

ALEKSANDER KIKLEWICZ

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

## **POLSKA – ROSJA: WZAJEMNE WARTOŚCIOWANIE (NA PODSTAWIE ANALIZY KORPUSOWEJ)**

### **Poland vs Russia: mutual evaluation (on the basis of the corpus analysis)**

**SŁOWA KLUCZOWE:** lingwistyka interkulturowa, wartość, wartościowanie, aksjolingwistyka, Rosja, Polska, kwantytatywna analiza korpusowa

**KEYWORDS:** intercultural linguistics, value, evaluation, axiolinguistics, Russia, Poland, quantitative corpus analysis

**ABSTRACT:** The author considers value and evaluation in the perspective of intercultural and anthropological linguistics. The value is treated as an element of axiological modality, which is specific in every language community. This particularly applies to the subjectively valued national groups and the stereotypes based on the values. Corpus analysis deals with exposing the values attributed to Poles by the Russians and, conversely, attributed to the Russians by the Poles. The author has taken into account a set of the facets (cognitive domains), such as politics, society, economy and commerce, language, art and other. The results of the expedition have been worked out in the quantitative and qualitative way.

#### 1

Kategoria wartości ma dość złożoną strukturę, ufundowaną na kilku opozycjach semantycznych: 1) wartości jakościowe vs. ilościowe; 2) wartości organiczne vs. numeryczne; 3) wartości obiektywne (ekstensjonalne) vs. subiektywne (intensjonalne); 4) wartości nominalne, gradualne i aktualne (zob. Kiklewicz 2001, 124; 2017). W tym artykule skupię się na wartościach jakościowych – organicznych – subiektywnych, które najbardziej korespondują z przedmiotem badań lingwistyki antropologicznej oraz lingwistyki interkulturowej. U podstaw wartościowania tego typu, jak pisze L. Ostasz, leży *preferowanie*, czyli „takie reagowanie i nadawanie kierunku swojemu dążeniu, podczas którego przedkłada się coś nad coś, [...] afirmuje lub neguje, nadaje się czemuś priorytet” (2009, 12). W naukach kognitywnych preferowaniu bardziej lub mniej odpowiada pojęcie ang. *salience*, tzn. istotność, wydatność (zob. Rachilina 2000, 12).

Wartościowanie realizuje się na różnych poziomach języka: morfologicznym, leksykalnym, składniowym. Najbardziej dyskretny sposób manifestacji wartości obserwuje się w zdaniu: *m o d a l n o ś ć a k s j o l o g i c z n a* jest realizowana za pomocą wyspecjalizowanych operatorów (zob. Kiklewicz 1998, 77; 2004, 186).

A. Dudziak (2012, 14) twierdzi, że komunikacja międzyludzka w dużym stopniu ma charakter aksjologiczno-perswazyjny – wartościowanie stanowi nieodłączny element czynności komunikacyjnych. Semantyka aksjologiczna towarzyszy wielu typom dyskursów, szczególnie publicystycznym, politycznym i promocyjnym (zob. Abdikerimowa 2015, 207; Bandura 1977; Bryant/Thompson 2002; Pisarek 2007, 45). Uważa się, że jednym z najczęściej stosowanych środków agresji językowej w tekstach dziennikarskich jest aksjologicznie nacechowane słownictwo (Pietrowa/Raciburskaja 2011, 34).

Takie przekonanie deklarują także zwolennicy współczesnej lingwokulturologii i etnolingwistyki. Między innymi zakłada się, że w tzw. językowym obrazie świata występują dwa moduły: „tezaurus” zawiera informację o charakterze obiektywno-subiektywnym, a „konceptosfera” – informację o charakterze wartościującym (zob. Szestak 2003, 16).

S. E. Patzke (2005, 43) krytycznie ocenia teorie stereotypu H. Putnama, w której – zdaniem niemieckiej badaczki – nie uwzględniono elementów emocjonalnych i wartościujących, obecnych w treści stereotypu. Można dyskutować, czy ta uwaga jest słuszna. Zgodnie z definicją Putnama stereotyp to „tradycyjne wyobrażenie (które może być z gruntu nietrafne) na temat tego, jak wygląda, lub jak działa, lub czym jest X” (1975, 249; 1998, 147). Definicja ta nie neguje możliwości interpretacji np. tego, jak przedmiot wygląda, w odniesieniu do normy, a więc zasadniczo może mieć też charakter aksjologiczny<sup>1</sup>.

Wartościujący charakter szczególnie mają stereotypy etniczne, o czym piszą amerykańscy badacze:

Stereotypy porządkują poznawcze reprezentacje świata, [...] upraszczają komunikację, pozwalając ludziom na oszczędność słów podczas rozmów o innych i z innymi. Rozmówca może ująć całe bogactwo informacji o danej osobie, posługując się po prostu etykietą *Żyd*, *czarnuch* lub *feministka*. Oczywiście, werbalna wymiana zostaje uproszczona dzięki niepisanej pewności, że dana etykieta kategorii przekaże odbiorcy informacje poprzez podzielane przekonania na temat grup. Zatem choć w swej warstwie zewnętrznej komunikacja może być bardzo prosta, poziom zrozumienia interpersonalnego obfituje w ukryte znaczenia (Stangor/Schaller 1999, 31).

<sup>1</sup> Zgodnie z teorią etnolingwistyki wartościowanie stanowi jeden z elementów językowego obrazu świata: „Za różnicami w budowie gramatycznej i leksykalnej poszczególnych języków mogą się kryć odmiennie sposoby rozumienia świata, jego kategoryzowania i wartościowania. Innymi słowy, każdy język zawiera swoisty językowy obraz świata” (Tokarski 1995, 8).

Zauważono, że stereotypowe wartościowanie obcych zwykle jest mniej pozytywne niż wartościowanie przedstawicieli własnej grupy (Stroebe/Insko 1989, 5). Poza tym ludzie bardziej tolerują negatywne oceny własnych osób lub grup, do których należą, jeżeli są oceniani przez „swoich” (zob. Patzke 2005, 117 i n.). Dlatego znany socjolog i sowietolog R. Pipes (1993, 8) we wstępie do rosyjskiego wydania swojej książki podkreśla, że zawarte w niej negatywne oceny Rosji nie należy traktować jako wrogości.

