

Семенюк О.А.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФРАГМЕНТІВ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ПОСТРАДЯНСЬКОЇ ОСОБИСТОСТІ

Останнє десятиліття ХХ століття позначене змінами в соціальній, економічній, ідеологічній, культурній та інших сферах життя українського пострадянського суспільства. Загальноновизнаним є факт, що вони знайшли своє відображення в мові та мовленні цього періоду.

Активні, динамічні зміни в словниковому складі, певна корекція граматичної та орфографічної норми, процеси трансформації стилістичної норми, нові оцінні конотації лексичних і фразеологічних одиниць та інші лінгвістичні процеси, у тісному поєднанні з екстралінгвістичними факторами, без сумніву, вплинули на формування тезауруса особистості, на становлення індивідуальної мовної картини світу. Відбитки трансформації картини світу, або певних її фрагментів, відображаються в текстах, які створює мовна особистість. У художніх творах віддзеркалюються найбільш суттєві елементи дійсності, яка змінюється, своєрідні концептуальні “ключові елементи”, які є важливими для особистості та соціуму.

Особливо виразно відтворюється реакція соціуму й особистості на соціальні та мовні зміни 90-х років у сатирико-гумористичних творах. Це пов'язано з тим, що гумор, з одного боку, розглядається як невід'ємна складова людського мислення, світосприйняття, уявлень, з іншого – як особлива частина картини світу, що відображає звичні факти, явища в нетрадиційному ракурсі, розкриває їх приховану сутність. “Виявлення сатиричної картини світу дозволяє розглядати мовні засоби гумору (комічного) у взаємозв'язку з тими ментальними моделями й образами, які відтворюються з певним ступенем іронії” [7, с.175].

Існуючи в кожній особистості зокрема, та у всього покоління (суспільства) в цілому, картина світу є однією з умов адекватного, цілісного розуміння та оцінювання дійсності. Картина світу як глобальний образ світу виникає в людини впродовж усіх її контактів з навколишнім середовищем у процесі його пізнання і є досить різноманітною. Це можуть бути і побутові контакти зі світом, і предметно-практична активність особистості, і її світосприйняття в екстремальних ситуаціях.

Останнім часом цікавість до вивчення та розуміння поняття “картина світу” пов'язується, у тому числі, і з загальним уявленням про мову не тільки як самостійну субстанцію, а як відображення досвіду відповідних народів за допомогою вербалізації.

У сучасній лінгвістиці домінує точка зору згідно з якою під картиною світу розуміють сукупність уявлень людини про навколишнє середовище, а основною функцією її вважають опис будови світу, відображення структури природних явищ [8, с.1-2]. Крім того, зазначимо ще такі важливі для аналізу змін у мовній картині світу положення, як:

1. Картина світу як глобальний образ знаходить відображення у знакових формах, не відтворюючись повністю ні в одній з них;

2. Людина у своїй свідомості фіксує конструкт світу, який розглядається як другорядне існування об'єктивного світу. Зафіксована картина світу знаходить свою реалізацію у формі мовних знаків;

3. Мовна картина світу у деяких своїх компонентах знаходить відображення в структурі ідеографічного словника [див.: 3, с.10].

Суспільство визначає певну домінанту в складі картини світу взагалі та мовної картини зокрема, і ця домінанта визначається національно-культурними традиціями, панівною ідеологією. Індивідуальні картини світу (особистостей певного історичного періоду), попри всі можливі варіації спираються на цей базовий компонент.

Висловлюється думка, що саме *мовна картина світу* взаємопов'язана практично з усіма сферами людського знання і є найбільш довготривалою (на певному часовому проміжку) та переважно стандартною [5, с.41].

Це твердження, однак, не є безперечним. Ю.М.Караулов наголошує, що загальна (концептуальна) картина світу й мовна картина світу не тотожні, а мовна картина світу є фрагментарною, у порівнянні з концептуальною вона більш рухлива, безпосередньо фіксує постійні зміни, перебудову, які відбуваються в світі, що оточує людину. Концептуальна картина світу характеризується більшою сталістю, упорядкованістю та системністю [2, с.273].

