

Artykuł przedstawia teorię i metodę imagologii, dyskursywnego studium etnotypów (stereotypowych atrybucji charakteru narodowego). Imagologia posiada znaczącą renomę historyczną i akademicką, ale w świetle ostatnich ustaleń konieczne są przeformułowania, które obejmują: [a] zamianę kategoryzacji tradycji literackich z narodowo-modułowej na podejście polisystemowe; [b] upadek fikcji drukowanej jako przodującego medium narracyjnego na rzecz filmu, telewizji i innych mediów; [c] uświadomienie sobie, że etnotypy często funkcjonują w przysłoniętej formie (wykorzystane ironicznie lub jako „meta-obrazy”, lub ich obecność jest „banalna” albo znajduje się w tle, jako chwilowo zapomniana rama); [d] nowe „krzyżujące się” ujęcie kształtowania się tożsamości; [e] upadek eurocentryzmu i powstanie postnacionalizmu. Te nowe wyzwania wymagają dopasowania do analizy imagologicznej, a obecny klimat polityki tożsamościowej także zdradza ciągłą, pilną potrzebę, by zwrócić uwagę na to, co pozostaje samym sednem zainteresowania imagologii: dekonstruowanie dyskursu esencjalizmu narodowego i etnicznego.