

УДК 808.3-083-55

Карпіловська Є. А.

РЕАКЦІЯ МОВИ НА ЗМІНУ СУСПІЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Статтю присвячено змінам у сучасній українській мові, спричиненим зрушеннями в свідомості українського суспільства, зокрема в його суспільних стереотипах. За об'єкт аналізу правлять радянськи як показники різних тенденцій функціонування в сучасній українській мові відомих ідеологічно заряджених одиниць, а також активізована лексика з новими оцінними конотаціями, значущими для мовної свідомості українського суспільства. Формування нових мовних стереотипів засвідчує зміни в концептуалізації та категоризації світу у свідомості сучасних українців.

Ключові слова: динаміка мови, стереотип, радянськи, інновація, неосемантизація.

Суспільство не може існувати без законів, приписів, настанов, норм, писаних і неписаних, без усього того, що, з одного боку, регламентує й впорядковує його життя, а з іншого, – засвідчує його моральні основи, суспільну свідомість його членів у певну добу, формує загальноприйнятні моделі поведінки, світосприйняття, або суспільні стереотипи. Стереотипізація, як наголошують дослідники, – необхідний складник творення національної картини світу, разом із концептуалізацією, категоризацією та профілюванням понять, а стереотипи становлять для певного етапу розвитку суспільства і його мови їх ядро, фокусують у собі ті поняття та засоби їх вираження, що є найбільш значущими для суспільної свідомості.

Тлумачний «Словник української мови» в 11-ти томах (далі – СУМ) подає семантичну парадигму слова *стереотип*, у якій на базі його вихідного значення друкарського терміна сформувалося узагальнене переносне значення «Те, що часто повторюється, стало звичайним, загальноприйнятим і чого дотримуються, що наслідують у своїй діяльності» [СУМ IX, с. 689]. У когнітивній лінгвістиці стереотип потрактовано як «стандартну думку про соціальні групи або про окремих осіб – представників цих груп» [2, с. 177]. Стереотипи як уявлення, зразки, типові для всієї національної спільноти або для окремих її груп, виявлено у мові, а отже, у мовних стереотипах, або ж у «значеннях слів, метафор, фразеологічних словосполучах та прислів'ях», що становлять національномовну ідентифікацію суспільного стереотипу» [10, с. 374]. Цілком слушно

польські дослідники Є. Бартмінський і Й. Панасюк підкреслюють належність мовних стереотипів до національного менталітету, наявність у них етноконотацій, закорінених в історії та культурі народу. Завдяки мовним стереотипам як виразникам типових ознак певних понять, що виявляють саме особливості сприйняття носіями окремої мови об'єктів (а не їх сутнісні ознаки!), вдається реконструювати стан свідомості певної національної спільноти в певний час, встановити, в який спосіб вона «інтерпретує реальність, які ознаки речей та осіб бере до уваги, увиразнює, ставить перед іншими, яке місце визначає для людини» [10, с. 373].

Л. Т. Масенко, розмірковуючи в монографії «Мова і суспільство: Постколоніальний вимір» над причинами та наслідками деформації мовної свідомості українців у радянську добу, чільне місце відводить суспільним і мовним стереотипам радянської ідеології, підкреслюючи їх роль у вихованні члена нової історичної спільноти людей – радянського народу – з нівелюванням у його свідомості передусім національних суспільних і мовних стереотипів [7, с. 137–140]. Вельмишановна Ювілярка аналізує в цій своїй праці результати опитування київської молоді, яке 2003 р. здійснив Центр «Громадська думка» Науково-дослідного інституту соціально-економічних проблем м. Києва під керівництвом Ганни Залізняка. Основна мета опитування полягала у виявленні національно-патріотичної орієнтації молоді Києва віком від 16 до 35 років. Типовість відповідей, відображені в мові стереотипи, ціннісні настанови й орієнтири не можуть нас не