Безперечним є те, що концептуальна та мовна картини світу тісно пов'язані між собою. Мова, особливо лексика, як явище, безпосередньо пов'язане зі світом людини, віддзеркалює уявлення про навколишній світ. *А мовна картина світу* – це своєрідне світосприймання крізь призму мови, це загальна, інтегральна картина, сукупність всього мовного змісту. Саме така точка зору дозволяє, досліджуючи лексику, аналізувати й зміни, які виникають у мовній картині світу.

Не вимагає додаткових доказів той факт, що картина світу в людини знаходиться в постійній динаміці та може змінюватися протягом життя. Чим менш архаїчне суспільство, тим вища динаміка змін. Сучасне суспільство характеризується достатньою рухливістю та індивідуалізованістю картини світу, в тому числі й мовної. Досить стрімка трансформація соціальної, політичної, культурної та ін. сфер життя в останнє десятиліття ХХ століття в пострадянських державах призвела до порушень стабільності в картинах світу, які склалися в індивідуумів – як концептуальній так і особистій. Велика кількість нових понять, а з ними і лексико-фразеологічних одиниць, зміна оцінки та забарвлення частини ЛФО, прискорені процеси неологі-

зації та архаїзації словника призвели до того, що мовна особистість, переважно – вже сформована, яка має відносно сталу, синхронічну з іншими, картину світу та засоби її мовного відображення, відчуває певне потрясіння, яке пов'язане зі зломом звичної системи. “Зміна загальної картини світу в соціумі може викликати в індивіда потрясіння, якщо він не в змозі вписати в особисте світосприйняття нову систему світобачення” [6, с.58].

Зазначимо, що незважаючи на досить помітні для суспільства й особистості перетворення, все ж таки постперевбудовні процеси в Україні (та інших державах СНД) не можна порівняти, наприклад, з науковою революцією XVII ст. (геометризація простору), Великою Французькою або Жовтневою Російською революціями, які призвели у свій час до досить суттєвих змін у картинах світу. Стосовно 90-х років ми можемо говорити про динамічну трансформацію певних елементів, або фрагментів, концептуальної, індивідуальної та мовної картини світу.

Трансформація картини світу в особистості найбільш виразно проявляється в лексиці і, особливо, в зміні ключових слів.

Якщо вести мову про трансформацію фрагментів мовної картини світу, яка найбільш виразно простежується в текстах, створених мовною особистістю, то можна визначити декілька найбільш важливих для останнього десятиліття XX століття аспектів трансформації.

1. Активне і в багатьох випадках невинуватиме витіснення власне українських лексичних одиниць запозиціями. Проникнення чужинного культурного компоненту в лінгвокультурний, ментальний простір. Символізація превалювання “західних цінностей” над національними, звичними для особистості. Як зазначав В. фон Гумбольдт, будь-яка мова, означаючи окремі явища та предмети, насправді творить. Вона формує для народу, який є її носієм, картину світу [див.: 1]. Іншомовні елементи в цьому випадку є такими, що руйнують цілісну “національну” картину світу.

Серед найбільш помітних лінгвістичних явищ, пов'язаних із процесом запозичення, які є певними позначниками змін у тезаурусі мовної особистості та трансформації мовної картини світу, можна відзначити:

А. Розширення семантичної структури іншомовних слів, які вже функціонували в національній мові за рахунок засвоєння переносного значення або детермінологізації. Як правило – під впливом мови ЗМІ.

