках рассуждения о бытовой коррупции определяет ее как общественно опасное явление: *...Коррупция носит запредельный характер и, по сути дела, представляет угрозу для общества в целом*.

Об отраслевом характере явления говорит употребление словосочетаний *бытовая коррупция, коррупция в дорожной отрасли*. В реплике одной из участниц диалога, рассказывающей об обмане управляю-

шей компании и о своей борьбе с мошенниками, использованы такие высказывания: *управляющая компания занималась большим мошенничеством; так грабят народ*, в которых ситуация подразумевается, но напрямую не названа коррупционной. Однако позже, возвращаясь к этой теме, отвечающий указывает на то, что данная ситуация именно коррупционная: *Люди, которые борются с коррупцией <...>. Здесь женщина, участница нашей сегодняшней дискуссии, из Омска, она борется по-своему, кто-то по-своему*. Предмет вопросов и ответов, а также способы наименования и описания этого предмета позволяют говорить о расширении рассматриваемого понятия, к которому относят «мошенничество» и «грабеж». Причем включение этих смежных понятий в коррупцию делает именно отвечающий.

Оценивая результаты борьбы с коррупцией, Президент замечает: *в прошлом году к уголовной ответственности было привлечено свыше 800 человек, которые имеют особый правовой статус*. Учитывая, что этот комментарий был дан по поводу тех, кто получает незаконную материальную выгоду, коррупционерами являются лица с особым правовым статусом: *представители правоохранительной системы, депутаты различных уровней, чиновники самого высокого ранга*.

В развернутых ответах по поводу ситуации с коррупцией Президент РФ обращает внимание вопрошающих граждан на то, что борьба с коррупцией – задача каждого, что ответственность в этой борьбе лежит не только на государстве и его правоохранительных структурах, но и на самом обществе, а также на отдельных его членах. Кроме того, по словам отвечающего, для борьбы с коррупцией необходимо самому быть *кристально чистым* в этом отношении, во избежание превращения этой борьбы в *форму самопиара и политической рекламы*.

Тема коррупции в «линии» 2015 года была затронута при упоминании ситуации на Украине (*провала российской политики на Украине*). Отвечая по поводу провала, В.В. Путин объясняет причины возмущения украинского общества: *люди устали от нищеты, от воровства, от хамства властей, от их неуёмной жадности, от коррупции, от олигархов, забравшихся во власть*. Коррупция стоит предпоследней в ряду перечисленных негативных общественных явлений. Из этого следует, что коррупция – одна из причин общественного бунта, что подводит нас к еще одному параметру коррупции – восприятию общественностью описываемого явления. Народ *устал* и негодует по поводу *продажности* должностных лиц. Здесь интересна сама последовательность в перечислении причин возмущения: *хамство, жадность, коррупция*. Очевидно, что все перечисленные явления касаются властей и как бы уточняют характер коррупции: *хамство* властей в том, что

оно нагло требует платы за выполнение своих служебных обязанностей (что, собственно, уже входит в содержание современного понятия «представитель власти»), *жадность* указывает, вероятно, на то, как величина взятка, устанавливаемая властями, становится непомерно высокой, а *коррупция* – это в перечисленном ряду своего рода «обобщающее слово».

В 2017 году тема коррупции, вернее, тема борьбы с коррупцией, вновь описывается как одна из важнейших: *в России сегодня нет темы важнее, чем борьба с коррупцией*, о ней говорят с тревогой, как о болезни, которая *пустила метастазы и тормозит развитие вообще во многих вопросах*. В диалоге также обнаруживается четкая связь между двумя понятиями «борьба с коррупцией» и «президент». Вопросы ждут эффективных мер по борьбе с коррупцией, недовольные безрезультатными «домашними арестами» коррупционеров из правительства, они начинают терять доверие к Президенту: *показные посадки на домашний арест не дают результатов, и тем самым Вы подрываете доверие граждан*. Вопросы упрекают отвечающего в том, что, будучи гарантом законности, он не обеспечивает победы над коррупцией.

В «Прямой линии 2019» подобный упрек прозвучал уже в форме вопроса: *Кто ответит или отвечает за разгул коррупции? А вы, как гарант соблюдения закона, чувствуете личную ответственность за это безобразие?* В эмоциональном высказывании вопрошающего, кроме оценочных слов *разгул, безобразие*, есть термины *гарант, закон*, которые переводят рассмотрение коррупции в юридическую сферу.

В процессе обсуждения отмечается, что коррупционные деяния – это не просто недостатки, а преступления (*мы имеем дело с преступлением*); что преступлением считается действие любой из сторон коррупционного деяния, в основе которого лежит получение взятки (*Есть взяткодатель и взяткополучатель – так и в законе прописано*); что средства для осуществления коррупционных операций производит бизнес (*Откуда они берутся, эти деньги? Понятно, из коррупционных схем, из бизнеса*); что коррупционные схемы незаметны, а взятки громадны (*откуда берутся эти миллиарды*); что совершаются деяния лицами, принадлежащими к властным структурам (*чиновники вообще, и представители правоохранительной сферы находится в особом положении*). Провокационные вопросы, например: *Ваши слова «своих не сдаём» относятся ко взяточникам и коррупционерам?*, на которые отвечает Президент, касаются субъектов коррупционной деятельности, конкретизирующихся в ходе обсуждения.

В разные годы на «Прямых линиях» говорится о количественной стороне явления и борьбы с ним. Описывая коррупционную ситуацию

2017 года, В.В. Путин приводит статистические данные, показывающие, что, несмотря на высокий уровень коррупции, за последнее время он все же снизился. Положительная динамика борьбы с коррупцией, а также разного рода сравнения позволяют отвечающему снизить эмоциональный накал обсуждения проблемы. Например, на вопрос *Когда вы узнали об этих складированных миллиардах, какими словами ваша реакция выражалась?* Президент сначала поддерживает негативную направленность в оценке коррупции, но затем сравнение с положением в другой стране приводит к нейтрализации этой оценки: *Кстати говоря, вот эта тема есть, она во многих странах, практически во всех – посмотрите, в тех же Штатах, и бизнесу, и коррупционерам дают там по 70, по 100, по 150 лет тюрьмы.* Изменение оценки с остро негативной на нейтральную создано напоминанием о повсеместности существования этого явления. Ср.: другой ответ: *Коррупция вообще, а в нашей стране в частности, есть везде – везде тоже можно расценивать как предложение более лояльно относиться к этому явлению.* Нужно сказать, что отсылки к тем или иным ситуациям в зарубежных странах характерны для аргументации в ответах о коррупции: *Им [кадровым сотрудникам ЦРУ США] по закону внутри США запрещено было заниматься какой бы то ни было коммерческой деятельностью, но они не удержались – коррупция, понимаешь.* Во всех случаях такие отсылки и сравнения обеспечивают некоторое смягчение отрицательной оценки явления.

В рассматриваемом материале «Прямых линий» существенным для вопрошающих является вопрос о наказании коррупционера. Граждан волнует, получают ли преступники наказание, соразмерное преступлению: *В правительстве, говорят о том, что в борьбе с коррупцией есть перегибы. Владимир Владимирович, это что – перегибы или, может быть, всё-таки «недогибы»?*

Отвечая на вопрос о возможном усилении ответственности за коррупцию, Президент просит полагаться на работу судебной системы. Один из ответов по поводу усиления наказания заканчивается напоминанием юридической формулы о важности не столько суровости наказания, сколько его неизбежности: *Вопрос даже не в объеме этих сроков лишения, значит, свободы. Самый главный вопрос в неизбежности наказания.*

Таким образом, анализ материала (вопросов и ответов «Прямых линий») показывает, как используется понятие коррупции (давно известное в России как взяточничество). Поскольку в содержании понятия есть указание на власть, важен ответ власти на вопрос о коррупции. Реплики вопрошающих обозначают аспекты проблемы, экономическую,

моральную и юридическую составляющую понятия в общественном сознании. В ответах первого лица государства резкость оценки этого общественно и экономически опасного явления снижается за счет перевода ответа, с одной стороны, в юридическую плоскость, с другой – в плоскость сравнения с подобным явлением в иных странах.

ЛИТЕРАТУРА

- Азрилиян А.Н. (1997), Коррупция. В: Большой экономический словарь. Москва. <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/6326-КОРРУПЦИЯ> [6.08.2020].
- Барабаш О.В. (2017), Концепт «коррупция» и его репрезентации в семантическом пространстве русского языка. «Политическая лингвистика», №6.
- Белозерцев С.М. (2010), Некоторые аспекты определения понятия коррупции. «Вестник Восточно–Сибирского института МВД России», №1.
- Колесникова С.Н. (2011), Особенности политического дискурса и его интерпретация. «Вестник Челябинского государственного университета. Серия, Филология», № 33.
- Шейгал Е.И. (2000), Семиотика политического дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград www.lib.ua-ru.net/diss/cont/94853.html [25.05.2020].
- СПРАВОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА**
- БСИС*: Большой словарь иностранных слов. Москва. (2007). https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/21178 [14.06.2020].
- СИС*: Комлев, Н.Г. (2006), Словарь иностранных слов Москва. https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_fwords/ [14.06.2020].
- ТСИС* Крысин, Л.П. (1998), Толковый словарь иностранных слов. Москва. https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/21178 [14.06.2020].
- БТСРЯ*: Кузнецов С.А. (2000), Большой толковый словарь русского языка. Санкт-Петербург.
- СОШ*: Ожегов С.И., Шведова, Н. Ю. (2006), Толковый словарь русского языка. Москва.
- Санжаревский И.И. (2010), Политическая наука: Словарь справочник. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/1501> [20.03.2020].
- Сухарев А.Я., Крутских В.Е., Сухарева А.Я. (2003), Большой юридический словарь. Москва. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/15689> [14.06.2020].
- Ушаков Д.И. (1935): Толковый словарь русского языка: В 4 т. Москва 1935–1940. <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/default.asp>. [12.08.2020].
- Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/bbbd4641125b222beaf7483e16c594116ed2d9a1/ [12.08.2020].

Działalność antykorupcyjna Aleksieja Nawalnego i jego Fundacji Walki z Korupcją

AISEN BRAGIN

Doktorant, Uniwersytet Gdański (Polska)

Summary: The chapter analyzes the definition of *corruption* in Polish and Russian law. The anti-corruption activity of the leader of the Russian opposition, Alexei Navalny, was also discussed, and the previous activity of the Anti-Corruption Foundation in the territory of the Russian Federation was analyzed. The anti-corruption activities of Navalny and his Foundation have been investigated on the basis of Internet sources, as the opposition activist publishes most of his investigative projects on social media, on his blog and YouTube channel. Moreover, the chapter analyzes the two most important investigations by Navalny: „Chaika” and „Don’t call him Dimon”.

Keywords: Alexei Navalny • anti-corruption activities • Anti-Corruption Foundation • Russian Federation

Streszczenie: W rozdziale przeanalizowano definicję pojęcia korupcji w prawie polskim i rosyjskim. Omówiono także działalność antykorupcyjną lidera rosyjskiej opozycji Aleksieja Nawalnego oraz przeanalizowano dotychczasową działalność Fundacji Antykorupcyjnej na terenie Federacji Rosyjskiej. Działania antykorupcyjne Nawalnego i jego Fundacji zostały zbadane na podstawie źródeł internetowych, ponieważ opozycjonista większość swoich projektów śledczych publikuje w mediach społecznościowych, na swoim blogu i kanale YouTube. Ponadto rozdział analizuje dwa najważniejsze śledztwa Nawalnego: „Czajka” i „On wam nie Dimon”.

Słowa kluczowe: Aleksiej Nawalny • działania antykorupcyjne • Federacja Rosyjska • Fundacja Antykorupcyjna

Prawne aspekty działalności antykorupcyjnej w Polsce i Rosji

W polskiej nauce prawnej korupcja jest rozpatrywana w ramach Kodeksu karnego [Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r.] w następujących rozdziałach: XXIX (art. 228–231), XXXI (art. 250a), XXXIV (art. 271, §3), XXXVI (art. art. 296, 296a, 299, 302, 305), XXXVII (art. 311). Zgodnie z *Poradnikiem antykorupcyjnym* Centralnego Biura Antykorupcyjnego RP do działań o charakterze korupcyjnym należą:

przekupstwo (łapownictwo); wykorzystywanie środków budżetowych i majątku publicznego do celów prywatnych lub osobistych korzyści; płatna protekcja; handel wpływami, np. poparcie w wyborach lub finansowanie partii politycznej w zamian za zdobycie wpływów; nieprawidłowości dot. zamówień publicznych, kontraktów, koncesji czy decyzji sądów; uchylanie się przed obowiązkiem celnym, podatkowym itp.; świadome, niezgodne z prawem dysponowanie środkami z budżetu państwa i majątkiem, który jest dobrem publicznym; faworyzowanie; nepotyzm, kumoterstwo [*Co to jest korupcja?*].

Warto również zwrócić uwagę na definicję korupcji w art. 1 ust. 3a Ustawy z dnia 9 czerwca 2006 r. o Centralnym Biurze Antykorupcyjnym. Jest to czyn:

- 1) polegający na obiecywaniu, proponowaniu lub wręczaniu przez jakąkolwiek osobę, bezpośrednio lub pośrednio, jakichkolwiek nienależnych korzyści osobie pełniącej funkcję publiczną dla niej samej lub dla jakiegokolwiek innej osoby, w zamian za działanie lub zaniechanie działania w wykonywaniu jej funkcji;
- 2) polegający na żądaniu lub przyjmowaniu przez osobę pełniącą funkcję publiczną bezpośrednio, lub pośrednio, jakichkolwiek nienależnych korzyści, dla niej samej lub dla jakiegokolwiek innej osoby, lub przyjmowaniu propozycji lub obietnicy takich korzyści, w zamian za działanie lub zaniechanie działania w wykonywaniu jej funkcji;
- 3) popełniany w toku działalności gospodarczej, obejmującej realizację zobowiązań względem władzy (instytucji) publicznej, polegający na obiecywaniu, proponowaniu lub wręczaniu, bezpośrednio lub pośrednio, osobie kierującej jednostką niezaliczoną do sektora finansów publicznych lub pracującej w jakimkolwiek charakterze na rzecz takiej jednostki, jakichkolwiek nienależnych korzyści, dla niej samej lub na rzecz jakiegokolwiek innej osoby, w zamian za działanie lub zaniechanie działania, które narusza jej obowiązki i stanowi społecznie szkodliwe odwzajemnienie;
- 4) popełniany w toku działalności gospodarczej obejmującej realizację zobowiązań względem władzy (instytucji) publicznej, polegający na żądaniu lub przyjmowaniu bezpośrednio lub pośrednio przez osobę kierującą jednostką niezaliczoną do sektora finansów publicznych lub pracującą w jakimkolwiek charakterze na rzecz takiej jednostki, jakichkolwiek nienależnych korzyści lub przyjmowaniu propozycji lub obietnicy takich korzyści dla niej samej lub dla jakiegokolwiek innej osoby, w zamian za działanie lub zaniechanie działania, które narusza jej obowiązki i stanowi społecznie szkodliwe odwzajemnienie [Ustawa z dnia 9 czerwca 2006 r.].

Na podstawie Uchwały nr 37 Rady Ministrów z dnia 1 kwietnia 2014 r. w sprawie Rządowego Programu Przeciwdziałania Korupcji na lata 2014–2019 [Uchwała nr 37] do instytucji, organów i służb państwowych, które przeciwdziałają korupcji należą m.in. CBA, Policja, ABW, SSG, ŻW, SKW,

MSW, MON, MG, MS, NIK oraz tzw. trzeci sektor, czyli organizacje pozarządowe. Natomiast służbami powołanymi w celu zwalczania przestępczości korupcyjnej są: CBA, Policja, ABW, SG, ŻW, SKW, Prokuratura oraz organy kontroli skarbowej.

Rosyjskie prawo karne ujmuje działania korupcyjne w następujących artykułach Kodeksu karnego FR [Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996]: nadużycie władzy (art. 201), przekupstwo handlowe (art. 204), nadużywanie oficjalnego stanowiska (art. 285 i 286), przyjmowanie łapówki (art. 290), łapówkarstwo (art. 291). Do aktów prawnych i innych aktów regulacyjnych w zakresie zwalczania korupcji w Federacji Rosyjskiej można odnieść: pięć Ustaw Federalnych, dziewiętnaście Ukazów Prezydenta, siedem rozporządzeń Rządu FR. Najważniejszym z nich jest Ustawa Federalna z dn. 25.12.2008 r. №273-UF, w której korupcja jest rozumiana jako:

- a) nadużycie stanowiska, wręczenie łapówki, przyjęcie łapówki, nadużycie władzy, przekupstwo handlowe lub inne nielegalne wykorzystanie przez osobę jej oficjalnego stanowiska sprzeczne z uzasadnionymi interesami społeczeństwa i państwa w celu uzyskania korzyści w postaci pieniędzy, kosztowności, innego mienia lub usług o charakterze majątkowym, innych praw majątkowych dla siebie lub na rzecz osób trzecich lub bezprawne dostarczanie określonych korzyści pewnej osobie przez inne osoby;
- b) popełnienie czynności określonych w punkcie „a” niniejszego ustępu, w imieniu lub w interesie osoby prawnej [Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ].

Zgodnie z powyższą Ustawą Federalną pod pojęciem przeciwdziałania korupcji należy rozumieć:

- a) antykorupcyjną działalność organów federalnych, organów rządowych podmiotów Federacji Rosyjskiej, organów samorządu terytorialnego, instytucji społeczeństwa obywatelskiego, organizacji i osób fizycznych w zakresie ich kompetencji;
- b) działalność mającą na celu zapobieganie korupcji, w tym identyfikacji i późniejszej eliminacji przyczyn korupcji (zapobieganie korupcji);
- c) identyfikowanie przestępstw korupcyjnych, zapobieganie im, tłumienie ich, ujawnianie i prowadzenie dochodzeń w ich sprawie (walka z korupcją);
- d) minimalizowanie i (lub) eliminowanie skutków przestępstw korupcyjnych [Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ].

W Federacji Rosyjskiej za przeciwdziałanie korupcji oraz zwalczanie przestępczości korupcyjnej odpowiedzialne są organy spraw wewnętrznych, bezpieczeństwa państwa, prokuratury oraz służba celna.

Fundacja Walki z Korupcją

Fundacja Walki z Korupcją została utworzona przez Aleksieja Nawalnego w 2011 roku. Stawia ona przed sobą kilka najważniejszych celów: wyszukiwanie i ujawnianie schematów korupcyjnych, przykładów nielegalnego wzbogacania się, a także składanie skarg do Komisji Śledczej, prokuratury i jednostek użyteczności publicznej. Nawalny jako pierwsza osoba spoza rządu rozpoczął tego typu działalność, chociaż temat walki z korupcją pojawia się w rosyjskiej przestrzeni publicznej od wielu lat. W artykule „Społeczno-ekonomiczne korzenie korupcji w Rosji” warto zwrócić uwagę na pięć przyczyn pojawienia się korupcji: brak wolności demokratycznej, niski poziom kultury, niska jakość edukacji, ingerowanie państwa w gospodarkę, mało efektywny aparat państwowy [Адамова 2015]. Zgodnie z opinią M.S. Stroitelewój, aby zrealizować swoje cele, Aleksiej Nawalny korzysta z następujących instrumentów mobilizacji swoich zwolenników: rozpowszechnianie politycznej informacji za pomocą mediów społecznościowych, tworzenie zewnętrznej reklamy politycznej, zbiórka podpisów pod nowymi inicjatywami, zbiórka funduszy oraz rekrutacja wolontariuszy [Строителева 2016].

Na stronie internetowej Fundacji Walki z Korupcją zamieszczone są nazwiska 28 pracowników firmy [Фонд борьбы с коррупцией]. Znajduje się tam również adnotacja, że „jedynym źródłem finansowania organizacji są darowizny od darczyńców” [Фонд борьбы с коррупцией]. Najbardziej znanymi członkami Fundacji spośród Rosjan są: Władimir Aszurkow, Kira Jarmysz, Lubow Sobol, Leonid Wolkow oraz Iwan Żdanow. W ramach Fundacji Walki z Korupcją [Фонд борьбы с коррупцией] były/są prowadzone następujące projekty:

1. РосПил (2010). Projekt poświęcony walce z nadużyciami w zamówieniach publicznych, który pojawił się pod koniec 2010 roku. Projekt ten jest finansowany z darowizn obywateli Federacji Rosyjskiej. Zakłada on, że każdy może zgłosić podejrzenie korupcji poprzez stronę internetową FWK (ФБК). Zgłaszający może wyrazić swoje wątpliwości dotyczące zagadnień związanych z zamówieniami publicznymi, załączając dokumenty z oficjalnych stron instytucji państwowych. Informacje są weryfikowane przez ekspertów i prawników pracujących w Funduszu oraz poddane ocenie pod kątem zaistnienia korupcji. Ostatnim etapem działań antykorupcyjnych jest złożenie skargi do Federalnej Służby Antymonopolowej lub innych organów, które mogą unieważnić zamówienie w przypadku stwierdzenia w nich schematu korupcyjnego. Projekt RosPil stał się podstawą działalności Fundacji Walki z Korupcją.
2. РосЯма (2011). Projekt ten zaczął być realizowany 30 maja 2011 roku wraz z uruchomieniem strony internetowej rosyama.ru, na której

można złożyć skargę dotyczącą ubytków na drodze lub innych wad nawierzchni asfaltowej. Strona ta ma również na celu umożliwienie zgłaszania wypadków drogowych policji i pozwala na przesyłanie jej zdjęć z miejsc zdarzeń. Na podstawie zgłoszonego wniosku policja drogowa wszczyną sprawę administracyjną i poleca wykonawcy usunięcie wad drogowych w ciągu 12 dni. Pomysł projektu został dobrze oceniany w innych krajach, w efekcie podobne strony internetowe pojawiły się również na Białorusi, w Ukrainie i Kazachstanie.

3. *Добрая машина правды* (2011). Strona internetowa *mashina.org* została uruchomiona 29 maja 2012 roku w ramach projektu „Dobra maszyna propagandowa”, która została później zmieniona na „Dobrą maszynę prawdy”. Projekt miał charakter opozycyjny w stosunku do państwowych środków masowego przekazu, które prowadziły jedynie oficjalną agendę Kremla i nie mówiły o poważnych problemach z korupcją w kraju. Na stronie tej podjęto próbę rozpowszechniania informacji o nadużyciach i korupcji przedstawicieli władz. W ramach projektu wolontariusze mogli organizować różnego rodzaju spotkania i akcje, mające na celu rozpowszechnianie informacji o korupcyjnych działaniach urzędników, mogli również rozpowszechniać materiały Fundacji, ulotki i wiadomości za pomocą mediów społecznościowych i internetu. Projekt został zakończony w połowie 2014 roku, ponieważ Aleksiej Nawalny nie był w stanie osiągnąć założonego celu – skutecznej walki z mediami państwowymi. Postanowiono również wypróbować inne narzędzia mobilizacyjne.
4. *РосЖКХ* (2012). Ten projekt został zapoczątkowany 8 listopada 2012 roku. W pierwszym tygodniu działania projektu jego beneficjentami zostało około 96 tysięcy osób. Na witrynie internetowej *roszhk.ru* pojawiła się możliwość wysyłania skargi na pracę służb gospodarki komunalnej we wszystkich regionach Federacji Rosyjskiej. Każdy użytkownik mógł po zarejestrowaniu się (podając swoje imię i nazwisko oraz adres zamieszkania) złożyć odpowiedni wniosek, w którym należało krótko określić istotę problemu. Następnie skarga ta była wysłana automatycznie do kilku organów nadzorczych, których obowiązkiem było rozwiązanie zaistniałego problemu.
5. *РосВыборы* (2012). Ten projekt powstał w celu obserwacji wyborów prezydenckich w Rosji w 2012 roku. W wyniku realizacji projektu przedstawiciele różnych partii politycznych i stowarzyszeń skierowali wówczas swoich obserwatorów na wybory.
6. *Умное голосование* (2018). Projekt powstał 18 listopada 2018 roku. i miał na celu nakłonienie do głosowania przeciwko kandydatom z „Jednej Rosji” podczas wyborów w Moskwie i Petersburgu. Już

3 września 2019 roku Aleksiej Nawalny wyłonił kandydatów do „Mądrego Głosowania”, którzy byli na liście kandydatów opozycyjnych. System ten był wykorzystywany w 31 regionach Federacji Rosyjskiej i przy 39 kampaniach wyborczych.

W październiku 2019 roku Fundacja Walki z Korupcją została zarejestrowana przez Ministerstwo Sprawiedliwości jako agent zagraniczny [Минюст: ФБК включили в список иностранных агентов из-за «траншей из Испании и США»] w związku z tym, że w dokumentach finansowych firmy zostały odnalezione dwa wpływy finansowe z zagranicy, tj. ze Stanów Zjednoczonych i Hiszpanii [Strona Ministerstwa Sprawiedliwości]. W odpowiedzi Aleksiej Nawalny zamieścił w internecie poniższy tweet:

Cóż, mam dość. Ministerstwo Sprawiedliwości właśnie dodało Fundację Walki z Korupcją do listy agentów zagranicznych. FWK (ФБК) nigdy nie otrzymało ani grosza zagranicznych pieniędzy. Wszystkie pieniądze FWK są to wasze darowizny (obywatele Federacji Rosyjskiej). Działania Ministerstwa Sprawiedliwości są całkowicie nielegalne i oczywiście są wykonywane na bezpośrednie polecenie Putina (*tłumaczenie tu i dalej własne – A.B.*) [Твиттер Алексея Навального 1].

Później opozycjonista dodał kolejny post dotyczący samego wątku:

Putin strasznie się boi FWK (ФБК). W końcu opiera się on na sile złodziei, łapówkarstwa i skorumpowanych urzędników. A my ujawniamy korupcję. I nie zatrzymamy się bez względu na wszystko. Wesprzyj nas: fbk.info [Твиттер Алексея Навального 2].

Fundacja Walki z Korupcją Aleksieja Nawalnego została zlikwidowana w lipcu 2020 roku. Po likwidacji marki „FWK” (ФБК) działalność została wznowiona po zmianie nazwy organizacji.

Filmy dokumentalne Fundacji Walki z Korupcją na YouTube

Jedno z podstawowych działań opozycjonisty polega na tym, żeby wytłumaczyć obywatelom Federacji Rosyjskiej, czym jest korupcja. W większości swoich filmów polityk powtarza dwa słowa – „żule” i „złodzieje”, żeby stworzyć stereotypizację elity politycznej w negatywnym kontekście [Никулин, Шубин 2019]. W związku z prowadzonymi działaniami polityk stworzył na swoim kanale YouTube „Aleksiej Nawalny” (Алексей Навальный) serię sześciu krótkich filmów „Korupcja w obrazkach” [Коррупция в картинках], które mają 121 017 wyświetleń (dane na 30.09.2020 roku): „Незаконное обогащение” („Nielegalne wzbogacenie”), „Победители Олимпиады уже

известны” („Zwycięzcy Olimpiady już są znani”), „Кто украл марсоходы?” („Kto ukradł łazik marsjański?”), „Кто украл коллайдер?” („Kto ukradł akcelerator zderzeniowy?”), „Кто украл авианосцы?” („Kto ukradł lotniskowiec?”), „Незаконное обогащение в картинках” („Nielegalne wzbogacenie w obrazkach”).

W niniejszym rozdziale przeanalizowano dwa największe śledztwa, których efekty opublikowano na YouTube. W pierwszym filmie dokumentalnym w ramach działalności antykorupcyjnej zostało opublikowane śledztwo pod tytułem „Czajka” [«Чайка». Фильм Фонда борьбы с коррупцией]. Film ten pojawił się na kanale Aleksieja Nawalnego na YouTube 1 grudnia 2015 roku i według danych z 30 września 2020 roku posiada on 13 225 136 wyświetleń (film otrzymał 321 tysięcy polubień, a 10 tysięcy osób oceniło ten materiał negatywnie. Ponadto film ten skomentowano 31 443 razy.

Każda część filmu „Czajka” jest poświęcona śledztwu przeciwko dzieciom byłego prokuratora generalnego Federacji Rosyjskiej Jurija Czajki – Artioma i Igora. Pierwsza część opowiada o hotelu Artioma Czajki, który znajduje się w Grecji. W filmie również poruszony jest temat jego willi z widokiem na górę Afon i relacji prokuratury generalnej z Capkowską zorganizowaną grupą przestępczą. Druga część dotyczy wizyty prezydenta w Szwajcarii, domu i rachunku syna generalnego prokuratora w Szwajcarii. W trzeciej części mowa jest o tym, jak Artiom Czajka i jego bliscy współpracownicy uczestniczyli w nalocie korporacyjnym na Wiercholeński transport wodny w Irkucku. Poza tym w filmie poruszane są również kwestie kradzieży państwu 12 statków rzecznych. Część czwarta filmu przedstawia, jak Artiom Czajka został udziałowcem Tyretckiej kopalni soli, firmy zajmującej się wydobywaniem węgla oraz budowy kompleksu handlowego w Mytiszczach. Ostatnia część śledztwa opisuje, w jaki sposób firmy powiązane z 27-letnim synem prokuratora wygrały w 2017 roku kontrakt rządowy opiewający na kwotę 300 miliardów rubli. Bardziej szczegółowa informacja z wraz z dokumentami znajduje się pod adresem: <https://chaika.navalny.com>.

W ramach semantycznej analizy komentarzy (2907) z największą liczbą polubień pod filmem dokumentalnym „Czajka” na YouTube, D.I. Judina i W.I. Dudina wyróżnili kilka tematów, które były najbardziej popularne wśród komentujących: stosunek szefa Fundacji Hermitage Capital Williama Browdera do filmu; wpływ cen ropy na poziom życia; dowody na powiązania Czajki z bandą Capka i przestępstwami; odpowiedzialność prezydenta za istnienie korupcji; konsekwencje śledztwa dla prokuratora generalnego i twórców filmu; rola i wizerunek Nawalnego; rola Stanów Zjednoczonych i Rosji w wojnie na Ukrainie; wątpliwości odnośnie do dowodów przedstawionych w filmie; porównanie władzy i życia w krajach zachodnich i w Rosji;

omówienie głównych faktów przedstawionych w filmie; stosunek państwa do obywateli [Юдина, Дудина 2016: 80].

