

Зіневич Л.В.

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри суспільних дисциплін та українознавства
Чернігівський національний технологічний університет*

м. Чернігів

Красавіна В.В.

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри суспільних дисциплін та українознавства
Чернігівський національний технологічний університет*

ЕТНОСТЕРЕОТИПИ В МОВОМИСЛЕННІ МОЛОДІ: ПОШУКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИЧНОСТІ

Увага до етнонаціональних стереотипів зумовлена не лише власне науковим інтересом лінгвістів, соціологів, культурологів, а й нагальними проблемами українського соціуму, що особливо загострилися останнім часом: побудова громадянського суспільства, збереження суверенності, національної єдності, соборності, консолідація розколеного російською та проросійською пропагандою суспільства. «Водночас є абсолютно зрозумілим, що без остаточно сформованої, цілісної української нації, тобто без консолідації усіх етнічних українців, котрі повинні ідентифікувати себе як українці і у яких би ствердилося українське світовідчуття, світосприймання та світорозуміння, ні про яку українську політичну націю на теренах України не може бути й мови. Саме етнічні українці складають стрижень, осереддя української політичної нації. На цьому ж осередді тримається й нормально функціонує повноваге українське громадянське суспільство», – зазначає філософ Є. Андрос [1].

Зважаючи на гостроту нинішньої суспільно-політичної дискусії про цивілізаційний вибір України: Схід чи Захід, Росія чи Європа, – залишаються й донині актуальними запитання: «Як ми мислимо самі себе?», «Чим вирізняємося з-поміж інших?», «Як позиціонуємо себе у світі?» «Нація, – наголошував С.Кримський, – повинна постійно звертатися до своєї самості, відновлювати її, здійснюючи через врахування своєї історії, свого історичного досвіду, знаходити шлях до самої себе» [3]. Тож проблема

вивчення мовних стереотипів, їх значення у формуванні мовної картини світу, національної самоідентифікації, у реалізації процесу комунікації між певними соціальними групами набуває особливої актуальності. У світі зазначених проблем актуалізується і питання вивчення етносвітоглядних особливостей окремих регіонів і окремих вікових груп. Досить часто жителі одного регіону (особливо молоді покоління) поєрхово обізані із історією, культурою традиціями іншого. А в середовищі старших людей «спрацьовують» застарілі, вибудувані ще радянською ідеологією, хибні стереотипи.

У дослідженні ми зосередили увагу на тих стереотипах, що пов'язані з національною самоідентифікацією молоді (українці-неукраїнці) та уявленнями про українців різних регіонів: галичан, буковинців, волинян, слобожан тощо. Об'єктом дослідження стала так звана «жива» рецепція молоді на зазначені вище проблеми, виражена через мовомисленнєві стереотипні образи.

Різні аспекти вивчення та визначення стереотипів розглядаються такими дослідниками, як Ю.Алпесян, Є.Бартомініський, В.Рижков, Ю.Сорокін, Ю.Літохов, В.Маслова, Т.Машок та ін. Стереотипізація, як підкреслюють дослідники, є необхідним складником творення національної картини світу, разом із концептуалізацією, категоризацією та профілюванням понять, а стереотипи становлять для певного етапу розвитку суспільства і його мови їх ядро, фокусується у собі ті поняття та засоби їх вираження, що є найбільш значущими для суспільної свідомості [2, с.88]. Під терміном стереотип у широкому розумінні маємо на увазі – вербально виражене узагальнене образу будь-яких конкретних предметів чи абстрактних понять. Саме в цьому значенні ми і будемо вживати цей термін.

Стереотипи, ґрунтуючись на колективному досвіді, виконують вагомий суспільний функції: збереження і передачі із покоління в покоління національних традицій, морального кодексу, накопичення і збереження досвіду, ідентифікації особистості в соціумі, самоощіпки, самокритики,

інтеграції суспільства тощо. У стереотипах віддзеркалюються певні суспільні явища, національно-культурні особливості світосприйняття того чи іншого народу. Польські дослідники Є.Бартмінський і Й.Панасюк підкреслюють, що 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» [4, с.373]. І. Лосєв уточнює, що «етнічний стереотип – це сукупність уявлень про представників іншого етносу, його інтелектуальний і моральний рівень (хоча визначати ці властивості, коли йдеться про цілий народ, надзвичайно важко, якщо взагалі можливо), його звичаї і традиції, його роль в історії людства, регіону і над усе в історії двосторонніх стосунків двох етносів. Це уявлення одного етносу про типові (як йому здається) риси іншого» [5].