насторожувати. Вони переконливо доводять, що справу вироблення стереотипів як світоглядних і ціннісних норм нового українського суспільства не можна пустити на самоплив, зважаючи на їхню роль чинника об'єднання суспільства, витворення нової системи громадянських цінностей, виявлених у національній мові, і, що найважливіше, – чинника формування національно свідомого громадянина нової України. Втрату свого інформаційно-культурного простору Лариса Терентіївна цілком слушно вважає найбільшою поразкою української демократії за роки незалежності [7, с. 141–142]. І, розвиваючи цю думку, підкреслює, що саме через засоби масової інформації, науку, освіту, літературу й мистецтво має здійснюватися пропагування системи цінностей нового українського суспільства, виявленої у державній мові. Вивчення, зокрема, долі стереотипів радянської новомови і становлення нових стереотипів відкриває шлях до розуміння суспільних механізмів формування мовної свідомості сучасного українця, усунення з неї деформацій, спричинених тиском радянської ідеології. Без такого вивчення неможливо виробити мовні стереотипи-протипаги нав'язуваним стереотипам інших культур та ідеологій, зразки, які підтримували б тяглість національного менталітету, національної культурної традиції, їх самобутність.

Стереотипи, залежно від ступеня їх закорінення в культурі народу, сили зв'язку з його менталітетом, характером мають різну стійкість у національній свідомості, тривалість життя у ній. Так звані слова-свідки доби, за влучним визначенням І. Б. Левонтіної, як правило, відходять з цією добою. Проте, безперечно, у них, «як у краплі води, видно історико-культурну ситуацію», і, вдивляючись у такі слова, можна багато розповісти про добу» [6, с. 94]. Наскільки значуща для поняття «стереотип» сема усталення, відтвореності, типовості, доводить те його мовознавче трактування, яке в статті «Стереотип» для енциклопедії «Українська мова» подала Н. М. Сологуб: «Стереотип – слово, мовний зворот, що повторюються без змін, автоматично, як усталена формула, мовний шаблон; трафарет» [9, с. 671–672]. У різних функціональних стилях мови, передусім в офіційно-діловому і канцелярському, авторка виділила слова-кліше та слова-штампи на зразок *розвідники земних надр* або *трудівники полів*. Ці приклади, утім, доводять, що такі мовні стереотипи властиві радше мові пропаганди, засобів масової інформації, є виразниками певних ідеологем і саме через активність у ролі ідеологічно заряджених одиниць втрачають виразність свого лексичного значення, набувають у свідомості мовців негативної оцінки. Українські дослідники вже відзначили інтенсивні процеси

ідеологізації, деідеологізації та реідеологізації, що відбуваються в сучасному українському лексиконі [1; 5; 8]. Така лексика становить найвразливіший шар у корпусі мови під час соціальних перетворень: вона переважно закінчує свій вік, коли ідеологія, яку такі типові номінації обслуговують, втрачає свої позиції у суспільстві. Так сталося зі стереотипами-складниками радянської новомови в її зукраїнізованому варіанті, який О. Забужко в дослідженні «Мова і влада» влучно назвала *дубль-новомовою*. Не можна не погодитися з авторкою, що негативний ореол цієї лексики у свідомості сучасного українського мовця посилює свідоме, цілеспрямоване нехтування власними ресурсами номінації, примусовим копіюванням її російського прототипу [4, с. 118–124]. Доля радянізмів у сучасному українському лексиконі яскраво виявляє причини й наслідки певних реакцій мови на зміну суспільних стереотипів, а отже, заслуговує на увагу дослідників, на всебічний соціолінгвістичний аналіз.