W kolejnym badaniu [Дудина, Юдина 2017] autorki przeprowadzają analizę opinii w komentarzach pod filmem zawierających słowa „Nawalny” i „Putin” z oceną ich działalności (negatywna – n, neutralna – neu, pozytywna – p), której wyniki prezentują się następująco: „Nawalny” (99 słów: n – 38,38%, neu – 44,44, p – 17,17%) oraz „Putin” (94 słowa: n – 44,68%, neu – 39,36%, p – 15,96%).

Publicyści J.W. Kosow oraz I.W. Lewkin zarzucają Aleksiejowi Nawalnemu, że próbuje on tylko zdobyć popularność i większe poparcie wśród obywateli kraju za pomocą różnych metod informacyjno-psychologicznych: afer, machinacji, oszustw, blefu, intryg, przekrętów, podstępu, manipulacji itd. [Косов, Левкин 2017]. Swoją tezę argumentują tym, że „dowody zebrane w Szwajcarii nie potwierdziły związku prania pieniędzy z nazwiskiem Artio-ma Czajki, o którym mowa w filmie” [Косов, Левкин 2017].

Wielu rosyjskich polityków zajmujących od lat prominentne stanowiska w strukturach władzy ma swoje przezwiska [Караева 2016] nadane przez innych polityków lub zwykłych obywateli. Jednym z najbardziej znanych przykładów jest wyrażenie *Он вам не Димон* („On wam nie Dimon”), które w 2013 roku zostało wyrwane z kontekstu wypowiedzi Natalii Timakowej, rzeczniczki prasowej Dmitrija Miedwiediewa. O wpływie „precedensowego fenomenu” na młodzież opowiada w swojej pracy R.R. Guzaerowa. Badaczka tłumaczy również popularność frazy *Он вам не Димон*. Był to popularny mem w latach 2013–2014, a także w 2017 roku, gdy Aleksiej Nawalny opublikował na YouTube swoje śledztwo dotyczące rzekomo nielegalnego wzbogacenia się byłego premiera. Według badaczki, „nazwa dokumentu śledczego była wybrana nieprzypadkowo, a jego celem byłoby dotarcie do młodych ludzi, ponieważ memy internetowe pojawiają się i są rozpowszechniane najpierw wśród młodzieży” [Гузаерова 2017: 53]. Za pomocą wybranego przez internautę mema „można identyfikować użytkowników w oparciu o przynależność do określonej społeczności” [Строганов 2017: 158].

Drugi film dokumentalny „Он вам не Димон” [‘On wam nie Dimon’], który został opublikowany na YouTube 2 marca 2017 r. ma 36 389 702 wyświetleń (dane na dzień 30.09.2020 r.), a dokumentacja przeprowadzonego śledztwa jest udostępniona pod adresem: <https://dimon.navalny.com>. A.W. Sokołow i A.A. Kurbanowa stwierdzają, że „znaczna liczba wyświetleń tego filmu jest jednym z najlepszych wyników we współczesnym Runecie i świadczy o skuteczności narzędzi internetowych w rozpowszechnianiu informacji politycznych” [Соколов, Курбанова 2019: 235]. Film otrzymał ponad 1,1 miliona polubień, a 74 tysiące oglądających oceniło go negatywnie. Swoją komentarz zostawiło 118 125 osób. W wybranym do analizy dokumencie można wyod-

rębnąć trzy charakterystyczne cechy politycznego storytellingu: narratywy, reguły dramaturgii i mistrzostwa scenograficznego oraz wizualizacja kontentu (film, infografika itd.) [Антропова 2020]. Istotnym elementem walki z korupcją jest masowa kampania propagandowa, która powinna być dobrze przygotowana od strony psychologicznej [Канзычакова 2018].

Jest to film dokumentalny, w którym Fundacja Walki z Korupcją Aleksieja Nawalnego przedstawia dowody na domniemane bogactwa premiera Dmitrija Miedwiediewa. Po emisji filmu wielu Rosjan zaczęło określać premiera przydomkiem *ДИМОН. ДИМОН* – to jest żargonowy skrót od imienia Dmitrij używany wyłącznie w języku potocznym.

Według opozycjonisty twórcom filmu, dzięki przejściu danych z poczty i zamówień na ubrania, udało się dowiedzieć o majątku byłego premiera; oskarżyć biznesmena Usmanowa o przekazanie posiadłości na Rublowce (o wartości około 5 miliardów rubli) związanej z Miedwiediewem fundacji; odnaleźć u Miedwiediewa „gniazdo rodzinne” w obwodzie kurskim, jak również ujawnić jego winnice w pobliżu Anapy. W tym samym regionie (w dzielnicy Adler w Soczi) FWK odnalazła ośrodek narciarski Dmitrija Anatoliewicza. Zgodnie z kolejną informacją przedstawioną w filmie Miedwiediew przywłaszczył sobie majątek państwowy w Tuapse i wsi Masłowo po obniżonej cenie, a poza tym ma drogi dom w centrum Petersburga. Również Miedwiediewowi zarzuca się, że na imię jego powiernika Ilji Jelisiejewa są zarejestrowane dwa jachty i włoska winnica w Toskanii.

W wyniku tego śledztwa Aleksiejowi Nawalnemu udało się zorganizować w całym kraju masowe akcje protestu przeciwko korupcji, które odbyły się 26 marca 2017 roku. Pracownik Centrum Badań Politycznych Uniwersytetu Finansowego pod rządami Federacji Rosyjskiej P.B. Salin, prowadzący w ramach zamówienia państwowego badania nad działalnością młodzieży studenckiej i jej orientacji społeczno-politycznej pisze w swoim artykule, że w protestach z poprzednich lat nie było wyraźnego lidera opozycji, a w 2017 roku jedynym liderem protestujących był Aleksiej Nawalny [Салин 2018: 76-81]. Protest pokazał duże niezadowolenie obywateli Federacji Rosyjskiej z działalności obecnej władzy, upolitycznienie młodzieży i błędny charakter prognozy socjologicznej [Абаева 2017]. Według opinii Parlamentu Europejskiego oraz zagranicznych i liberalnych rosyjskich mediów były to największe protesty w Rosji od wydarzeń z lat 2011–2013, a „naukowcy i dziennikarze zwrócili uwagę na duży udział młodzieży w protestach” [Шилкин 2017: 55-63]. Istotny jest jednak fakt, że żaden przedstawiciel państwowych mediów nie napisał o protestach, a agencja ria.ru (РИА Новости) opublikowała jedynie informację o zatrzymanych osobach [Ефанов 2018]. W tej sprawie wypowiedział się Gilles Favarel-Garrigues, mówiąc, że „im mniej pluralistyczny jest reżim polityczny, tym mocniej dąży on do mono-

polizacji kreowania skandali i nagłaśniania ich w przestrzeni medialnej. Ta strategia jest skierowana na bezkonkurencyjną realizację władzy, która opiera się na kontroli nad praworządnością, środkami masowego przekazu oraz służbami specjalnymi” [Фаварель-Гарриг 2019: 60].

Po opublikowaniu wyników śledztwa w sieci pojawiły się memy z żółtą kaczką płynącą do swojego domku w rezydencji Dmitrija Miedwiediewa. Zabawka w kształcie kaczki stała się symbolem protestów. S.A. Szomowa podkreśliła, że po wyciszeniu się protestów „mem z kaczką Miedwiediewa stopniowo przekształcił się w rodzaj przypomnienia o bezprawnym bogactwie urzędnika, w odwieczny znak zapytania o możliwą korupcję wysokiego rangą polityka” [Шомова 2019a: 33]. Również L.L. Klesienko zwrócił uwagę na fakt, że były premier w liberalnych mediach jest przedstawiony jako „dziecko – nie w pełni dorosłe” oraz jako „niesamodzielną figurą, niezdolną do poważnego dialogu politycznego, bezbronna, niekompetentna” [Клещенко 2019: 317]. Dmitrij Miedwiediew wydał oświadczenie w sprawie wyników śledztwa, ale jego wypowiedź została wyśmiana przez internautów. Warto wspomnieć o tym, że Aleksieja Nawalnego także dotknęła „wojna memów” [Шомова 2019b], gdy biznesmen Aliszer Usmanow (jeden z figurantów śledztwa) ogłosił konkurs z nagrodami na najlepszy mem oczerniający Nawalnego [Усманов объявил конкурс].

Publikacja wyników śledztwa podzieliła rosyjskie społeczeństwo na tych, którzy poparli byłego premiera, i tych, którzy oczekiwali przeprowadzenia śledztwa przeciwko Miedwiediewowi przez właściwe organy [Шадрин 2018].

Promowanie protestów przeciwko korupcji ułatwiły: crowdsourcing oraz wolontariusze [Соколов, Левченко 2017]. Aktywiści zajmowali się zbiórką pieniędzy na prowadzenie dalszej agitacji, a wolontariusze rozpowszechniali informacje w przestrzeni internetowej, które miały zachęcić jak największą liczbę ludzi do uczestnictwa w protestach. Warto także zwrócić uwagę na fakt, że w organizacji protestów uczestniczyła cała ekipa działacza politycznego: „technologzy polityki, socjologowie, operatorzy, reżyserzy, fotografowie, specjaliści do SMM, fundraisingu, pracy z wolontariuszami i mediami” [Соколов, Левченко 2017: 58]. Najważniejszymi grupami na portalu VKontakte, przy pomocy których interesanci zdobywali informację o protestach, były: «Команда Навального», «Алексей Навальный», «Лентач», «Новости с овощебазы», «МДК» [zob. Пильгун 2018a].

W pracy M.S. Tancury i A.A. Sadownikowej przeprowadzono ilościową i jakościową analizę mediów społecznościowych z kluczowymi słowami dotyczącymi śledztwa „On wam nie Dimon” w okresie od 2 marca 2017 do 15 kwietnia 2017 roku. Autorki stwierdzają, że „zespół Nawalnego odnalazł sposób [aby] wydostać się z zamkniętego kręgu medialnego, do którego

wpędził go zakaz występowania w telewizji (...). Nawalny został pierwszym działaczem politycznym, któremu we współczesnej historii Rosji udało się zaktywizować apolityczną młodzież” [Танцура, Садовникова 2019: 52]. D.W. Gonczarow oraz W.W. Neczaj twierdzą, że „to jest pierwszy przypadek, gdy opozycyjny polityk przy pomocy Internetu mógł osiągnąć wpływ informacyjny porównywalny do wpływu kluczowych rosyjskich kanałów telewizyjnych (...). Zgodnie z opinią obserwatorów wystąpienie to dało początek kampanii wyborczej Nawalnego, rozpoczętej *de facto* od aktywnej mobilizacji elektoratu” [Гончаров, Нечай 2018: 66]. Zachęcanie społeczeństwa do udziału w protestach najczęściej realizowano poprzez serwis VKontakte, natomiast w 2017 roku większość zaproszeń i informacji przekazywano za pośrednictwem platformy Telegram [Баженов 2018].

Badaczka M.A. Pilgun przeprowadziła ilościową i jakościową psycholingwistyczną analizę treści na platformie VKontakte, związanej z semantycznym polem „On wam nie Dimon”. Autorka twierdzi, że „znaczenie i aktywność posta na portalu VKontakte można określić przede wszystkim poprzez analizę liczby polubień, udostępnień i komentarzy” [Пильгун 2018b: 105]. To pozwoliło wyróżnić trzy klastry autorów komentarzy w sieci [Пильгун 2018b]. Do pierwszej grupy należą młodzi ludzie, dla których ta akcja protestacyjna stała się pierwszym doświadczeniem. Polityczny protest jest dla nich formą samoidentyfikacji, pozycjonowania się w kontekście społecznym. Drugą grupę tworzą ludzie o ukształtowanych poglądach, dla których udział w akcjach politycznych jest tradycyjną formą wyrażania swojego stanowiska. Trzecia grupa obejmuje ludzi, dla których udział w akcji politycznej protestu nie różni się zbyt wiele od udziału w imprezie, koncercie, dyskotecie, czyli dowolnym wydarzeniu towarzyskim z udziałem wielu osób, możliwością zrobienia sobie selfie i zamieszczenia go w sieciach społecznościowych.

Według badań przeprowadzonych przez A.W. Sokołowa i I.A. Lewczenko w trakcie prowadzenia kampanii protestacyjnej aktywistom udało się zorganizować ponad 100 akcji (mityngi, demonstracje, pikety, flashmoby oraz inne) w całym kraju, w których wzięło udział około 73 tysiące uczestników. Na podstawie analizy wyszukiwań internetowych w Federacji Rosyjskiej zainteresowanie filmem „On wam nie Dimon” pojawiło się 2 marca 2017 roku (gdy został on opublikowany), a szczyt zainteresowania przypadł na dzień protestów 26 marca. Zgodnie z danymi wyszukiwarki Yandex w kwietniu 2017 roku liczba wyszukiwań hasła „On wam nie Dimon” wzrosła do 295 501. Według autorów badania „publikacje w Internecie i posty w mediach społecznościowych są głównym źródłem informacji dla społeczeństwa na temat istniejących problemów i działań protestujących” [Соколов, Левченко 2018: 96]. Zgodnie z opinią A.W. Duki „każdy skandal związany z elitami władzy jest odbierany jako polityczny (...), w związku z ich instytu-

cyjonalnymi charakterystykami i osobliwościami funkcjonowania, a także siłą wpływu skandali na sferę publiczną” [Дука 2018: 114]. Ponadto w dyskursie publicznym liderzy opinii publicznej demonstrują różne podejścia do rozumienia słów *korupcja* oraz *działalność korupcyjna* w zależności od ich ideologii i postaw, co pozostawia otwarte drzwi do prowadzenia badań w tym zakresie z perspektywy innych postaci publicznych [Старцев 2017].

Podsumowując, nie możemy jednoznacznie ocenić antykorupcyjnej działalności opozycjonisty, ponieważ w dyskursie medialnym Rosji została ona oceniona zarówno pozytywnie, jak i negatywnie.

Do pozytywnych aspektów możemy zaliczyć promocję przeciwdziałania i zwalczania przestępczości korupcyjnej. Negatywnym rezultatem działalności opozycjonisty jest to, że wiele osób biorących udział w protestach i w konsekwencji zatrzymanych przez policję najczęściej nie uzyskuje od zespołu opozycjonisty pomocy prawnej. Również warto zwrócić uwagę na to, że nie każdy argument „potwierdzony dokumentami” w filmach opozycjonisty był rzetelnie udowodniony. W każdym przypadku natomiast można stwierdzić, że działalność Aleksieja Nawalnego podczas protestów w ciągu ostatnich dziesięciu lat ewoluowała z poziomu „uczestnik protestów” do „lider opozycji”. W tym okresie protesty miały charakter cykliczny – od 2011 roku na terenie Federacji Rosyjskiej rokrocznie odbywa się co najmniej jeden duży protest z powodów społeczno-politycznych, którego stałym liderem jest Aleksiej Nawalny. Za najważniejszy sukces opozycjonisty można uznać to, że to właśnie jemu udało się wykreować wizerunek „urzędnika-korupcjonisty” [Евгеньева, Губченко 2017] oraz uwypuklić przepaść pomiędzy „obywatelami a urzędnikami/władzą” [Евгеньева, Селезнева 2017] na przykładzie typowych przedstawicieli elity rosyjskiej polityki – Jurija Czajki i Dmiitrija Miedwediewa.

BIBLIOGRAFIA

- Абаева Е.А. (2017), *Свободное развитие человека как условие современного социального государства*. «Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право», вып. 17. № 3.
- Адамова Т.И. (2015), *Социально-экономические корни коррупции в России*. «Проблемы современной науки и образования», № 2 (32).
- Антропова В.В. (2020), *Концепт «другой» в дискурсе качественных сми: репрезентация идентичности и ценностные доминанты*. «Знак: проблемное поле медиаобразования», № 1 (35).
- Баженов С.С. (2018), *Национальная идея России как детерминанта ценностной консолидации российской молодежи и роль государства в ее определении (на основе данных уральских социологов)*. «Теория и практика общественного развития», № 5.

- Гончаров Д.В., Нечай В.В. (2018), *Антикоррупционные протесты 2017: отражение в Твиттере*. Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз», № 1 (88).
- Гузаерова Р.Р. (2017), *Интернет-мем как знак современного медиaprостранства*. «Филология и культура», № 2 (48).
- Дудина В.И., Юдина Д.И. (2017), *Извлекая мнения из сети Интернет: могут ли методы анализа текстов заменить опросы общественного мнения? «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»*, № 5 (141).
- Дука А.В. (2018), *Властные элиты в пространстве скандала (случай генерала Золотова)*. «Власть и элиты», № 5.
- Евгеньева Т.В., Губченко В.А. (2017), *Психологические особенности формирования оппозиционной повестки дня в сети Интернет*. «Политическая наука». Спецвыпуск.
- Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. (2017), *Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации*. Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз», № 4 (87).
- Ефанов А.А. (2018), *Феномен пиаризации медиа*. «Коммуникология», vol. 6, № 3.
- Канзычакова Н.Г. (2018), *Понятие феномена коррупция в рамках психологии*. «Мир науки, культуры, образования», № 5 (72).
- Караева М.В. (2016), *Прозвища российских политиков*. «Новая наука: от идеи к результату», № 5–3 (84).
- Клещенко Л.Л. (2019), *Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России*. «Комплексные исследования детства», vol. 1, № 4.
- Косов Ю.В., Левкин И.М. (2017), *Проблемы информационного обеспечения политического управления в обществе знаний*. «Управленческое консультирование», № 9 (105).
- Никулин Е.Р., Шубин А.Е. (2019), *Специфика перехода интернет-мема в пространство реального политического протеста (на примере протестных акций в России в 2017-2018 гг.)*. «Скиф. Вопросы студенческой науки», № 5–1 (33).
- Пилягун М.А. (2018a), *Психолингвистический анализ медиаконтента в мультимодальном аспекте: протестные коммуникации & большие данные*. «Вопросы психолингвистики», № 2 (36).
- Пилягун М.А. (2018b), *Языковое сознание в онлайн-коммуникациях: Психолингвистический анализ протестного медиаконтента*. «Филология и культура», № 2 (52).
- Салин П.Б. (2018), *Способы нейтрализации деструктивных аспектов политической деятельности студенческой молодежи*. «Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета», № 4 (34).
- Соколов А.В., Курбанова А.А. (2019), *Массовые движения в современной России (на примере движения в поддержку А. Навального)*. «Вестник Томского

- государственного университета. Философия. Социология. Политология». № 52.
- Соколов А.В., Левченко И.А. (2017), *Особенности привлечения ресурсов протестующими*. «Власть», № 10.
- Соколов А.В., Левченко И.А. (2018). *Результативность деятельности протестных групп: показатели и их апробация*. «Южно-российский журнал социальных наук». № 2.
- Старцев Я.Ю. (2017), *Проблематизация коррупции в публичном политическом дискурсе: опыт количественного исследования*. «Политическая концептология: журнал междисциплинарных исследований», № 3.
- Строганов В.Б. (2017), *Манипулятивные технологии soft power в Интернете*, «Дискурс-Пи», vol. 14, № 3-4.
- Строительева М.С. (2016), *Политическая мобилизация в Интернете на примере деятельности Алексея Навального*. «International scientific review», № 3 (13).
- Танцура М.С., Садовникова А.А. (2019), *Исследование сетевой активности как инструмента политической мобилизации молодёжи (на примере антикоррупционных митингов 26 марта 2017 г.* «Известия Восточного института». № 1 (41).
- Фаварель-Гарриг Ж. (2019), *Борьба с коррупцией как общественная проблема*. «Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции», № 1.
- Шадрин И.А. (2018), *Реакция в социальных сетях на фильм Алексея Навального „Он вам не Димон“*. В: Социальные медиа как катализатор кросснационального обучения.
- Шилкин А.М. (2017), *Проблемы применения законодательства о митингах, шествиях, демонстрациях и пикетировании*. «Управление в современных системах», № 5 (16).
- Шомова С.А. (2019а), *«Война мемов»: новые повороты информационного противостояния*. «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены», № 5 (153).
- Шомова С.А. (2019b), *Развлекать и властвовать: образы российской власти и оппозиции в интернет-мемах*. «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», № 3.
- Юдина Д.И., Дудина В.И. (2016), *Семантическая сеть на биграммах как метод валидации результатов тематического моделирования в социологическом исследовании*. «Журнал социологии и социальной антропологии», vol. 19, № 4.

DOKUMENTY I MATERIAŁ ŹRÓDŁOWY

Co to jest korupcja? Poradnik antykorupcyjny CBA RP, <https://www.antykorupcja.gov.pl/ak/archiwum-mswia/poradnik-antykorupcyjny/co-to-jest-korupcja/63%2C%20co-to-jest-korupcja.html#01> [dostęp: 26.09.2020].

- Uchwała nr 37 Rady Ministrów z dnia 1 kwietnia 2014 r. w sprawie Rządowego Programu Przeciwdziałania Korupcji na lata 2014–2019 (M.P. 2014 poz. 299), <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WMP20140000299/O/M20140299.pdf> [dostęp: 26.09.2020].
- Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (Dz.U. 1997 nr 88 poz. 553), <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19970880553/U/D19970553Lj.pdf> [dostęp: 26.09.2020].
- Ustawa z dnia 9 czerwca 2006 r. o Centralnym Biurze Antykorupcyjnym (Dz.U. 2006 nr 104 poz. 708), <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20061040708/U/D20060708Lj.pdf> [dostęp: 26.09.2020].
- Коррупция в картинках, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLuBu40P6jUCaeEStSmDBskWvnr47Thd51> [dostęp: 27.09.2020]
- Министерство Юстиции РФ. <http://unro.minjust.ru/PopUp.aspx?mode=sources&id=3000013150> [dostęp: 29.09.2020].
- Минюст: ФБК включили в список иностранных агентов из-за «траншей из Испании и США». <https://novayagazeta.ru/news/2019/10/09/156004-minyust-fbk-vklyuchili-v-spisok-inostrannyh-agentov-iz-za-transhey-iz-ispanii-i-ssha> [dostęp: 29.09.2020].
- Он вам не Димон, https://www.youtube.com/watch?v=qrwlk7_GF9g&list=PLuBu40P6jUCZpcOD6J4NNeYOX0j9K-58- [dostęp: 26.09.2020].
- Твиттер Алексея Навального 1. <https://twitter.com/navalny/status/1181866852185772032> [dostęp: 29.09.2020].
- Твиттер Алексея Навального 2, <https://twitter.com/navalny/status/1181867294114353152> [dostęp: 29.09.2020].
- Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 31.07.2020). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699 [dostęp: 26.09.2020].
- Усманов объявил конкурс на лучший мем по его обращениям к Навальному, <https://www.svoboda.org/a/28516221.html> [dostęp: 30.09.2020].
- Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 24.04.2020) «О противодействии коррупции», http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/bbbd4641125b222beaf7483e16c594116ed2d9a1/ [dostęp: 26.09.2020].
- Фонд борьбы с коррупцией, <https://fbk.info/about/> [dostęp: 26.09.2020].
- «Чайка». Фильм Фонда борьбы с коррупцией, https://www.youtube.com/watch?v=eXYQbgvzxdM&list=PLuBu40P6jUCa8a-LdbNA2_AVatG-0qD_9 [dostęp: 26.09.2020].

Kondycja społeczno-ekonomiczna narodu rosyjskiego XX i XXI wieku w ujęciu kulturowo-cywilizacyjnym

JUSTYNA SZAJNOWSKA-BORKOWSKA

Doktorantka, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (Polska)

Abstract: The aim of the chapter is to show the nature of the socio-economic changes that took place in the 20th century and the first two decades of the 21st century, as well as the reasons for these changes. The author focuses only on selected aspects and reasons, not forgetting that it is the largest country in the world, with great cultural diversity, and it is impossible to include in one article all the factors determining the image of Russian society. Nevertheless, according to the author, there are some general causes, such as alcoholism, domestic violence, drug addiction, undiagnosed and untreated mental illnesses that shape certain cultural and civilization features that affect the socio-economic condition of the Russian nation.

Keywords: civilization • economy • nation • Russia • society

Streszczenie: Celem rozdziału jest pokazanie charakteru zmian społeczno-ekonomicznych, jakie nastąpiły w Rosji w XX wieku, oraz dwóch pierwszych dekadach XXI wieku, a także przyczyny tych przemian. Autorka skupiła się tylko na wybranych aspektach i powodach, pamiętając jednocześnie, że jest to największy na świecie kraj, o ogromnej różnorodności kulturowej, i nie da się ująć w jednym artykule wszystkich czynników determinujących obraz społeczeństwa rosyjskiego. Niemniej jednak według autorki istnieją pewne ogólne przyczyny, jak alkoholizm, przemoc domowa, narkomania, niezdiagnozowane i nieleczone choroby psychiczne, które kształtują pewne kulturowo-cywilizacyjne cechy, wpływające na kondycję społeczno-ekonomiczną narodu rosyjskiego.

Słowa kluczowe: cywilizacja • ekonomia • naród • Rosja • społeczeństwo

Społeczeństwo XX wieku jest podzielone na dwa przeciwstawne systemy – postkapitalizm i socjalizm – między którymi istnieje wiele krajów o takiej czy innej sile przyciągającej jeden z tych dwóch biegunów. Pojęcie socjalizmu było używane w ostatnim stuleciu w bardzo różnych znaczeniach. Jednak pod koniec XX wieku stopniowo krystalizowała się opinia, że prawdziwy socjalizm to przede wszystkim radykalny socjalizm. Wszystkie inne poglądy na temat socjalizmu są niejasne i niestabilne. Nie są to raczej koncepcje

społeczne, a tym bardziej praktyki społeczne, ale pewne ideologiczne marzenia i pewna zasłona prawdziwej działalności społecznej, której istota może być bardzo różna. Radykalny socjalizm istniał w XX wieku w dwóch głównych formach – międzynarodowej i nacjonalistycznej. Pierwszy nazywa się zwykle komunizmem, drugi – narodowym socjalizmem [Чуйко 2006: 18]. W połowie ubiegłego wieku narodowy socjalizm, który rozpoczął wojnę o dominację nad światem, został pokonany. Pod koniec wieku komunizm, który również dążył do umocnienia swojej potęgi w skali globalnej, rozpadł się pod ciężarem nierozwiązywalnych problemów, które sam stworzył. Podsumowując ogólną charakterystykę dwóch biegunów ówczesnego społeczeństwa, możemy powiedzieć, że pierwsze wyjście z kolektywizmu przemysłowego na arenę światową zakończyło się niepowodzeniem. Narodowy socjalizm poniósł klęskę wojskową, jego przywódcy popełnili samobójstwo lub zostali powieszani na podstawie wyroku Międzynarodowego Trybunału Wojskowego w Norymberdze. W większości krajów rozwiniętych ideologia narodowego socjalizmu jest obecnie zakazana. Socjalizm typu komunistycznego osiągnął więcej: obejmował prawie jedną trzecią ludzkości i zajmował prawie połowę powierzchni ziemi [Rojek 2009: 44].

Gospodarka rosyjska długo opierała się na systemie feudalnym, a po rewolucji październikowej komunistyczny ustrój skutecznie zdusił wszelkie początki i przejawy kapitalizmu. Władza centralna hamowała dążenia ludzi do zdobywania wykształcenia, poszerzania horyzontów, świadomego myślenia. Uważano, że im mniej wyedukowane społeczeństwo, tym łatwiej nim rządzić i jest ono mniej skłonne do wszelkich działań o charakterze buntowniczym. Panująca ideologia wpływała znacząco na ograniczenie dostępu do wiedzy i informacji, zwłaszcza z zakresu nauk humanistyczno-społecznych. Prym wiodły nauki techniczne, które miały przyczynić się do rozwoju przemysłu zbrojeniowego [Stankiewicz 2006: 97]. W tle tych wszelkich przemian społecznych i ekonomicznych pozostaje kwestia ludności rosyjskiej. Większość obywateli tego kraju to mieszkańcy wsi na ogromnym obszarze, to mieszanina przeróżnych narodowości. Odległość od głównych „punktów cywilizacyjnych” jest tak duża, że do dziś Rosjanie uważają, że wszelki rozwój na różnych płaszczyznach egzystencjalnych ma miejsce głównie w Moskwie i Petersburgu, a reszta to tzw. prowincja. Aby przyjrzeć się warunkom życia ludności rosyjskiej, dotkniętej radykalnymi społeczno-ekonomicznymi zmianami, należy przede wszystkim przyjrzeć się rosyjskiemu społeczeństwu żyjącemu na wsi.

Na wieś rosyjską do wieku XX należy patrzeć nie z perspektywy jej położenia geograficznego – czy leży ona w pobliżu wielkiego miasta, czy też gdzieś na dalekiej tajdze, na północ od Wołogdy lub nad Kamą. Oczywiście, że im dalej od kulturalnych punktów, tym wyraźniej występują najbar-

dziej charakterystyczne cechy wsi. Jednak wieś rosyjska do ubiegłego wieku, a w niektórych rejonach do czasów współczesnych, charakteryzuje się swoją własną filozofią, mentalnością, w dużej mierze o zabarwieniu negatywnym, wręcz obłąkańczym.

Jednym z badaczy rosyjskiej wsi był Ferdynand Antoni Ossendowski – polski naukowiec, podróżnik, znawca historii i kultury Rosji. W swojej książce *Cień ponurego Wschodu* przedstawił badania życia ludności wiejskiej w Rosji na przełomie XIX i XX wieku. Autor, jako uważny obserwator, wniknął w charakter rosyjskiej duszy. Opisał przesady, sekty, ich długie stulecia działalności, a także niebezpieczne ruchy religijne. Ossendowski próbował znaleźć przyczynę wielkiej liczby szalonych ludzi w Rosji, powszechnej przemocy i ciemnoty, zarówno na wsi, jak i we dworze. We wspomnianej książce zauważył: „Ci epileptycy i histerycy byli zrodzeni przez kobiety na śmierć bite przez ich pijanych mężów (...) także gdy były w ciąży” [Ossendowski 1978]. Autor tego cytatu dodaje, że w Rosji pod koniec XIX i na początku XX wieku, pod wpływem terroru i niemożliwych, nieludzkich warunków życia, liczba chorych psychicznie sięgnęła ośmiu milionów: „Toż to przecież stanowi ludność niejednego z mniejszych państw europejskich!” [Ossendowski 1978].