Б. Збільшення потоків запозичень, пов'язаних із перетвореннями в соціально-політичній, економічній, культурно-побутовій та інших сферах життя пострадянського суспільства, його відкритістю до іншої частини людства. Найбільш помітними є запозичення у сферах: *політики, права та адміністративного устрою; економіки та фінансів; культури й освіти; побуту; спорту; нетрадиційних вірувань та явищ*. Необхідно відзначити досить різноманітний спектр запозичень. Від книжкової абстрактної та термінологічної лексики (*ментальність, плюралізм, імпічмент, дефолт* та ін.) до жаргонізмів та вигуків (*бакси, байк, супер, вау!, упс!* та ін.).

В. Досить велику групу чужомовних елементів складають лексичні одиниці, які не входять до кодифікаційних списків (словників), тому що мають, як правило, тимчасовий характер перебування в активному словниковому складі, але досить активно вживаються у певний часовий період. Це: а) назви хімічних препаратів та ліків (*“Рейд”, “Панадол”, “Фервекс”* та ін.); б) назви різновидів продуктів харчування (*“Нескафе”, “Снікерс”, “Фанта”* та ін.); в) назви видів цигарок, тютюну (*“Мальборо”, “Манхеттен”, “Кемел”* та ін.); г) назва видів косметики, модного дизайну, одягу (*спрей, ліфтинг, “Орифлейм”* та ін.); д) назви марок автомобілів, побутової техніки, як власних імен, так і загальних (*“тойота”, “мерседес”, “соні”* та ін.).

Г. Як складову потоків запозичень, що значно збільшує його обсяг у свідомості особистості, необхідно також визначити: а) похідні від запозичених слів, особливо в розмовному стилі (*ксерокопіювати, мерседесівський двигун* та ін.); б) продуктивні морфемні іншомовного походження (*аудіо..., біо..., відео..., секс..., ...ген, ...квазі, ...ман* та ін.).

Як реакція на подібні процеси створюються, наприклад, контексти, де акцентується увага на масовому застосуванні чужомовних, не завжди зрозумілих для носіїв мови одиниць у мові СМІ та політики: (реакція “свідомих” дітей): “Сидять хлопчики біля теле... (“теле-меле”, так і хочеться сказати), сидять, нудьгують...А на екрані політикують-плю...плюралюють наші, нами обрані депутати. Майже цілий вечір, як справжні уболівальники за команду народу просиділи хлопці біля екрана. А потім один з них і каже: - Колю, набридли мені вже ці теревені, та ще й з присмачками всякими загадковими: “імпічмент”, “консенсус”, “ротація”, “дотація”, “ком...пенсація”. Чи вони нас так до іноземних слів привчають? Краше б починали з хліба та до нього...” (В.Поднева. Говоримо англійською...?).

Звертається увага на проникнення іншомовних одиниць у повсякденний дискурс:

«Раз хвалився дід Павло / перед Опанасом

Збагатив свій лексикон / Я останнім часом.

Що я чув колись в селі, / Й що побутувало? –

“Хата”, “вила”, “льох”, “граблі”, / “Бараболя”, “сало”.

Старожитне віджива, / Взяв я на замітку,

Бо нові тепер слова / У широкім вжитку.

“Кілер”, “мер” і “екстрасенс” / “Мафія” і “вілла”,

Ще “корупція” і “секс” - / Слів силенна-сила.

Їх лічив би зо два дні, / Добрий чоловіче,

Та часу нема мені - / Баба в офіс кличе” (Л.Куліш-Зеньків. Гумореска).

На заміну звичного, рідного слова іншомовним у мовленні: “Ви повернули внімательну увагу на витрини й написи, на, звиняючись *шопак* й конторах по обміну валют? Все тільки на європейських мовах. А це ж харашо! Це свідетільствує про рівень і общую культуру!..” (В.Кривушанський. Як іде розбудова держави?) та ін.

2. Зміна суспільних ціннісних орієнтирів, полюсів “негатив – позитив” в оцінці соціальних, політичних, економічних реалій, заміна ключових термінів.

Найбільш важливі:

А. Трансформація звичної оцінки лексичних одиниць (*більшовицький, революційний, націоналіст, капіталістичний, мільйонер* та ін.).