Jest znane twierdzenie G. Batesona: „Wszelkie doświadczenie jest subiektywne” (1996, 48). Można je w pewnym stopniu podważyć, gdyż prawdą też jest, że ludzkie doświadczenia częściowo są pośredniczone przez filtry konwencji kulturowej. Zaprogramowanie kulturowe, inne dla każdej wspólnoty ludzkiej, warunkuje także specyficzny w każdym przypadku charakter wartościowania (zob. Workaczew 2007, 6). Dotyczy to obszarów wartościowania, stosowanych norm, skali wartości, jak również ich odzwierciedlenia w języku. Na przykład we współczesnym języku rosyjskim antroponim pochodzenia francuskiego *мадам* ‘pani, madame’ prawie nie występuje bez dodatkowego nacechowania negatywnego lub (rzadziej) pozytywnego, por. przykłady (zob. o tym także: Kiklewicz 2004, 189):

- (1) Не станет он разговаривать с этой мадам.
- (2) Мадам в борделе была в точно таком же наряде («Огонек». 2001/28).
- (3) В аэропорту к Золотухину бросилась какая-то провинциальная мадам («Огонек». 2001/44).
- (4) Без сухопарой «мадам» начальник охраны чувствовал себя более раскованно и безопасно (Е. Сартинов).
- (5) И я вижу не мадам, а девуку, которую предпочтет разве что извращенец («Огонек». 1996/28).
- (6) Мне почему-то приятно, когда меня называют «мадам» («Огонек». 1997/14).

Charakterystyka negatywna (‘sztywna, wyniosła kobieta’) wywodzi się z obrazu nauczycielki lub guwernantki będącej Francuzką; dziś kojarzy się w Rosji najczęściej z właścicielką domu publicznego. Konotacja pozytywna (‘kobieta wytworna, wyróżniająca się elegancją i znajomością konwenansów towarzyskich’) nawiązuje do XIX-wiecznej tradycji wzorowania się na manierach kultury francuskiej. Podobne konotacje rzeczownika *dama* odnotowują polskie słowniki opisowe.

Oczywiście różnice kulturowe dotyczą nie tylko pozytywnych i negatywnych wartości, lecz także norm<sup>2</sup>. W artykule Patrycji Bukalskiej „Warzywa są trendy”

---

<sup>2</sup> Na ten temat M. Kotin pisze: „Norma należy z kolei do bardzo niejednoznacznie określanej sfery pojęciowej i jest uwarunkowana całym szeregiem czynników, w tym przede wszystkim czynnikami natury kulturowej. Faktem dość trywialnym jest zmienność pojęcia normy w zależności od epoki i specyfiki bytu określonej społeczności. To, co uważane było za normę kilka stuleci, a czasem nawet kilka lat temu, jest dzisiaj często uznawane za anachronizm i odchylenie od zupełnie inaczej definiowanej i rozumianej, nowej normy. To, co uchodzi za normę w niektórych krajach Wschodu lub Afryki, jest nierzadko

(„Tygodnik Powszechny”; 19 VI 2011) możemy przeczytać, że Rosjanie, podobnie jak Polacy, traktują ogród jako miejsce spotkań towarzyskich i odpoczynku, ale jest też różnica: „Rosyjski ogród zawsze miał jakby dwa oblicza: jedno to źródło piękna i natchnienia, a drugie – to źródło ziemniaków i kapusty, które pomogą przetrwać kolejny kryzys”. Nic dziwnego, że gdy w sierpniu 2016 roku prezydent Białorusi Aleksander Łukaszenko przyjął amerykańskiego aktora Stevena Seagala, zaprowadził gościa zza oceanu do swojego ogrodu, w którym własnoręcznie uprawia warzywa i owoce.

## 2

Zróźnicowania kulturowe w dużym stopniu dotyczą wartościowania grup narodowych. Tak wygląda sprawa np. w przypadku relacji polsko-amerykańskich. Tak więc J. Pluta (2014, 60) pisze, że stereotyp Amerykanina za czasów PRL był raczej negatywny, co odpowiadało ideologii państwa socjalistycznego: Amerykanów wartościowano jako ludzi zamożnych, ale jednocześnie reprezentujących kulturę konsumpcyjną, zasadniczo niższą. Powołując się na innych badaczy, Pluta pisze o fenomenie „wujka, ciotki z Ameryki” oferujących amerykańską tandetę, oczekujących hołdów i uwielbienia. Propaganda PRL sprawiła, że w polskim społeczeństwie ukształtował się stereotyp Amerykanina „o negatywnym wydźwięku emocjonalnym”. Jak pisze Pluta, „zgodnie z tym stereotypem Amerykanin był spostrzegany jako zdegenerowany, zepsuty, chciwy, podstępny i stanowiący zagrożenie osobnik” (2014, 61).

Współcześnie Amerykanom częściej przypisuje się cechy, które są traktowane pozytywnie: bogactwo, przedsiębiorczość, aktywność, pracowitość, nowoczesność, internacjonalizm (lojalność w stosunku do obcych). Nawet cecha „militarysta”, jak pisze Pluta (tamże), stanowi przypadek pozytywnego wartościowania: „akcentuje umiłowanie przez Amerykanów wojskowości i broni palnej, posiadanie której stanowi wyraz gwarantowania obywatelom najszerszych swobód, bez ingerencji państwa”. Negatywne wartości przepisywane przez współczesnych Polaków Amerykanom to: efekciarski, snobistyczny, otyły, ignorant.