Українські словники і тексти періоду незалежності демонструють різну долю так званих радянізмів, серед яких окрему групу становлять ідеологічно заряджені мовні стереотипи. Одні з таких одиниць остаточно зникають із сучасної мовної практики, як-от: *переможець соцзмагання*, *ударна вахта*, *висуванець*, *неповерненець*, *позбавленець*, *народний контроль*, *будівник комунізму*, *комсомолець*, *дошка пошани*, *передовик виробництва*, *родимі плями капіталізму*, *пережитки минулого*, *світле майбутнє* (пов'язане, звичайно, з побудовою комунізму) та інші і з'являються лише в контекстах, пов'язаних з радянською добою. Зміну їх статусу в суспільній свідомості найвиразніше засвідчують експресивно-оцінні контексти їх сучасного вживання на зразок *Роздвоєння іміджу*, або *Один долар за світле майбутнє* (Укр. правда, 23.04.2012). У цій публікації йдеться про огляд стану економіки України в спеціальному додатку за один долар до газети «The Washington Post». Зміну в ставленні сучасних українців до цього мовного стереотипу, що відображає радянську ідеологему, засвідчує його перенесення на інший суспільний і національно-культурний ґрунт. Уживання цієї номінації далі в цитованому тексті в лапках увиразнює його, з одного боку, блокування в мовній свідомості сучасного українця, а з іншого, – інорідність у системі стереотипів сучасного американця: *А й справді, якщо вірити додатку – наша держава тепер, через два десятки років після здобуття незалежності, «знову переживає значне економічне зростання», а розвиток і реформи, які мають у ній місце, неодмінно призведуть до «світлого майбутнього».*

Радянізм *стахановець* також виявляє набуття іронічно-оцінних конотацій, унаслідок яких у тексті

завдяки його вживанню в лапках у контекстах, що стосуються іншого суспільства, інших національно-культурних традицій, пор.: *Ще раз про «стахановців» на ринку* (про стан американського фондового ринку – www.finance.ua, 20.01.2012). Такі радянізми перетворюються на одиниці, які О. П. Єрмакова назвала іронічними стереотипами, або іронізмами [3, с. 156]. Вони можуть зберігати у своїй семантиці те саме поняття, проте стосується воно вже інших реалій, іншої суспільної ситуації. Їх свідомо уживають з опорою на первісне значення, що провокує мовну експресію, оцінку. Про це в текстах часто сигналізують графічні засоби виділення: лапки, інший шрифт, велика літера. Так сталося зі словом *більшовик*. Якщо у свідомості радянських людей воно поєднувалося з поняттям більшості соціал-демократів, які на II з'їзді РСДРП в 1903 році підтримали В. І. Леніна і створили нову політичну партію, то нині його вживають стосовно депутатів, які належать до більшості у Верховній Раді, а отже, воно становить словотвірний омонім до відомого радянізму, пор.: *опоненти «більшовики», можливий компаньйон експертів «більшовиків», поважний і авторитетний «більшовик», «більшовицька» трійка* тощо.

Інші радянізми, залишаючись в сучасній мовній практиці, змінюють не лише свій стилістичний ореол, а й обсяг та характер лексичного значення. Яскравим прикладом такої реакції мови на сучасні суспільні процеси є слово *партія*. Воно розширило й нейтралізувало власне значення. Сьогодні лексема *партія* побутує в загальному значенні «організація однодумців, політична сила з певною ідеологією та програмою дій». Нинішній строкатий український політикум доводить нівеляцію в семантиці слова *партія* радянської ідеологічної семи «Комуністична партія СРСР». Її усунення, зняття з цього слова – складника радянської новомови «недоторканності» уможливило появу в його семантиці різних експресивно-оцінних конотацій, залучення його до мовної гри. У широкій шкалі оцінних конотацій слова *партія* яскраво відображено реакцію мовців на зміну вираженого ним суспільного стереотипу, сформованого радянською ідеологією, а також реальну картину політичного життя сучасної України, в якому дедалі активніше стереотип партії як *передового загону пролетаріату, союзу свідомих, передових борців за визволення робітничого класу, авангарду будівників комунізму, нашого рульового* заступає стереотип партії як політичного проекту, складника сучасних політтехнологій. На амбівалентність лексичної семантики слова *партія* у свідомості сучасного українця вказують нові контексти його вживання як з позитивним, так і з негативним оцінним зарядом, а також численні неологізми; пор. такі

опозиції найменувань, як-от: *партії – учасниці парламентської опозиції, пропрезидентська «партія влади», блок правих партій, політична партія лівого спрямування, велика «прохідна» партія-лідер і партія пенсіонерів, провідна партія посткомуняк, «запустили» на парламентських виборах у березні 2006 року низку партій, торгівля фіктивними партіями або мікропартія, мегапартія, партії-аутсайтери, ерзац-партія, квазіпартія*. На можливість стереотипу в сучасній мовній практиці протягом нетривалого періоду діаметрально змінити свій оцінний потенціал вказує доля неологізму *партія Майдану*. Нинішня номінація *майданна партія* стосується вже *платних майданів*, що й у виразне написання означуваного слова з малої літери.

