

Додатковий том «Словника української мови»: комунікаційні ремарки

Сфера соціальних комунікацій на сьогодні чи не найповніше охоплює (проте не осмислює, залишаючи цю функцію медіалінгвістам та філологам) усі мовні та мовленнєві процеси, що відбуваються у суспільстві. Це зумовлено не лише наявністю медіа, зокрема і регіональних (а в самих медіа – різноманітністю тем, гнучкістю у засвоєнні іншомовних одиниць та конструкцій, зменшенням мовного нормативного контролю, загальним трендом на природність мови, використанням прямої мови респондентів тощо), але і більшої мірою появою соцмереж, які потрапляють у фокус дослідників медійних комунікацій і є живими нецензурованими резервуарами мовного матеріалу в різноманітті словникового складу мови.

Науковці у сфері соціальних комунікацій у дослідженні лексики, її функціонування, звісно ж, розставляють свої акценти, пов'язані з професійними аспектами журналістської мови, мови реклами та стратегічних комунікацій тощо, проте така галузь, як лексикографія, тобто теорія та практика укладання словників, теж не залишається поза увагою. Аргументом до такого твердження можна навести цілком конкретні приклади, зокрема існування навчальних курсів для студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, де студентам-комунікаціонікам лексикографія подається якраз у розрізі їх майбутніх професій, а саме: крім призму традиційного розуміння особливостей будови словників, їх типів та завдань, увагу акцентують на специфіці розроблення словникових статей, а особливо – практичному використанні матеріалів словників у роботі [1; 11].

Крім вже згаданого спеціального розділу «Лексикографія» у навчальному курсі «Культура усного мовлення», студентам пропонується до вивчення і окрема дисципліна, присвячена словникам та енциклопедіям – «Словники, довідкові та енциклопедичні видання», де приділено увагу і «Словнику української мови» в 11 томах, а також Додатковому тому до зазначеного словника. Оскільки викладання дисципліни ведеться для

здобувачів кваліфікації редактора та працівника видавничої сфери, то й акценти розставляються відповідні – особливості укладання словникових статей, характеристики цієї жанрової форми, а саме: комунікативна щільність, транспортна функція (від науки до якнайширших аудиторій), морфологічні особливості тощо. Власне, у цьому контексті Додатковий том Словника слугує яскравим прикладом до багатьох аспектів, зокрема і навчальних. Ось саме на цих аспектах і зупинимо нашу увагу детальніше.

В анотації до Додаткового тому відфіксовано, що видання цільовою аудиторією визначає «науковців, редакторів, журналістів, студентів, учнів, а також усіх, хто цікавиться українською мовою» [2], і, звісно, в контексті викладання фокусних дисциплін саме в Інституті журналістики аудиторія таргетується щонайбільше. Саме в руслі цього передусім треба говорити, яка лексика представлена в Додатковому томі з функціонального погляду. Звісно, лексичну основу складають загальноживані слова, проте укладачі не оминули своєю увагою і такі важливі групи лексики, як терміни, діалекти, жаргон, розмовну лексику, що разом відповідає обсягу у понад 35 тис. слів.

Передусім, це ті слова та словосполучення, які не увійшли до 11-томного «Словника української мови», або ж набули нових значень чи відтінків та особливостей вживання у нових комунікативних умовах. Сам факт того, що останній том згаданого видання вийшов у 1980 році, слугує добрим аргументом про визрілу необхідність виходу аналізованого нами в цій статті Додаткового тому.

Журналісти потребують довідкових видань та словників, які оперують якнайбільш актуальною лексикою, з цієї точки зору навіть Додатковий том вочевидь не вичерпає усіх потреб у поясненні нових лексем. І тут годиться говорити про найновіші тенденції укладання електронних словників, довідкових видань, які наповнюються і поповнюються фактично в режимі живого часу, тобто не мають фіналізованої усталеної версії (на цьому питанні варто зупинитися окремо, тому на разі лише принагідно зауважимо, що і 11-томник, і Додатковий том вже стали базою до відразу кількох таких інтернет-проектів, утім, у багатьох випадках варто таки визнавати цілий ряд суттєвих, навіть неприпустимих - правових, недоліків – від порушення авторського права і аж до питання сумнівної компетенції анонімних «доукладачів».