Jeśli chodzi o odwrotny kierunek wartościowania, za jedno z poważnych źródeł może służyć książka D. V. Goski (2015), w której autorka dowodzi, że w amerykańskiej kulturze masowej dominuje negatywny wizerunek Polaków. Amerykański stereotyp Polaka brzmi: ograniczony, brutalny i antysemicki. W artykule „Słonia sprawa polska” na łamach „Tygodnika Powszechnego” (29 V 2015) autorka pisze, że w amerykańskich szkołach dzieci uczą się o Holokauście z komiksów, w których Polacy są traktowani jako zbrodniarze (na ten temat zob. także artykuł „Ci okropni Polacy” na łamach „Tygodnika Powszechnego”; 29 V 2011).

---

oceniane jako odchylenie od normy na Zachodzie i vice versa. Ponadto pewne normy są mniej lub więcej długotrwałe, podczas gdy inne zmieniają się dość szybko” (2014, 150 i n.).

W artykule prasowym „Antypolonizm w USA – krzywdzące, ale zanikające uprzedzenia o Polakach” w internetowym wydaniu „Gazety Wyborczej” (<http://wyborcza.pl>) można przeczytać, że negatywne stereotypy o Polakach do Ameryki przywieźli imigranci z Niemiec. W latach 60. XX wieku w USA pojawiło się dużo dowcipów kultuwujących obraz Polaka głupka lub nieudacznika (np. „Skąd wiemy, że Superman to Polak? Bo nosi majtki na wierzchnim ubraniu”).

Negatywne wartościowanie Polaków znajduje wyraz np. w opowiadaniu znanej amerykańskiej pisarki Joyce Carol Oates „Moja Warszawa 1980”. W tekście tu i ówdzie pojawiają się krytyczne uwagi w odniesieniu do Polski, nawet na temat pogody czy gastronomii:

- (7) Warszawa jest zimna w maju.
- (8) Dym, kłęby dymu, duszne zadymione powietrze: w ręce każdego Polaka zapalony papieros: w salach konferencyjnych, restauracjach, nawet na ulicy.
- (9) Warstwy dymu jak chmury w starawej kawiarni Hotelu Europejskiego, płynące chmury dymu na oficjalnym obiedzie wydanym przez Związek Literatów Polskich.
- (10) To jest tragiczny naród.
- (11) Przechodzą obok kościoła Jezuitów, tak zatłoczonego o tej porze (jest ósma wieczór), że naród stoi na ulicy, na bruku, wystawiony na zimną mżawkę.
- (12) Widać, że towar w kiepskim gatunku, jakieś buble.
- (13) Czerwone tramwaje pędzące z łomotem po ulicach, czerwone autobusy i ich trujące spaliny. Tłumy ludzi, hałas, deszcz rano, słońce w południe, przenikliwie zimno.
- (14) Wszędzie ta sama przenikliwa wilgoć i chłód.
- (15) Ci, którzy wymieniają pieniądze, otwarcie podchodzą do nich na ulicy, prawie bezczelnie, zupełnie jak żebracy w Nowym Jorku.
- (16) Judith musi przemóc w sobie fizyczny prawie ból na dźwięk polskiej mowy, frustrujący rozgardiasz słów.
- (17) Oni nie znają nawet swojej własnej historii.
- (18) Judith próbuje czytać Mickiewicza i stwierdza, że przekład chyba nie jest najlepszy. [Tu jest ewidentna ironia: Oates sugeruje, że oryginał jest kiepski].
- (19) Nieszczęsna kolacja trwa dalej. Żyłasta pieczeń wołowa, kaczka tak długo pieczona, że wyschła do szczętu.

### 3

Jeszcze bardziej nacechowane pod względem aksjologicznym są stosunki polsko-rosyjskie, co tłumaczy się wielowiekową tradycją kontaktów politycznych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych obu narodów. Przemysław Czapliński pisze na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2 X 2016), że mimo wrogości relacji obu państw, szczególnie w aspekcie politycznym, pojęcie Rosji w pewnym sensie jest nieodłącznym elementem definicji polskości:

Rosja za to jawi się polskiej wyobraźni jako „antycywilizacja, nowoczesna mieszanka despotyzmu i powszechnej nieudolności, wcielenie niegospodarności i korupcji, koktajl nieuzasadnionej pychy i jawnej nędzy, hybrydowe połączenie potęgi i społecznej niedbałości”. Rosja jest zbiorczym magazynem wszystkiego, co dostrzegamy u siebie i czego nie chcemy o sobie wiedzieć. Ale właśnie dlatego, że przepisujemy na Rosję i Rosjan wszystkie wschodnie aspekty naszej kultury, mentalności, historii, właśnie dlatego Rosja okazuje się nieśmiertelna. Bez niej, bez tej sumy różnic, nie potrafilibyśmy udowodnić naszej zachodniości. Konstruujemy Wschód i staramy się wyrzucić tam wszystko, co niezachodnie. Oni są dzicy, my – cywilizowani; oni to Azja, my – Europa, oni – autorytaryzm i społeczeństwo fanatycznie nacjonalistyczne, my – demokracja i społeczeństwo...<sup>3</sup>

W leksykonie „Idee w Rosji” możemy przeczytać o zmienności stereotypu Polski w Rosji. W XVI i XVII wieku

wojskowa obecność Polaków na ziemiach jednocześnie utwierdzała negatywny stereotyp Polaka i ten sam stereotyp rozsadzała. Utwierdzała w płaszczyźnie politycznej (najeźdźcy, okrutnika), konfesjonalnej (heretycy, bezczeszczące prawosławne świątynie), zaś rozsadzała w płaszczyźnie kulturowej: moda, sposób bycia, pieśni – to wszystko odkrywało żyjącym w ramach tradycyjnej kultury Moskowitom zsekularyzowaną kulturę „łacinników” (Lipatow 2007, 221 i n.).