Ossendowski w innym miejscu swojej pracy, odwołując się do autorytetu znanych rosyjskich psychiatrów i psychologów (Mieżejewskij, Vienski, Behetrev), napisał, że tak duża liczba szalonych ludzi w carskiej Rosji jest wynikiem wielowiekowych, okropnych, nieludzkich warunków życia kobiet – matek i żon. Kobieta, zarówno ta ze wsi, jak i pochodząca z klasy średniej rosyjskiego społeczeństwa, jest osobą bez własnej woli, bez prawa do wyrażania swojej opinii. Nie przysługują jej uniwersalne prawa człowieka, a jej jedyną duchową potrzebą jest, jak w opowieści Czechowa, „szary płot”, czyli bezbarwne życie, pozbawione treści, urozmaicone jedynie plotkami, z mężem pijakiem lub zacofanym prowincjonalnym urzędnikiem i równie zacofaną rodziną, z której wyszła. Za ten stan rzeczy odpowiada przede wszystkim rząd rosyjski, który nigdy nie był zainteresowany tym, co dzieje się w ogromnej masie narodu rosyjskiego. Władze nie udzielają schronień obłąkanym pacjentom w specjalnych placówkach, wypuszczają ich wolno. Najgorsza sytuacja panowała we wsiach tego rozległego kraju, gdzie starożytnie przesady i zaklęcia były praktykowane przez wiele stuleci i zwykle szybko rozprzestrzeniały się i utrwały w ciemnej i mistycznie nastawionej masie, ze śladami średniowiecznego, spontanicznego romantyzmu, przejawiającego się w oryginalnych, niechrześcijańskich i niecywilizowanych formach [Czechow 1968].

Najznakomitsi rosyjscy pisarze zwracali dużą uwagę na szaleństwo rozprzestrzenione w społeczeństwie. Twórcami literackimi zainteresowanymi (już w epoce romantyzmu) tym tematem byli Nikołaj Wasiliewicz Gogol,

Fiodor Michajłowicz Dostojewski, Wsiewołod Michajłowicz Garszyn i Anton Pawłowicz Czechow. Krytyk literacki – Kazimiera Lis, w swojej książce *Romantycy. Powinowactwa rosyjsko-europejskie*, napisała: „W pewnym sensie wszyscy romantyczni – i twórcy i stworzeni przez nich bohaterowie – są szaleni” [Lis 2008: 9]. Zainteresowanie szaleństwem pojawiło się głównie jako zainteresowanie kimś innym, odizolowanym, dziwnym, dalekim od normy. Różnica ta przejawia się na zewnątrz w zupełnie inny sposób – od temperamentu, niekontrolowanych reakcji, nienaturalnych gestów, po apatię, bezruch lub stan podobny do katatonii. W romantycznej kreatywności szaleństwo jest konsekwencją rozdwojenia bohatera, życia w dysharmonii między rzeczywistością a światem fantazji. Bohater dąży do spełnienia swoich marzeń, nieustannie czegoś szuka, tęskni za czymś. Często widzi we śnie, przeczuwa, doświadcza uniesienia [Szajnowska 2011: 12].

Najbardziej tajemnicze dzieła to te, w których pojawia się podwójny motyw. Wielu autorów interesowało się tym tematem, w szczególności F.M. Dostojewski. Dezintegracja osobowości psychicznie chorego bohatera następuje bez udziału jego woli, dzieje się to w jego podświadomości. Najczęściej nowa tożsamość wywołuje u niego lęk i niepewność. Rozdwojenie, jako owoc chorej wyobraźni, niszczy świat bohatera i identyfikuje się z nim, ujawniając jego najskrytsze pragnienia lub kompleksy. To drugie „ja” bohatera powoduje konflikt, duchowy rozłam między sumieniem a namiętnościami zakorzenionymi w jego sercu i umyśle [Dostojewski 1998].

Szaleństwo jako choroba psychiczna wpływa bardzo destrukcyjnie na człowieka: daje fałszywe pojęcie świata i prowadzi do zniszczenia jednostki, a nawet do śmierci. Czasami jest to nieunikniona konsekwencja siły wyższej, czasem innych ludzi lub po prostu wrodzona choroba. Antoni Pawłowicz Czechow (jako pisarz i lekarz) poruszył również ten temat w *Sali nr 6*, która obiektywnie pokazuje chorobę psychiczną i do czego ona prowadzi. *Sala nr 6* to także obraz rosyjskiego społeczeństwa, istniejącej w nim obojętności i przemocy [Czechow 1968].

Typowa wieś rosyjska, niezależnie, czy położona w europejskiej części Rosji, czy też na dalekiej Syberii, wyglądała podobnie. W zbiorowiskach pospiesznie skleconych chat o dachach ze słomy lub ociosanych desek czy krągłaków, naczelne miejsce zajmował dom Boży – cerkiew lub kaplica prawosławna. Najczęściej obok mieściła się szkoła ludowa. Wśród stałych mieszkańców był nauczyciel, przesiąknięty rewolucyjną propagandą i pijaństwem, oraz duchowny – zajęty wyciskaniem z chłopów darów na plebanię i również pijaństwem. Obok tych przodowników religii i oświaty, tuż obok, w jednej z takich samych brudnych, cuchnących izb, mieszkali i działali czarownicy, wróżbiarze i wiedźmy [Ossendowski 1978: 45-46]. Czarownicy docierali nawet do takich miast, jak Petersburg, Moskwa, Odessa, Kijów

i Charków. Prawda, że tu ich praktyka rozwijała się wśród najciemniejszych i najuboższych warstw ludności przedmieścia, lecz czasami zupełnie niespodziewanie zjawiają się oni nawet w pałacach.

Obok tej cechy życia wschodnich kresów rosyjskich istnieje jeszcze inny aspekt, bardziej ponury, tchnący dzikim romantyzmem. Jest to tzw. morski bandytyzm [Ossendowski 1978]. W XIX wieku ten proceder był uprawiany przez kilku cudzoziemców i Rosjan, którzy później stali się najbogatszymi kupcami oraz właścicielami olbrzymich terenów w obrębie miast. Byli to ludzie obeznani z morzem. Zbudowali kilka żaglowych statków, bardzo mocnych i zwinnych, rekrutowali załogę z ludzi półświatka zbierających się w portach i rozpoczynali akcję. Ich działalność polegała na tropieniu na Morzach Żółtym, Japońskim oraz otwartym Pacyfiku żaglowców japońskich, amerykańskich i chińskich, na napadach na nie i rabunku, po którym ludzi zabijano, a statki topiono. Zdobyty łup sprzedawano później w sklepikach portowych. Na tym robiono ogromne interesy, które stanowiły początek przyszłych majątków, honorów i stanowiska społecznego. O wyprawach tych piratów na Dalekim Wschodzie do tego czasu zachowały się legendy. Była to międzynarodowa zbieranka prawdziwych „konkwistadorów”, złożona z Rosjan, Finlandczyków, Holendrów, Szwedów i Niemców. Piraci zwykle zwyciężali. Bez litości tępilli także setki rzadkich zwierząt dla skór, które potem sprzedawali do Ameryki lub Niemiec. Na Morzach Ochockim i Beringa banda ta napadała zniecka, zabijała i rabowała nielegalnych kolonistów z Japonii i Alaski, którzy prowadzili handel zamienny z tubylcami Kamczatki i Półwyspu Czukockiego. W małej zatoce na Północ od Władywostoku bandyci mieli swoją główną kwaterę, gdzie dzielono się zdobyczą, przepakowano ją i wywożono do Władywostoku w celu sprzedaży na cudzoziemskie, przeważnie niemieckie okręty, które utrzymywały z piratami stałe stosunki handlowe. Administracja rosyjska w porcie władywostockim wiedziała o działalności tej bandy, lecz piraci płacili policji znaczny procent od zysków. Był to powszechnie znany fakt, więc do Petersburga posyłano raporty i denuncjacje, po których wyżsi urzędnicy (którzy majątek zdobyli wskutek takich wypraw) byli usuwani ze swych stanowisk, lecz nie porzucali miasta, gdzie wkrótce nabywali sobie tereny, domy i prowadzili dostatnie życie. Władywostok był bardzo dogodnym miastem dla piratów. Kresowo położony, o charakterze wojennym, wysunięty naprzeciw Japonii i stopniowo się umacniający. Przed budową kolei transsyberyjskiej podróż z Moskwy do Władywostoku trwała trzy miesiące, toteż na oficerskie i urzędnicze stanowiska jechali tu ludzie o kryminalnej przeszłości, mający charakter przedsiębiorczy, ale najczęściej zły. Najgorszą i najbardziej ponurą wizytówką tego miasta było „Stowarzyszenie Łanceputów”, zrzeszenie alkoholików, którzy często doprowadzali się do stanu odurze-

nia, dopuszczali się morderstw i popełniali samobójstwa [Ossendowski 1978: 76].

Należy wspomnieć również o rosyjskiej elicie politycznej i intelektualnej, której przedstawiciele niezwykle trudno znosili utratę imperialnego znaczenia Rosji. Właśnie te elity nie potrafiły stworzyć nowoczesnej wizji rozwoju z wykorzystaniem przy tym geostrategicznej pozycji [Stankiewicz: 102]. Zdaniem amerykańskiego badacza Richarda Pipesa:

(...) wśród elity intelektualnej powstał podział na słowianofilów i zapadników. Każda z grup rości sobie prawo do wyznaczania drogi rozwoju społeczności Rosji. Słowianofile postrzegają Rosję wśród państw azjatyckich i upatrują sojuszników wśród państw Azji; widząc w kapitalizmie zagrożenie powstawaniem zbyt znaczących różnic społeczno-ekonomicznych, proponują równość społeczną. Słowianofile głoszą, że relacje międzyludzkie powinny być oparte na związkach emocjonalnych i autorytecie, a nie na prawie, jak w państwach Zachodu. Rząd winien działać zgodnie z zasadą patriarchalnego autorytetu i nie dopuszczać do powstania nierówności społecznych [Pipes 2000: 12].

Spółceństwo rosyjskie to byt niezwykle złożony i kontrowersyjny. Nie jest „zamrożony” [Чуйко 2006: 23], lecz podlega intensywnym zmianom zarówno otwartym, jak i ukrytym. Współczesne badania społeczno-ekonomiczne i humanistyczne są powierzchowne – naukowcy najczęściej dotyczą tylko powierzchni zjawisk społecznych, nie analizując ukrytych warstw. Powodem słabej znajomości współczesnego społeczeństwa rosyjskiego jest fakt, że rosyjskie społeczeństwo nie rozwija się autonomicznie, jest „wplecione” w procesy globalne. Jest również słabo zbadane, w wyniku czego nie ma naukowo uzasadnionego pojęcia o perspektywach rozwoju rosyjskiej cywilizacji. Wyżej wymienione luki w nauce teoretycznej zostały wyraźnie zmanifestowane podczas obecnego kryzysu finansowego. Tak więc wśród krajowych badaczy i polityków nie ma jedności opinii nawet na tak pozornie proste pytanie: czy okres przejściowy w społeczeństwie rosyjskim dobiegł końca? Egor Gaidar zauważył, że „okres przejściowy” to „okres recesji socjalistycznej, spadek PKB, zakłócenie stosunków gospodarczych, kryzys finansowy, stabilizacja finansowa, początek wzrostu ożywienia gospodarczego, uruchomienie zdolności stworzonych w czasach socjalizmu” [Gaidar 2004]. Współczesne statystyki w Rosji pokazują, że na stan rosyjskiego społeczeństwa wpływ mają szeroko rozpowszechnione negatywne zjawiska: alkoholizm, uzależnienie od narkotyków, choroby psychiczne. Ponad 35 tysięcy osób umiera rocznie tylko na skutek spożywania alkoholu. Śmiertelność z powodu kardiomiopatii alkoholowej w Rosji jest ponad 100 razy wyższa niż w Stanach Zjednoczonych czy Francji. Wskaźnik śmiertelności z powodu zatrucia alkoholem w Rosji wydaje się nieporównywalny z poziomami tego czynnika w Stanach i we

Francji. Ogromne szkody w strukturze społecznej i całym społeczeństwie są spowodowane przez używanie narkotyków. Liczba narkomanów waha się od dwóch do pięciu milionów według różnych źródeł. Według ekspertów w kraju powstało ogromne zapotrzebowanie na narkotyki. Co więcej, tylko 10% uzależnionych jest wyleczonych z nałogu. Statystyki pokazują również, że liczba osób chorych umyślowo przekroczyła milion. Ośmioro na 1000 Rosjan jest rocznie hospitalizowanych z zaburzeniami psychicznymi. Wśród pacjentów z zaburzeniami psychicznymi około 66% stanowią młodzi ludzie w wieku produkcyjnym. Koszty organizacji usług psychiatrycznych w krajach Unii Europejskiej stanowią średnio 5–10% budżetu przeznaczanego na zdrowie. W Rosji – mniej niż jeden procent [Антипьев].

Rosyjska wieś, a więc znaczna większość społeczeństwa rosyjskiego, trwająca przez wieki w zacofaniu, również w XXI wieku jest trawiona przez alkohol i przemoc. Sami Rosjanie twierdzą, że na współczesnej wsi rosyjskiej nie ma ani jednego mieszkańca, który nie pije, „tam p’jut absolutno vsje”! Właśnie alkohol, połączony z przemocą wobec zwłaszcza kobiet i dzieci, wciąż trudny dostęp do cywilizacji spowodowany ogromnymi nieskomunikowanymi terenami oraz bieda – wpływają na wszechobecne, niezdiagnozowane i nieleczone szaleństwo oraz nie pozwalają na oświecenie ludu rosyjskiego, szczególnie najdalszych zakątków tego wielkiego kraju. Kryzysy: ideologiczny, a także społeczny i ekonomiczny, nie sprzyjają korzystnym zmianom, działają hamująco. Sytuacja wewnętrzna, oparta na rządach „silnej ręki”, nie stwarza właściwej potrzeby transformacji gospodarczej i politycznej, co oznacza, że kryzysy, targające tym największym na świecie krajem, trwają przez cały wiek XX i dwie pierwsze dekady XXI wieku. „Naczelną, najstarszą cechą dziejów Rosji jest opóźnianie jej rozwoju, z którego wynika zacofanie gospodarcze, pierwotność form społecznych, niski poziom kultury” [Pokrowski].

BIBLIOGRAFIA

- Gaidar E. (2004), *Recovery Growth and Key Features of the Current Economic Situation in Russia*, w: *Problems of Economic Transition*, Taylor & Francis Journals, <https://ideas.repec.org/a/mes/prectr/v46y2004i10p6-23.html> [dostęp: 12.11.2020].
- Lis K. (1998), *Romantycy: powinowactwa rosyjsko-europejskie*, Kielce.
- Ossendowski A.F. (1978), *Cień ponurego Wschodu. Za kulisami życia rosyjskiego*, Warszawa.
- Pipes R. (2000), *Własność a wolność*, Warszawa.
- Pokrowski M., *Rosja carska podczas wojny*, <https://marxists.org> [dostęp: 23.02.2020].
- Rojek P. (2009), *Rosyjski projekt filozofii teologicznej*, w: *Rosyjska metafizyka religijna*, red. T. Obolevitch, W. Kowalski, Tarnów.
- Stankiewicz W., *Konsekwencje zmian polityczno-ekonomicznych w Rosji po upadku komunizmu*, <https://core.ac.uk/download/pdf/154447429.pdf> [dostęp: 10.02.2020].

Szajnowska J. (2011), *Temat szaleństwa w Rosji*, Kielce.

Антипьев А.Г. *Современное российское общество и его социальная структура*, www.cyberleninka.ru [dostęp: 5.01.2020].

Философия русской идеи, <https://www.pravmir.ru/filosofiya-russkoy-idei/> [dostęp: 5.01.2020].

Чуйко Д.А. (2006), *Личность и общество в России*. Киев.

ŹRÓDŁA LITERACKIE

Czechow A. (1968), *Sala nr 6*, Warszawa.

Dostojewski F. (1998), *Zbrodnia i kara*, Kraków.

Феномен українського національного фемінізму в історичному контексті владно-політичних ВІДНОСИН

НАТАЛЯ СТАРЧЕНКО

Студентка, Харківський національний університет ім. В. Каразіна (Україна)

Abstract: The following chapter is devoted to the overview of a number of historical and cultural processes that affirm the power of women in the protoukrainian territories. This power arises at the level of an economical and political medium and develops within the framework of the linguistic, and then even symbolic, semantic meta-level. Thus, the free disposal of women's personal capital is replaced by patronage for the construction of churches and the development of the educational sector, moves to book publishing and, finally, is embodied in the individual practices of female authorship. Power belongs to the one who speaks, and this speaking subject can be a woman. Thanks to the retrospective historical and philosophical analysis, there is the reason to talk about the origin of the phenomenon of Ukrainian national feminism, which arises against the background of nation-forming cultural and political processes.

Keywords: authorship • mediality • power • Ukrainian national feminism

Streszczenie: W rozdziale opisano szereg procesów historycznych i kulturowych, które potwierdzają siłę kobiet na ziemiach staroukraińskich. Siła ta powstaje na poziomie ekonomicznych i politycznych relacji i rozwija się na językowym oraz na symbolicznym i semantycznym metapoziomie. W ten sposób swobodne dysponowanie kapitałem osobistym przez kobiety zostaje zastąpione przez mecenat nad budową kościołów i rozwojem sektora edukacyjnego, przechodzi do wydawnictwa książkowego, a ostatecznie wyraża się w indywidualnych praktykach autorstwa kobiet. Władza należy do tego, kto mówi, a tym mówiącym może być kobieta. Dzięki retrospektywnej analizie historyczno-filozoficznej można mówić o genezie fenomenu ukraińskiego feminizmu narodowego, który powstaje na tle narodotwórczych procesów kulturowych i politycznych.

Słowa kluczowe: autorstwo • medialność • ukraiński narodowy feminizm • władza

Сьогодні повістка рясніє численними історичними прикладами демонстрації жінок у тіні влади чоловіків та під тиснявою авторитету патріархальної традиції. Для суспільної свідомості постать жінки впродовж багатьох століть не корелює з вагомими ролями владних відносин

ні на політичному, ні на економічному, ані на вербальному рівнях. Тож, можливо, саме в історії і полягає основна проблема?

Надія на реалізацію концепту «кінця історії» (який був сформульований ще Георгом Гегелем і здобув широкої популярності завдяки праці Френсіса Фукуями «Кінець історії і остання людина») мала б означувати завершення ідеологічного розвитку, подолання колоніалізму та концепції стосунків панування-залежності. Із популяризацією та зростанням значення освіти начебто переосмислюється і роль жінки у суспільстві. Втім, результати аналітичних історико-філософських досліджень свідчать про те, що завершення колоніалізму в його класичній формі (як історичного поняття) не призвело до зникнення колоніальності – і вона продовжує існувати й залишати свій відбиток у відносинах людей та їх світогляді.

На початку XIX ст. французький соціаліст Шарль Фур'є вводить поняття «feminisme», передрікаючи появу жінки нового типу, здатної змінити як суспільний уклад, так і власне положення в рамках його структури [Фур'є 1938]. Не зважаючи на утопічні (в тогочасному контексті) ідеї Фур'є, його думка про те, що розширення прав жінок – основа соціального прогресу, знайшла свій відбиток у сучасних соціально-філософських концепціях, наприклад у працях американської (індійського походження) ініціаторки постколоніальних досліджень суспільства й культури Гаятрі Чакраворті Співак. У роботі «Чи можуть пригнічені говорити?» («Can the Subaltern Speak?») авторка в єдиному контексті розглядає як визволення постколоніальних країн з-під асиміляційної влади західного капіталістичного режиму, так і визволення жінок з кайданів традиції патріархату [Spivak].

Важливо наголосити на цьому паралелізмі: між правом на голос країн третього світу – і правом жінок на власний голос. Субалтерн (пригнічений) має обирати між свободою промовляти власною мовою, чи використанням категоріального апарату у межах пануючої мови «господаря» і, відповідно, жінка має обирати між правом на голос і німою його відсутністю.

Економічна комунікація передбачає обмін грошовими знаками і піднімає проблему цінності, свободи, можливості діяти вільним чином. Медіум власності в широкому сенсі [Перепелица 2014] конститує себе у владі – в економіко-політичних відносинах, репрезентуючи їх учасників у структурі владної ієрархії. В рамках цього розділу ретроспективний погляд буде направлено на кілька століть назад, аби все ж віднайти ті підмурки культури, ті фонові засади та передумови, що уможливили подальші національно-феміністичні рухи та погляди українського жіноцтва.

Цікавим для нас є період кінця XVI – початку XVII ст., що відзначився національно-культурним підйомом на українських землях, де влада фактично належала українським магнатам, волинським князям, які були нащадками культурно-історичних традицій Київської Русі. Більш того, до числа найбільших волинських маєтків належали і володіння магнаток. Приміром, Ганна з Острозьких Ходкевичів мала у розпорядженні 106 поселень [Яковенко 1990: 84], Катерина з Острозьких Замойська – 83 поселення, Софія Острозька – 76 [Яковенко 1991: 92].

Важливим є той факт, що на відміну від Західної Європи¹, статус жінки залежав не від суспільного становища її чоловіка, а від її власного майнового стану (що підтверджено змістом статей Литовського Статуту 1566 і 1588 рр.). Це спричиняло деякий парадокс, адже навіть не беручи активну участь в безпосередньому політичному житті, володарка великих земель користувалася неабияким місцевим авторитетом. Так, зазначалося, що московські й татарські жінки «не мають чоловічих прав, а наші властвують над багатьма чоловіками: одні – управляючи волостями, помістями; другі – отримуючи прибуток; треті – у спадок» [Антонович 1890: 42].

Незважаючи на особливості становища жінки в середньовічному українському суспільстві, обумовлені морально-етичними нормами та духовними цінностями, на правовому рівні жінка була вагомим елементом суспільства, а за рівнем прав і свобод ні в чому не поступалася чоловікові. Правовий статус жінок-шляхтянок закріплювався Литовським Статутом, цивільні та карні постанови якого будувалися за принципом гендерної рівності. Витоки жіночих вольностей, на думку дослідників, полягали у праві успадкування землі жінками.

Свобода та незалежність жінок визначалася не тільки грошовим фактором. Втім, економічне підґрунтя дозволяло жінкам будь-якого соціального стану самостійно вирішувати свою особисту долю в шлюбі. В українському звичаєвому праві існує унікальна юридична конструкція, яка не мала іноземних аналогів – материзна. Материзна – це такий різновид жіночої власності (приданого) у формі земельного наділу чи нерухомого майна, який ніколи не був частиною майна усієї родини, а діставався у спадок тільки по материнській лінії. Тут доречно сміливо говорити про існування окремого жіночого юридично-майнового інституту [Гуслистий 1960: 142].

Підтвердженням цього слугує зміст вінових та заставних листів Волинських грамот XVI століття. Наявність обов'язкового «віна» забезпе-

¹ У Західній Європі спадкова власність жінки сприймалася і усвідомлювалася у якості примноження могутності та влади чужого роду.

чувала жінці незалежність у шлюбі й у випадку смерті чоловіка. Жінки також мали право вільно розпоряджатися своїм майном, отриманим від батьків. Шляхтянки та міщанки мали змогу особисто вступати в зобов'язання, вести судові справи, видавати «правні листи». Цікаво, що навіть у шлюбі жінки залишали своє родове ім'я та титул поряд з прізвищем чоловіка; часто підписували документи дівочим прізвищем та завіряли їх окремою родовою печаткою з іменем та гербом [Акты 1890: 62].

Незвичними для європейської традиції² були не лише практика розлучень, де чітко регламентувався розподіл майна [Ефименко 1916: 648-663], але й дарування особистого майна дружині або чоловікові. Серед найпоширеніших причин дарування: «Мужу своєму в знак щирої любові до нього і пошани за таку ж любов з його боку» [Акты 1890: 33, 109, 191, 349, 424] чи «за подружню любов та вірність» [Акты 1890: 14].

Варто зазначити, що на той час політична незалежність країни усвідомлювалася людьми доволі абстрактним чином. Людина Середньовіччя служила певній особистості, а не власне державі як інституту влади. Джерело і ядро таких інститутів та ідею політичної незалежності символічно уособлювали князі-магнати, створюючи навколо себе середовище економічно і політично залежної шляхти [Яковенко 2008: 82]. Так, перший Литовський Статут передбачав несення земської служби, і хоча землевласниці мали змогу надати в розпорядження деяку кількість воїнів, іноді жінки добровільно обирали військову службу, як наприклад, Зофія Єзофова у 1565 році.

Жінки також обіймали і державні посади. Так, Корсунське староство перейшло від Яна Даниловича до його дружини Софії [Акты 1890: 5], а Ганна Борзобагата-Красенська з Волині керувала деякий час казною Луцької єпископії [Левицкий 1883: 33].

Та все ж основною характеристикою українства і символом української самосвідомості в цей час стають релігійні ідеї. Чи не єдиним способом репрезентації власної приналежності до української традиції було православне віросповідання. Так, впродовж XVI – XVII ст. православ'я стало інструментом у протидії польській культурній експансії, а тому жінки ставали на захист православної віри «бажаючи не самих успіхів церкви, а відродження національного поступу й життя» [Грушевський 1994: 176].

Продовжуючи ідеї добродійності руських князівен жінки-шляхтянки ставали меценатками, вкладаючи гроші у будівництво церков, за-

² Мушкетери в романі Дюма буквально бігають за підвісками королеви, аби врятувати її репутацію, оскільки чи не єдину власність європейської жінки складало рухоме майно, тобто найчастіше саме прикраси, подаровані чоловіком.

снування шкіл та видання книжок. За свідченням Іпатіївського літопису, Марія, дружина великого князя Всеволода, заснувала в Києві у XII ст. Кирилівську церкву. За Лаврентіївським літописом XIII ст. велика княгиня Олена Всеволодівна (дочка Всеволода III Юрієвича) заснувала монастир Святої Богородиці [Пушкарева 1989: 114]. Цей факт, до речі, найкращим чином ілюструє взаємозв'язок медіумів грошей та мови – економічної та дискурсивної влади. Крім того, у пом'янику Києво-Печерського монастиря зазначено велику кількість жінок, які вносили свої офіри, передавали власні маєтки, ініціювали побудову храмів за власний кошт [Грушевський 1996].

Наприкінці XVI ст. Ганна Гойська, дружина Луцького судді, будує монастир при церкві Успіння в Почаєві [Грушевський 1996]. При тому ж монастирі деякий час успішно працює одна з кращих українських друкарень [Крип'якевич 1990: 48]. Саме тут Кирило Ставровецький у 1618 році випускає книгу «Зерцало богословія», присвячену тогочасній космогонії та тлумаченням православної догматики. А у селі Юсиптичі на Волині дружина гетьмана Івана Виговського – Олена Стеткевич, власним коштом підтримує православну церкву [Україна 1998]. Мати Івана Мазепи Марія Магдалена заснувала Вознесенський монастир і була його ігуменею, про що свідчить підпис на купчій, що була видана жінкою Стародубському полковнику Миклашевському [Болсуновский 1908: 9].

Важливу роль українське жіноцтво відіграло також в становленні братського руху, підвищенні рівня освіти в монастирських та братських школах. У записі про пожертву на Луцьке братство від 1 березня 1638 р. йде мова, що пані Ганна Мельницька Станіславова-Трацевська передає 300 злотих братству Луцькому «за спасіння своє, за душі свого чоловіка і родичів своїх» [Пам'ятки 1998: 19-21].

У своєрідних умовах громадсько-політичного життя українських земель кінця XVI – першої половини XVII ст. склалася особлива взаємодія жінки з суспільством та тогочасними інститутами влади. Незважаючи на очевидну складність системи зв'язків, постать жінки стала значущою і помітною. Цей історичний період виявився традиційно обумовленою передумовою для подальшого руху так званої модернізації української нації, коли на зміну стихійним процесам націотворення XVI – XVII ст. прийшло усвідомлення нації як політичного явища XIX ст.

Спираючись на гіпотезу лінгвістичної відносності (більш відому як гіпотезу Сепіра-Уорфа), варто зазначити, що структура мови впливає на світосприйняття та погляди її носіїв, а також на їх когнітивні процеси. Мовний аспект визначається в якості одного з ключових в контексті медіумів. Медіум мови тут виступає в широкому розумінні, поєднуючи

структуралістські уявлення про світ як текст, загальне мовне тло та індивідуальну практику мовлення.

Якщо в мові синхронно відображаються процеси та явища світу, то разом з ними закріплюються і владні відношення, тим самим визначаючи та зміцнюючи традицію. Для того, аби спричинити зміни пануючого дискурсу, говорячи мовою Мішеля Фуко, необхідно вийти за межі цього дискурсу і створити альтернативний концепт простору, що уможливить умови для виникнення власної мови у тих, кого Г.Ч. Співак називає субалтернами.

У свою чергу, Клод Леві-Строс у праці «Структурна антропологія» наголошує на тому, що для впровадження змін у мову як структуру, а отже, подолання владної монополії на мову, необхідні елементи колективності та тривалості часу [Леві-Стросс 2001]. Саме тому пропонується розглянути той особливий тип дискурсу, що поєднав у собі національні та феміністські мотиви. В цьому контексті медіуми мови та владно-економічних відносин тісно пов'язані.

На території сучасної України капіталістичні відносини почали формуватися під владою Російської та Австро-Угорської імперій. На цьому етапі спостерігалось посилення різноманітних суспільно-політичних рухів. Українська спільнота почала організовувати товариства за спрямуванням національного самовизначення. Саме в тісному зв'язку з ними прогресивне українське жіноцтво підхоплює тенденції гендерної рівності.

Цікаво, що за концепцією Мирослава Гроха про стадії націєформування [Грох 1985] Україна активно входить до фази В) на початку 1850-х років, коли в тій частині України, що входила до складу Російської імперії, починають виникати організації нового типу, які об'єднують під своїм началом літературних, наукових та громадських діячів з метою «національно-культурного та громадсько-політичного представництва українського народу» [ЄСФ 2011: 233]. Перші ж кроки на шляху до стадії В) починаються з середини ХІХ ст. (завдяки діяльності Кирило-Мефодіївського братства, творчості Т. Г. Шевченка тощо), здійснюючи прояв українського націоналізму в рамках питань культури та національного просвітництва.

Входження до стадії С) актуалізується в другій половині ХІХ ст., коли проект винаходу української нації починає включати боротьбу різних політичних груп українського населення Російської та Австро-Угорської імперій, що позбавлене власної національної державності, проти імперського домінування. Жіночий український націоналістичний рух уже мав політичну конотацію.