Великий пласт лексики, утім, все ж знайшов своє місце у Додатковому томі, зокрема і та лексика, яка не увійшла до 11-томника через ідеологічну цензуру, що стало ще і процесом історичної реабілітації цілого ряду лексем. Як сказано в передньому слові від укладачів: «Глибокі зміни в розвитку української літературної мови настали зі здобуттям Україною незалежності, коли було скасовано політичну, а з нею – і мовну цензуру, покладено край заборонам поширення й видання творів українських авторів минулого й сучасників, включно з авторами з-поза України, уведено в культурний і мовний простори проскрибовану раніше велику художню, публіцистичну, наукову літературу українських авторів, вийнято з письменницьких шухляд, архівів раніше не публіковані тексти, повернуто із забуття важливі лексикографічні джерела..., допущено до широкого використання українськомовні тексти релігійного змісту» [2; IV].

Укладачі відповідально наводять перелік джерел наповнення Додаткового тому, серед яких, звісно, чільне місце займає лексична картотека Інституту української мови, фахівці якого і опікувалися виданням, електронний ресурс (Інтернет), а також цілий ряд енциклопедичних та філологічних словників, серед яких і «Українська радянська енциклопедія» (1977-1985), «Український радянський енциклопедичний словник» (1986-1987), «Географічна енциклопедія України» (1989-1993), «Українська літературна енциклопедія» (1988-1995) і багато інших (всього понад два десятки) [3]. Утім, знову ж повертаючись до наших специфічних комунікаційних акцентів, зауважимо саме ті зі словників чи довідників, які сягають не лише академічні усталені форми, але й лексику так званого «живого» спілкування. Передусім маємо зазначити не лише працю Л. Ставицької «Короткий словник жаргонної лексики української мови», але й ті видання, які фіксують власне нові слова, зокрема особливими джерелами наповнення Додаткового тому дослідники (і ми з ними в цьому солідарні) називають «словники, метою яких було відображення новотворів в українській лексиці, наприклад «Нове в українській лексиці: Словник-довідник» Д. Мазурик (2002), серія «Лексико-словотвірні інновації» А. Нелюби та ін. (2003, 2007, 2009), «Нові слова та значення» Л. Туровської та Л. Василькової (2008) [2].

Кожна лексема супроводжується розгорнутим тлумаченням, яке відповідає найголовнішим жанровим вимогам до словникових статей, а саме: граничному лаконізмові, змістовій вичерпності, відсутності якісних прикметників тощо. Паспортизовані цитати, які доповнюють тлумачення, взято із найрізноманітніших сфер функціонування мови, вони теж влучні і, крім змісту, розкривають особливості вживання лексеми в її сполучуваності. Саме ця характеристика є дуже важливою для професійних комунікаторів – журналістів, рекламників, медіапродюсерів, адже допомагає функціонально осягнути тонкощі та якнайповніше використувати ресурс мови у фаховій комунікації.

У контексті аналізу безпосередньо словникових статей – варто зауважити наявність двох типів таких статей у Додатковому томі. Умовно їх можна назвати нові і доповнювальні (скорочені за визначенням укладачів), і наявність таких варіантів продиктована самою історією створення видання. Нові статті обслуговують слова, що раніше не зустрічалися у «Словнику української мови» в 11-ти томах, відтак відповідають усім критеріям представлення інформації у їх повноті, тоді як доповнювальні розкривають додаткове значення, нове значення, змінене тощо – характеризуються скороченою формою і висвітленням лише того аспекта, про який не йшлося у повному виданні. Відтак для зручності користування апаратом видання слова, супроводжувані доповнювальними статтями, мають відповідне зручне умовне позначення, про що ми скажемо окремо.

Сама по собі стаття, а точніше – її вид у Додатковому томі, розкриває також і відомості про наявність лексеми у попередньому виданні, а з цього теж уважний комунікаційник може зробити певні висновки (або ж застосувати арсенал професійних засобів та дослідити ланцюжок проблеми).

Цілком зрозумілим є «невстигання» словника за живою мовою, яка реагує на суспільні виклики, нові історичні та політичні обставини, технологічні напрацювання тощо, адже укладання такого видання передбачає не просто фіксацію нової мовної одиниці, а систематизацію певного досвіду оперування нею у мовленні, а це потребує ресурсів – часу, фахівців, технічних умов, зрештою – фінансування. Не можна також оминути увагою і того факту, що сфера соціальних комунікацій переобтяжена тими лексемами, які носять аж надто виразно тимчасовий характер і тут

залишається дискусійним питання, чи варто говорити про потребу фіксування таких слів у ґрунтовних працях. Ідеться передусім про активні англіцизми на позначення нових понять (часом лише короткий період до появи своєї питомої назви), слово – обслуговування мемів, жартів, політичних реалій тощо.

Користувачі зі сфери соціальних комунікацій безумовною перевагою (а на підтвердження цих слів ми наведемо деякі цифри соціологічного дослідження) назвуть те, що Додатковий том охопив лексику з різних стилів мовлення - художнього, публіцистичного, науково-популярного, розмовного, офіційно-ділового та конфесійного, а це значно увиразнює палітру інструментарію фахового комунікаційника, який є потенційним користувачем аналізованого видання.