Cytowany tu A. Lipatow dalej pisze, że szesnastowieczny stereotyp Polaka zmienia się w XVII wieku, gdy „obok obcości politycznej, ustrojowej, wyznaniowej powstaje fascynacja kulturowa” (tamże). Znajduje to m.in. wyraz w tym, że „język polski staje się językiem dworskim, trafia do programu słowiańsko-grecko-łacińskiej Akademii w Moskwie”. Także i w kolejnych stuleciach można obserwować rozsadzanie stereotypu Polski i Polaków na dwie części składowe: polityczno-konfesjonalną i kulturowo-artystyczną (tamże, 224). Lipatow pisze: „Nawet rozbiory Polski, powstanie

---

<sup>3</sup> Relacja antagonizmu międzykulturowego zdaniem U. Eco ma swoje aspekty pozytywne, a mianowicie służy utrwaleniu tożsamości grupy społecznej. Na ten temat Eco m.in. pisał: „Kilka lat temu w Nowym Jorku trafiłem na taksówkarza o trudnym do rozszyfrowania imieniu. Wyjaśnił mi, że pochodzi z Pakistanu. Na jego pytanie, skąd pochodzę, odpowiedziałem, że z Włoch. Następnie zapytał, ilu ludzi mieszka we Włoszech, i był zaskoczony, że tak mało i że naszym językiem nie jest angielski. W końcu zadał pytanie, kim są nasi wrogowie. Na moje: „Słucham?”, grzecznie wyjaśnił, że chodzi mu o to, z jakimi narodami od wieków prowadzimy wojny o ziemię, sporne terytoria, z kim mamy konflikty na tle etnicznym i tym podobne. Odparłem, że z nikim nie jesteśmy w stanie wojny. Wciąż cierpliwie tłumaczył, że chodzi mu o to, kim są nasi odwieczni wrogowie, kim są ci, z którymi się nawzajem mordujemy. Powtórzyłem, że nie ma takich ludzi, że ostatnią wojnę toczyliśmy pół wieku temu i na dodatek zaczęliśmy ją, występując przeciwko jednemu wrogowi, a pod koniec mieliśmy już zupełnie innego. Odpowiedź go nie zadowoliła. Jak to możliwe, że istnieje naród, który nie ma wrogów? Wysiadłem z taksówki, zostawiając mu dwa dolary napiwku jako zadośćuczynienie za nasz gnuśny pacyfizm, i dopiero później dotarło do mnie, co powinienem był odpowiedzieć. To nieprawda, że Włosi nie mają wrogów. Nie mają wroga zewnętrznego, a przynajmniej nie są w stanie uzgodnić, kto mógłby nim być, ponieważ sami nieustannie toczą walki pomiędzy sobą (Eco 2011, 9 i n.).



kościuszkowskie i okres poprzedzający powstanie listopadowe nie powodują dominacji składnika politycznego nad kulturowym” (tamże). W XIX wieku, po powstaniu listopadowym kształtuje się obraz Polaka jako wroga („w powiązaniu z jednocześnie lansowanym przez władze carskie wrogim stereotypem Żyda”). Sytuacja zmieniła się podczas I wojny światowej, gdy, jak pisze Lipatow, odradza się pozytywne wartościowanie polskości. Częściowo tłumaczy się to względami politycznymi, a mianowicie pozyskiwaniem Polaków i wykorzystaniem ich w trakcie działań wojennych.

Jeśli chodzi o wartościowanie w obrębie rosyjskiego ludu, polonofobia nie była dla niego charakterystyczna – z tej przyczyny, że, jak pisze Lipatow, „wieś rosyjska nie stykała się bezpośrednio ani z Polakami, ani z Żydami” (tamże, 228). „O niezmienną postawie tej warstwy świadczy jej tradycyjne miłosierdzie okazywane ludności polskiej, deportowanej w 1939 r. i tuż po wojnie na Syberię i do Altaju” – czytamy w artykule (tamże, 229 i n.).

W XX wieku na skutek bolszewickiej propagandy wartościowanie Polski zostało zdominowane przez czynnik polityczny. Dopiero w okresie powojennym, gdy mieszkańcy ZSRR poznali polski film, polską modę, polskie wyroby przemysłowe, rozpowszechnia się pozaideologiczny pozytywny obraz Polaków, szczególnie wśród inteligencji: „Polska [...] stała się oknem na Zachód, zaś język polski [...] funkcjonował jako język kultury europejskiej, dzięki któremu poznawany współczesny «zakazany» Zachód” (tamże, 234).

Współcześnie, w sytuacji postkomunistycznej, w Rosji, jak pisze Lipatow, „wegotuje się ideologiczne stereotypy minionych czasów”, a więc oskarża się Polskę o zdradę „wspólnej sprawy” – szczególnie na skutek przystąpienia Polski do NATO i UE. Polakom zarzuca się katolicyzm, niezgodę na rosyjską dominację, kapitalizm jako władzę „szlachty” i „panów”. Nieprzypadkowo w 2004 roku Duma Państwowa podjęła uchwałę o ustanowieniu święta niezależności narodowej, które jest obchodzone w Rosji 4 listopada – ku czci zwycięstwa nad polską interwencją w XVII wieku.

Można konstatować, że skala wartościowania w tym przypadku jest dość szeroka – mieści się w niej spora liczba wartości pozytywnych oraz negatywnych. Charakter wartościowania zależy od okresu historii i panującej w tym czasie koniunktury polityczno-ideologicznej, a także od podmiotów wartościowania – inteligenckich, ludowych czy oficjalnych, podzielających panującą ideologię państwową.

#### 4

W pracy: Kiklewicz 2012, dokonano wstępnej analizy korpusowej konotacji aksjologicznych rosyjskiego przymiotnika *польский* we wszystkich formach fleksyjnych. Tamta analiza wykazała pewne regularności w zakresie wartościowania Polaków i Polski przez Rosjan. Obszar przeanalizowanego materiału był jednak bardzo wąski, wobec tego postanowiłem przeprowadzić ponowne badanie – na szerszym materiale korpusowym oraz przy uwzględnieniu tekstów w języku rosyjskim (badano użycie

przymiotnika *польский*) i tekstów w języku polskim (badano użycie przymiotnika *rosyjski*). Tak przeprowadzona analiza miała dać odpowiedź na pytanie o stopień podobieństwa wartości przypisywanych Polakom przez Rosjan i, odwrotnie, Rosjanom przez Polaków. Przeanalizowano po 1000 kontekstów z każdego korpusu (Korpus polski 2016; Korpus rosyjski 2016). Pochodzące z korpusów teksty reprezentują piśmiennictwo XX–XXI wieku przeważnie w zakresie dziennikarstwa i literatury artystycznej.