Розвиток ідеї не останнім чином залежить від особистостей, які її впроваджують. Основними фігурами, які прагнули до жіночої еманси-

пації та водночас до возз'єднання України в єдину державу були Олена Пчілка – Ольга Петрівна Косач (Драгоманова) – (Наддніпрянщина) і Наталія Кобринська (Західна Україна).

Початком українського жіночого руху вважають засідання «Товариства руських жінок» 8 грудня 1884 року, організоване Наталією Кобринською. Метою товариства було поширення ідей рівності статей за допомогою літератури, що спричинили прогресивні зрушення для українок у напрямку емансипації на Західній Україні. Намагаючись реалізувати поставлену мету, Кобринська з 1885 року веде листування щодо видання українського жіночого альманаху. Ідеї Кобринської активно підтримала Олена Пчілка, яка взяла на себе половину витрат на видання збірки «Перший вінок». Альманах був надрукований навесні 1887 року у Львові у друкарні Товариства ім. Т. Шевченка і складався з 49 прозових, поетичних та публіцистичних творів сімнадцяти письменниць. Це було перше видання, що не містило «ні чоловічих псевдонімів, ні чоловіків-оповідачів, ні спроби імітувати чоловічий голос, а прозвучав інтелігентний жіночий голос, а разом з ним і феміністична ідея» [Смоляр 1998: 330]. Так, цю подію можна вважати дійсно революційною, адже це була перша репрезентація жінок з метою зрушення гендерних ролей та стереотипів.

Усвідомлюючи важливу роль преси у впливі на формування громадської думки, Олена Пчілка обіймає керівну посаду літературно-громадського часопису «Рідний край», що спочатку друкується на Полтавщині (до 1907 року), а після закриття власним коштом публікує «Рідний край» у Києві аж до 1914 року. Вона зберігає журнал і впродовж Першої світової війни, коли вся українська преса в Росії потрапляє під заборону. У 1915–1916 рр. редакція часопису переноситься до Гадяча. Відтак, «Рідний край» проіснував більше десяти років і був найтривалішим пресовим проектом Східної України на тлі двох революцій.

Журнал став справжнім інструментом впровадження ідей гендерної рівності серед української спільноти. Він повідомляв про усі процеси, що були пов'язані з діяльністю жіночих організацій, містив звернення та оголошення. У 1907 році перед виборами в журналі було надруковано заяву Всеросійської спілки рівноправності жінок, а також звернення редакторки до українських жінок із закликом про надання жінкам громадянських та політичних прав, що підкріпили своїми підписами 20 тисячами жінок із 122 міст Російської імперії [Смоляр 1998: 181-182].

Звісно, не обійшлося без критики влади щодо її недостатнього спрямування на забезпечення жінок правами. Зокрема, Олена Пчілка подавала заяви до Рад Харківського, Одеського та Київського університетів з вимогою права жінок отримувати вищу освіту [Смоляр 1998: 98], а та-

кож відкриття кафедр «української мови, літератури, історії, університетських книжкових збірок та періодичних видань» [Смоляр 1998: 182]. Отже, суспільно-політична діяльність Олени Пчілки була присвячена ідеям національного відродження України, а також рівності прав жінок і чоловіків.

Особистий приклад Олени Пчілки надихає її доньку Лесю Українку на розвиток власної літературної діяльності з активним протофеміністським спрямуванням, загартовуючи майбутню *Notre Dame d'Ukraine* в умовах нелегкої боротьби за національну ідентичність та жіночу суб'єктність.

Літературне підґрунтя стало індикатором та інструментом ідей рівності обох статей. Н. Кобринська продовжує публікувати програмні матеріали жіночого руху: «Жіноча справа в Галичині» (перший випуск 1893 р) [Грушевський 2008: 1–24]; «Стремління жіночого руху» [Грушевський 2008: 7] (другий випуск 1895 р); «Рух жіночих товариств» [Грушевський 2008: 7] (третій випуск 1896 р). Паралельно вона також надсилає клопотання та петиції до Галицького сейму щодо заснування першої жіночої гімназії і допущення жінок до навчання у гімназіях класичного типу і створення дитячих садків з ідеєю впровадження патріотичного виховання («Відозва до всіх жінок без різниці народности й віри...» (1891 р.); «Відозва до галицького руського жіноцтва» (1892 р.) [Грушевський 2008: 6]).

Важливого значення набуває також характер полеміки Наталії Кобринської з Кларою Цеткін. В той час як для останньої загострення та виокремлення жіночого питання є зайвим – адже на її думку, зі зміною характеру суспільних відносин відповідно зміниться і статус жінки – Кобринська наголошує на проблемі, яку в сьогоденному феміністському дискурсі називають «другою (і третьою) зміною», себто на необхідності жінок «працювати в хаті і поза хатою». Українська діячка виражає сумніви щодо впровадження моментальних змін у чоловічо-жіночі стосунки при переході до соціалізму: «...в чому полягає гарантія того, що цей патріархальний визисник одразу змінить своє ставлення до дружини лише через те, що настав соціалізм?..» [див. Яковенко 2008: 93].

Суспільно-політична діяльність Олени Пчілки та Наталії Кобринської підтверджує включення українських жінок до руху за соціальну та гендерну рівність. Незважаючи на відсутність масового характеру процесу національно-феміністської емансипації, він все одно виступає підтвердженням спроби жінок створити альтернативне поле дискурсу та його кількарічної успішної реалізації в межах того мовного середовища, що склалося. Якщо представники структуралізму (Барт, Фуко) стверджують, що влада належить тому, хто промовляє – кому належить ве-

сти мову, а, вочевидь, і встановлювати пануючий дискурс, то практика меценатства, поширена серед українського жіноцтва, була нічим іншим як спробою ведення тіньової політики, тобто легітимізацією непрямой моделі влади, що здійснювала рух від прояву в рамках економічного медіуму культури до смислового (мета-рівня).

ЛІТЕРАТУРА

- Акты (1890), Акты о заселении Юго-Западной России XVI – XVII ст. Киев, <http://elib.shpl.ru/ru/nodes/2566-ch-7-t-2-akty-o-zaselenii-yugo-zapadnoy-rossii-1890> [Доступ: 20.04.2020].
- Болсуновский К. (1908), Сфрагистические и геральдические памятники Юго-Западного края. Киев, bolsunovskiy-k-v-sfragisticheskie-i-geraldicheskie-pamyatniki-yugo-zapadnogo-kraya-vyp-2-kiev-1908 [Доступ: 25.04.2020].
- Волинські грамоти XVI ст. «ІЗБОРНИК», <http://litopys.kiev.ua/4.V.2008> [Доступ: 7.03.2020].
- Грушевський М.С. (1994), Духовна Україна. Київ.
- Грушевський М.С. (1996), Історія України-Руси. В 11-и т. 12-и кн. Київ.
- Грушевський М.С. (2008), Наталія Кобринська. В: Твори: у 50 т. Т.11. Львів.
- Гуслистий К.І. (1960), Українці: Історико-етнографічна монографія. Макет. Київ.
- Ефименко П.С. (1916), Обычное право украинского народа. Украинский народ в его прошлом и настоящем. Т. 2. Петроград.
- ЕСФ (2011), Європейський словник філософій: Лексикон неперекладностей. Том другий. Київ.
- Крип'якевич І.П. (1990), Історія України, відп. ред.: Ф. П. Шевченко, Б. З. Якимович. Львів.
- Левицький О. (1883), Анна-Алоиза княжна Острожская. «Киевская старина», сентябрь.
- Леви-Строс К. (2001), Структурная антропология. Москва.
- Мемуары (1890), Мемуары, относящиеся к истории Южной Руси, под ред. Антоновича, вып. 1. Київ.
- Пам'ятки (1998), Пам'ятки братських шкіл на Україні (кінець XVI – поч. XVIIIст.: Тексти дослідження. Київ.
- Перепелица О.Н. (2014), Медиумы просвещения: обценные отклонения: монография. Харьков.
- Пушкарева Н.Л. (1989), Женщины Древней Руси. Москва.
- Смоляр Л. (1998), Минуле заради майбутнього. Жіночий рух Наддніпрянської України II пол. XIX – поч. XX ст. Сторінки історії: монографія. Одеса.
- Україна (1998), Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність. Збірник наукових праць, вип. 5. Львів,
- Фурье Ш. (1938), Теория четырех движений и всеобщих судеб. Москва.

- Яковенко Н.М. (1990), Склад шляхти-землевласників Київського воєводства напередодні визвольної війни українського народу 1648 – 1654 рр. В: Феодалізм на Україні: Збірник наукових праць. Київ.
- Яковенко Н.М. (1991), Спроба обрахунку чисельності шляхти на Правобережній Україні у першій половині XVII ст. / Україна і Польща в період феодалізму. Київ. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Yakovenko_Natalia/Sproba_obrakhunku_chyselnosti_shliakhty_na_Pravoberezhnii_Ukraini_u_pershii_polvyni_XVII_st.pdf [Доступ: 16.02.2020].
- Яковенко Н.М. (2008), Українська шляхта з кінця XIV – до середини XVII ст. Київ,
- Hroch M. (1985), *Social Preconditions of National Revival in Europe: A Comparative Analysis of the Social Composition of Patriotic Groups among the Smaller European Nations*. Cambridge.
- Spivak G.Ch., *Can the subaltern speak?*, http://abahlali.org/files/Can_the_subaltern_speak.pdf [Доступ: 27.04.2020].

Аксіологічні проблеми працевлаштування молоді: сучасні українські реалії

ДМИТРО ПРУС

Студент, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
(Україна)

Abstract: The current problems of employment of young people in Ukraine have been analysed. The current legal norms, focused on promoting young professionals' employment have been studied as well as increasing of their competitiveness on the labour market. The field of legal regulation of youth employment as a gap in the domestic legislation has been identified. Suggestions for improving the organizational, legal and economic measures of youth employment as of today have been highlighted.

Keywords: competitiveness • higher education institution • labour market • specialist • young • youth

Streszczenie: W rozdziale przeanalizowano aktualne problemy związane z zatrudnieniem młodych ludzi na Ukrainie. Badane są obowiązujące normy prawne, które mają na celu promowanie zatrudniania młodych specjalistów i zwiększanie ich konkurencyjności na rynku pracy. Istnieją luki w ustawodawstwie krajowym, szczególnie w zakresie regulacji prawnych dotyczących zatrudniania młodych ludzi. Przedstawiono także rekomendacje odnośnie do poprawy organizacyjnych, prawnych i ekonomicznych środków zatrudniania młodzieży.

Słowa kluczowe: konkurencyjność • młodzież • młody specjalista • rynek pracy • uczelnia

Аналізом питань конкурентоспроможності випускників вищої школи в умовах ринково орієнтованих змін в економіці країни займалися і займаються сучасні науковці. Вагомими є здобутки і результати наукових досліджень вітчизняних вчених Л.М. Колешні, І.С. Кравченко, Е.М. Лібанової, І.Л. Петрової, Е.В. Савельєвої, В.А. Савченка, М.В. Семикіної та ін. У цих та інших працях підкреслюється необхідність забезпечення відповідності основних параметрів якості підготовки і професійно-кваліфікаційного рівня кадрів щодо вимог інноваційного етапу розвитку економіки [Селезень, Яворська 2014]. С.М. Прилипко й О.М. Ярошенко пишуть: «Стан, який склався на ринку України, є наслідком недостатньо ефективного поєднання економічних реформ і державної політики за-

йнятості населення. Заходи, вжиті для оздоровлення економіки, створення умов для продуктивної праці, робочих місць, не є адекватними реальній ситуації. Політика зайнятості формується без уяви про цілісну модель, якої треба досягти в перспективі, натомість відчувається відсутність глибоких механізмів і важелів впливу на ринок праці. Як наслідок, останній перенасичений людьми, що не знаходять застосування своєму фаховому потенціалу» [Прилипка, Ярошенко 2008].

Право на працю є одним із найважливіших соціально-економічних прав людини і реалізує потребу працювати задля отримання матеріального добробуту і дає можливість розвиватися духовно в умовах свободи і гідності, економічної захищеності та за рівних умов із всіма. Це право закріплено в ст. 23 „Загальної декларації прав людини”, ст. 6 „Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні права”, ст. 1 „Європейської соціальної хартії (переглянутої)”, ст. 6 „Сан-Сальвадорського протоколу до Американської конвенції про права людини”, ст. 15 „Африканської хартії прав людини і народів”. Можливість заробляти собі на життя працюю, яку людина сама для себе вільно обирає чи на яку вільно погоджується, є змістом права на працю, що визначається згідно зі ст. 43 Конституції України. [Селезень, Яворська 2014].

Саме генерація молодих людей є найвразливішою і соціально незахищеною категорією населення. Український ринок праці зараз переповнений кадрами, відбувається скорочення робочих місць, а достатньої кількості нових посад просто немає. У зв'язку з відсутністю практичного досвіду, а інколи і недостатньою теоретичною підготовленістю молодь втрачає в конкурентоспроможності на ринку праці.

Тому в сучасних умовах, як ніколи, актуальним є розгляд проблеми стосовно працевлаштування молоді в Україні. Оскільки у час, коли світова економіка глобалізується, проблема використання свого права працювати є нагальною для всього українського суспільства. Тому наукові дослідження у сфері працевлаштування молоді на сьогодні є вкрай першочерговими.

Чинне вітчизняне законодавство ще не спроможне розв'язати усі проблеми працевлаштування молоді у сучасних реаліях. Закон України «Про зайнятість населення» і проєкт Трудового кодексу України теж не містять принципових новел у цій сфері, у зв'язку з чим можливість молодого покоління до самореалізації у трудовій діяльності й досі не знаходить достатнього правового забезпечення. Тому наукові дослідження у сфері працевлаштування молоді на сьогодні є вкрай актуальними [Лазор 2012: 9].

Невизначеною є ситуація із працевлаштуванням молоді в Україні. У Конституції є законодавчо закріплені гарантії та норми. Проте,

не завжди вони працюють у реальному житті. Молодь, під час пошуку роботи, зіштовхується з типовою проблемою: роботодавець очікує отримати вже кваліфікованого працівника, котрий відразу ж буде справлятися з тим обсягом роботи, що вимагає керівництво, буде виконувати всі обов'язки та доручення, покладені на нього. Додає складнощів ситуація на ринку праці – роботодавець може обирати з-поміж величезної кількості незайнятої робочої сили.

Ще однією проблемою є підготовка майбутніх працівників. Отримані знання, навички і вміння не завжди відповідають очікуванням потенційних роботодавців. Молода людина не може вдало пояснити наймачам, чому саме вона повинна займати конкретне робоче місце та гідно виконувати покладені на неї обов'язки.

«От ми недавно говорили з дівчинкою – вчиться на третьому курсі юридичного факультету ЛНУ. Вона дуже-дуже точно сказала.

Людина, яка закінчує університет і не має досвіду, володіє теоретичними знаннями. І то не завжди вони згодяться. Бо, зазвичай, те, що вчимо в університеті, не дуже підходить до ринку і потреб роботодавців.

Тож така людина не є потужним конкурентом на ринку. І матиме менше шансів знайти хорошу роботу. Як на мене, переконлива перевага» [Синеокий 2018].

Працевлаштування молоді є однією з важливих соціально-економічних проблем. Це пов'язано з тим, що ринок праці та послуг на освіту, аналогічно із товарним, регулюється законами попиту і пропозиції.

Станом на сьогодні можна виділити декілька основних проблем, пов'язаних із працевлаштуванням молодих людей:

- держава не дає ніяких гарантій, що у молодих спеціалістів будуть робочі місця;
- недотримання вимог законодавства щодо укладання письмового трудового договору з неповнолітньою особою;
- необізнаність із напрямками міграції молодих фахівців;
- держава не сприяє створенню молодіжних центрів праці і не забезпечує їх роботою.

Сучасний український уряд не гарантує, що фахівець буде мати робоче місце. Це – проблема, оскільки саме держава має турбуватися справами молоді і давати можливість офіційно отримувати кошти за виконану роботу. Зараз ситуація в Україні така, що кваліфіковані працівники «знаходять себе» у розвинутіших країнах.

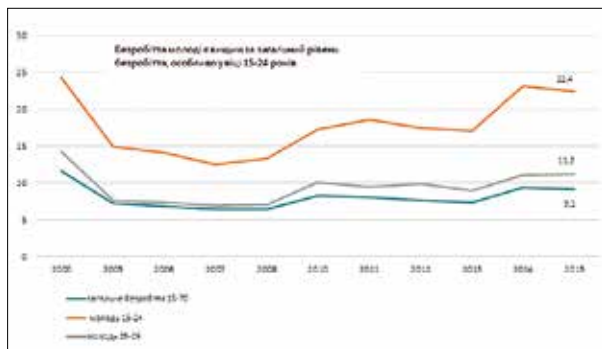
Цю проблему потрібно вирішувати поступово. Насамперед, варто активізувати певні чинники, котрі б розширювали можливості молоді реалізовувати свої плани, а також потрібно проводити заходи, які будуть зменшувати безробіття серед молоді:

- створити біржу праці для молоді;
- вводити в навчальні програми обов'язкове стажування студентів;
- навчати студентів техніці пошуку роботи, самопрезентації та як правильно створювати резюме;
- розповсюджувати матеріали про проблеми із працевлаштуванням;
- запровадити у програмах навчальних закладів курси по техніці пошуку роботи та організації власної справи;
- долучатися до міжнародних програм з обміну студентами з метою стажування та волонтерства.

Оскільки в країні наявна системна криза, попри перспективу працевлаштування української молоді сьогодні все ще залишається нагальною проблемою. Оптимізований підхід із комплексів заходів, спрямованих на довгострокову перспективу, дасть змогу не лише досягти мінімальних зрушень у системі працевлаштування молодих людей у нашій державі, але й дозволить вибудувати нову ефективну і конкурентоспроможну систему вдосконалення кадрів в Україні.

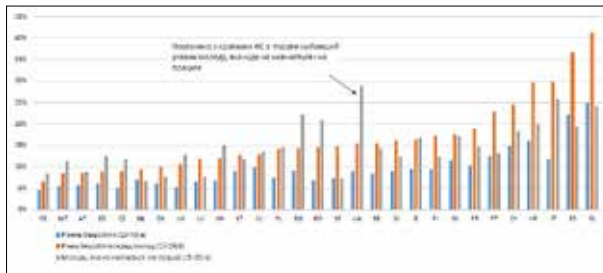
Тут практично повністю відсутній єдиний концептуальний механізм працевлаштування випусників вищих навчальних закладів. Не вивченими є питання щодо прогнозу утворення ринку праці та вибір пріоритетних спеціальностей. Не завадило б змінити і саму систему підготовки випусників ВНЗ, варто враховувати сучасні ринкові вимоги, а не керуватися застарілими принципами та схемами. «На даний момент актуальними постають принципи змінюваності умов середовища та адаптивності суб'єктів і даному середовищі. Країна повинна проводити виважену політику у даній галузі, що дасть змогу в подальшому чітко вивчати потреби такого специфічного ринку, як ринок працевлаштування в Україні» [Свинарчук 2017].

Державна служба статистики України наводить показники безробіття в Україні за 15 років (2000–2015). Вони містяться під назвою “Економічна активність населення України”.



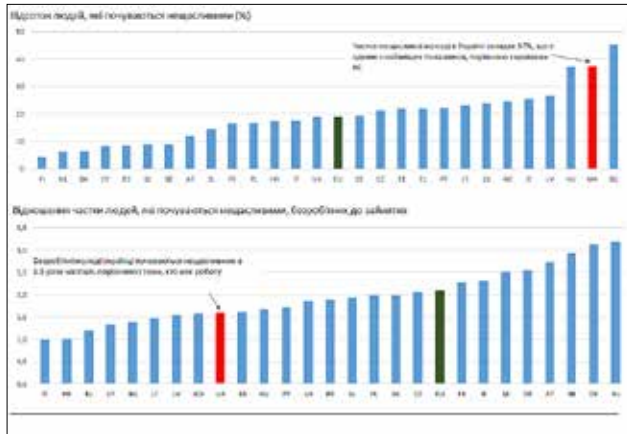
Статистичні дані говорять про те, що рівень безробіття серед молоді віком 15–29 років в Україні у 2015 році складав 15,5% порівняно з 9,1% серед усього населення. Остання світова економічна криза додала ще більшої актуальності питанню молодіжного безробіття, адже у деяких європейських країнах, таких як Іспанія та Греція, рівень безробіття серед молоді сягав 55-60% [Безробіття 2017]. На тлі проблем із працевлаштуванням молоді у деяких європейських країнах ситуація в Україні ще не виглядає вкрай катастрофічною. Однак динаміка зростання безробіття у зв'язку з карантинними заходами і поширенням пандемії коронавірусу COVID-19 на теренах України створює підстави для тривожних очікувань.

За даними „Eurostat. 2017. Unemployment by sex and age – annual average (une_rt_a)” (Джерело даних для UA – Державна служба статистики України. 2016. “Економічна активність населення України 2015”) і „Eurostat. 2017. Youth unemployment rate by sex, age and country of birth (yth_empl_100)” (Джерело даних для UA – Державна служба статистики України. 2016. “Економічна активність населення України 2015”) та „Young people neither in employment nor in education and training by sex, age and labour status” (NEET rates) (yth_empl_150) (Джерело даних для UA – власні розрахунки на основі звіту Державної служби статистики України. 2016. “Економічна активність населення України 2015”) Україна має найвищі показники щодо молодих людей, які ніде не навчаються і ніде не працюють.



Безробіття серед молоді призводить до серйозних наслідків не тільки для економіки держави, але й для морального та психологічного здоров'я суспільства. Така ситуація збільшує кількість індивідів, які відчують невдоволеність власним життям та існуванням соціуму. За даними „Athanasidiades et al. (2016). Report on the impact of the institutional setting and policies on the well-being and health of youth in insecure labour market positions in EU-28 and Ukraine, EXCEPT Working Papers, WP No 7. Tallinn University, Tallinn” [Безробіття 2017] частка нещасливої мо-

лоді в Україні поступається лише одній країні з Європейського Союзу – Болгарії. При цьому безробітні молоді українці в 1,5 рази частіше відчувають себе нещасливими у порівнянні з тими, хто отримав роботу.



Чи не найголовнішою потребою молоді самореалізуватися є спосіб заробітку. Саме тому завжди буде актуальним питання яку, як і де знайти роботу випускнику вищого навчального закладу. Пріоритетною складовою соціальної політики нашої держави можна назвати молодіжну зайнятість. Молодь – це наймасштабніший стратегічний потенціал держави. Це характерна соціально-демографічна група людей, що посідають важливе місце в побудові соціуму і сильно впливають на громадсько-політичне життя країни. Саме молодь, яка знаходиться на етапі пошуку себе, як у працевлаштуванні, так і в соціальному житті, має виняткові риси, котрих не мають громадяни іншого покоління. Молодим людям притаманні атрибути, котрі можна віднести до позитивних трудових ресурсів (якісна кваліфікаційна освіта, прояв ініціативи, нешаблонність мислення, швидке пристосування до умов економіки на ринку, готовність працювати та застосовувати на практиці набуті знання із навчальних закладів) так і до негативних (дефіцит практики та робочих навичок, захмарна самооцінка та не досить реалістичні очікування від майбутньої роботи). Та все ж, попри специфічні психологічні особливості молоді, саме вона володіє найбільшим соціальним, професійним та життєвим потенціалом.

Сьогодні досить велика кількість невеличких підприємств та приватних підприємців не вказують актуальну кількість своїх робітників і офіційно їх не працевлаштовують. Через це багато підрядників не хочуть бронювати робочі місця для майбутніх спеціалістів. А тому маємо проблему із реальними робочими місцями. Це одна із численних

проблем, пов'язаних із працевлаштуванням молодих людей в Україні. Гадаю, щоб вирішити вказану проблему, потрібно ретельніше контролювати використання найманої праці.

Варто впровадити постійний контроль над роботодавцями, це дозволить дізнатися реальну кількість осіб, що працюють. За результатами такого контролю доцільно зобов'язати роботодавців почати офіційно оформляти трудові відносини із робітниками. Це дасть змогу покращити систему резерву місць для працевлаштування молодих спеціалістів.

Потрібно також приділити увагу правовим заходам: «... повинно відбуватися приведення чинної нормативно-правової бази у відповідність до положень Основного Закону України та провідної світової соціальної практики, а також забезпечення якісного та прозорого державного нагляду за підтриманням механізму працевлаштування молоді та випускників ВНЗ в Україні» [Свинарчук 2017].

Необхідно створити дієву систему працевлаштування молоді, котра дасть змогу навчити спеціалістів майбутнього, які розбудовуватимуть різні напрямки держави, керуючись принципами інноваційності, відкритості. Також це дасть змогу виховувати все більше і більше кваліфікованих молодих спеціалістів.

ЛІТЕРАТУРА

- Безробіття серед молоді: дрібниця чи вирок? «Джерела Трускавця», 19.06.2017, <https://djerela.com.ua/analytics/bezrob-ttya-sered-molod-dr-bnitsya-chi-virok> [Доступ: 29.09.2020].
- Лазор А.И. (2012), Труд молодежи в условиях рыночной экономики: новые концептуальные подходы. В: Актуальні проблеми права: теорія і практика : зб. наук. пр. № 23. Луганськ. 9–16.
- Прилипко С.М., Ярошенко О.М. (2008), Трудове право України. Київ.
- Свинарчук А. (2017), Проблематика працевлаштування молоді у сучасному суспільстві. «Business Law Electronic Resource». <https://www.businesslaw.org.ua/pracevlashtyvannya-molodi/> [Доступ: 29.09.2020].
- Селезень С.В., Яворська Л.М. (2014), Працевлаштування молоді в сучасних умовах: економіко-правові аспекти. «Вісник Національного університету Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», № 1 (16), <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/1-130-137.pdf> [Доступ: 29.09.2020].
- Синеокий П. (2018), «Мій досвід – нуль років»: як знайти перспективну роботу, якщо ти студент. «ІА ZIK», 28 лютого, https://zik.ua/news/2018/02/28/miy_dosvid_nul_rokiv_yak_znayty_perspektyvnu_robotu_yakshcho_ty_student_1275441 [Доступ: 29.09.2020].

3. Opinie ekspertów

Homo economicus: aksjologiczne uzasadnienie ekonomicznej sfery ludzkiej działalności

RYSZARD STEFAŃSKI

doktor habilitowany, profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach (Polska)

Abstract: In contrast to the traditional distinction and classification of the departments of philosophy into ontology, epistemology and axiology, the author proposes to start with the anthropocentric concept, in which axiology is definitely the first. For the reader it may be interesting to distinguish values, antitrust and counter-values. The author also agrees with the functional-pragmatic spherical concept of human activity proposed by Oleg Leszczak and proposes to assign to each activity a set of values reserved exclusively for them. For values of economic type, these are primarily work, effect and benefit.

Keywords: axiology • economic values • philosophy • type of human activity

Streszczenie: W odróżnieniu od tradycyjnego wyróżnienia i uszeregowania działów filozofii na ontologię, epistemologię i aksjologię, autor proponuje wyjście od koncepcji antropocentrycznej, w której to aksjologia zajmuje zdecydowanie pierwsze miejsce. Dla czytelnika może być interesujące rozróżnienie wartości, antywartości i kontrwartości. Autor artykułu zgadza się też z funkcjonalno-pragmatyczną sferyczną koncepcją działalności ludzkiej zaproponowaną przez Olega Leszczaka i do każdej z działalności proponuje przypisanie zarezerwowanych wyłącznie dla niej zestawu wartości. Dla wartości typu ekonomicznego są to przede wszystkim praca, efekt i korzyść.

Słowa kluczowe: aksjologia • filozofia • typy ludzkiej działalności • wartości ekonomiczne

W koncepcjach badawczych, ale również w uświadamianych bądź nieuświadamianych postawach światopoglądowych, reprezentowanych przez tzw. zwykłych ludzi, występują dwa opozycyjne punkty widzenia i interpretacji rzeczywistości (czymkolwiek jest) – obiektywistyczny (bezwzględny) oraz antropocentryczny (względny). Z perspektywy **obiektywistycznej** powinno się mówić o niezależnym od wszelkich działań podmiotu bycie jako rzeczywistości bezwzględnej (ontologia); o poznaniu jako informacyjnym wgłębieniu się przez poznający podmiot w istotę tego bytu (epistemologia); oraz o wartościach jako specyficznych bytach samych w sobie, a więc o charak-

terze autotelicznym, gdzie realizacja tych wartości musi być uznana za nadrzędną w stosunku do innych działań (aksjologia). Z perspektywy **antropocentrycznej** nie można mówić o bycie inaczej niż jak o obiekcie czynności podmiotu ludzkiego. Nie występują w tym wypadku odmienne podejścia w zależności od tego, czy byty te mają charakter energomaterialny, czy istnieją (bytują) w formie informacyjnej wyłącznie w świadomości (w doświadczeniu wewnętrznym) podmiotu. I jeden, i drugi rodzaj bytów jest obiektem ludzkiego doświadczenia. Zasadnicza różnica między nimi polega na tym, że pierwsze istnieją czy funkcjonują niejako poza podmiotem, ale możliwe są do odbioru poprzez doświadczenie zmysłowe, natomiast drugie powstają i funkcjonują w doświadczeniu wyłącznie umysłowym – spekulacyjnym.

Jeśli tak, to byt zawsze będzie obiektem doświadczenia podmiotu, gdzie ontologia stać się musi teorią obiektów doświadczenia ludzkiego; efektem doświadczenia poznawczego ma być wiedza, a więc epistemologia – to teoria doświadczenia ludzkiego; z kolei wartość ma być efektem specyficznego doświadczenia, czyli aksjologia – to teoria takiego typu doświadczeń.