Радянські мовні стереотипи нині демонструють не лише відхід у пасив мови або набуття негативних, іронічних оцінних конотацій. Спостерігаємо в них і протилежний процес – нейтралізацію негативної оцінки. Наприклад, англізм *бізнес* упевнено стає активним ресурсом сучасної української мовотворчості. У 1970 р. СУМ подав його з такою дефініцією: *бізнес* – комерційна, біржова або підприємницька діяльність як джерело наживи в капіталістичному світі [СУМ, I, с. 179]. Показовий щодо стереотипу сприйняття цього поняття, нав'язуваного радянською ідеологією, є і приклад з поезії М. Т. Рильського, поданий у цьому словнику до слова *бізнесмен*: *Не спиться вам, нью-йоркські бізнесмени, Чикагські (подаю так, як у цьому джерелі. – Є. К.) м'ясники і різники, Вам, що хотіли б світ увесь зелений Залить огнем смертельної ріки?* Натомість у 2002 р. у словнику-довіднику «Нове в українській лексиці» Д. В. Мазурик зафіксувала це слово з цілком нейтральним значенням «підприємництво, діяльність, яка дає прибуток» [с. 16]. Відзначено в цьому джерелі й активне вживання полонізму *бізнесовець*, ближчого до словотвірних моделей української мови, на заміну англізму *бізнесмен*. Якщо СУМ зареєстрував лише слова *бізнес* і *бізнесмен*, то сучасні українські словники та тексти подають уже розгалужене лексико-семантичне гніздо нових запозичень і неологізмів з коренем *бізнес-* і навіть його жаргонним варіантом *біз-* (*шоу-біз*). Нейтралізація значення слова *бізнес* передусім посприяла аспектуалізації вираженого ним поняття, творенню гіпонімів – найменувань нових різновидів підприємницької діяльності. Такі інновації демонструють різні моделі, способи й техніки номінування, напрями стереотипізації цього оновленого поняття у свідомості сучасного українського суспільства. Нові номінації виявляють не лише характер профілювання поняття «бізнес», а і його оцінювання. Якщо словосполучки *гральний (інтелектуальний, інформаційний,*

комп'ютерний, модельний, стоковий) бізнес, опозиція великий – середній – малий бізнес стилістично нейтральні, то номінації чорний (нелегальний, тінювий, підпільний) бізнес виявляють у своїй семантиці негативний оцінний компонент. Ширший спектр нейтральних і негативно заряджених номінацій засвідчують композити, які переконливо доводять стійкість типологічних рис української номінації, перевагу в ній синтетизму над аналітизмом. У складі композитів основа **-бізнес** виявляє здатність бути категоризатором як у початковій, так і в кінцевій позиції. На дедалі впевненіше входження цього англїзму у свідомість українських мовців, його перетворення на новий суспільний стереотип вказують не лише нові адаптовані запозичення, а й творення композитів-гібридів з питомими українськими лексемами, використання питомої лексики для творення кальок, пор.: *бізнес-аналіз, бізнесвмен, бізнес-група, бізнес-клас, бізнес-клуб, бізнес-леді, бізнес-план, бізнес-партнер і бізнес-гравець, бізнес-зустріч* (англ. *business meeting*), *бізнес-інтереси* (англ. *business motives*), *бізнес-навички* (англ. *business capacity*), *бізнес-новини* і навіть *бізнес-нюх* або *автобізнес, відео-*

бізнес, інвестбізнес (і паралельно вживана вихідна словосполука *інвестиційний бізнес*), *інтернет-бізнес, кінобізнес, медіабізнес, телебізнес, фітнес-бізнес, шоу-бізнес і наркобізнес, порнобізнес*. Прикметно, що завдяки активному профілюванню поняття «бізнес» у сучасній мовній практиці засвідчено і його вживання у формах множини: *операції з об'єднання бізнесів, сайт сприяє власникам малих бізнесів, малі бізнеси банкрутують, створення продуктів та бізнесів* тощо.