Wstępnie należy zaznaczyć, że eksplikacji wartości dokonywano na podstawie lingwistycznej analizy fragmentów tekstowych. Część materiału była łatwiejsza do interpretacji – za sprawą formalnych (leksykalnych) wykładników aksjologicznych, por. niektóre przykłady:

- (20) Rosyjska myśl od dziesiątków lat boryka się z dylematem własnego dziedzictwa i imperialnego przekleństwa czyniącego rosyjski naród faktycznym tyranem narodów ościennych.
- (21) Owa nie kończąca się nigdy przestrzeń rosyjska w najtwardszym człowieku wywołuje w końcu poczucie bezsilności.
- (22) Rewolucja rosyjska, jak przypuszczaliśmy, to jest te sto pięćdziesiąt milionów na olbrzymich obszarach, które absolutnie niszczy wszystko, co było dotychczas.
- (23) Za jedyny argument uznał to, że nie wyobraża sobie większej profanacji niż picie herbaty z czegoś równie barbarzyńskiego jak rosyjska szklanka.

Na negatywne konotacje rosyjskości wskazują w tych fragmentach aksjologicznie nacechowane przymiotniki, rzeczowniki oraz czasowniki: *imperialne przekleństwo*, *tyran*, *poczucie bezsilności*, *niszczy wszystko*, *barbarzyński*.

W wielu fragmentach informacja aksjologiczna nie została jednak wyrażona wprost – jej wyeksplikowanie wymaga analizy semantycznej wyrazów towarzyszących, jak np. w zdaniu:

- (24) Tym bardziej że historiografia rosyjska pielęgnuje dalekie od rzeczywistości legendy.

Skoro polski autor traktuje rosyjską historiografię jako niezgodną z rzeczywistością (pisząc o *legendach*), można wnioskować, że wartościuje tę sferę rosyjskiej nauki i kultury negatywnie. Posługując się podobną metodą analizy tekstów, wyodrębniłem w każdym korpusie trzy grupy: zawierające wartościowanie (polskości/rosyjskości) pozytywne, negatywne oraz nienacechowane pod względem aksjologicznym. Dane ilościowe o wartościowaniu polskości w tekstach rosyjskich są zawarte w tabeli 1.

W materiale wyodrębniono 16 obszarów tematycznych, z którymi jest powiązana treść przeanalizowanych fragmentów tekstowych. Jak widać, ich częstość bardzo się różni. Zdecydowanie dominują dwa tematy: historia (22,2%) oraz gospodarka i handel (17,5%). Kolejnej grupie tematów (społeczeństwo, język, sztuka oraz polityka i administracja) przysługuje częstość od 5% do 10%. Inne tematy występują rzadziej i mogą zostać zaliczone do strefy peryferyjnej.



**Tabela 1.** Konotacje aksjologiczne przymiotnika *польский* ‘polski’ w korpusie rosyjskim

korpus rosyjski					
Domena	Wartościowanie			Razem	
	+	–	±		
historia	41	134	47	222	22,2%
gospodarka i handel	89	27	59	175	17,5%
społeczeństwo	32	14	49	95	9,5%
język	15	7	59	81	8,1%
sztuka	51	4	24	79	7,9%
polityka, administracja	18	43	17	78	7,8%
nauka, technika, edukacja	37	5	10	52	5,2%
literatura	27	4	16	47	4,7%
wojskowość	7	14	13	34	3,4%
obyczaje, postawy	11	14	4	29	2,9%
krajobraz	6	6	14	26	2,6%
media	9	4	11	24	2,4%
sport	6	10	6	22	2,2%
religia	10	2	7	19	1,9%
kulinaria	5	0	4	9	0,9%
kultura	3	1	4	8	0,8%
Razem	367	289	344	1000	100%
	36,7%	28,9%	34,4%		

Jeśli chodzi o wartościowanie polskości w tekstach rosyjskich, ma ono charakter raczej zrównoważony, o czym świadczy proporcja konotacji pozytywnych (36,7%) i negatywnych (28,9%). Należy podkreślić nieznaczną przewagę wartości pozytywnych.

Proporcja tekstów aksjologicznie nacechowanych i nienacechowanych wynosi 65,6% – 34,4%, co mówi o dominującym aksjologicznym profilowaniu tekstów. Pisząc na temat Polski i Polaków, Rosjanie najczęściej wyrażają swoją ocenę, co z kolei jest znakiem pewnego zainteresowania polskością, zaangażowania w tę tematykę.

Jeśli porównać wartości pozytywne, negatywne i neutralne w grupach tematycznych o różnej randze częstości, otrzymamy następujący obraz (tabela 2):

**Tabela 2.** Zestawienie wartości w grupach tematycznych o różnej częstotliwości (w korpusie rosyjskim)

Grupa domen	Wartościowanie			Razem
	+	-	±	
Domeny o najwyższej częstotliwości	130	161	106	397
	32,7%	40,6%	26,7%	
	73,3%			
Domeny o średniej częstotliwości	116	68	149	333
	34,8%	20,4%	44,7%	
	55,3%			
Domeny o najniższej częstotliwości	121	60	89	270
	44,8%	22,2%	33,0%	
	67%			

Z tabeli 2 wynika, że najbardziej aksjologicznie nacechowane w rosyjskim korpusie są tematy o najwyższej i najniższej częstotliwości. Przy tym tylko w grupie najczęstszych tematów występuje przewaga wartości negatywnych, ale jedynie za sprawą historii – w tym przypadku proporcja wartości pozytywnych i negatywnych wynosi: 18,5 – 60,4%.