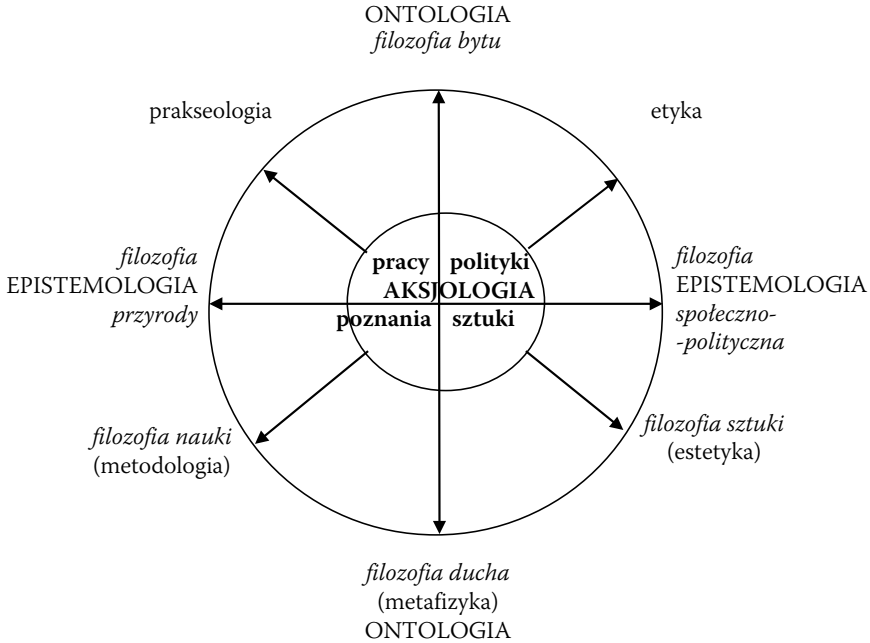
Pomimo tego, w opisach różnych koncepcji filozoficznych przyjęło się wyróżniać takie działy, jak: wspomniane ontologia, epistemologia, aksjologia, a także zalicza się do nich metafizykę, antropologię (nie mylić z nauką o tej samej nazwie!), etykę, estetykę i takich dziedzin, jak filozofia przyrody, filozofia kultury, filozofia życia etc. [*Słownik filozoficzny*]. Nierzadko działy i dziedziny filozoficzne są mieszane. Na przykład filozofia przyrody w postaci kosmologii czasem jest wymieniana jako jeden z działów obok ontologii i epistemologii albo jako jedna z dziedzin. Dla porządku warto zdecydowanie rozróżnić te dwa pojęcia – działu filozofii i dziedziny filozoficznej. Sformułowanie *dział* powinniśmy odnosić do sposobu dywagowania, który ma dotyczyć wszystkich bez wyjątku obiektów metarefleksji, natomiast *dziedzinę* do pewnego pola (fragmentu) przedmiotowego filozofii obszaru. Z tego punktu widzenia oczywisty staje się fakt, że filozofia społeczna, estetyka czy też etyka nie mogą być uznane za działy filozofii, a właśnie za dziedziny filozoficzne. Do działów zatem powinniśmy zaliczać wyłącznie ontologię, epistemologię i aksjologię, a więc te obszary filozofowania, w których badacz stawia pytania: co to jest?, jak to poznać?, jaką to ma dla człowieka wartość? Pojawia się natomiast pytanie: co z antropologią? Jeśli przyjąć antropocentryczny punkt widzenia – a niniejsza praca pisana jest z tej perspektywy – to termin *antropologia* staje się swego rodzaju synonimem *filozofii*. To przecież człowiek określa, czym jest byt, przyjmuje metody jego poznawania, określa, jakie działanie czy postawa ma w sensie aksjologicznym wymiar pozytywny, a jakie – negatywny.

Gdy przyjrzymy się klasycznym pozycjom do przekazywania wiedzy filozoficznej na poziomie akademickim, takim jak epokowe dzieło Władysława Tatarkiewicza [Tatarkiewicz 1988], czy takiej samej wartości dzieła Jana

Legowicza [Legowicz 1986] albo Józefa Bocheńskiego [Bocheński 1993], to z całą odpowiedzialnością można przyjąć, że aksjologia wymieniana jest przeważnie jako trzeci (po ontologii i epistemologii) lub czwarty (po antropologii) dział filozofii. Bez głębszej analizy ukazuje to zdecydowanie obiektywistyczny sposób rozumowania kategoryzującego, w którym z góry zakłada się, że obiektywnie istnieje pewien niezależny od poznającego podmiotu byt, który ontologia powinna odkrywać. Epistemologia ma więc odgrywać służebną rolę w stosunku do tej pierwszej. Tym bardziej w zaprezentowanej kolejności o palmę pierwszeństwa nie może ubiegać się aksjologia. Czyżby? Zadajmy pytanie – dlaczego podmiot ludzki zaprzęta sobie głowę zagadnieniem bytu i męczy swój umysł problemem niebytu? Czy rzecz, która ulega ciągłej zmianie, to prawdziwy byt, czy też prawdziwym bytem może być tylko wieczna i niezmienna idea? Odpowiedź jest następująca – każdy rodzaj działalności ludzkiej, z wyłączeniem stricte procesów fizjologicznych, musi być uzasadniony i uwarunkowany aksjologicznie. Dlatego pytania: co jest?, czego nie ma?, co może być? i konkretne: co to jest? Oraz: jak to poznać? postawi człowiek dopiero wtedy, gdy będzie widział w tym jakąś wartość!

Z perspektywy antropocentrycznej można przedstawić filozofię w zdecydowanie inny sposób. W takim modelu w centrum filozoficznych rozważań powinny znajdować właśnie kwestie aksjologiczne, a nie epistemologiczne czy ontologiczne. Dla lepszego zobrazowania można przedstawić to za pomocą schematu (rysunek 1).

Pierwsza linia ‘górze – dół’ oznacza ontologię, ‘lewa – prawa’ – epistemologię, a centrum – swego rodzaju zwornik – stanowi **aksjologia**. W związku z tym pojawia się pięć przecięć, nazwijmy – punktów kardynalnych. Środek (pierwszy), to właśnie aksjologia, poprzez którą podmiot podejmuje swą działalność za sprawą oceniania i wartościowania, przy czym żadna sfera jego działalności nie jest od tego wolna, dlatego wychodzą z tego centrum promienie na wszystkie kierunki (do wszystkich dziedzin życia). Sferę otaczającą górne przecięcie okręgu przez linię ontologii, możemy nazwać *filozofią bytu fizycznego* (realnego), a sferę otaczającą dolne przecięcie przez tę linię – *filozofią ducha* (metafizyką). Sferę, która otacza lewe przecięcie okręgu przez linię epistemologii, możemy nazwać *filozofią przyrody*, a sferę, która otacza prawe przecięcie – *filozofią społeczną*. Dochodzą jeszcze tzw. sfery pośrednie, dlatego między filozofią bytu a filozofią przyrody występuje sfera **prakseologii** (jako filozofii ludzkiej działalności w dziedzinie realno-praktycznej w obrębie przyrody), między filozofią bytu a filozofią społeczną – **etyka** (jako filozofia praktycznej interakcji międzyludzkiej), z kolei między filozofią przyrody a filozofią ducha – **filozofia nauki** (jako filozofia teoretycznego poznania świata), a między filozofią ducha a filozofią społeczną – **estetyka** (jako filozofia wirtualno-emocjonalnej działalności).



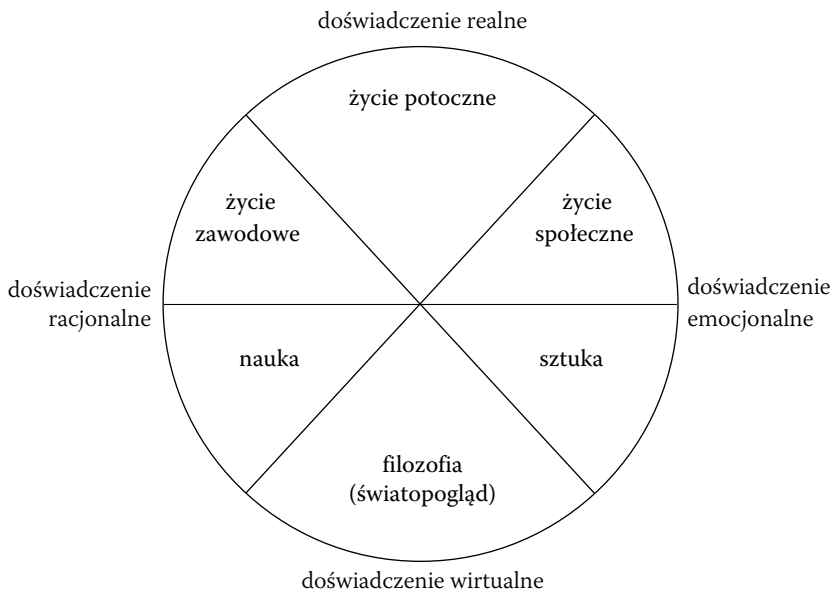
Źródło: Stefański 2014.

Rysunek 1. Antropocentryczny schemat działalności światopoglądowej

W ramach tak rozumianej aksjologii zgodnie z logiką typologizacji da się wyróżnić cztery zasadnicze obszary: **aksjologię pracy**, **aksjologię poznania**, **aksjologię sztuki** oraz aksjologię polityki (czyli aksjologię działalności społeczno-politycznej).

Opisana wyżej propozycja idealnie wpisuje się w funkcjonalno-pragmatyczną sferyczną koncepcję działalności ludzkiej przedstawioną przez Olega Leszczaka. Wymienia on sześć podstawowych dziedzin aktywności człowieka: działalność ekonomiczna, witalna, społeczno-polityczna, estetyczna, światopoglądowa i naukowa. Przedstawione są schematycznie na rysunku 2.

Działalność witalną (inaczej – życie potoczne) możemy przełożyć w całości na przedstawioną na rysunku 1 filozofię bytu oraz – w pewnym zakresie – na filozofię przyrody (jak choćby prowadzenie gospodarstwa domowego), w innym zakresie – na filozofię społeczną tam, gdzie tyczy się to prywatnych (prostych) relacji interpersonalnych. Dziedzina kształtowania światopoglądu odnosi się w całości do filozofii ducha, ale także w części do filozofii przyrody (w zakresie metodologii) i w części do filozofii społecznej (w zakresie estetyki). Zapleczem filozoficzno-swiatopoglądowym dziedziny życia ekonomicznego jest prakseologia [Kolwas 2016: 30], a życia społeczno-



Źródło: Leszczak 2008: 181.

Rysunek 2. Schemat zasadniczych dziedzin doświadczenia

-politycznego – etyka [Sielski 1997: 97]. Życie naukowe czerpie swoje wartości w filozofii nauki, sztuka – w filozofii sztuki.

Treści ontologiczne i epistemologiczne, czyli wiedzę o świecie i człowieku powinniśmy określić terminem *sens* ('treść'), natomiast informacje trzeciego i najważniejszego typu – aksjologiczne – określić możemy mianem *wartości*. Zarówno *sens*, jak i wartości powstają w obrębie światopoglądu, a potocznymi, ekonomicznymi, społeczno-politycznymi, naukowymi czy estetycznymi stają się one po tym, gdy zostaną uwikłane w ten lub inny rodzaj działalności [Leszczak 2010: 341-362]. Same przez się są tylko wiedzą, treścią, znaczeniami. Te same sensory mogą być wykorzystane w różnych dziedzinach życia i poddane raz estetyzacji, innym razem komercjalizacji, unaukowieniu, ideologizacji bądź upotocznieniu. Aby tak się mogło stać, każda z tych dziedzin musi mieć swoje własne pragmatyczne narzędzie. Tymi narzędziami są właśnie wartości.

Na podstawie przedstawionego wyżej schematu zasadniczych dziedzin doświadczenia zaproponowanego przez O. Leszczaka (rysunek 2) można pokusić się o wyposażenie tych dziedzin ludzkiego doświadczenia w elementy aksjologiczne i wyróżnić sześć rodzajów wartości: witalne, ekonomiczne, społeczno-etyczne (ideologiczne), poznawcze, estetyczne oraz światopoglądowe [Stefański 2014: 63].

Osobliwością wymienionych dziedzin jest to, że realizują wytworzone przez światopogląd wartości, lecz same tych wartości nie kreują. Sztuka nie mogłaby powstać przed powstaniem takiej wartości jak piękno, nauka przed powstaniem wartości prawdy, gospodarka przed powstaniem wartości dobra materialnego, życie społeczno-polityczne przed wykreowaniem wartości dobra i ładu społecznego. Ta logika rozumowania wbrew pozorom nie zakłada metafizycznej obiektywności i aprioryzmu ontologicznego wartości. Doświadczenie egzystencjalne, poznawcze, społeczno-polityczne, estetyczne, ekonomiczne jako działania empiryczne bez wątplenia wyprzedza powstanie odpowiednich wartości, lecz dopiero po wykreowaniu ww. wartości wraz z witalnymi (życie i zdrowie) dziedziny te konstytuują się jako życie potoczne, ekonomiczne, społeczno-polityczne, naukowe bądź estetyczne. Wartości określają je, nadają im sens bycia, ustanawiają ich granice, wyznaczają ich cele, nie tworzą ich jednak w sensie ontologicznym. Wartości wykształcane w światopoglądzie realizowane są w poszczególnych dziedzinach doświadczenia (działalności), gdzie pełnią one funkcje pragmatycznych wyznaczników i modeli postępowania. Światopogląd natomiast jest jedyną dziedziną ludzkiego doświadczenia, którą nie jest dziedziną praktyczną, a swego rodzaju metadzieliną w stosunku do pięciu pozostałych. Dziedzina ta jest więc nadrzędna, ponieważ to w niej w sposób uogólniony i abstrakcyjny dochodzi do nadania sensu doświadczeniu ludzkiemu i jego wartościowania.

W oryginalny sposób o wysokich walorach eksplanacyjnych przedstawił to zjawisko Andrzej Wierciński w swojej antropologicznej koncepcji rozwoju światopoglądowego ludzkości, zgodnie z którą światopogląd realizuje dwie specyficznie ludzkie potrzeby: uogólnionego poznania świata i poczucia sensu życia [Wierciński 1994: 87-94; Stefański 2004: 261-270].

Światopogląd jest najbardziej indywidualną formą działalności informacyjnej człowieka, ze względu na to, że każdy ma własny światopogląd i nim się kieruje w swoim życiu. Niemniej jednak podmiot ludzki nie tworzy światopoglądu z niczego. Będąc istotą społeczną, już w drodze socjalizacji ulega wpływom swego otoczenia społeczno-kulturowego. Kreuje go więc pod wpływem innych ludzi. Dlatego nie istnieją wartości stricte indywidualne. W związku z tym, że wartość jest potrzebna do interakcji z innym podmiotem, człowiek musi wierzyć, że to, co dla niego jest wartością, powinno być również wartością dla innego. Dlatego wartości konstytuujące poszczególne sfery działalności człowieka mają charakter populacyjny. W istocie indywidualna może być tylko hierarchia wartości. Przykładem może być kilka osób, dla których ład społeczny może być najważniejszą z wartości, lecz dla każdego z nich może co innego znaczyć i każdy może mieć inaczej skonstruowaną hierarchię. Dla jednego polityka ład społeczny może opierać się na silnej władzy jednostki, dla drugiego zaś na kolektywnych decyzjach. Dla na-

ukowców najważniejszą z wartości jest prawda, z tym że dla jednego prawda to wiedza udowodniona drogą empiryczną i za pomocą indukcji, z kolei dla drugiego jest to byt metafizyczny, który odkrywa się w drodze spekulacji, poprzez dedukcję, trzeci zaś zgadza się z pierwszym odnośnie do antropologicznego charakteru prawdy, lecz nie uważa on indukcji za wystarczająco wartościowy mechanizm uzyskiwania wiedzy [Stefański 2013a: 136-146]. Dla jednego artysty piękno jest przeżyciem indywidualnym i sytuacyjnym, opartym na wrażeniach zmysłowych, natomiast dla drugiego jest to wartość zbiorowa i intelektualna [Stefański 2013a: 146-151]. Dla jednego uczestnika życia ekonomicznego praca jest wartością nadrzędną, wyższą nawet niż jej efekty, zysk zaś zajmować może w tej hierarchii wartości najniższą z pozycji, dla innego zaś zysk decyduje o tym, jaką działalność podejmie i jak ją będzie wykonywał, trzeci z kolei ceni pracę przede wszystkim wtedy, gdy daje ona jakościowy efekt, nie zważając na ilość włożonego wysiłku i zysk. W życiu potocznym dla jednego mężczyzny najważniejsze jest założenie rodziny i dbanie o nią, przy czym przede wszystkim o synów, później o żonę i córki, dla innych najważniejsza jest żona, inne kobiety bądź on sam (egocentryzm). Dla pewnej kobiety życie bez potomstwa jest niespełnione, dla drugiej najważniejsze jest wyjście za mąż, a dla innej – zaspokojenie własnych potrzeb fizjologicznych bądź intelektualnych. Są ludzie, którzy przykładają większą wagę do samego faktu istnienia biologicznego, gdzie każdy sposób na jego podtrzymanie jest dopuszczalny [Piotrowski 2012], inni zaś gotowi są zrezygnować z własnego życia, żeby ratować inne (poświęcenie), lub też rezygnują z niego (samobójstwo, eutanazja), gdy doświadczają cierpienia somatycznego i/lub psychicznego [Stefański 2013b: 262-267]. Dla jednego człowieka najważniejszy jest porządek czy ład społeczny, choćby kosztem wolności indywidualnej, dla innego wolność jednostki zdecydowanie góruje nad innymi wartościami, dlatego godzi się nawet na lekki niedowład władzy państwowej, by nie miała ona pokusy brutalnego sterowania społeczeństwem. Dla jednego prawo powinno dawać przywileje określonym grupom społecznym, według innych – sprawiedliwy porządek opiera się na wręcz arytmetycznej równości [Stefański 2013b: 272-277].

Mając na uwadze powyższe rozważania, trudno znaleźć jednostkę ludzką, która biorąc pod uwagę te wszystkie zróżnicowania, miałaby taką samą hierarchię wartości co inny człowiek. Pod tym względem hierarchia wartości jest najbardziej zindywidualizowaną kategorią. Można się więc w tym miejscu zgodzić z tezą Marka Szulakiewicza, że filozofowie długi czas błędnie, doszukując się absolutnych wartości i jednego idealnego porządku dla wszystkich ludzi i wszelakich ich typów działalności [Szulakiewicz 2006: 109].

Z tego powodu tak często stawiane pytanie: czy jakieś wartości mogą mieć charakter ogólnogatunkowy? – jest nierелеwantne. Uniwersalny jest

tylko charakter samych kategorii wartości/antywartości różnicujących doświadczenie zarówno populacji, jak i jednostek. Każdy reprezentant naszego gatunku jest nosicielem m.in. takich kategorii, jak prawda – fałsz, piękno – brzydota, dobro – zło, porządek – bezład, korzyść – strata, ale ujawniają się one tylko u konkretnej jednostki w ramach funkcjonowania konkretnej populacji [Stefański 2012b]. Co ciekawe, bardzo rzadko, jeśli w ogóle, dochodzi do sytuacji, w których jeden człowiek twierdzi, że jest nosicielem wartości i działa według nich, a drugi, robiąc coś przeciwnego, twierdzi, że jest nosicielem antywartości. Anarchista, niszcząc jeden – zły – porządek, walczy o zaprowadzenie nowego. Dlatego warto w tym przypadku wprowadzić do tych rozważań trzecią kategorię – kontrwartość – swego rodzaju wartość alternatywną [Stefański 2014: 66-67].

W tak krótkiej formie pisemnej wypowiedzi nie sposób omówić wartości wszystkich typów ludzkiej działalności i nie o to chodzi. Niniejszy artykuł ma za zadanie skłonić do zastanowienia się nad wartościami odnoszącymi się do ekonomicznej dziedziny działalności człowieka, która zgodnie z tym, co zostało wyżej przedstawione, z jednej strony ma charakter realny, a z drugiej – racjonalny.

W ramach dziedziny ekonomicznej można wyróżnić następujące trzy podstawowe wartości/antywartości. Są nimi: praca (tworzenie dóbr ekonomicznych) – pasożytnictwo (życie na czyjś koszt), efekt – brak efektu, korzyść – strata. Wartość/antywartość ‘praca – pasożytnictwo’ ma charakter procesualny, dwie następne antynomie mają charakter zdecydowanie przedmiotowo-atrybutywny (charakterologiczny).

Wartością nadrzędną w ekonomii jest efekt w postaci dobra materialnego lub niematerialnego, przynoszącego korzyści materialne [Samuelson, Nordhaus 1998: 25]. Może ona mieć charakter zarówno fizyczny, jak i umysłowy, skierowany na pomnożenie zarówno dóbr materialnych, jak i dóbr niematerialnych. Może też mieć charakter merytoryczny (wykonawczy), jak i pośredni (organizacyjny). Swoje wartości mogą mieć ci, którzy bezpośrednio wykonują pracę (robotnik rolny, budowlaniec, nauczyciel, lekarz, sportowiec, aktor etc.), oraz ci, którym oni w sposób administracyjny podlegają (właściciel rolny, prezes firmy budowlanej, dyrektor szkoły, ordynator, prezes klubu sportowego, dyrektor teatru etc.). W każdej z tych kombinacji mogą występować inne wartości ekonomiczne zarówno w postaci pracy, jak i efektu.

Wartością bezpośrednio powiązaną z efektem jest korzyść jako ekwiwalent semiotyczny efektu (złoto, pieniądze, inne profity). Korzyść może być potraktowana jako pewien rodzaj efektu; w tym przypadku pierwsze dwa rodzaje można nazwać *efektami pierwotnymi*, a korzyść – *efektem wtórnym*. Efekty oraz korzyści mogą mieć różne formy, ponieważ w zależności od da-

nego charakteru działalności ekonomicznej/gospodarczej może występować różny charakter korzyści. Przede wszystkim chodzi o wszelkie profity, nie zawsze przekładalne na konkretny efekt finansowy. Do nich może należeć np. urlop dla poratowania zdrowia, wakacje dla nauczycieli, możliwość przejścia na wcześniejszą emeryturę dla służb mundurowych, immunitet poselski, tzw. deputat węglowy dla górników czy bezpłatne przejazdy kolejowe dla pracowników PKP i ich rodzin.

Relacje w systemie ekonomicznych wartości mogą być różnorakie. Są takie systemy wartości, szczególnie w konsumpcyjnym modelu czy systemie cywilizacyjnym, w których efekt i sama praca są sprowadzone do korzyści, a nawet węższej – zysku, dlatego brak zysku w takich systemach wartości deprecjonuje zarówno pracę, jak i inne jej efekty. W różnych systemach wartości hierarchia między ww. wartościami ekonomicznymi może występować nie tylko w populacjach funkcjonujących w różnych modelach cywilizacyjno-kulturowych, lecz także w ich ramach jest ona różna u poszczególnych jednostek. Otóż dla jednego człowieka sama praca może być wartością samą w sobie, nadrzędną w stosunku do innych wartości ekonomicznych, a niekiedy wartością nadrzędną w stosunku do wszelkich wartości, których jest nosicielem. Dlatego dla niego praca nie musi przynosić zysków, korzyści, a nawet jakichkolwiek efektów. Mało tego: może ją wykonywać kosztem swego zdrowia, czasu, który mógłby poświęcić rodzinie, kosztem relacji międzyludzkich i przeżywania wartości estetycznych. Przykładem niech będzie tutaj osoba pracoholika, dla którego proces pracy jest całym jego życiem. Mniej skrajnym przykładem może być tzw. formalista, który nie przykłada żadnej wagi do efektów pracy, a jedynym wyznacznikiem właściwego wykonywania obowiązków zawodowych jest trzymanie się procedur. Są i tacy, dla których podstawową wartością ekonomiczną staje się efekt. Nie praca czy korzyść, a właśnie efekt. W tym przypadku dwie wcześniejsze wartości przechodzą na dalszy plan. Do takich ludzi należą tzw. perfekcyjniści, dla których praca jest tylko środkiem do osiągnięcia efektu, stąd może występować dążność do racjonalizacji, automatyzacji w taki sposób, by efekt mógł być osiągnięty jak najprędzej i nie zawsze musi iść to w parze z zyskiem. Dla jeszcze innych, być może największej grupy, szczególnie w systemach społecznych opartych na konsumpcyjnym modelu cywilizacyjno-kulturowym, najważniejsza jest korzyść, której najwyrazistszym wykładnikiem jest zysk. Jeśli może on zostać osiągnięty bez pracy (tym lepiej), i nawet w takiej sytuacji (także bez efektów) nie przestałby on być dla nich wartością ekonomiczną. Jako przykład można podać życie z wygranych w grach losowych, dywidend, rent i praw autorskich (również tych dziedzicznych). W tych przypadkach wartość zysku właściwie nie ma bezpośredniego związku z pracą i jej efektami.

Obok wymienionych wartości: pracy, efektu i korzyści, które nabierają pozytywnych konotacji w stosunku do pasożytnictwa, braku efektu i strat, w tej racjonalnej i realnej części ludzkiej działalności powstają alternatywne dla wartości, ale nie tożsame z antywartościami – kontrwartości. Jedną z kontrwartości może być zawłaszczenie efektów czy zysków jakiejś populacji za sprawą grabieży, niekiedy w majestacie prawa, czego przykładem może być odbieranie majątków ludności żydowskiej w okresie Trzeciej Rzeszy. Innym przykładem jest wojna, podczas której najeźdźca grabi napadnięte społeczeństwo i wykorzystuje w sposób niewolniczy jego pracę. Jeszcze innym przykładem nie w skali makro, a mikro, może być przestępstwo o charakterze ekonomicznym, polegające na kradzieży pewnych dóbr (przy czym w tym przypadku fizyczny zabór materialnego mienia tylko formalnie różni się od oszustwa finansowego) czy ogołocenie konta bankowego ofiary. Kontrwartością może być nie tylko przywłaszczenie sobie pracy, jej efektów czy zysków, lecz także zasobów i efektów pracy. Za przykłady kontrwartości mogą posłużyć: tzw. niszczenie konkurencji (choćby przez zaniżanie cen produktów), sabotaż albo celowe zniszczenia wojenne, nie mające bezpośredniego związku ze starciem militarnym. Trzecim, najbardziej skrajnym typem kontrwartościowania ekonomicznego, mającym raczej indywidualny charakter, jest powstrzymywanie się od działalności ekonomicznej, czyli ‘nicnierobienie’. Nie musi jednak ta postawa uznana być za pasożytnictwo, jeśli stać za nią będzie pewna forma protestu kulturowo-cywilizacyjnego, którego wyrazem może być ucieczka od cywilizacji, włóczęgostwo z wyboru, pustelnicтво, asceza etc.

Pochodnymi wartościami ekonomicznymi o charakterze atrybutywnym są ilość i jakość [Leszczak 2015: 11-42]. Ilość możemy odnieść do pracy, efektu i korzyści, natomiast jakość – tylko do efektu. Mierzyć pracę można choćby za sprawą czynnika czasowego (roboczogodzina, dniówka, tygodniówka etc.). Efekt jesteśmy w stanie zmierzyć choćby liczbą upieczonych bułek, tonażem statków, ilością wydrukowanych artykułów naukowych w wysokopunktowanych czasopiśmie (horrendum!), z kolei korzyść – kwotami pieniężnymi lub oszczędzonym czasem (szerzej o różnych dyskursywnych wymiarach kategorii ilościowości zob. [Nobis-Włazło 2020]). Z jakością jest inaczej. Trudno mówić o jakości pracy, która nie daje żadnych efektów. Paradoksalnie nie można też mówić o jakości pracy na podstawie korzyści/zysku ze względu na to, że cena wcale nie musi określać jakości wykonanej pracy. Ilość efektu też nie musi przekładać się na rozważaną w tym miejscu jakość. Jak przenieść na jakość tę czy inną liczbę danych detali, ich wagę, szerokość, długość czy wysokość? Nie jest to możliwe, ponieważ za jakością stoi wartościowanie, czyli uruchamianie czynnika podmiotowego, za ilością ocenianie – uruchamianie czynnika przedmiotowego [Stefański 2012b: 38-39; Leszczak 2002].

Nie powinno więc dziwić, że w sferze produkcji dóbr materialnych musi przeważać czynnik ilościowy w wartościowaniu efektu, a w sferze tworzenia dóbr niematerialnych z założenia przeważa czynnik jakościowy (pożyteczność tego dobra). W odniesieniu do sfery produkcji dóbr materialnych na pierwszy plan wychodzi czynnik ilości produkcji, a jej maksymalizacja ma być jej zasadą. Może być ona efektem na przykład większej wydajności pracy, zmniejszenia czasochłonności produkcji, oszczędności energii, surowców etc. Wydawałoby się, że tego typu działania odnoszą się tylko do pracy typu *stricte* energomaterialnego, jednakże gdy przyjrzymy się takim zawodom, jak aktorstwo, pisarstwo, uprawianie nauki, dziennikarstwo, stan duchowny, bycie policjantem, prawnikiem, parlamentarzystą, czynnik ilościowy nadal odgrywa ważną rolę. Przedstawiciel tych profesji będzie rozliczany przez swoich zwierzchników przede wszystkim według kryteriów ilościowych. Aktor będzie rozliczany z liczby godzin spędzonych na deskach w teatrze, planie filmowym, naukowiec – z liczby opublikowanych prac i zdobytych grantów, dziennikarz rozlicza się tzw. wierszówką, a zarobek pisarza zależy od liczby wydrukowanych czy sprzedanych książek. Prawdopodobnie dochody księdza nie zależą od jakości modlitwy lub stopnia pobożności wiernych, lecz od liczby parafian i stopnia ich zamożności. Policjant rozliczany jest według liczby zatrzymań, wypisanych mandatów, rozpoczętych i zakończonych postępowań oraz ilości godzin spędzonych na służbie. Wysokość dochodu prawnika zależy od liczby prowadzonych postępowań, przy czym otrzymuje on wynagrodzenie nie tylko wtedy, gdy wygrywa sprawę, lecz także wtedy, gdy ją przegrywa, ponieważ rozlicza się przed klientem czy przełożonym z liczby godzin poświęconych prowadzonej sprawie lub liczby stron dokumentów, które sporządził. Co prawda, za wygranie sprawy może on otrzymać wynagrodzenie dodatkowe, choćby w postaci procentu, ale i to ma przecież wymiar ilościowy. Parlamentarzysta bez względu na to, czy kraj znajduje się w rozkwicie gospodarczym, czy w kryzysie, i tak otrzymuje wynagrodzenie uzależnione od obecności na posiedzeniach parlamentu czy na posiedzeniach innej komisji.