Б. Активне використання лексики, яка раніше асоціювалася з категоріями буржуазної, капіталістичної, тобто – чужинної, ворожої, дійсності (*вілла, гіперінфляція, кілер, корпорація, ломбард, олігархи, офіс, фермер* та ін.).

Наприклад: «Вчора іменувався *спекулянт*. Сьогодні – *бізнесмен*. Учора називалося “*махнуть неглядя*”. Сьогодні – “*обміняти по бартеру*”. Вчора був звичайний *шуплер*. Сьогодні – *брокер*” (Є.Дудар. Ми є такі) та ін.

3. Трансформація звичної “лозунгової картини світу”. Для особистості, сформованої в радянській системі, важливу роль у структуруванні та моделюванні дійсності виконували різноманітні лозунги та заклики. Як зазначає Ю.І.Левін, незважаючи на те, чи закликають лозунги, (*Миру – мир!*) чи констатують (*Комунізм переможе!*), кожний з них є заклинанням, виконує певну магічну функцію. Крім того, практично всі лозунги та заклики формують своєрідну “моделі світу”, лозунговий універсум [4, с. 648].

У 90-ті роки звичні лозунги зазнають суспільної критики, стають об’єктами соціальної пародії (див. трансформовані фрази: “*Ідеї Пинзеника живуть та перемагають!*” (Україна-Центр, 31.10.97); “У Японії довгожителі по 150 років живуть. А в нас – *вчення марксизму-ленінізму буде жити вічно!*” (Є.Колодчук. Колись усе було); “Коли “*розум, честь і совість нашої епохи*” сконала, статую скинули” (С.Ципін. Безсмертний) та ін.).

На зміну старим лозунгам приходять нові, у яких іноді використовується стара модель. (Див.: “*Наша праця – народу України*”, “*Мир та злагоду у кожній дім!*”, “*Україні – щастя й волю!*” та ін. Пор.: “*Наша праця – Радянській Батьківщині!*”, “*Мир та щастя радянському народу!*” та ін.). Але найголовніше те, що лозунги ідеологічної пропаганди витісняються слоганами комерційної та політичної реклами, які переорієнтовують особистість на діяльність у матеріально-прагматичній сфері, акцентують увагу на нових побутово-матеріальних пріоритетах, активують нові “ключові слова”: “*Купи собі “ОЛБІ!”*”; “*Приватизація – крок у майбутнє!*”, “*Не гальмує – спікерсу!*” та ін. Ці нові “життєві формули”, переважно в спонукальній формі досить скептично сприймаються особистістю. У цьому відіграє роль і попередній досвід сприйняття ідеологічних лозунгів, і присутність у моделях реклами імпліцитного відтінку неправди, хибності. (Певний аспект неістинності притаманний, наприклад, синтаксичним моделям – “висловлюванням про майбутнє”, з дієсловами майбутнього часу. Див.: “*Купи та виграй!*”, “*Разом переможемо!*” та ін.). Крім того, елементи нової “рекламної лозунгології” поповнюють фразеологічний фонд мови та тезаурус особистості. Див.: “- Як там у світі, синку? – *Неміров у всьому світі, батько!*” (В.Краснюк. “Кабанчик для базарного “общака”) (фрагмент слогана “За неМІРофф у всьому світі!”). І в якості нової фразеології стають вже готовими до вживання цеглинками, складовими дискурсу.

4. Зміни в найменуваннях складових суспільних інститутів, перейменування матеріальних об’єктів навколишнього світу (топоніми та ін.).

Під впливом політико-ідеологічних факторів змінилася значна частина мовних одиниць, яка позначала важливі для суспільства й особистості елементи адміністративної структури, суспільні інституції та ін. Іноді таке “перейменування” є наслідком досить суттєвих змін у структурі та сутності об’єкта, що позначається, а іноді – формальною ознакою соціальних трансформацій.