Аналіз змін в українському лексиконі, спричинених розвитком українського суспільства в нових політичних умовах, дає підстави виділити різні типи реакцій мови на нові явища в суспільній свідомості, стверджувати формування у свідомості сучасних українців нових суспільних і мовних стереотипів. Серед найактивніших реакцій нова українська лексика засвідчує деїдеологізацію радянїзмів і завдяки цьому розширення, генералізацію їхніх значень, а також нейтралізацію негативних оцінних сем належності до чужого світу в семантиці вже засвоєних запозичень, їх втягнення в орбіту актуалізованих вербалізаторів нових суспільних стереотипів.

Список літератури

1. Брага І. І. Мовна репрезентація образу держави у пресі України (кінець 1970-х – початок 2000-х років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Укр. мова» / І. І. Брага ; НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – К., 2002. – 20 с.
2. Дем'янків В. З. Стереотип / В. З. Дем'янків // Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Дем'янків, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : Изд-во Москов. гос. ун-та им. М. В. Ломоносова, 1996. – С. 177–179.
3. Ермакова О. П. Ирония и ее роль в жизни языка / О. П. Ермакова ; Калуж. гос. пед. ун-т им. К. Э. Циолковского ; [отв. ред. Л. П. Крысин]. – Калуга : КГПУ им. К. Э. Циолковского, 2005. – 204 с.
4. Забужко О. Хроніки від Фортінбраса : Вибрана есеїстика 90-х / О. Забужко. – К. : Факт, 1999. – 340 с.
5. Карпіловська Є. А. Тенденції оновлення сучасного українського лексикону / Є. А. Карпіловська // Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2008. – С. 6–133.
6. Левонтина И. Б. Слова-свидетели / И. Б. Левонтина // Мова тоталітарного суспільства : [збірник] / [відп. ред. канд. філол. наук Г. М. Яворська]. – К. : Центр близькосхідних досліджень, 1995. – С. 93–99.
7. Масенко Л. Т. Мова і суспільство : постколоніальний вимір / Л. Т. Масенко. – К. : Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2004. – 163 с.
8. Мінчак Г. Б. Конотативна семантика сучасних ідеологічно забарвлених номінативних одиниць (на матеріалі української преси 90-х років XX століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Укр. мова» / Г. Б. Мінчак ; НАН України. Ін-т укр. мови. – К., 2003. – 21 с.
9. Сологуб Н. М. Стереотип / Н. М. Сологуб // Українська мова : енциклопедія / [редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін.]. – 3-тє вид., зі змінами і допов. – К. : Укр. енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2007. – С. 671–672.
10. Bartmiński J. Stereotypy językowe / J. Bartmiński, J. Panasiuk // Encyklopedia Kultury Polskiej XX wieku. Współczesny język polski. – Wrocław : Wiedza a Kultura, 1993. – Т. 2. – S. 363–387.

Ye. Karpilovska

REACTION OF LANGUAGE TO CHANGE OF PUBLIC STEREOTYPES

Article is devoted changes in the Modern Ukrainian language, caused by displacements in consciousness of the Ukrainian society, in particular in its public stereotypes. As object of the analysis are selected sovietisms as indicators of various tendencies of functioning in Modern Ukrainian language of already known ideologically charged units, as well as actualized lexicon with its new estimating connotations, significant for language consciousness of the Ukrainian society. Formation of new language stereotypes demonstrates changes in conceptualization and categorization the world in consciousness of modern Ukrainians.

Keywords: dynamics of language, stereotype, sovietism, innovation, neosemantization.

Матеріал надійшов 10.02.2012