Powyższe stwierdzenia nie wykluczają faktu, że praca może być jednak oceniana poprzez kryterium jakościowe, jednakże w dziedzinie działalności ekonomicznej zawsze będzie ono musiało mieć ekwiwalent ilościowy. Na przykład jeden aktor, reżyser, czy pisarz może być ceniony przez publiczność, czytelników czy krytyków bardziej niż inny, mimo tego, że spędzają oni tyle samo czasu na scenie, planie czy przy komputerze i wkładają taki sam wysiłek fizyczny. W tym przypadku mamy do czynienia z renomą, dzięki której za tę samą pracę ceniony artysta może otrzymywać dużo wyższe wynagrodzenie od swego mniej znanego kolegi. Bardzo podobnie może być z naukowcem, który może być bardziej ceniony od innego, choć wystąpili

oni na tych samych konferencjach czy opublikowali taką samą liczbę prac naukowych. Przyczyną tego może być z jednej strony przydatność praktyczna jego odkrycia, pomysłu, np. stworzenie skutecznej szczepionki na Covid-19, czy przydatność polityczna, po wykorzystaniu którego władza polityczna może wzmocnić swoją pozycję, np. skonstruowanie nowego typu broni. Może też dodatkowo – dzięki swej medialności, charyzmie – dobrze prezentować się w mediach. W takich przypadkach jakość naukowca może być przekładana na wysokość przyznawanych grantów, nagród, wynagrodzeń eksperckich, wynagrodzeń autorskich za wydawane książki, propozycje pracy na najbardziej renomowanych uniwersytetach i instytutach badawczych. To samo możemy odnieść do dziennikarza. Z uwagi na renomę dziennikarz może pracować dla wielkich dzienników, stacji radiowych czy telewizyjnych. Dzięki ich poczytności, słuchalności, oglądalności będzie otrzymywał on dużo większe wynagrodzenie od swych kolegów po fachu, pracujących w niszowych gazetach, stacjach radiowych, stacjach telewizyjnych czy portalach internetowych. Ksiądz obdarzony wielkim autorytetem czy sympatią wiernych może być hojniej przez nich wspierany, może też być awansowany przez swojego zwierzchnika. Uznany prawnik, który ma na koncie szereg wygranych trudnych spraw, otrzymuje za taki sam wkład pracy, co jego mniej uznany kolega, znacznie większe wynagrodzenie. Ceniony przez zwierzchników policjant wspina się po szczeblach kariery, otrzymuje kolejne stopnie, co wiąże się z wyższym wynagrodzeniem. Wbrew pozorom, stopnie w służbach mundurowych nie mają wcale jakościowego charakteru, ponieważ znajdują się w ilościowym szeregu hierarchicznym. W przypadku parlamentarzysty aspekt jakościowy – docenianie jego pracy przez partyjnych przełożonych i wyborców – przekładać się może na ilość w sytuacji umiejscowienia na liście wyborczej i jego wyboru na kolejną kadencję, co wiąże się z gwarancją zapewnienia sobie i swojej rodzinie bytu na kolejne lata.

Warto zwrócić uwagę na pewną regularność: w pracy umysłowej dostrzegamy wzrost znaczenia czynnika ilościowego w miarę przechodzenia od czynności merytorycznych do czynności organizacyjno-pośrednich, natomiast w pracy fizycznej ta relacja jest odwrotna: pracę merytoryczną (np. robotnika czy rolnika) łatwiej jest wymierzyć ilościowo, natomiast pracę administratora czy zarządcy trudniej, ponieważ wiele zależy od wskaźników jakościowych.

Wartości ekonomiczne, tak samo jak wartości witalne, mogą być zróżnicowane w aspekcie populacyjnym [Leszczak 2009: 13-26]. Powszechnie uznaje się, że w społeczeństwach protestanckich praca jest wartością nadrzędną w odróżnieniu choćby od społeczeństw katolickich czy prawosławnych. Za ojców takiej aksjologicznej postawy uznaje się Marcina Lutera (1483–1546),

a nade wszystko Jana Kalwina (1509–1564). Przyjmowali oni, wbrew dotychczasowej doktrynie występującej wśród europejskich chrześcijan, że każda praca, która wykonywana jest ku chwale Bożej, nabiera wymiaru etycznego. To ich poglądy przyczyniły się do powstania nowego ładu społeczno-gospodarczego, który nazywamy kapitalizmem. Zalecane skromne życie i uczciwa praca jako swego rodzaju modlitwa musiały z czasem przynieść kumulacje kapitałów, inwestycje i reinwestycje. Max Weber, wybitny socjolog i religioznawca przełomu XIX i XX wieku twierdził, że w tym tkwi główny powód wyższego poziomu rozwoju państw protestanckich nad katolickimi czy prawosławnymi [Krasnodębski 1999: 54-57]. Z protestanckiego podejścia do pracy rodzi się tzw. duch kapitalizmu, który był zwiastunem „czysto racjonalnych poglądów na życie” [Weber 1999: 169]. Socjolog zasugerował w ten sposób, że niezwykle utrudnione jest funkcjonowanie kapitalizmu bez ww. pierwiastka religijnego.

Warto pamiętać, że aż do końca XIX wieku w katolicyzmie praca była traktowana jako kara za grzech pierwszych rodziców (dlatego arystokraci uważali, że są w mniejszym stopniu naznaczeni tym grzechem). Co ciekawe, podobne zjawisko obserwujemy w systemie podziału społecznego Indii, gdzie stosunek do pracy jest uzależniony od przynależności do danej kasty. Negatywny stosunek do pracy w prawosławiu, którego cechą doktrynalną jest transcendentyzm, być może wynika z braku szacunku do prywatnej własności i, szerzej, do dóbr materialnych, na dodatek z ucisku klasowego i braku bezpośredniego przełożenia pracy na efekt i korzyść. Ciekawe z tego punktu widzenia może być spojrzenie na dekalog (tutaj bez znaczenia jest, której religii i wyznania) lub pięć filarów wiary w islamie. W obydwu tych drogowskazach moralnych tych trzech „religii Pisma” nie ma wymienionej takiej wartości jak praca. Pośrednio jednakże w dekalogu mowa jest w postaci nakazu święcenia dnia świętego, który został zinterpretowany w judaizmie jako bezwzględny zakaz jakiegokolwiek pracy, nawet tej domowej, co być może świadczy o dwóch wymiarach hebrajskiego obrazu świata: pracowitości na co dzień oraz ostrym przeciwstawieniu pracy jako *profanum* i święta jako *sacrum*. U katolików i prawosławnych idea pracy została skojarzona przede wszystkim z pracą zarobkową i fizyczną, dlatego też święcenie dnia świętego nie przeszkadza im często w wykonywaniu drobnych prac domowych i w żadnym przypadku nie dotyczy pracy intelektualnej. Co ciekawe, za pracę nie uznawano też profesji/sztuki rycerskiej, dlatego dzień święty nie przeszkadzał w prowadzeniu wojen, czy uskutecznianiu pojedynków pomiędzy przedstawicielami klasy szlacheckiej.

Wartość pracy w doktrynie Kościoła katolickiego oficjalnie została doceniona dopiero przez Leona XIII w encyklice *Rerum novarum* z 1891 roku, w której wartość tę papież zestawiał z wartością godziwego życia. Praca

ma dać robotnikowi i jego rodzinie możliwość zaspokojenia jego potrzeb fizycznych i duchowych oraz zebranie choćby najmniejszych oszczędności dla zorganizowania własnego warsztatu pracy [Leon XIII]. Była to reakcja na trwającą już od kilkudziesięciu lat ekspansję myśli socjalistycznej w łonie proletariatu Europy Zachodniej [Stefański 2012a: 66-67].

Wydawałoby się, że Karol Marks (1818–1883) bardzo mocno akcentuje wartość pracy, ale w istocie właściwą wagę przykłada on do tych, którzy ją wykonują. To robotnicy, jego zdaniem, stanowią wartość samą w sobie, dlatego zasługują na życie w dostatku, jednakże burżuazja (właściciele środków produkcji), dla której zysk jest najwyższą z wartości, odbiera im to prawo. Dlatego konieczna jest rewolucja, by tym razem to klasa robotnicza jako awangarda społeczna zaprowadziła swój nowy sprawiedliwy porządek [Kołodowski 1988: 191-194]. Zrealizowanie marksowskiej koncepcji „społecznego dobrobytu” zakłada zburzenie za sprawą rewolucji starego porządku, co tylko pokazuje, że w aspekcie wartości społecznych socjalizm nie jest antywartością w stosunku do komunizmu, a właśnie kontrwartością.

Kryzys lat 30. XX wieku przyczynił się do uznania ingerencji państwa w gospodarkę. Koncepcje Johna Maynarda Keynesa (1883–1946) oraz Michała Kaleckiego (1899–1970) rzuciły światło na ekonomię nie od strony podaży, a popytu. Przez to zbliżyły ekonomię z jej wartościami do polityki. Wielkie centralne inwestycje, a przez to wpływ państwa na zatrudnienie, regulacja stóp procentowych, zwiększenie dobrobytu miało być i było remedium na kryzys. Wyjście z kryzysu powojennego oraz integracja europejska nie byłyby możliwe bez takiej polityki [Kołodko 2013: 127-128].

W podsumowaniu, wracając do głównego wątku rozważań, należy stwierdzić, że obok stricte adekwatnych wymienionych wcześniej kontrwartości, często występują również w dziedzinie ekonomicznej kontrwartości nieadekwatne, tzn. zamiast wartościowania na podstawie jakości czy ilości pracy i efektu (ewentualnie zysków) przedsiębiorca czy konsument kieruje się racjami witalnymi (nepotyzm, mobbing, molestowanie), ideologicznymi (protekcjonizm, nieformalne układy, dążenie do monopolu), naukowymi (fetyzowanie high-tech czy innowacyjności).

BIBLIOGRAFIA

- Bocheński J. (1993), *Zarys historii filozofii*, Kraków.
 Kolwas S. (2016), *Humanocentryczne aspekty prakseologii Kotarbińskiego*, „Zeszyty Naukowe – Organizacja i Zarządzanie”, nr 65.
 Kołodowski L. (1988), *Główne nurty marksizmu*, Londyn.

- Kołodko G.W. (2013), *Dokąd zmierza świat. Ekonomia polityczna przyszłości*, Warszawa.
- Krasnodębski Z. (1999), *Max Weber*, Warszawa.
- Legowicz J. (1986), *Historia filozofii średniowiecznej*, Warszawa.
- Leon XIII, *Rerum novarum. O kwestii socjalnej, 15 V 1891 r.*, http://www.rzeczynowe.pl/rerum_novarum_tekst_encykliki.html; [dostęp: 9.10.2020].
- Leszczak O. (2002), *Metodologiczne zasady wartościowania i wartość jako koncept metodologiczny*, w: *Dialog. Komparatystyka. Literatura*, red. D. Ulicka, E. Kasperski, Warszawa.
- Leszczak O. (2008), *Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia. t. 1, Funkcjonalno-pragmatyczna metodologia badań lingwosemiotycznych*, Kielce.
- Leszczak O. (2009), *Lingwosemiotyczna teoria doświadczenia, t. 2, Doświadczenie potoczne a językowy obraz świata*, Kielce.
- Leszczak O. (2010), *Lingwosemiotyka kultury. Funkcjonalno-pragmatyczna teoria dyskursu*, Toruń.
- Leszczak O. (2015), *Krytyka konceptualna kategorii ilości i jakości: fenomen vs. pojęcie*, „The Peculiarity of Man”, nr 21.
- Nobis-Wlazło K. (2020), *Лексическая семантика количественности: дискурсивный анализ*, Kielce.
- Piotrowski R. (2012), *Aksjologia kanibalizmu*, „The Peculiarity of Man”, nr 15.
- Samuelson P., Nordhaus W. (1998), *Ekonomia*, t. 1, Warszawa.
- Sielski J. (1997), *Pierwotne kategorie aksjologicznej analizy decyzyjnej*, Katowice.
- Słownik filozoficzny* (2004), red. A. Aduszkiewicz, Warszawa.
- Stefański R. (2004), *Homo illuminatus!? Historiozoficzna antropologia francuskiego Oświecenia*, Toruń.
- Stefański R. (2012a), *Konsumpcjonizm a kapitalizm*, „The Peculiarity of Man”, nr 15.
- Stefański R. (2012b), *Wartość jako konflikt*, „The Peculiarity of Man”, nr 16.
- Stefański R. (2013a), *Recepcja świata przez pryzmat wartości naukowych i estetycznych*, „The Peculiarity of Man”, nr 17.
- Stefański R. (2013b), *Fundamentalne wartości w realnych dziedzinach ludzkiej działalności*, „The Peculiarity of Man”, nr 18.
- Stefański R. (2014), *Granice Europejskości. Analiza aksjologiczno-politologiczna*, Toruń.
- Szulakiewicz M. (2006), *Dialog i metafizyka*, Toruń.
- Tatarkiewicz W. (1988), *Historia filozofii*, t. 1–3, Warszawa.
- Weber M. (1999), *Duch kapitalizmu*, w: *Max Weber*, Z. Krasnodębski, Warszawa.
- Wierciński A. (1994), *Magia i religia. Szkice z antropologii religii*, Kraków.

Гроші у фольклорі

ОКСАНА ЛАБАЩУК

Доктор філологічних наук, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (Україна)

Abstract: The chapter studies the motive of money as well as its reflection in the mythological and folklore tradition. Money being a symbol of power, which people wanted to obtain, could also curse or cause death to its owner. In folklore, productive are the narratives about hidden treasure as well as the possibility of magical enrichment by obtaining an unchangeable coin that returns to its owner. Modern mythological ideas present a significant number of beliefs, sayings and narratives about money, possibilities to enrich oneself as well as the impact of money on human destiny. Common to all historical periods is the idea of seeking wealth as well as various ways to achieve it. At the same time, money is magically connected to the afterlife, not being able to bring happiness to a person.

Keywords: folklore narrative • modern folklore • money in folklore • mythological ideas • tradition • traditional folklore

Streszczenie: Rozdział dotyczy odzwierciedlenia motywu pieniędzy w tradycji mitologicznej i folklorystycznej. Pieniądze były symbolem władzy, przedmiotem pożądania, a jednocześnie były odbierane jako coś, co może powodować klątwę i śmierć właściciela. W folklorze nierzadkie są narracje o ukrytym skarbie i opowieści o możliwości magicznego wzbogacenia się poprzez zdobycie kostki – monety, która wraca do właściciela. Współczesne idee mitologiczne znajdują odzwierciedlenie w wielu wierzeniach, powiedzeniach, opowieściach o pieniądzach, sposobach wzbogacenia się, wpływie pieniędzy na ludzki los. Wspólna dla wszystkich epok historycznych jest idea, że człowiek pragnie bogactwa i szuka różnych sposobów na jego zdobycie, ale jednocześnie pieniądze są w sposób magiczny związane z życiem pozagrobowym i nie mogą przynieść człowiekowi szczęścia.

Słowa kluczowe: folklor tradycyjny • folklor współczesny • idee mitologiczne • narracja folklorystyczna • pieniądze w folklorze • tradycja

На перший погляд, гроші можуть бути об'єктом дослідження для економіста, соціолога, історика, але аж ніяк не гуманітарія: мовознавця, історика, фольклориста, літературознавця, де науковців передусім цікавлять мовні та мовленнєві явища, історичне минуле, літературні твори, світоглядні уявлення, обряди та тексти, що їх супроводжують. Однак сьогодні гроші, багатство, майнові відносини між людьми ста-

ють об'єктом наукового зацікавлення для гуманітаріїв різних галузей знань.

Розглянемо, яким є ставлення до грошей, різних способів, як їх здобути і втримати, що ховається за уявленням про існування «чистих» і «нечистих» грошей, яке має місце як у традиційному фольклорі, так і у фольклорних текстах модерної та постмодерної доби. Як зазначають Олександра Архіпова та Якоб Фрухтман, «гроші не сприймаються ні як економічний об'єкт, ні як економічний засіб отримання чи примноження грошей, тобто не асоціюються з монетарними властивостями, а виявляються амбівалентним магічним інструментом: у традиційному магічному світі за їх допомогою лікували, виганяли біса, наводили порчу, але в рідкісних випадках (якщо не враховувати уявлень про нерозмінний карбованець...), гроші були направлені на збільшення особистого доходу» [Архіпова, Фрухтман 2013: 147].

Про те, що у ставленні до грошей є якісь особливі, не зрозумілі з першого погляду смисли, свідчить хоча б те, що ми відчуваємо певну незручність, коли просимо когось оплатити зроблену нами роботу чи надану послугу, виконану приватно, чи самі «дякуємо» грошима.

У статті планується розглянути фольклорні тексти традиційного суспільства, у яких відображається уявлення селянина про гроші, а також сучасні тексти, прикмети, повір'я, що дозволяють зрозуміти, як сфера грошей міфологізується та фольклоризується нашими сучасниками.

Матеріалом для статті послужили як записи традиційного фольклору, так і сучасні фольклорно-міфологічні уявлення українців про гроші, які подаються переважно за записами та спостереженнями автора статті. Ці записи здійснювалися від початку 90-х років ХХ століття переважно на теренах Західної України і зберігаються в особистому архіві автора. З етичних міркувань ми не подаємо прізвища наших співрозмовників, як це прийнято в сучасних етнологічних та фольклористичних дослідженнях [Зависка 2006]. У тому, що таке локальне обмеження не відображає специфічно західноукраїнську традицію, а є релевантним для усього пострадянського простору, нас переконують публікації колег-фольклористів [Архіпова, Фрухтман 2013; Белова 2013; Богданов 2001].

Найбільш повно уявлення селянина про гроші, багатство, способи збагачення відображено у традиційних народних переказах та легендах. Записи на цю тему знаходимо у збірках Володимира Гнатюка [Гнатюк 1911; Гнатюк 1912; Гнатюк 2000], Філарета Колесси [Колесса 1898], Володимира Шухевича [Шухевич 1908]. Цікаві спостереження над антропологією грошей у традиційній і сучасній культурі слов'ян містяться у розвідках Олександри Архіпової та Якоба Фрухтмана [Архіпова,

Фрухтман 2013], Ольги Белової [Белова 2013], Микити Петрова та Андрія Мороза [Петров, Мороз 2013], Костянтина Богданова [Богданов 2001; Богданов 2013] та інших дослідників, статті яких увійшли до 18 випуску журналу «Антропологічний форум» та збірки «Фетиш і табу: Антропологія грошей в Росії».

Звісно, міфологізація грошей, а ще раніше золота, скарбів та дорогоцінних прикрас розпочалася задовго до появи слов'ян і має власну історію. Найбільш ранні свідчення про скарби і проклятий скарб знаходимо в уявленнях давніх скандинавів. У «Старшій Едді» та «Молодшій Едді» читаємо розповіді про те, як бог Локі зловив сіткою карлика Андварі, що плавав у воді у вигляді щуки, і відібрав у нього золоті скарби. Серед тих скарбів був і золотий перстень, що мав чарівну властивість примножувати багатство. На цей перстень Андварі наклав прокляття: кожного, хто ним володітиме, чекає смерть [Мифы 1982: 68]. Саме цей міф слугував одним із джерел при написанні Дж. Толкіном відомої трилогії «Володар персня». За скандинавськими та давньогерманськими міфологічними джерелами, кожен наступний володар скарбів Андварі помирав від рук того, хто хотів ними заволодіти. Легендарний давньогерманський герой Зігфрід (Сігурд) здобув ці скарби, вбивши дракона Фафніра. Саме під назвою «скарби Нібелунгів» розповіді про проклятий скарб увійшли в світову літературу (давньогерманський народний епос «Пісня про Нібелунгів») [Мифы 1982: 214-215].

Тема грошей найповніше представлена у фольклорній прозі: за спостереженнями фольклористів, із 2400 сюжетних рубрик покажчика «Порівняльний покажчик сюжетів східнослов'янської казки» теми грошей торкаються 135 [Богданов 2013: 272]. Відображена тема грошей також у прислів'ях та приказках, однак тут українській фольклористиці бракує не описово-систематизуючого, як у монографії М. Пазяка [Пазяк 1984], а аналітичного дослідження матеріалу, яке б розкривало хudoжньо-образну картину світу народних паремій.

Типовими мотивами традиційної фольклорної прози є численні розповіді про закляті скарби, їх попередніх власників та способи їх здобуття. За народними уявленнями, що побутували у Карпатах, кожним скарбом, що не був вчасно забраний господарем, заволодіє чорт [Славянские древности: 500]. Скарби належать опришкам (Олексі Довбушу), козацьким гетьманам (Іван Мазепа). Найчастіше скарби ховаються разом із закляттями: заволодіти скарбом може лише той, хто виконає умови закляття. Найтиповішими є замовляння «на чийсь голову» - людську або ж голову домашньої тварини чи птаха. Скарби виходять на поверхню на великі свята: Івана Купала, Вербну неділю, Різдво, Новий рік, Великдень тощо. Найчастіше на місцях скарбу можна помітити вогонь або світло.

Допомогти знайти скарб може цвіт папороті або плакун-трава. Людина, яка знайшла скарб, здебільшого буває нещаслива, хворіє і швидко помирає [Славянские древности: 500-502].

Найтиповішими мотивами легенд і переказів про скарби є способи здобуття грошей, складнощі з отриманням скарбу, кари і прокляття на голову тих, хто скарб віднайде.

Запорізькі клади скрізь закляті: скільки б людей їх не копало – не даються! Мій чоловік сам ходив. От викопали вони так, як великий погреб – увійшли; ну а взять нічого не можна! Треба одмолитися на стільки років, на скільки він заклятий! [Українські міфи 1992: 116].

В Україні існувало повір'я про духів, які стережуть скарби, – скарбників:

Аж коли воно виходить та й сіло на другому каменю недалеко від них і дивиться, а далі й заговорило:
– Копаєте, каже, а чи ж ви принесли голову, щоб туди покласти? [Українські міфи 1992: 116].

Як часто буває у фольклорі, сюжет про складність виконання якої-небудь магічної дії перетворюється у розповідь про спритних людей, які вміло ці заборони обходять. У переказі «Як невістка забрала свекрів скарб» розповідається про невістку, яка підгледіла, що свекор закопує гроші в садку, при цьому вимовляючи закляття: «Яка рука загрибала, щоб та й одгрибала». Згодом, коли свекор помер, хитра невістка знайшла спосіб виконати поставлену умову:

Діждалася невістка ночі, взяла під бік мерця та з ним – у сад. У саду поклала його коло ями, де були закопані гроші, та його ж рукою почала відгрибати яму. Відгрибає, а сама й каже (тричі):

*Якою рукою загрибав, такою й одгрибаю.
Зібрала всі гроші, мерця внесла в хату, а тоді поклікала людей та й давай тужити за покійником* [Українські міфи 1992: 120].

Тут ми маємо справу з однією із функцій фольклору: все те, що було серйозним чи страшним, повинно стати комічним.

Цей аспект публічного дискурсу про економічні цінності представлено і у нашій монографії. Те, яким чином сміхова культура болгар адаптує та переомислює цілком серйозну тему економічних відносин у суспільстві пише Тетяна Володарська [Володарська 2020]. У її роботі проведений змістовний аналіз народного гумору та політичної сатири у сучасній Болгарії. Водночас застереження викликає лише один

аспект. Дослідниця зазначає: «Сатира не має відкритого суспільного і культурного адресата і знущається з суто болгарського. Це має скоріш деструктивний вплив на психологію болгар і руйнує цінності, що болгари вистраждали в історії» [Володарська 2020]. Але ж вміння нації посміятися над своїми вадами є свідченням її зрілості. Це прояв тієї самої сміхової культури, про яку авторка згадує нижче [там же]. Те, що тема політичної іронії та сарказму є чи не найвагомішою формою соціального спротиву діючій владі в сучасній Польщі, засвідчує глибока та іронічна праця Олександри Зебжовської з першого розділу даної монографії [Zebrzowska 2020].

Наступний мотив фольклорних наративів про гроші, узагальнюючи, можна сформулювати наступним чином: знайдені гроші віщують нещастя. Прикладом може слугувати легенда, записана В. Гнатюком із красномовною назвою «Гроші – то смерть» [Гнатюк 1911: 136]. За легендою, пан і слуга навмисне залишили гроші на мості, щоб поспостережати, хто їх візьме. Жебрак побачив гроші, але не взяв їх. А троє приятелів знайшли гроші й узяли їх, вирішивши купити за них випивку. Поки двоє друзів ходили по вино, третій підстеріг їх і убив, вирішивши, що і гроші, і вино належатимуть йому. Однак вино було отравленим, тож і третій приятель загинув, так і не скориставшись дармовими грошима.

Ще одним цікавим фольклорним мотивом, пов'язаним із грошима, є легенда про нерозмінний карбованець. В Україні найбільш повні записи згаданого матеріалу здійснили В. Гнатюк, В. Шухевич та Ф. Колесса у Карпатському регіоні.

Такий нерозмінний карбованець у місцевих говірках мав назву інклюд або анклюд. Вважали, що ця монета, скільки би разів її не витрачали, обов'язково повертається до свого господаря.

У записах В. Шухевича знаходимо такий запис щодо здобуття анклюда. У понеділок ввечері належало взяти гріш і покласти у чобіт під ліву п'яту. Далі потрібно було дев'ять діб носити чобіт, не знімаючи його, не вмиватися, нікуди не ходити і ні з ким не розмовляти, не хреститися і не молитися Богу. Гріш почне пекти п'ятку, але слід терпіти. Тоді з'явиться чорт і скаже, що чоловік зробив собі те, що хотів мати, тобто, здобув анклюд [Шухевич 1908: 213]. Як бачимо, нерозмінний карбованець неможливо здобути без втручання нечистої сили.

Іншим способом збагачення є здобуття собі хованця – особливої істоти, яка носитиме багатство до хати свого господаря. Такого хованця можна добути з півнячого яйця або яйця-зноска, яке треба носити під пахвою дев'ять днів. При цьому забороняється вмиватися, хреститися і розмовляти. Такого хованця потрібно годувати несоленою їжею [Хобзей 2002: 173-174].

Отримати анклюд можна було від представника іншої віри, попередньо зрікшись Христа, наприклад, у єврея [Гнатюк 1912: 226].

Анклюд можна було випадково упізнати серед інших монет. Для цього кожну монету, перед тим, як покласти її до гаманця, потрібно було прикусити зубами. Вважали, що така монета, потрапивши «на зуб», вже ніколи не залишить свого господаря [Шухевич 1908: 214].

Щоб забезпечити собі багатство, українські селяни зверталися до різноманітних магічних засобів та мантичних практик. З першим купанням зозулі пов'язувалася можливість забезпечити собі достаток на весь наступний рік:

Як перший раз закувала зозуля, то старалися мати в кишені гроші і казали: «Маю, маю». Це для того, щоб водилися гроші [АА, додаток I, № 4.10].

Коли почувеш уперше зозулю і є у кармані гроші, то скажи: «Зозуля кує, а в мене гроші є». Тоді на протязі цілого року матимеш гроші і ніяк із них не виведешся [ІМФЕ, Ф. 1-дод, од. зб. 628, арк. 8] [Лабащук 2004: 57].

У традиційному і сучасному фольклорі є ще одна універсальна заборона, яка повинна була вберегти від бідності: заборона свистіти у хаті, адже таким чином можна «просвистіти» усі гроші. Загалом свист – дія, що у традиційній культурі могла використовуватися для приманювання чорта [Плотникова 1999].

Ще однією надзвичайно розповсюдженою забороною було змітати кришки хліба зі столу голою рукою, мовляв, хліба у хаті ніколи не буде. Цікаво, що ця традиційна заборона сьогодні зазнала семантичної трансформації: не можна змітати рукою кришки зі столу, бо грошей не буде [Інтерв'ю 3].

Цікаво, що у ставленні до грошей дивним чином поєднуються уявлення про їх зв'язок з нечистою силою, «неправедність» добутих грошей і, водночас, численні повір'я, прикмети, магічні та мантичні практики, покликані привернути гроші і забезпечити добробут. Цьому є пояснення, що традиційний фольклор, який є у нашому розпорядженні, сформувався і побутував у селянському середовищі. Для селян велике багатство було нетиповим, нехарактерним і маркувало швидше людину, що не належала до селянської спільноти: пана, купця, корчмаря, лихваря тощо. Як зазначають російські дослідники: «Людина багата є не типовою для села постаттю і сприймалася (а частково сприймається й до сьогодні) як така, що отримала багатство неправильним і неправедним шляхом, часто за участю потойбічних сил. <...>саме ця ідея є основою для міфологізації багатія і багатства загалом у міфологічних нарративах та обрядових практиках» [Петров, Мороз 2013: 289].

З цього погляду закономірними є висновки розділу авторства Катерини Трачук про те, що українські прислів'я демонструють амбівалентне ставлення селян до грошей. З одного боку багатих людей засуджували, приписуючи їм цілий спектр негативних рис, з іншого – достатку і добробуту прагнули, намагаючись отримати його у різний спосіб, у тому числі, не хтуючи магією [Трачук 2020]. Проблема традиційного, народного бачення грошей і багатства досить широко відображена у першій частині нашої монографії. Важливість народної оцінки людини праці та нероби демонструє праця Дарії Яшиної, яка аналізує діалектні словники Псковської та Новгородської областей з точки зору вживання відповідної лексики. Дослідниця виявляє прагматичну важливість усіх найменувань людини у її ставленні до праці [Яшина 2020]. Народна свідомість часто ідеалізує бідність. Простий, бідний чоловік доволі часто є носієм неабияких чеснот, серед яких чесність, працьовитість, благородство. В художній літературі тема бідності починає активно розроблятися у ХІХ столітті з приходом реалізму. Грунтовний аналіз теми бідності та злиднів у творчості А. Герцена подає Дарія Воронова. Вона доводить, що бідна людина, жебрак доволі часто опиняється за межами суспільства, позбавляється усіх прав, навіть права просити милостиню. Почуття голоду, яке у творах Герцена найяскравіше передає тему бідності, призводить до того, що людина втрачає людську подобу [Воронова 2020]. Бідність і злидні часто стають причиною злочинності у польському селі – доводить у своїй науковій розвідці Мілена Бохенек [Bochenek 2020]. Матеріалом для дослідження стали три п'єси, написані у різний часовий період – від кінця ХІХ до початку ХХІ століття. Змінюються часи, соціальний устрій, але незмінним залишається одне: бідність селян призводить до економічного і соціального напруження, що провокує злочин.