Додатковий том «Словника української мови» в 11-ти томах складається із двох книг. У передньому слові від упорядників зазначено засадничі підходи та історичні передумови створення видання, а також окреслено деякі особливості, як-от: особливості фіксування нововиявлених одиниць (наявність розробленої та затвердженої інструкції). Апарат видання дуже зручний у користуванні, містить також відомості про структуру словника (де окремо подано алгоритм побудови повної словникової статті, скороченої, а також пояснено використання знаків), списку умовних скорочень, списку скорочень джерел та списку стійких сполучень слів. Варто також зазначити, що упорядники для зручності користувача джерела ілюстративного матеріалу подали в тематичному групуванні, що значно увиразнює джерельну базу з точки зору репрезентованості різних сфер.

Аби робити певні узагальнення, а не покладатися винятково на суб'єктивне сприйняття, хай навіть засноване на певному галузевому досвіді, нами було запропоноване невелике опитування тих, хто безпосередньо задіяний у сфері соціальних комунікацій, як фахівець, науковець чи студент. Опитування у вигляді анкетування з відкритими та закритими запитаннями було проведено у період з 12 по 21 березня 2020 року за допомогою сервісу «Гуглформс». В опитуванні взяло участь 113 осіб.

Звичайно, говорити про граничну репрезентативність ми не зважимося, швидше результати дають нам можливість переконатися у правиль-

ності наших висновків щодо функціональних характеристик аналізованого Додаткового тому «Словника української мови» в 11-ти томах.

Відтак, серед основних результатів опитування ми все ж виокремили кілька відповідей, які, як нам здається, можуть становити суттєве доповнення до оцінки даної праці в комунікаційному фокусі.

- Більшість респондентів зазначила необхідність появи Додаткового тому як логічного продовження попередньої праці (майже 57 відсотків).

- Корисність і, відповідно, готовність користуватися (або вже наявний досвід користування) зазначили 41 респондент (36 відсотків), і можна було б потрактувати цей показник як невисокий, проте насправді це досить непогане значення, якщо враховувати загальну тенденцію користуватися електронними підручними засобами, особливо словниками та довідково-енциклопедичними виданнями.

- 83 відсотки респондентів відповіли, що видання має зручний апарат, і майже 81 – що скорочення, умовні позначення, побудова статей оптимальні для розуміння змісту.

- 51 відсоток зауважив доречність ілюстративного матеріалу.

Отже, в цілому можна стверджувати про позитивний відгук цільової аудиторії на запропоноване їй видання.

Трішки відійшовши від канону наукової неупередженості, все ж хочеться дозволити собі кілька емоційних зауважень, адже Додатковий том серед своїх потенційних користувачів виокремлює і редакторів, журналістів, а хотілося б сказати і про авторів, зокрема і художнього слова. Словники – не лише фіксують наявний та вже усталений в нормі лексичний матеріал, його емоційно-експресивні та часові характеристики, а передусім ставлять крапку в певних етапах становлення мови. Крапку-підсумок і крапку-вердикт, коли навпроти слова з'являється для когось просто умовне позначення – «заст.» – застаріле або «розм.» – розмовне слово. Утім, для тих, для кого слово – це інструмент препарування емоцій, крапка стає точкою опори, адже будь-яке застаріле, розмовне, міфологічне та навіть рибальське, а тим більше музичне чи хореографічне можна розгойдати з новою силою у живу, сучасну, навіть модерну, хай поетичну, мову.

Додатковий том у цьому сенсі – це чудовий досвід занурення в цілий пласт красивої і просто функціональної лексики, а от з чим випірнути на поверхню - залежить від кожного читача/користувача/пінральника в мову.

Безумовно, укладачам вдалася ця ґрунтовна праця як свідчення стану лексикографії у сучасній Україні і як безумовний аргумент до необхідності підготовки та виходу фундаментальних праць, присвячених усьому багатству лексики та фразеології сучасної української літературної мови.

Література:

1. Лексикологія української мови : практикум / І. О. Мариненко. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2017. – 159 с.
2. Словник української мови в 11 томах. Додатковий том: у 2-х кн. – Кн. 1. А-Л. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. – LXVIII+556 с.
3. Мовчун Лариса. Додатковий том «Словника української мови» // <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43664/03-Movchun.pdf?sequence=1>
4. Мовчун Лариса. Словник української мови: додатковий том. Історія укладання та підсумки роботи / Л. Мовчун // Українська мова. – 2011. – № 3. – С. 74–81. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2011_3_10