Велика кількість змін у номінаціях є досить відчутним подразником. Особливо – для представників поколінь, які вже мають сформовану систему світосприйняття. Вони частіше вживають звичні, “старі” назви для позначення нових, трансформованих реалій. Наприклад, говорять: “Дзвонити в *КДБ*”, а не “в *СБУ*”; “Звертатися в *облвиконком*”, а не “в *облдержадміністрацію*”; “Робити в *колгоспі*”, а не в “*КСІП*”, чи “*СТОВ*” та ін. Така реакція зумовлена не тільки традиційністю та консерватизмом покоління, але й тим, що головним чинником подібних перейменувань є соціально-психологічні мотиви, а не мовна доцільність. Особливий супротив особистості викликають випадки, коли зміна стосується тільки “ярлика”, зі збереженням сутності, функцій установи, посади та ін. Наприклад: “...Український *КГБ* не тільки змінив назву на СБУ, але й готовий, як ходять чутки, прийняти націоналістичні червоно-чорні кольори на свій стяг” (С.Колісник. Як вибухнула Україна). “- Товаришу *перший секретар*...Тобто, даруйте, *пане губернаторе!*..” (В.Ципін. Безсмертний) та ін.

Виразним показником трансформації індивідуальної мовної картини світу є динамічна зміна найменувань деяких географічних об’єктів (топонімів). Такі зміни мають значний вплив на світогляд особистості. Перш за все тому, що в назвах географічних об’єктів відображені особливості навколишньої природи, суспільного життя, побуту та ін. Змінюючи географічну номенклатуру, суспільство по-новому переписує свою історію. Так чи інакше, зміна, наприклад, топонімів: *Жданов* на *Маріуполь*, *Ворошиловград* на *Луганськ*, *площа Жовтневої революції* на *площа Незалежності* - є відображенням змін у світогляді особистості та соціуму, у формальному засобі вираження цього світогляду.

Особистість 90-х років досить виразно реагує на невпорядкованість у топонімії. Наприклад, текст: “Диви, що хунта робить - ...Шукаєш “Оліїв” – знаходиш “Посномасловку”. Шукаєш “Барвінкове” – знаходиш “Травомогильное”. Шукаєш “Зимну Воду” – знаходиш “Холодноводку”...” (Дудар Є. Хунта діє) та ін.

5. Поява слів-символів “нового життя”. У картині світу, яку формує для себе особистість, можна визначити певну кількість одиниць, складових, що називають її духовні та матеріальні пріоритети. І якщо зміна духовних пріоритетів є досить тривалим процесом, то трансформація матеріальних ціннісних орієнтирів вже є виразною. Так у словнику можна виділити групу одиниць, які означають назви дорогих, коштовних, престижних речей, які є показником соціального положення (*комп'ютер, мобільний телефон, вілла* та ін.). Наприклад, у текстах: «...А чим відрізняється “крутий” від того, що в см'ятку? Правильно! “Крутого” не можна собі уявити без “мобільника» (В.Нестайко. Заячий мобільник); «...Все на ньому “адідасівське”. З етикетками. Тільки голова без етикетки...» (Є.Дудар. Не ті часи); « – Ні, ти не надто щасливий, - кажуть мені. – У тебе немає авто іномарки. “Мерседес”, “Пежо” чи “Хонда-сіті”...» (Є.Дудар. А я – щасливий) та ін.

Зазначимо, що на зміну традиційній для 70-х матеріальній орієнтації радянської людини - *машина, гараж, дача* (згадаємо назви гостро соціальних кінофільмів 70-80-х: “Дача”, “Гараж”, “Стережися автомобіля”) приходять певні “уточнені” орієнтири. Не просто *автомобіль*, а “Мерседес”, і не просто “мерседес”, а “600-й”. Не “Дача”, а “Вілла”, бажано – за кордоном і т.ін.