Спостереження за сучасною фольклорною традицією засвідчує: тема особистого збагачення, привертання грошей за допомогою різноманітних магічних засобів сьогодні набуває особливої актуальності. Зазвичай, прикмети, повір'я, примовки про гроші побутують серед дрібних підприємців, що займаються торгівлею. Практично усі тернопільські «базарники» намагаються не відпустити першого покупця без покупки, навіть суттєво знижують ціну на товар. У дев'яностих роках ХХ століття на тернопільському ринку розповсюдився звичай «мастити» грошима від першої проданої речі увесь товар, що є на прилавку: грошима проводять по товару, злегка доторкаючись до усього, що повинно продатися цього дня. Іноді такі магічні дії супроводжуються певними текстами:

*Як продадуть щось, то хукнуть на гроші і кажуть: «Дай Бог не остат-
не» чи «Дай Боже ще» [Лабашук 2004: 149].*

Принагідно можемо згадати, що окремі продавці остерігаються брати гроші безпосередньо з рук покупців, або ж ніколи не віддають решту в руки, а кладуть її на стіл (прилавок). Цікаво, що сучасна українська звичка «дякувати» лікарям, поклавши гроші у кишеню лікарського халата, може мати доволі архаїчні корені. Цю традицію ми можемо пояснити давнім слов'янським звичаєм не платити знахарям гроші безпосередньо в руки, а передавати їх в інший спосіб, наприклад, ховати у хаті [Петров-Мороз 2013: 299-300].

Для забезпечення багатства в сучасній Україні виконують певні ритуали:

Коли вперше побачиш молодий місяць, потрібно показати йому яку-небудь монету чи купюру, щоб гроші множилися [Інтерв'ю 10].

Якщо застане тебе молодий місяць без грошей – безгрошів'я чекає тебе весь місяць. Ну не буде грошей в хаті і все тут. Нічого не зробиш [Інтерв'ю 3].

Заборона піднімати дрібні монети на вулиці пов'язана з тим, що таким чином можна передати іншій людині хвороби чи інші нещастя. Це повір'я також має давні корені [Петров-Мороз 2013: 301]. Водночас наші спостереження за побутуванням актуальної фольклорної традиції засвідчують, що знайдена монета може отримувати семантику «щасливої» та носитися у гаманці, щоб притягувати багатство.

Он Верка розказувала, що колись монетку на пляжі в піску знайшла, якусь не нашу, і поклала в гаманець. Бізнес пішов, розкрутилася потрохи [Інтерв'ю 5].

Традиційний фольклорний мотив «нерозмінної монети» змінився, і сьогодні побутує у вигляді заборони дарувати гаманець без монети чи купюри, рекомендації ніколи не віддавати з гаманця усі гроші за покупку – щось обов'язково повинно залишитися.

Сам гаманець як місце зберігання грошей також оточений цілою низкою рекомендацій і заборон: бажано, щоб він був червоного або коричневого кольору, менш сприятливими є сині відтінки, адже тоді гроші попливуть з нього як вода [Інтерв'ю 8]. Бажано тримати у гаманці певний «грошовий» талісман: китайську монету з дірочкою, щасливу купюру тощо.

Два долара треба мати і носити з собою. Так, щоб однією бумажкою [Інтерв'ю 2].

Окремі інтернет-джерела подають детальні правила поведінки, яка забезпечить грошима господаря гаманця: «Не можна тримати гроші в старому і пошарпаному гаманці. Бажано купити новий і зберігати в ньому купюри дбайливо, так, на думку послідовників фен-шуй, всесвіт зрозуміє, що ви турбуєтеся про гроші. Для копійок, паперових купюр і карт радять використовувати різні відділення, а ось чеки та інші папірці краще не складати. Слідкуйте за тим, щоб у гаманці не було нічого зайвого. Ще рекомендують покласти до гаманця нерозмінну монету і ніколи її не брати. Вона буде притягувати фінанси» [Богатство 2020].

Цитований фрагмент цікавий як еkleктизмом джерел, так і універсальністю пропонованих рекомендацій. Як бачимо, східні культури, зокрема практика фен-шуй, активно впливають на ритуальні практики українців по отриманню грошей. Це різноманітні талісмани – символи багатства: жаба з монетою в роті, божки родючості, ляльки-домовики, монетні дерева тощо. Джерелом поширення такої інформації в сучасну епоху є, швидше, не безпосередні контакти, а різноманітні інтернет та медійні ресурси.

Вплив Сходу на українські вірування та ритуально-магічні практики пов'язаний передусім із процесом глобалізації. Однак специфіку Сходу і Заходу стосовно економічних цінностей варто відрізнити. Як засвідчує дослідження Марти Лабашук, консумаційно-прагматичний Китай дещо відрізняється від прагматично-шляхетної Європи [Labashchuk 2020]. Своє бажання отримати вигоду від вдалого шлюбу тут здебільшого не прикривають. У суспільстві цілком нормально сприймаються шлюбні оголошення комерційного характеру, а вигодою від одруження може бути, скажімо, зменшення витрат на оренду житла. Мабуть, для європейських соціальних мереж важко уявити обговорення таких явищ, як «голе весілля», тобто, чи варто виходити заміж за чоловіка, у якого немає житла, машини та перстня з діамантом для нареченої. Для порівняння, у 1988 році в селі Грушево Тячівського району Закарпатської області у фольклорно-етнографічній експедиції ми фіксували розповіді місцевих жителів про те, що у цьому селі щоб одружитися, чоловік повинен мати окрему хату, а дружина доволі великий посаг – близько 20 000 рублів. Однак, не відомо, це стосувалося найзаможніших жителів села, було розповсюдженою практикою чи вербалізованою мрією. Одне можна стверджувати напевно: у соцмережах Польщі чи України складно зустріти активні обговорення про принади і застереження шлюбів за розрахунком.

Отже, мотив грошей, золота, багатства, захованих у землі скарбів є одним із найдавніших у міфологічній і фольклорній творчості. Гроші були символом влади, їх намагались здобути, водночас вони накликали

прокляття і смерть на свого володаря. У фольклорі мотив захищеного скарбу виявився продуктивним і розроблявся у численних легендах та переказах. Ще одним продуктивним мотивом фольклорної творчості є розповіді про можливість магічного збагачення шляхом отримання анклазу – нерозмінної монети, яка повертається до свого володаря. Для фольклору характерне наступне розрізнення: є «чисті» гроші, здобуті важкою (переважно землеробською) працею, та гроші «нечисті» – знайдені, вкрадені, здобуті за допомогою нечистої сили. Сучасні міфологічні уявлення демонструють значну кількість повір'їв, примовок, наративів про гроші, способи збагачення, вплив грошей на долю людини. Загальним для усіх історичних періодів є уявлення, що людина прагне багатства і шукає різноманітних способів для цього, однак гроші магічним чином пов'язані із потойбіччям, вони не здатні принести людині щастя.

ЛІТЕРАТУРА

- Архипова А., Фрухтманн Я. (2013), «Приманю деньги быстро и дешево»: денежная магия в современной России. «Антропологический форум», №18.
- Белова О. (2013), Неразменный рубль в поверьях и магических практиках славян. «Антропологический форум», №18.
- Богатство по фен-шуй. URL: <https://www.cheltv.ru/bogatstvo-po-fen/> [25.10.2020].
- Богданов К.А. (2001), Повседневность и мифология: исследования по семиотике фольклорной действительности. Санкт-Петербург.
- Богданов К. (2013), Фольклорный аудит: наличность и персонал. В: Фетиш и табу: Антропология денег в России: Сб. ст. / Сост. А. Архипова, Я. Фрухтманн. Москва.
- Володарська Т. (2020), Гумор як інструмент впливу на суспільні економічні цінності в інформаційному просторі сучасної Болгарії. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartosciach wspolczesnego czlowieka*. Kielce.
- Воронова Д. (2020), Изображение бедности и нищеты в произведениях А.И. Герцена. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartosciach wspolczesnego czlowieka*. Kielce.
- Гнатюк В. (1911), Етнографічні матеріали з Угорської Руси. Львів. (Етнографічний збірник. Т. 30).
- Гнатюк В. (1912), Знадоби до української демонології. Львів. (Етнографічний збірник. Т. 34).
- Гнатюк В. (2000), Нарис української міфології. Львів.
- Колесса Ф. (1898), Людові вірування на Підгір'ю (с. Ходовичи Стрийський пов.). «Етнографічний збірник», т. 5. Львів. 76–98.
- Мифы народов мира (1982): Энциклопедия в 2-х тт. / Под ред. С. А. Токарева, т. 2. Москва.

- Пазяк М. (1984), Українські прислів'я та приказки. Проблеми пареміології та пареміографії. Київ.
- Петров Н., Мороз А. (2013), Деньги в мифологических представлениях и обрядовых практиках: современная крестьянская традиция. «Антропологический форум», № 18. 288–310.
- Плотникова А. (1999), О символике свиста. В: Мир звучащий и молчащий. Семиотика звука и речи в традиционной культуре славян. Москва.
- Славянские древности (1999): этнолингвистический словарь: в 5-ти т. / под ред. Н.И. Толстого, т. 2: Д–К. Москва.
- Трачук К. (2020), Багатство і гроші в українському фольклорі. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Українські міфи, демонологія, легенди (1992), Київ.
- Хобзей Н. (2002), Гуцульська міфологія: Етнолінгвістичний словник. Львів.
- Шухевич В. (1908), Гуцульщина: фізіографічний, етнологічний і статистичний огляд. Ч. 5: Гуцульські приказки. Повірки про опришків. Про скарби. Про земні боги (демонологія). Чередінники (знахури, ворожбити). Гуцульське лічництво. Віруване про рослини і звірів і ужиток з них. Загадки. Словарець. Львів.
- Яшина Д. (2020), Лентяи и труженики в диалектных словарях (на материале Новгородского и Псковского областных словарей). В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Bochenek M. (2020), *Ekonomiczne podłoże zbrodni na polskiej wsi (rozważania na przykładzie trzech utworów dramatycznych)*. W: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Labashchuk M. (2020), *Materialism in the Chinese culture*. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Zebrzowska A. (2020), *Ironia i sarkazm w internetowych komentarzach dotyczących świadczeń socjalnych w Polsce*. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.

Трансформация потребительской ценности в системе экономических ценностей (на примере российской экономики)

МАРИЯ ЗАХАРОВА

кандидат экономических наук, Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ (Россия)

Abstract: In a market economy, a person is constantly in a system of values that regulate his desires and determine the motives of behavior. The chapter examines changes in economic values in society, where special attention is paid to consumer value and customer satisfaction. The value itself is considered from various aspects and acts as the basis for the profit of the organization, as well as a defining characteristic of goods or services in terms of meeting human needs. In conclusion, the article describes the prospects for the development of value orientation, which is based on the value desire that forms the modern consumer society. It also describes the factors that hinder this development in the Russian economy.

Keywords: consumer value • desires • economic values • needs • price • satisfaction • value orientation • value system

Streszczenie: W gospodarce rynkowej człowiek stale znajduje się w systemie wartości, które regulują jego pragnienia i determinują motywy zachowania. W rozdziale analizowane są zmiany wartości ekonomicznych w społeczeństwie ze szczególnym uwzględnieniem wartości i satysfakcji konsumentów. Sama wartość rozpatrywana jest z różnych perspektyw i stanowi podstawę zysku organizacji, a także jest cechą określającą towary lub usługi w zakresie zaspokajania ludzkich potrzeb. Poza tym opisano perspektywy rozwoju orientacji na wartości, która opiera się na pragnieniu wartości kształtujących współczesne społeczeństwo konsumpcyjne. Autor opisuje również czynniki hamujące ten rozwój w rosyjskiej gospodarce.

Słowa kluczowe: cena • orientacja na wartości • potrzeby • pragnienia • satysfakcja • system wartości • wartości ekonomiczne • wartość konsumencka

На протяжении десятилетий человечество боролось за выживание, этим и определялись основные человеческие ценности. В 20 веке уровень благосостояния человечества настолько вырос, что борьба за выживание перестала быть приоритетной для большей части населения планеты. Уровень экономической и физической безопасности существенно вырос, сопровождаясь ростом образованности населения

и доступа к информации, что привело к созданию более открытых, толерантных и креативных обществ. В свою очередь это оказало влияние на процесс изменения ценностей, в том числе и экономических.

В каждом историческом периоде можно выделить определённый набор ценностных ориентиров, характерных именно для данного периода. Под воздействием различных факторов происходит их трансформация, при этом устаревают одни ценностные установки, а им на смену приходят другие, как правило, это происходит на стыке исторических эпох. Прежние ценности кажутся устаревшими и утрачивают свое прежнее значение для человечества. Новая историческая эпоха формирует обновлённую систему ценностей, которая связана со всеми сферами жизнедеятельности человека.

Для того чтобы изучить этот процесс, прежде всего, обратимся к понятию ценности. Проблема определения ценностей существовала на протяжении всей истории развития человеческих взаимоотношений, а сама трактовка этого понятия постоянно усложнялась и совершенствовалась. Каждая эпоха оставляла свои отпечатки в её изучении. Глубинные процессы в обществе, происходящие под воздействием экономических преобразований, связанных с переходными периодами развития человеческих взаимоотношений, оказывали особенное влияние на проблему ценности [Харченко, Березовская 2013: 294-295].

Многие экономисты рассматривают ценность как основу экономических взаимоотношений для получения желаемых благ, позволяющих удовлетворять потребности человека. Таким образом, ценность как значимость, имеющая экономическое происхождение, может рассматриваться с разных сторон. С одной стороны, ценность приравнивается к цене товара или услуги и служит для экономического обмена благами, а, с другой стороны, ценность воспринимается потребителями как показатель удовлетворенности от приобретения товара или услуги. Таким образом, мы можем сделать вывод, что любой значимый для потребителя товар или услуга, имея свою экономическую ценность, представляют интерес как для обмена, так и для удовлетворения потребностей. Ценность с точки зрения цены связана с оценкой её стоимости и это оценочно-количественная характеристика, а ценность с точки зрения потребителя (потребительская ценность) связана со способностью товара или услуги удовлетворять конкретные потребности человека. Мы можем вывести две цепочки экономической ценности:

- производство – себестоимость (базовая оценка стоимости) – ценовая надбавка (прибавочная стоимость) – экономический обмен – прибыль организации;

- производство – товар или услуга с конкретными свойствами – потребительская ценность (восприятие потребителем свойств товара или услуги) – приобретение – удовлетворение потребностей.

Следовательно, в первом случае всё сводится к прибыли организации, что можно считать наивысшей ценностью. А вот во второй цепочке наивысшая ценность – это удовлетворённость потребителя. Обе эти цепочки представляют разные стороны одного и того же экономического процесса. С одной стороны, мы его рассматриваем с точки зрения владельца хозяйственного предприятия, где человек выступает в роли рабочей силы, то есть участвует в производстве конкретных товаров и услуг для экономической выгоды предприятия, на котором он работает. С другой стороны, человек выступает в роли потребителя, который посредством приобретённых товаров и услуг пытается удовлетворить свои потребности, воспринимая их с точки зрения потребительской ценности. Таким образом, товары и услуги, которые приобретает человек, представляют для него потребительскую ценность, трансформирующуюся в определённую степень удовлетворённости. Иными словами, потребительская ценность объясняет мотивы потребительского выбора товаров и услуг, то есть покупатель стремится выбрать тот товар, который представляет для него большую ценность. Соответственно, компании должны увеличивать ценность товара в глазах потребителей, эта ценность должна быть выше, чем у товаров конкурентов. Однако потребительская ценность одного и того же товара может отличаться в зависимости от того, кто его оценивает, поэтому более правильно использовать это понятие в смысле воспринимаемой потребительской ценности.

В связи с этим можно выделить следующие особенности потребительской ценности:

- относительность – для понимания реальной ценности товара потребитель сравнивает его с товарами-конкурентами и в зависимости от того, что он выбирает для сравнения, итоговый результат может меняться;
- многомерность – выгоды от приобретённого товара могут быть комплексными, так же как и затраты, поэтому надо оценивать всю совокупность полученных выгод и произведённых затрат;
- субъективность – восприятие каждого потребителя зависит во многом от его личных ценностей;
- динамичность – зависимость от целого ряда факторов как внешних по отношению к потребителю, так и внутренних, которые могут меняться под воздействием различных изменений в обществе [Орехов 2014: 17-18].

Экономические ценности прочно занимают своё место в общей системе ценностей и представляют особый интерес в связи с бурными изменениями в мировой экономике в целом и в российской в частности, происходящими за последние десятилетия. Стоит отметить, что экономические ценности присутствуют во всех государствах с любым экономическим строем.

В советской экономике категория ценности в привычном понимании не использовалась, поскольку преобладал коллективистский подход, а не индивидуальный, то есть коллективное желание превалировало над индивидуальными потребностями. Ценностные характеристики считались буржуазными и отвергались советским обществом как не соответствующие его идеалам.

В это время в западных странах активно развивалась рыночная экономика, где ценность товара или услуги определялась желанием потребителя. Компании, производящие товары и услуги, прежде всего, должны были изучить нужды и желания потенциальных потребителей, проанализировать их и предложить на рынок то, что способно удовлетворить постоянно растущие потребности человечества [Зарецкий 2012: 139-141].

С одной стороны, в этой бесконечной гонке компании начинали производить всё больше и больше различных товаров с аналогичными свойствами, конкурирующих между собой, а с другой стороны, потребности человека становились всё более и более сложными. Потребители предъявляли всё больше требований к, казалось бы, уже знакомым и хорошо зарекомендовавшим себя на рынке товарам или услугам. Это провоцировало компании-производители постоянно совершенствовать свои товары. Всё это приводило к тому, что зачастую потребители не в состоянии самостоятельно были принимать решение относительно своих желаний и оценивать новый товар или услугу, понять, что им действительно нужно, а что нет. После покупки всё больше и больше потребителей испытывали чувство неудовлетворённости, при этом не могли даже себе объяснить, что их не устроило и какие характеристики товара или услуги должны быть изменены, чтобы удовлетворить их потребности. Таким образом возник и активно стал применяться маркетинговый подход, в центре которого человеческие потребности, являющиеся главной отправной точкой успешной деятельности компании на рынке, а разнообразные инструменты продвижения помогают компаниям-производителям сформировать и донести до сознания потребителя ценность товара или услуги. В современных экономических условиях, чтобы товар или услуга приобрели в глазах потребителя необходимую ценность, они должны быть уникальными и предлагать

что-то необычное, обращающее на себя внимание. При этом мы можем говорить о ранее не существовавших потребностях, которые формируются под усиливающимся воздействием рекламы.

В современных экономических условиях люди, живущие в развитых и развивающихся странах, давно не ориентируются на базовые потребности пирамиды Маслоу, однако они по-разному воспринимают потребительскую ценность. В развивающихся странах потребитель больше ориентируется на статус, покупка должна демонстрировать его значимость в глазах окружающих. Зачастую жертвуя товарами и услугами, необходимыми для нормального жизненного процесса, он приобретает товары, показывающие его статус. Мнение окружающих относительно успешности и статуса становится основным. Всё это навязывается человеку извне, в том числе многочисленными явными и скрытыми рекламными сообщениями. Поглощая огромное количество информации, человеческий мозг не справляется с её оценкой и анализом, оставляя только ту, что находится на поверхности и является более простой для восприятия. Таким образом, в головах потребителей формируются простые связи: приобрёл данный товар – получил определённый статус, который позволяет окружающим воспринимать тебя совершенно иначе, формируя в их головах картинку успешного человека. В результате человек теряет ощущение собственных потребностей, а удовлетворение он получает от оценки его статуса и успешности окружающими его людьми, которые зачастую просто видят красивую обёртку.

В то же самое время в странах с развитой экономикой, где потребители давно прошли этот этап, у людей формируется подход, основанный на ценностных желаниях. Данный подход базируется на стремлении каждого индивида сформировать качественный человеческий капитал, основывающийся на профессионализме.

В последние годы Россия пытается построить эффективную постиндустриальную экономику, уйти от зависимости эксплуатации природных ресурсов. А это неизбежно требует изменения системы ценностей. И если эта система изменится, то получится устранить такие социальные явления, как коррупция, злоупотребление властью и теневая экономика. В этом случае базис системы экономических ценностей будут составлять свобода конкуренции, свобода предпринимательства и свободный труд.

Обратимся к разделу данной монографии *Понятие коррупции в «Прямой линии с Владимиром Путиным»*, в котором его автор, Елена Стопчатая, раскрывает содержание понятия «коррупция», анализируя не только определения, приведённые в разнообразных источниках и словарях, но и рассматривая различные аспекты этого явления, такие

как юридический, моральный и экономический. Экономисты, политики и государственные управленцы понимают, что это негативное явление губительно сказывается на экономике страны и с ним надо бороться. Однако автор обращает внимание на то, что даже президент страны в своём общении с народом в прямых линиях старается не называть это явление напрямую, а употребляет эвфемистические замены, как бы подчёркивая, что это явление отсутствует в нашей стране.

Также особый интерес вызывает отношение Президента страны к ответственным за данное явление, и по этому поводу в статье написано, что в развернутых ответах по поводу ситуации с коррупцией Президент РФ обращает внимание вопрошающих граждан на то, что борьба с коррупцией – задача каждого, что ответственность в этой борьбе лежит не только на государстве и его правоохранительных структурах, но и на самом обществе, а также на отдельных его членах. Кроме того, по словам отвечающего, для борьбы с коррупцией необходимо самому быть кристально чистым в этом отношении, во избежание превращения этой борьбы в форму самопиара и политической рекламы [Стопчатая 2020]. Таким ответом Президент снимает полную ответственность государства за борьбу с этим явлением, и частично возлагает её на граждан. Граждане считают, что коррупция имеет отношение именно к органам государственной власти, которые на всех уровнях способствуют её развитию. Однако Президент даёт понять, что борьба с коррупцией – это коллективная ответственность.

На протяжении последних лет Президент РФ в общении с гражданами страны показывает, что тема борьбы с коррупцией является одной из важнейших. Однако уход от прямых ответов и чёткого определения ответственных за это уже не устраивает граждан, поэтому в ходе проведения последней прямой линии был задан прямой вопрос: «Кто отвечает за разгул коррупции?» Во время ответов на подобного рода вопросы приводится статистика, показывающая положительную динамику, а чтобы её смягчить ещё больше, описываются примеры других стран, показывая, что это явление распространено не только в России, но и за её пределами.

Анализируя раздел Елены Стопчатой, понимаешь, насколько борьба с данным явлением актуальна для граждан России, что эта тема поднималась в четырёх из семи проанализированных прямых линиях. Информация об этом не всегда передавалась напрямую, достаточно часто использовались синонимы, демонстрирующие отношение выступающего к этому явлению, или описательные формулировки. Однако конкретные цифры, действия и лица, ответственные за борьбу с этим негативным явлением, также напрямую не называются, а разговор об этом

сглаживается любыми возможными способами. Тем не менее, признание этой проблемы властью на самом высоком уровне показывает её озабоченность и может считаться первым шагом в направлении её решения. И, конечно, всё это тормозит развитие экономики России в целом и не способствует формированию открытых экономических взаимоотношений.

Как пример, можно отметить тот факт, что показатели развития малого бизнеса в стране являются индикаторами свободной экономики. Однако в России малых предприятий пока не так много, хотя этот показатель постепенно растёт, но не такими темпами, как хотелось бы. Одной из причин, по которой граждане не хотят организовывать свой бизнес, является коррупция в органах власти. А ведь чем больше малых предприятий, тем разнообразнее выбор у потребителей, больше конкурентоспособных товаров и выше степень удовлетворённости от процесса покупки и использования товаров и услуг.

Возвращаясь к системе ценностей, стоит отметить, что на современном этапе развития страны она ещё формируется. Нынешняя система ценностей в России противоречива, так как формировалась на фоне глубочайших катаклизмов, происходивших в стране в XX веке. До сих пор встречаются ценности и символы дореволюционной России, что-то сохранилось со времён СССР, а что-то изжило себя, и на его место пришли новые ценности.

До сих пор сохранилась такая традиционная русская ценность, как коллективизм и стремление к совместной работе. Стоит отметить, что коллективизм на Западе больше воспринимается как способность к сотрудничеству, а в России это больше похоже на артельность. Зачастую это сопровождается подчинением коллективу и отказом от своей личности. Таким образом, коллективизм на Западе – продуктивная ценность, способствующая развитию индивидуальных человеческих возможностей за счёт общего созидательного труда, а в России это обезличенность и отказ от своих желаний, то есть отсутствие индивидуального личностного роста [Ясин 2003: 37-38].

Если обратиться к советскому периоду истории нашей страны, то одной из ценностей была скромность в потреблении. Советский потребитель был непритязателен. Это можно рассмотреть с разных сторон. С одной стороны, человек приобретал то, что было доступно, не совершая выбор, то есть потреблял только то, что находилось на полках в магазинах. Почти все товары производились в стране, импортные товары отсутствовали на прилавках магазинов в свободном доступе. Никто не пытался выбирать лучшее из представленного, покупать новые вещи, взамен старых. Вещи использовались годами, их чинили,

передавали молодому поколению, но и их потребительские характеристики не сильно менялись, поэтому не было особого смысла покупать новые товары взамен старых. Товар воспринимался исключительно с точки зрения его базового функционала, то есть рассматривалась только его суть. В современной маркетинговой теории это называется товар по замыслу, а такие составляющие, как упаковка, марочное название, логотип, внешнее оформление, отсутствовали. Но это только одна сторона рассматриваемой ценности. Другая сторона – это отсутствие потребительского желания, которое приводило к тому, что советский человек не стремился зарабатывать больше, да и намного больше честным путём заработать было нельзя, это также не имело смысла, потому что многие вещи просто нельзя было приобрести, а то что можно приобрести, люди в течение всей жизни занимались приобретением вещей. Если одежда, то у всех однотипная и безликая, если мебель, то у всех похожая, продукты были одинаковые во всех магазинах, и так со всеми потребительскими товарами.

В начале девяностых Россия ушла от советской плановой экономики и перешла к рыночным отношениям. На прилавках появилось огромное количество товаров, и у потребителей появился выбор, но советский человек оказался не готов к этому. Ему не нужен был выбор, соотношение «цена-качество» воспринималось крайне тяжело, трудно было воспринять, что более дорогой товар был более качественным, ведь в советской экономике все товары имели конкретные характеристики и свойства, что закрепляла система ГОСТов. Одинаковые по замыслу товары могут иметь разную упаковку и марочное название и, соответственно, по-разному стоить, нынешней потребитель воспринимает это абсолютно нормально, а вот тридцать лет назад потребители не понимали, откуда берётся ценовая разница.

Более десятилетия ушло на то, чтобы потребители поняли, как формируется цена, и восприняли понятие «бренд». Также в этот период сформировалось понимание удовлетворённости от потребления конкретного товара или услуги. Уже в начале двухтысячных годов потребительские характеристики стали основой при выборе различных товаров, происходило чёткое разделение на брендовые и не брендовые товары. Брендные товары стоили гораздо дороже, на российском рынке появилось огромное количество подделок, а неискушённые потребители в силу отсутствия культуры потребления не могли отличить подделку от брендовой вещи. Прошло целое десятилетие, пока российские граждане начали разбираться в брендах, понимать, как формируется цена на товар, и что такое потребительская ценность товара или услуги.

Отсутствие десятилетиями конкуренции между товарами и услугами в советские времена и соответственно свободного потребительского выбора привело к тому, что большинство российских людей просто скупали всё подряд, тратя все заработанные деньги на различные товары. Наивысшая ценность для потребителя заключалась в процессе покупки, результатом было обладание импортным товаром, то есть товаром, произведённым за пределами страны. В этой ситуации основой выбора был факт того, где был произведён товар, его потребительские характеристики уходили на второй план, но уже появилось чувство удовлетворённости от приобретения товара импортного производства.

То есть потребительская ценность, на которую ориентировался покупатель при выборе товаров и услуг в описанный период, заключалась в стране происхождения товара. Российский потребитель готов был платить за товар большую цену, если он производился на Западе. Никакие характеристики отечественных товаров не могли противостоять надписи «made in...». В настоящее время можно описать современный экономический строй как «общество потребления», где потребителю присвоен наивысший статус. В целом общество потребления можно охарактеризовать абсолютизацией материальных потребностей и распространением массовой культуры, при этом стоит отметить высокую степень стандартизации производства. К сожалению, стоит отметить, что молодёжь зачастую в деньгах видит центр всей жизни, забывая о таких ценностях, как здоровье, отношения и личная безопасность, которые нельзя измерить деньгами.

Экономика на Западе развивалась плавно в течение десятилетий, потребители спокойно воспринимали происходящие изменения, трансформация воспринимаемой потребителем ценности происходила постепенно. В то время как в России все эти процессы развивались настолько стремительно, что понимание реальной ценности пришло не сразу, а много позже, когда экономическая ситуация в стране стабилизировалась и на рынке уже появились товары-конкуренты в разных ценовых сегментах как результат свободной конкуренции. До сих пор данный процесс не завершён и можно определённо сказать, что система ценностей до сих пор не сформировалась окончательно. Некоторые исследователи в этой области отмечают, что в России сформирован ценностный базис, характерный для рыночной экономики, но сама система пока не сформирована [см. Демина 2012; Демина 2013].

Что же нужно для того, чтобы в России система ценностей изменилась. Очевидно, что никакими указами и законами этого не сделать.

– во-первых, время;

- во-вторых, продолжение административных, военных и судебных реформ, а также изменения в области образования, здравоохранения и ЖКХ;
- в-третьих, свободная конкуренция, так как именно она является драйвером формирования продуктивных ценностных ориентиров;
- в-четвёртых, продолжение курса на демократизацию.

Обозначенные преобразования позволят существенно изменить экономику России, а, следовательно, как результат таких изменений, изменится и система ценностей. В перспективе экономика будет развиваться в направлении ценностной ориентации, приводящей к улучшению человеческой природы.