O charakterze wartościowania świadczy także informacja o tematach, które wyróżniają się pod względem dominującej liczby wartości pozytywnych lub negatywnych. Zdecydowana przewaga wartości pozytywnych występuje w przypadku następujących domen: nauka i technika (+71,2%, -9,6%); sztuka (+64,6%, -5,1%); literatura (+57,4%, -8,5%); religia (+52,6%, -10,5%); gospodarka i handel (+50,9%, -15,4%). Negatywnie nacechowane w rosyjskim korpusie są następujące tematy: historia (+18,5%, -60,4%); polityka i administracja (+23,1%, -55,1%); wojskowość (+20,1%, -41,2%). Jak widzimy, Rosjanie doceniają polskie osiągnięcia w sferze naukowej, kulturowej, produkcyjnej i handlowej, jednakże są krytycznie nastawieni do Polski jako państwa, które w historii kojarzy się z konfliktami wojskowymi<sup>4</sup>, a obecnie – z członkostwem w NATO i UE.

W podobny sposób przeanalizuję rezultaty opracowania tekstów z korpusu polskiego. Przede wszystkim należy przytoczyć tabelę (tabela 3) zawierającą dane ilościowe o częstotliwości występowania wartości pozytywnych i negatywnych w tekstach o różnym wyprofilowaniu tematycznym.

Do grupy najczęściej poruszanych tematów należą: polityka, administracja (15%), historia (13,8%), język (13,0%), społeczeństwo (12,0%). Na drugiej pozycji pod względem częstotliwości znajdują się tematy: gospodarka i handel (9,7%), wojskowość (7,2%),

<sup>4</sup> W związku z tym należy przytoczyć notatkę cara Mikołaja I na marginesie podręcznika geografii dla kadetów: «Россия не есть держава земледельческая, промышленная или торговая, Россия есть держава военная и назначение ее – быть грозой остальному миру» [Rosja to nie jest państwo rolnicze, przemysłowe ani handlowe, Rosja to państwo militarne, jej przeznaczenie – być grozą dla reszty świata] ([http://aldebaran.ru/author/i\\_nikolayi/kniga\\_moe\\_samoderjavnoe\\_slujenie](http://aldebaran.ru/author/i_nikolayi/kniga_moe_samoderjavnoe_slujenie)).

**Tabela 3.** Konotacje aksjologiczne przymiotnika *rosyjski* w korpusie polskim

KORPUS POLSKI					
Domena	Wartościowanie			Razem	
	+	-	±		
polityka, administracja	8	92	50	150	15,0%
historia	8	92	38	138	13,8%
język	6	5	119	130	13,0%
społeczeństwo	31	25	64	120	12,0%
gospodarka i handel	21	19	57	97	9,7%
wojskowość	8	48	16	72	7,2%
nauka, technika, edukacja	30	11	22	63	6,3%
literatura	30	5	27	62	6,2%
obyczaje, postawy	4	29	21	54	5,4%
sztuka	16	5	17	38	3,8%
krajobraz	1	5	11	17	1,7%
religia	2	9	5	16	1,6%
media	1	2	12	15	1,5%
kultura	5	8	0	13	1,3%
sport	5	5	1	11	1,1%
kulinaria	0	2	2	4	0,4%
Razem	176	362	462	1000	100%
	17,6%	36,2%	46,2%		

nauka, technika, edukacja (6,3%) oraz literatura (6,2%). Porównując pod tym względem teksty polskie i rosyjskie, należy stwierdzić, że są one zasadniczo podobne: w obydwu przypadkach w czołówce znajdują się te same domeny tematyczne: historia, polityka i administracja, gospodarka i handel, społeczeństwo, język, sztuka oraz nauka, technika i edukacja. Różnica jednak polega na tym, że w rosyjskim korpusie zdecydowanie dominują teksty dotyczące dwóch domen: historii oraz gospodarki i handlu – przypada na nie prawie 40% tekstów, podczas gdy polski korpus pod względem tematycznym jest bardziej zrównoważony.

Wartościowanie tej informacji w tekstach polskich jest jednak inne niż w tekstach rosyjskich. Po pierwsze, różni się proporcja tekstów aksjologicznie nacechowanych i nienacechowanych: w rosyjskim korpusie wynosi ona 65,6% – 34,4%, a w polskim korpusie 53,8% – 46,2%. Można wobec tego twierdzić o nieznacznie większym zaangażowaniu aksjologicznym autorów tekstów rosyjskich i większej neutralności autorów tekstów polskich.

Po drugie, inna jest też proporcja wartości pozytywnych i negatywnych. Jakkolwiek w rosyjskim korpusie są to wielkości zbliżone (+36,7%, –28,9%), to w polskim korpusie dwukrotnie przeważają wartości negatywne: +17,6%, –36,2%.

Wobec tego można konstatować, że profil aksjologiczny tekstów rosyjskich ma charakter przeważnie nacechowany z nieznaczną przewagą wartości pozytywnych, podczas gdy teksty polskie są zrównoważone pod względem wartościowania / braku wartościowania, ale – w przypadku nacechowania aksjologicznego – zawierające zdecydowanie większą liczbę wartości negatywnych.

Porównanie wartości pozytywnych i negatywnych w grupach tematycznych o różnej częstotliwości daje w polskim korpusie następujące rezultaty (tabela 4):

**Tabela 4.** Zestawienie wartości w grupach tematycznych o różnej częstotliwości (w korpusie polskim)

Grupa domen	Wartościowanie			Razem
	+	-	±	
Domeny o najwyższej częstotliwości	53	214	271	538
	9,8%	39,8%	50,4%	
	49,6%			
Domeny o średniej częstotliwości	89	83	122	294
	30,3%	28,2%	41,5%	
	58,5%			
Domeny o najniższej częstotliwości	34	65	69	168
	20,2%	38,7%	41,1%	
	58,9%			

Z tabeli 4 wynika, że w przypadku najczęściej omawianych tematów jest zachowywana większa neutralność, choć należy przyznać, że dzieje się tak przede wszystkim za sprawą informacji na temat języka rosyjskiego. Temat ten jest poruszany w tekstach polskich dość często, głównie w związku z informacją o posługiwaniu się językiem rosyjskim w różnych sferach komunikacji. Wartości negatywne zdecydowanie przeważają w pierwszej i trzeciej grupie, podczas gdy tematy o średniej częstotliwości są interpretowane w sposób zrównoważony. Podobieństwo obydwu korpusów, mimo różnicy ogólnych liczb wartości pozytywnych i negatywnych, polega na tym, że w przypadku najczęstszych domen tematycznych najczęściej występuje wartościowanie negatywne, choć w tekstach polskich tendencja ta jest bardziej spotęgowana.