Безперечно, що такі престижні в соціально-побутовому аспекті одиниці існують у картинах світу представників кожного покоління. Їх склад змінюється разом із оновленням соціальної сфери. Протиставлення в тексті різночасових символів стає означенням або імпліцитним відображенням опозицій “новий світогляд – старий світогляд”. Див., наприклад, діалог онука та дідуся: “- А в Японії можна машину за місяць купити!

- Та хіба в них машини! Як не “тойота”, то “мерседесь”. А в нас колись – “Волга” або “Чайка” в союзі були. Звучить!

А в них *BMW!*

- А в нас – *XB3!* Звучить?...» (Є.Колодчук. Колись було).

Кількість лексичних одиниць такого типу в словниковому складі та тезаурусі особистості постійно збільшується під впливом потоків прямої та прихованої комерційної реклами. Переважна більшість із них – чужомовні слова (*бунгало, побутова техніка “Арістон”, одяг від Версачі* та ін.)

Зазначені ЛФО виконують подвійну роль. Перше - це своєрідні слова-символи епохи. Їх не можна ототожнювати з традиційними словами-символами – лексичними одиницями з особливим типом переносного значення, символізація яких відбулася під впливом особливих соціальних, історичних, культурних, психологічних факторів і які мають досить стале положення в мовній картині світу багатьох поколінь (*біла хата, калина, барвінок* та ін.). Сучасні символи – кон'юнктурні, вузько спрямовані. Їх символізація має тимчасовий характер, який не зачіпає ментальні основи та традиції народу. Однак на певному етапі суспільного життя, який визначається утилітарністю та превалюванням “матеріалістичного” способу життя, їх місце та роль у сучасному дискурсі вже не можна не помічати. Друге – ці лексичні і фразеологічні одиниці є достатньо важливим для сучасної особистості елементом картини світу, яка формується, не в останню чергу, під впливом засобів масової інформації, у мові яких відбувається певна символізація одиниць, які означають нові реалії. В свою чергу, такі символізовані одиниці займають помітне місце в глобальних комунікативних потоках сучасного суспільства.

Наприкінці зазначимо, що звична картина світу, яка так і не досягла досконалості, у кінці 80-х - на початку 90-х років почала ламатися. Інші образи, уявлення потужною хвилею полинули зі сторінок газет, журналів, зібрань та мітингів на вулиці та площі, села, містечка й міста. На зміну минулому, носії якого ще існували, активно проривалася інша, нова та потужна лінгвокультура, корені якої були не завжди українськими. На початку 90-х ейфорія нового переповнювала людей. Представники різних верств населення сперечалися, говорили, мітингували. *Демократизація, вільне громадянське суспільство, розбудова держави, ринкові відносини, ваучерна приватизація* – ці та інші лексичні одиниці завойовували пріоритетні місця в лексиці та лексиконі. У творах, які змальовують цей період, можна спостерігати масову зміну внутрішніх картин світу, що в кінцевому результаті позначилось на зміні загальнонаціональної картини світу (точніше – її фрагментах), у тому числі й мовної.

Література:

1. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. – М.: Наука, 1984. – 396 с.
2. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. – М.: Наука, 1976. – 356 с.
3. Космеда Т. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
4. Левин Ю.И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 824 с.
5. Новикова Н.С., Черемисина Н.В. Многомирие в реалии и общая типология языковых картин мира // НДВШ. Филол. науки. – 2000. - № 1. – С.40 – 49.
6. Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира./ Б.А.Серебренников, Е.С.Кубряков и др. - М.: Наука, 1988. - 216 с.

7. Сахарова О.В. Языковые особенности сатирической картины мира // Мова і культура. – Вип.1. – Т.2. – К., 2000. – С.175 – 182.
8. Соколовская Ж.П. “Картина мира” в значениях слов: Семантические фантазии или “катехзис семантики”. – Симферополь: Таврия, 1993. – 231 с.