ЛИТЕРАТУРА

- Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У., Энджел Дж.Ф. (2007), Поведение потребителей. Санкт-Петербург.
- Демина И.Н. (2012), Предметные ценности в системе экономической массовой коммуникации. «Массовые коммуникации и методология. Известия Байкальского государственного университета», № 6.
- Демина И.Н. (2013), Ценности рыночной экономики как «ядро» экономической массовой коммуникации «Массовые коммуникации и методология. Известия Байкальского государственного университета», № 2.
- Зарецкий А.Д. (2012), Человеческие ценности в современных экономических отношениях «Основы экономики управления и права. Философия экономики», №1.
- Котлер Ф., Келлер К.Л. (2014), Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс.. Санкт-Петербург.
- Орехов Д.Б. (2014), Потребительская ценность как феномен теории предпринимательства. «Известия Санкт-Петербургского государственного университета», <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskaya-tsennost-kak-fenomen-teorii-predprinimatelstva/viewer> (7.10.2020).
- Стопчатая Е. (2020), Понятие коррупции в «Прямой линии с Владимиром Путиным». В: Homo economicus: дискурс об экономических ценностях современного человека. Kielce.
- Удовлетворённость потребителя (2016), Эмпирические исследования и практика измерения. Научная мысль. Москва.
- Харченко Л.Н., Березовская, О.В. (2013), Понятие «ценность» в отечественной научной литературе: к постановке проблемы. «Вестник ИрГТУ», №5.
- Ясин Е.Г. (2003), Модернизация экономики и система ценностей. Москва.

Інфографіка як засіб візуалізації економічної інформації у сучасному інфомедійному тексті

ТЕТЯНА РЕШЕТУХА

Кандидат наук із соціальних комунікацій, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (Україна)

Abstract: The modern society we live in is characterized by the intensification of information flows, which leads to oversaturation of information, and as a consequence the formation of the recipient's „clip thinking”. This necessitates the creation of new forms of content presentation, especially full of large data sets, figures, indicators, which is typical of economic journalism. The chapter analyzes the features of infographics as a tool of content visualization of economic topics in the media space on the example of online publications «Ukrainska pravda» and «Dzerkalo tyzhnia»; discovers the most commonly used types of infographics, which are present in articles on economic topics of these publications.

Keywords: „Dzerkalo tyzhnia” • economic journalism • infographics • „Ukrainska pravda” • visualization

Streszczenie: Społeczeństwo, w którym obecnie żyjemy, charakteryzuje się intensyfikacją przepływów informacji, co prowadzi do przesycenia informacją, a w konsekwencji do ukształtowania się u odbiorcy „myślenia mozaicznego”. Wymaga to tworzenia nowych form prezentacji treści, szczególnie bogatych w duże zbiory danych, liczb, wskaźników, co jest typowe dla dziennikarstwa ekonomicznego. W rozdziale przeanalizowano cechy infografiki jako środka wizualizacji treści o tematyce gospodarczej w przestrzeni medialnej na przykładzie publikacji internetowych „Ukraińska prawda” i „Dzerkało tyżnia”, zaprezentowano także najczęściej używane rodzaje infografik, które są obecne w artykułach o tematyce ekonomicznej tych publikacji.

Słowa kluczowe: „Dzerkało tyżnia” • dziennikarstwo ekonomiczne • infografika • „Ukraińska prawda” • wizualizacja

Ми живемо в інформаційному суспільстві, що характеризується стрімким розвитком основних засобів комунікації, інтенсифікацією інформаційних потоків, коли розповсюдження, використання, узагальнення і маніпулювання інформацією становить значну частину економічної, політичної та культурної діяльності. За таких умов неминуче настає пере-насичення інформацією, коли людина не здатна відібрати навіть потрібні

ій факти. Як захисна реакція на таку лавину інформації у сучасного реципієнта формується так зване «кліпове мислення», яке «характеризується фрагментарною моделлю сприйняття інформації, де процес відображення об'єктів відбувається без заглибленого послідовного розмежування та поєднання, поверхнево й алогічно, зі швидким безсистемним переключенням» [Горлач 2016: 18]. Особливо це стосується повідомлень, що містять великі масиви даних, цифр, показників, що притаманно економічній журналістиці. Тут візуалізація стає неодмінною частиною якісного контенту. Вона покликана привернути увагу реципієнта, максимально збільшити затребуваність інформації та її доступність.

Проблеми візуалізації стали об'єктом наукового зацікавлення вчених з вісімдесятих років ХХ століття. І виглядає очевидним, що біля витоків інформаційного дизайну стояли вчені-економісти та спеціалісти з комп'ютерних технологій, зокрема Едвард Рольф Тафті, який у 1983 році видав «Visual Display of Quantitative Information», що до сьогодні залишається «must read» для кожного, хто хоче опанувати мистецтво візуалізації даних [Edward R. Tufte 2001]. Дослідженням візуалізації у масмедіа займалися Майкл Френдлі, Даніел Деніс, [M.Friendly, D.Denis 2005]. Рональд Лабуз [Labuz 1991], Крістофер Гаріс, Паул Лестер [Harris, Lester 2002] та інші.

Серед українських журналістикознавців значний внесок дослідження візуалізації зробили Борис Черняков [Черняков 1998; Черняков 2005], Вікторія Шевченко [Шевченко 2013], Оксана Швед [Швед 2014], Аліна Рудченко [Рудченко 2017], Анна Баранецька [Баранецька 2019] та інші.

Мета розділу полягає у виявленні ролі інфографіки як одного із засобів візуалізації контенту на економічну тематику у мас-медійному просторі.

Доцільність використання візуалізації інформації продиктована необхідністю подання її у вигляді, найбільш зручному для реципієнта. Візуальне сприйняття відіграє головну роль у сприйнятті світу. Така інформація краще сприймається і дозволяє швидко й ефективно донести до глядача власні думки та ідеї. Фізіологічно, сприйняття візуальної інформації є основною для людини.

Є численні дослідження, які підтверджують, що 90% інформації людина сприймає через зоровий аналізатор, адже 70% сенсорних рецепторів знаходиться в очах. Близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації, відтак продуктивність праці людини на 17% є вищою, якщо вона працює з візуальною інформацією, окрім того, на 4,5% вона краще запам'ятовує деталі візуальної інформації [Why you brain].

Дослідження показують, що якщо в інструкції до ліків знаходиться тільки текст, людина засвоює з неї лише 70% інформації. Якщо ж в інструкцію додати малюнки, людина засвоїть вже 95% [Dowse Ros, Martina Ehlers 2012].

Інфографіка – один із засобів візуалізації – призначена для швидкого і чіткого відображення комплексної інформації для підвищення можливості зорової системи людини бачити моделі і тенденції. Традиційно до жанрів найпростішої інфографіки зараховують таблиці, графіки, карти, діаграми, гістограми тощо. Більш складна інфографіка може комбінувати текстові блоки, фотографії, карти, таблиці, діаграми, реконструкцію подій, навіть комікси, все, що може допомогти створити повноцінну графічну розповідь [Волинець 2013]. Основна мета інфографіки – подати інформацію в такий спосіб, щоб вона краще сприймалася пересічним реципієнтом або спонукала фахівця зробити власні висновки не з тексту, а саме із зображення [Шевченко 2013: 138]. Інфографіка подає новини та факти графічно загальнодоступним способом і має покращувати сприйняття та розуміння інформації, а також полегшувати її пригадування [Вайшенберг 2011: 131].

Першими інфографіку як успішний інструмент інтерпретації економічних показників почали використовувати медіа. «Інформаційна графіка» або «інфографіка» утвердилась як новий жанр журналістики у 1980-х рр. Офіційно інфографіка як явище виокремилася з виходом 15 вересня 1982 р. номера «USA Today». Інформаційні малюнки в 1990-х стали фішкою таких видань, як «New York Times» і «Guardian» [Лаптев 2012: 163].

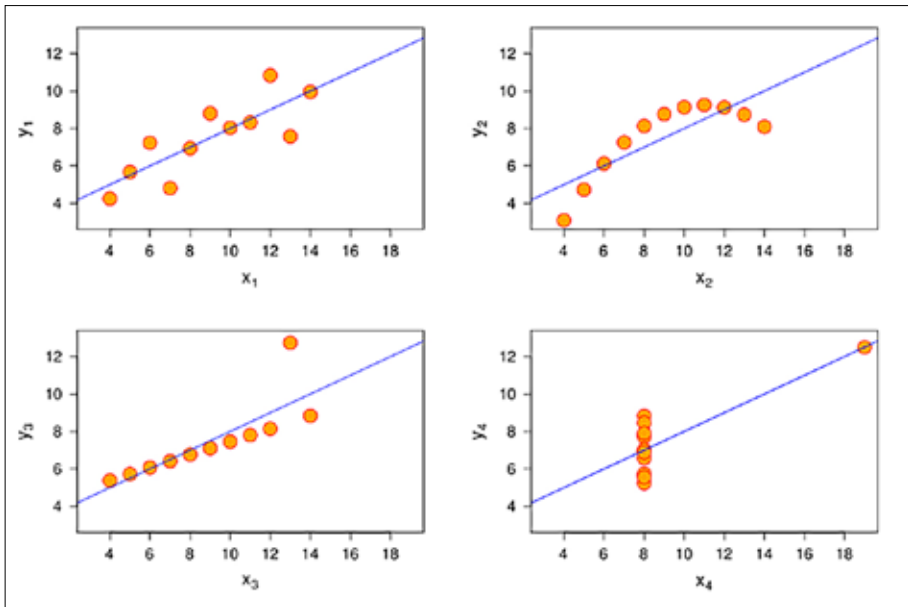
На думку Кевін Р. Косар, головна відмінність інфографіки від візуалізації у тому, що перша має специфічний характер і використовується для конкретного набору даних, у той час як друга може бути застосована до будь-якої інформації, навіть неіснуючої [Beautiful visualisation 2010].

Особливо важливо використовувати інфографіку для подання інформації з великою кількістю числових масивів, починаючи від статистичних даних, доходів і видатків бюджету за різними статтями, видатків уряду та органів місцевого самоврядування і до прорахунків «індексу борщу» чи традиційних щорічних «Скільки коштує зібрати першокласника до школи?». Бізнес-технологи стверджують, що широке використання графіків, діаграм і схем є надійним способом справити враження, звернути увагу на ключові моменти при аналізі економічної інформації. Світлана Шляхтіна наголошує на тому, що люди не завжди можуть швидко сприймати текст і цифри. Іноді буває складно зосередитися і довго зберігати увагу, потрібен час на усвідомлення того чи іншого факту, особливо при розгляді нетривіальних проблем. Проде-

монстровані ж вчасно діаграми та схеми відразу привертають увагу, зацікавлюють і полегшують розуміння [Шляхтина 2005].

Розглянемо види інфографіки, які найчастіше використовують у публікаціях на економічну тематику.

Таблиці є найпростішим засобом візуалізації даних і переважно використовуються для пошуку конкретних значень. Належним чином побудована таблиця може дуже ефективно унаочнювати властивості даних, проте у випадку, коли потрібно прослідкувати тенденції, взаємозалежність показників, цим інструментом користуватися не доцільно. Покажемо у цьому сенсі є так званий «квартет Анскомбе», коли чотири набори даних, представлених у вигляді таблиці, мають ідентичні статистичні характеристики, але їх графіки істотно різняться.

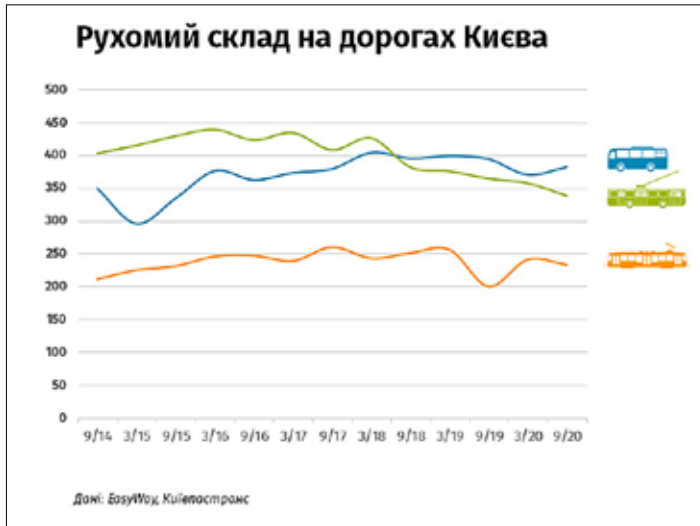


[Джерело: <https://cutt.ly/WgbHOFq>]

Рис. 1. Квартет Анскомбе

У найширшому розумінні графік – це наочне зображення кількісної залежності показників різних явищ, процесів тощо. Вони переважно використовуються для відображення взаємозв'язків між даними, трендів та функціональних залежностей. При поданні економічної інформації графіки доцільно використовувати, розповідаючи про зміни протягом певного часу у відносних і абсолютних величинах (наприклад, динаміку

цін, тарифів, заробітної плати за галузями промисловості, коливання курсів валют тощо). Поєднання декількох ліній на графіку (різних за кольором чи накресленням) дуже зручне для порівняння параметрів кількох подібних об'єктів.



[Джерело: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/10/22/666507/>]

Рис. 2. Приклад графіку «Чисельність рухомого складу наземного транспорту м. Києва у 2014–2020 роках»

Діаграми чи не найпоширеніший вид інфографіки, що використовуються у матеріалах на економічну тематику, оскільки дають можливість порівняти кілька значень величини. Великий діапазон видів діаграм дозволяє застосовувати їх, коли потрібно показати розподіл величин (стовпчаста діаграма, гістограма, точкова діаграма), частини в цілому (секторна та кільцева діаграми), порівняти між собою величини (стовпчаста діаграма, пелюсткова діаграма), зв'язок чи залежність двох чи трьох змінних (точкова діаграма, бульбашкова діаграма).

Карти як засоби візуалізації економічної інформації використовують, коли необхідно показати кореляцію економічних показників із певним регіоном чи населеним пунктом. Їх можна використовувати, аналізуючи, наприклад, рівень безробіття, доходів і видатків, цін, тощо. Інтенсивність кольору є простим і виразним маркером прояву контрольного показника.

Проаналізуємо, як використовують засоби візуалізації, а саме інфографіку, два українські онлайн видання «Українська правда» та «Дзер-



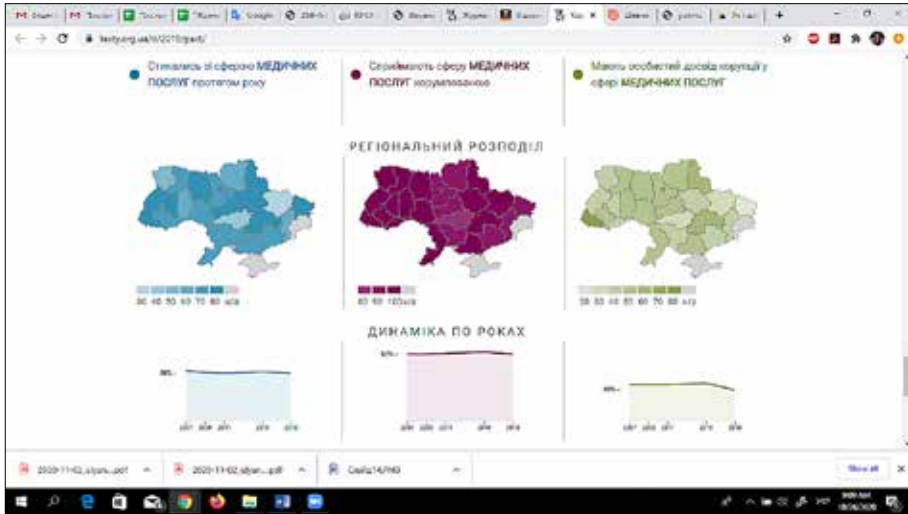
[Джерело: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/15/665123/>]

Рис. 3. Приклад стовпчикової діаграми «Видатки з бюджету у 2018-2021 роках»

кало тижня», які мають окремі рубрики, присвячені економічній тематиці («Економічна правда» та «Гроші» відповідно). Хронологічні межі дослідження – червень–жовтень 2020 року. Об'єктом дослідження стали статті як аналітичний жанр журналістики, оскільки новинні матеріали в силу оперативності виходу в світ містять інфографіку вкрай рідко.

Усього за означений період було опубліковано 117 статей на економічну тематику в онлайн виданні «Українська правда» та 135 аналогічних матеріалів у «Дзеркалі тижня». Інфографіка була використана у 40 публікаціях у «Дзеркалі тижня» та 71 публікації в «Українській правді», що на 50% більше, ніж у «Дзеркалі тижня». Зазначимо, що до уваги бралась не абсолютна чисельність інфографіки, кількість публікацій, де вона використана, можливо навіть неодноразово.

Аналіз типів інфографіки показав, що найчастіше використовуються різні типи діаграм (стовпчаста діаграма, гистограма, секторна та кільцева діаграми, рідше точкові діаграми). Вони складають 30 випадків (42,2%) від загальної кількості інфографіки в «Українській правді» та 17 випадків (42,5%) у «Дзеркалі тижня». Різні типи графіків зустрічаються у 17 випадках (23,9%) у публікаціях «Української правди» і 9 випадках (22,5%) у «Дзеркалі тижня». У всіх статтях використання такого виду ві-



[Джерело: <https://texty.org.ua/d/2019/pact>]

Рис. 4. Приклад карти та графіку «Корупція у сфері медичних послуг»

зуалізації вважаємо доцільним, а якість виконання належною: кольори дають можливість чітко ідентифікувати показники, вони не зливаються, не містять додаткових фонів, мають продуману легенду.

Таблиці як тип інфографіки часто використовуються на сторінках «Дзеркала тижня» – у 19 публікаціях (47,5%), їх можна вважати чи не основним за частотністю видом, проте їхня якість не завжди належного рівня. Вони можуть просто подані як у джерелі без перекладу українською (<https://zn.ua/ukr/macrolevel/armiia-repeshnikov-khto-voni.html>) або подані у них дані можуть бути невиразними (<https://zn.ua/ukr/finances/danikh-bahato-sensu-nul.html>). У публікаціях «Української правди» таблиці зустрічаються значно рідше – усього у 13 випадках (18,3%). Зазвичай вони є авторськими, хоча зрідка можуть бути запозичені з інших джерел (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/07/17/663049/>). Якість наведення даних у кожному випадку дозволяє легко зчитувати інформацію. Продуманим видається рішення, коли велика за обсягом таблиця, подана у тексті статті дрібним шрифтом, при натисканні на неї (про що зазначено під таблицею) відкривається у новому вікні у форматі, зручному для читання (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/07/15/662941/>).

«Українська правда» активніше використовує схеми як дієвий засіб візуалізації. У 15 публікаціях (21,1%) наявні різні за складністю виконання і обсягом інформації схеми. Часто вони являють собою покрокові

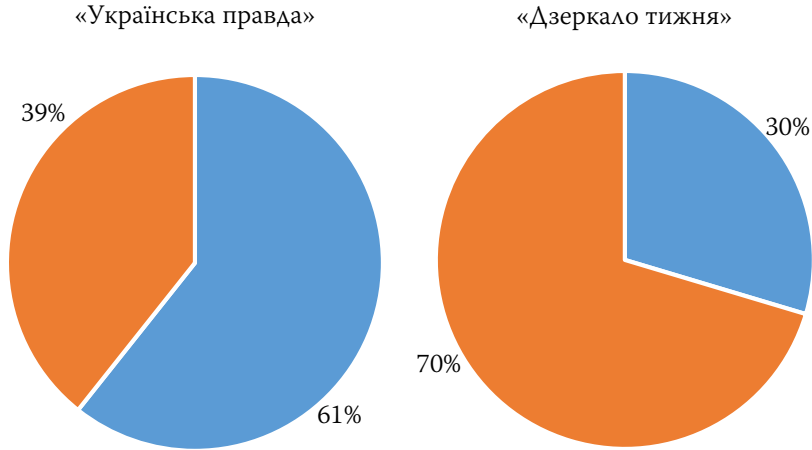


Рис. 5. Частка статей на економічну тематику, які містять інфографіку

інструкції дій за певних обставин (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/06/17/661856/>), проте зустрічаються і запозичення з іншомовних джерел, які не перекладені українською і можуть бути недостатньо зрозумілі широкому колу читачів (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/06/23/662054/>). У публікаціях «Дзеркала тижня» ми знайшли лише 5 схем (12,5%). Усі вони виконані на належному рівні і виконують покладені на них завдання.

Карти не часто використовують для візуалізації, що зумовлено і особливими вимогами до матеріалу, і певною складністю виконання, тож у публікаціях «Дзеркала тижня» за досліджуваний період немає жодної карти-інфографіки, а «Українська правда» вмістила 4 карти для унаочнення проблем безоплатної передачі землі (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/10/20/666422/>), оплати за споживаний газ (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/22/665356/>) чи вирубування лісів у Карпатах (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/06/24/662187/>).

Ще один вид інфографіки, який ми зустріли тільки у публікаціях «Української правди», – це колаж, який, зазвичай, є роботою фахового графічного дизайнера. Такі дизайнерські роботи зустрічаємо у 14 публікаціях (22,5%). Вони різні у кольоровому вирішенні, за складністю, проте незмінно вирізняються високою якістю графічного втілення (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/10/13/666179/>, <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/10/5/665934/>).

Хоча кількість інфографічних зображень «Української правди» удвічі більша, ніж «Дзеркала тижня», обидва видання містять статті, які по-

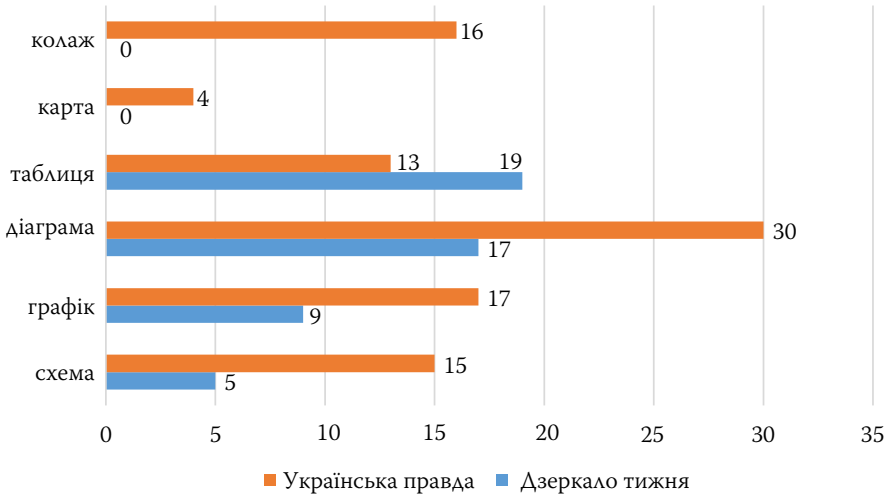


Рис. 5. Типи інфографіки у статтях он-лайн видань «Українська правда» та «Дзеркало тижня»

требують якісної візуалізації засобами інфографіки. Зокрема, це статті в «Українській правді»: «Підвищення податків та повернення перевірок бізнесу: які зміни готує уряд у 2021 році» (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/10/7/665980/>), Внутрішній туризм в Україні мав би рости: як змінилась галузь і куди зник „бюджетний” мандрівник» (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/>), Курс валют: як він визначається, хто на нього впливає і на що треба орієнтуватись (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/19/665288/>), Держава перевиконує плани з податків. Хто за це заплатить? (<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/9/664887/>); у «Дзеркалі тижня»: «Вимушена необхідність чи можливості для розвитку?» (<https://zn.ua/ukr/macrolevel/vimushena-neobkhidnist-chi-mozhливosti-dlja-rozvitku.html>), «Запит на розкіш і податок на бідність» (<https://zn.ua/ukr/macrolevel/zapit-na-rozkish-i-podatok-na-bidnist.html>), «Ризики й виклики нового часу» (<https://zn.ua/ukr/macrolevel/riziki-j-vikliki-novoho-chasu.html>) та інші.

Проведене дослідження показало, що за рівнем і якістю візуалізації засобами інфографіки безперечно лідирує «Українська правда», як за кількістю візуалізацій, так і їх різноманітністю та, часто, якістю. Це може бути зумовлено, зокрема, і тим, що «Дзеркало тижня» до грудня 2019 року позиціонувалось як друковане періодичне видання, що має он-лайн версію, яке лише з 2020 року повністю перейшло у мережевий формат [Зе!повіт 2019], тож журналісти видання ще не в повному обсязі

оцінили всі можливості і переваги, які надає використання інфографіки. Натомість «Українська правда», яка з часу свого заснування у 2000 році одразу існувала лише в он-лайн форматі, активно використовує інфографіку в усіх тематичних рубриках, в тому числі і в «Економічній правді». Це, без сумніву, один із чинників, який вивів її на 30 сходинку у рейтингу найбільш відвідуваних українцями сайтів (500 претендетів) [Найкращі...].

Інфографіка унаочнює не лише контент медійного повідомлення. Науковий текст також може бути візуалізований, що дозволить авторові краще донести свої думки, полегшити його сприйняття науковою спільнотою, особливо у випадку, коли автор і реципієнт спілкуються різними мовами. Шкода, що автори першої частини даної монографії не повною мірою скористалися цією можливістю. Не завадила б вона у науковій розвідці Тетяни Володарської, яка досліджувала гумор як інструмент впливу на суспільні економічні цінності в інформаційному просторі сучасної Болгарії [Володарська 2020]. Скріншоти цитованих сторінок роблять у цьому випадку викладення матеріалу більш релевантним. У цьому відношенні заслуговує на увагу розділ Олександри Зебжовської на дуже схожу тему: «Іронія і сарказм в інтернет коментарях щодо соціальних пілг у Польщі» [Zebzowska 2020], яка на доведення положень, викладених у матеріалі, не тільки цитує власне тексти, але й наводить приклади зображень реальних коментарів з мережі Інтернет [там само]. Так само і роботу Марти Лабашчук можна було б доповнити не просто передруками з китайських сайтів із подальшим перекладом, а безпосередньо їхнім зображенням [Labashchuk 2020], як вона вдало зробила, продемонструвавши фотографію з «ярмарку наречених» у парку [Labashchuk 2020].

Доречною, на нашу думку, є інфографіка Марти Квасневської, яка демонструє частоту вживання слів, пов'язаних із грошима у публікаціях про зміну клімату у газетах «The New York Times» та «National Review» [Kwasniewska 2020], проте вона виглядала б наочніше, якби була подана у вигляді гістограми. Така візуалізація дозволила б швидко порівняти частоту слововживання у різних виданнях, навіть не вдивляючись у конкретні цифри.

Сьогодні інфографіка стає невід'ємною частиною медійного контенту, особливо насиченого числами, статистичними даними. З одного боку вона дає можливість подати інформацію про певні події чи явища сконцентровано, з іншого – увиразнює текст, робить його більш привабливим для реципієнта, особливо молодих людей з кліповим мисленням. Із зростанням кількості даних, що потребують аналізу чи узагальнення, зростатиме і роль графічного подання цієї інформації. Якісна інфографі-

ка, грамотно інтегрована у текст, не тільки увиразнює його, але й привертає увагу реципієнтів, яких лякають «великі тексти» і які за інших умов не наважилися б на його прочитання. У подальшому доцільно було б дослідити сприйняття аудиторією повідомлень на економічну тематику, які містять/не містять інфографіку загалом та стосовно кожного виду.

ЛІТЕРАТУРА

- Баранецька А. Д. (2019), Візуалізація медіаконтенту як важливий складник реалізації комунікації. <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/e68a50b975d85a9c6f0a915782e114bc.pdf> [25.10.2020].
- Вайшенберг З. (2011), Журналістика та медіа: довідник. Київ.
- Волинець Г.М. (2013), Сучасні тенденції використання інфографіки (на матеріала часопису «Український тиждень»). «Соціальні комунікації», № 3–4.
- Володарська Т. (2020), Гумор як інструмент впливу на суспільні економічні цінності в інформаційному просторі сучасної Болгарії. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartosciach wspolczesnego czlowieka*. Kielce.
- Горлач Д. (2016), Кліпове мислення як фактор впливу на організацію мережевих видань. «Український інформаційний простір», ч. 4.
- Зе!повіт. Газета Дзеркало тижня випустила останній номер. <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/dzerkalo-tizhnya-vipustila-ostanniy-nomer-novini-ukrajini-50061712.html> [25.10.2020].
- Лаптев В.В. (2012), Изобразительная статистика: введение в инфографику. Санкт-Петербург.
- Найкращі сайти України. <https://www.alexa.com/topsites/countries/UA> [25.10.2020].
- Прус Д. (2020), Аксіологічні проблеми працевлаштування молоді: сучасні українські реалії. В: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartosciach wspolczesnego czlowieka*. Kielce.
- Рудченко А. (2017), Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа. <https://jrvs.donnu.edu.ua/article/view/3688> [25.10.2020].
- Черняков Б.І. (1998), Зображальна журналістика як предмет і як об'єкт журналістикознавчого дослідження. Київ.
- Черняков Б. (2005), Феноменологічні властивості зображення як категорії культури та журналістикознавства. «Наукові записки Інституту журналістики», т. 20. 132–139.
- Швед О. (2014) Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvz_2014_30_29 [25.10.2020].
- Шевченко В.Е. (2013), Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ.
- Шляхтина С. (2005), Пакеты для создания информационной графики. <http://www.compress.ru/article.aspx?id=11431&iid=449> [25.10.2020].
- Beautiful visualisation (2010),. *Beautiful visualisation: looking at data through the eyes of experts* / ed. by J. Steele, N. Pliinsky. — Beijing [etc.]: O'Reilly Media.

- Friendly M., Denis D. (2005), *Milestones in the history of thematic cartography, statistical graphics and data visualization*. New York.
- Kwaśniewska M. (2020), *Money in the climate change discourse as presented in the articles of „The New York Times” and „National Review”*. In: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Labashchuk M. (2020), *Materialism in the Chinese culture*. In: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.
- Labuz R. (1991), *Contemporary graphic designe*. New York.
- Ros D., Ehlers M. (2012), *Medicine labels incorporating pictograms: do they influence understanding and adherence?* <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15950838/> [25.10.2020].
- Tufte E. (2001), *The Visual display of quantitative information*. 2-nd ed. New-York.
- Visual journalism: a guide for new media professionals / Christopher R. Harris, Paul Martin Lester. Boston 2002.
- Why your brain craves infographics?* <https://neomam.com/interactive/13reasons/> [25.10.2020].
- Zebrzowska A. (2020), *Ironia i sarkazm w internetowych komentarzach dotyczących świadczeń socjalnych w Polsce*. W: *Homo economicus: dyskurs o ekonomicznych wartościach współczesnego człowieka*. Kielce.



Druk i oprawa

Wydawnictwo UJK

ISBN 978-83-7133-907-3



9 788371 339073 >