Podobnie jak w korpusie rosyjskim, w polskim korpusie można wyodrębnić tematy, które są bardziej wyprofilowane pozytywne lub bardziej negatywnie. Do pierwszej grupy należą: literatura (+48,4%, -8,1%); nauka, technika i edukacja (+47,6%, -17,5%); sztuka (+42,1%, 13,2%). Przeważnie negatywnie jest nacechowana informacja dotyczących następujących tematów: historia (+5,8%, -66,7%); wojskowość (+11%, -66,7%); polityka i administracja (+5,3%, -61,3%) oraz obyczaje i postawy (+7,4%, -53,7%). Ogólnie rzecz biorąc, należy stwierdzić duże podobieństwo pozytywnych i negatywnych profili domen tematycznych. Są jednak pewne różnice. Po pierwsze, w materiale rosyjskim dość często jest spotykana informacja na temat

polskiej gospodarki i handlu, np. o polskich towarach, które są przeważnie oceniane pozytywnie. W polskim rejestrze związanych z rosyjskością wartości pozytywnych ta domena zajmuje o wiele skromniejsze miejsce: temat gospodarki rosyjskiej zwykle jest poruszany w związku z handlem rosyjskiej ropy naftowej i rosyjskiego gazu, przy tym informacja ta ma przeważnie charakter neutralny.

Inna różnica dotyczy tematu „obyczaje i postawy”: Polacy dwukrotnie częściej niż Rosjanie zwracają uwagę na ten temat, a co dotyczy wartości, w polskich tekstach są one przeważnie negatywne (przy dużym odsetku tekstów aksjologicznie nienacechowanych). W rosyjskim korpusie odsetek ten jest znikomy, a przewaga wartości negatywnych jest nieznaczna.

\* \* \*

W podsumowaniu należy zaznaczyć, że tekstowy obraz wzajemnych stosunków polsko-rosyjskich wykazuje duże zróżnicowanie, chociaż występują w nim też pewne tendencje. Choć poddane analizie teksty, pochodzące z korpusów internetowych, poruszają różne tematy (wyodrębniono 16 kategorii tematycznych), są one funkcjonalnie nierównoważne. W obydwu korpusach powtarzają się te same najczęstsze tematy, a dominują te, które są związane ze sferą państwowości: historia, polityka i administracja oraz wojskowość. W polskim materiale na te domeny przypada 36% tekstów, a w rosyjskim materiale – 33,4% tekstów. Te teksty w dużym stopniu wpływają na ogólny profil wartości polskości w korpusie rosyjskim i rosyjskości w korpusie polskim<sup>5</sup>: w pierwszym przypadku proporcja wartości pozytywnych i negatywnych wynosi +19,8%, –80,2%, a w drugim przypadku – +6,6%, –64,4%. Jak widzimy, stosunek Rosjan do polskości jest bardziej radykalny – albo pozytywny, albo, o wiele częściej, negatywny. W przypadku polskiego materiału także przeważają oceny negatywne, ale większy jest odsetek tekstów neutralnych (29%).

Inaczej sytuacja wygląda, jeżeli chodzi o sfery tzw. kultury duchowej – nauki, literatury, sztuki. W obydwu przypadkach dominuje wartościowanie pozytywne: w rosyjskich tekstach proporcja wartości wynosi +64,0%, –7,3%, a w polskich tekstach – +47,2%, –13,0%. Jak widzimy, rosyjska sympatia dla kultury polskiej jest większa niż polska dla kultury rosyjskiej.

<sup>5</sup> Kontekst polityczny i historyczno-militarny przyczynia się do negatywnego wartościowania grupy etnicznej także w innych aspektach. Na przykład w opublikowanych po polsku zapiskach Denisa Dawydowa, słynnego rosyjskiego partyzanta z 1812 roku i generała kawalerii, który w 1831 roku uczestniczył w tłumieniu polskiego powstania, Polacy są negatywnie traktowani pod względem obyczajów i postaw: „U Polaków [...] zaczęła się straszna anarchia, dowódca istniał tylko dla dowodzenia wojskami w czas wojenny; poza polem bitwy wojska nie uznawały władzy, odbierały ludności ostatnią koszulę, mówiąc, że to dla ojczyzny. [...] Niejaki generał Kamiński dowodził oddziałem, którego siłę szacowaliśmy na 1500 ludzi, a który liczył ich 4000. Rzuciwszy broń, cały ten oddział padł na kolana, krzycząc: Wiwat Mikołaj, król nasz polski! Smutno patrzeć na ten naród, hardy i zadufany, gdy szczęście sprzyja, a ścielący się do nóg po klęsce. Mimowolnie przychodzi na myśl słowa Napoleona: Naród ten niesie upadek w swym własnym charakterze” („Mówią Wieki”. 2011/X).

Badanie wykazało, że Rosjanie często fascynują się wyrobami czy wytworami polskiego przemysłu i rolnictwa, np. chodzi o polskie warzywa i owoce, polskie kosmetyki, polskie meble, polską odzież i in. Odwrotnie, Polacy nie widzą powodów do fascynacji Rosją w tym zakresie, rosyjska gospodarka kojarzy się głównie z wydobywaniem i sprzedażą surowców (ropy, gazu). Rosja jest oceniana pod tym względem jako kraj bogaty, ale jednocześnie jako trudny partner w stosunkach ekonomicznych i handlowych.

W aspekcie relacji prywatnych obydwie korpusy obrazują podobne stany rzeczy: Polacy i Rosjanie nawiązują dość liczne kontakty, którym zwykle nie towarzyszą uczucia negatywne. W korpusie polskim teksty należące do domeny „społeczeństwo” zawierają tylko 20% ocen negatywnych, a podobne teksty w korpusie rosyjskim – tylko 14,7%. Jednakże należy zaznaczyć, że Rosjanie bardziej tolerują polskie obyczaje i postawy (m.in. traktowane jako europejskie), podczas gdy Polacy pod tym względem są bardziej powściągliwi, a nawet krytyczni: rosyjskie obyczaje i postawy dość często są oceniane jako zacofane<sup>6</sup> czy też barbarzyńskie.

Należy ponadto zdawać sobie sprawę, że informacja tekstowa nie obejmuje całego obszaru wartościowania w relacjach międzynarodowych, m.in. całego obszaru piśmiennictwa. Istnieją też inne sfery funkcjonowania wartości, takie jak behawioralne preferencje w życiu publicznym, konsumpcja produktów, unikanie i in. Jedynie szeroko zakrojone i odpowiednio skonfigurowane badania lingwistyczne, socjologiczne i antropologiczne mogą skutkować nową, dobrze ugruntowaną i usystematyzowaną wiedzą naukową na temat aksjologii interkulturowej.

### Bibliografia

- АВДИКЕРИМОВА, Г. [= Абдикеримова, Г.] (2015), Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 197–207.
- BANDURA, A. (1977), *Social learning theory*. Englewood Cliffs.
- BATESON, G. (1996), *Umysł i przyroda: jedność konieczna*. Warszawa.
- BRYANT, J./THOMPSON, S. (2002), *Fundamentals of media effects*. Boston.
- DUDZIAK, A. (2012), Informacyjne i perswazyjne funkcje reklamy społecznej w świetle antropologii i aksjologii. Olsztyn.
- ЕСО, U. (2011), *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe*. Poznań.
- GOSKA, D. V. (2015), *Biegański: stereotyp Polaka bydłaka w stosunkach polsko-żydowskich i amerykańskiej kulturze popularnej*. Kraków.
- KIKLEWICZ, A. (2001), *Количество и юмор*. W: Kiklewicz, A. (Hrsg.), *Quantität und Graduierung in der natürlichen Sprache*, München, 123–148.
- KIKLEWICZ, A. (2004), *Podstawy składni funkcjonalnej*. Olsztyn.
- KIKLEWICZ, A. (2008), *Modalność aksjologiczna w tekście artystycznym (na przykładzie wartościowania osób w powieści Barbary Kosmowskiej „Teren prywatny”)*. W: *Poradnik Językowy*. 6, 14–30.
- KIKLEWICZ, A. (2012), *Język w komunikacji interkulturowej*. W: *Acta Neophilologica*. XIV/1, 89–103.

<sup>6</sup> Być może częściowo wynika to z własnego kompleksu niższości wobec Zachodu, o czym m.in. pisze Magdalena Gawin w artykule publicystycznym „Anatomia polskiego zacofania” na łamach „Wiedzy i Życia” (2011/2).



- KIKLEWICZ, A. (2017), Wartościowanie jako kategoria semantyczna. W: Stalmaszczyk, P. (red.), *Metodologie językoznawstwa* [w druku].
- Korpus polski (2016): Internetowy korpus języka polskiego PELCRA. W: <<http://www.nkjp.uni.lodz.pl>> (dostęp 20–25 października 2016).
- Korpus rosyjski (2016), Интернет-корпус русского языка. W: <<http://corpora.yandex.ru/index.html>> (dostęp 20–25 października 2016).
- KOTIN, M. (2014), O językowej kodyfikacji „werytatywnej” sfery konceptualizacji. W: Kiklewicz, A./Starzyńska-Kościuszko, E. (red.), *Oblicza prawdy w filozofii, kulturze, języku*. Olsztyn, 149–161.
- LIPIATOW, A. (2007), Polska. W: Kurczak, J. (red.), *Idee w Rosji*. T. 6. Łódź, 218–238.
- OSTASZ, L. (2009), *Czy są wartości? Zarys aksjologii*. Olsztyn.
- PATZKE, S. E. (2005), *Bedeutung von Appellativa der Nationszugehörigkeit am Beispiel „Deutscher“ und „Ausländer“*. Eine empirisch-semantische Untersuchung. Frankfurt am Main/Berlin/Bern etc.
- PIETROWA, N. E./РАЦИБУРСКАЯ, Л. В. [= Петрова, Н. Е./Рацибурская, Л. В.] (2011), *Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии*. Москва.
- PIPES, R. [= Пайпс, Р.] (1993), *Россия при старом режиме*. Москва.
- PISAREK, W. (2007), *O mediach i języku*. Kraków.
- PLUTA, J. (2014), Stereotyp Amerykanina: preferencja określonych wartości a społeczne spostrzeżenie cudzoziemca. W: *Opuscula Sociologica*. 4, 59–69.
- PUTNAM, H. (1975), *Mind, Language and Reality*. Philosophical Papers. Vol. 2. Cambridge.
- PUTNAM, H. (1998), *Wiele twarzy realizmu i inne eseje*. Warszawa.
- РАСНИЛINA, Е. В. [= Рахилина, Е. В.] (2000), *Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость*. Москва.
- STANGOR, Ch./SCHALLER, M. (1999), Stereotypy jako reprezentacje indywidualne i zbiorowe. W: Macrae, C. N./Stangor, Ch./Hewstone, M (red.), *Stereotypy i uprzedzenia*. Gdańsk, 13–36.
- ТОКАРСКИ, R. (1995), *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*. Lublin.
- WORKACZEW, S. [= Воркачев, С. Г.] (2007), *Лингвокультурный концепт: типология и области бытования*. Волгоград.