Комунікативне значення етнічних стереотипів полягає у тому, що вони дозволяють особистості ідентифікувати себе зі «своїми» і відділитися від «чужих», виокремити ті риси, які найбільш яскраво виявляються у порівнянні з іншими народами. Стереотипи завжди є відображенням певної етнічної totoжності. У кожного народу залежно від історичних особливостей взаємин сформувалися власні уявлення про якусь націю, наприклад, про шведів, німців, французів, євреїв, росіян тощо. Вони тиражуються усною народною творчістю: приказками, прислів'ями (наприклад, поширені в Україні: пропав, як швед під Полтавою; мовчить, як німець; де хохол скаже, там і жид плаче; москаль красти перестане, як чорт Богу молитись стане тощо) анекдотами, художньою літературою, засобами масмедіа, а також через приватне спілкування.

Для дослідження стереотипних уявлень української молоді на сучасному етапі у 2013 р. та повторно у 2015 р. (після Революції Гідності та під час воєнних подій на Східній Україні) був проведений асоціативний

експеримент, який полягав у тому, що студентам Чернігівського державного інституту економіки і управління (102 респонденти) (2013 р.), та Чернігівського національного технологічного університету (98 респондентів) (2015р.) віком 17-23 роки, жіночої і чоловічої статі, було поставлене завдання сформувати асоціативні ряди зі словами «Україна», «українець» та підібрати до них епітети. Зауважимо, що це та частина соціуму, яка народжена в незалежній і суверенній державі, тобто прямого впливу радянської ідеології, спрямованої на нівелювання міжнаціональних відмінностей, не зазнала.

Спочатку розглянемо асоціативні поля національної самоідентифікації. Україна в молоді найчастіше асоціюється зі словами *Батьківщина, рідна земля, мати-ненька, рідний дім, родина, держава, нація, рідна мова, незалежність, народ, звичаї, хліб, жито-пшениця, кохання*; з певними географічними назвами: *Київ, Дніпро, Карпати, Львів, Чорнобиль*; із народнопоетичними образами-символами – *червона калина, вишневі сади, солов'иний спів, блакить, колос, біла хата, степи, гаї, чорнобривці, тополі, волошки, барвінок*; із державною символікою: *тризуб, жовто-блакитний прапор, гімн*. В асоціативне поле «Україна» потрапили традиційні, освячені народнопоетичною та літературною традицією слова-символи України, української культури: *пісня, рушник, вишиванка, вінок, писанка, коровай, стрічка*. Безумовно, представлена і традиційна національна кухня: *вареники, борщи, галушки, сало*. Останнє слово виявлене у 55% респондентів, що засвідчує живучість давніх стереотипів. Також частотними виявилися традиційні стереотипи, пов'язані із козацтвом, – *Січ, козак, степ, воля*, та історично і ментально умотивованими такими ціннісними поняттями, як *незалежність, воля, свобода, національна гідність, дух, патріотизм*. Україна у свідомості молоді асоціюється із визначними українцями, такими як: *Т. Шевченко, Ярослав Мудрий, Б.Хмельницький, Леся Українка, І.Франко, М. Грушевський*. Прикро, що у відповідях респондентів відсутні прізвища

визначних вітчизняних науковців, композиторів, художників, архітекторів, акторів тощо.

Зазначимо, що Революція Гідності та війна на Сході суттєво вплинули на свідомість молоді, що виявилось і в «конструюванні» образу України. У респондентів 2015 року типові етнографічні маркери уже відходять на другий план, а першорядними стають якраз ті, що пов'язані з цими подіями: *Україна – Революція Гідності, Майдан, війна на Сході, АТО, свобода, незалежність, честь, гідність, патріотизм, воля, єдність, миролюбний народ*. Водночас відбулася і стрімка зміна національних героїв, якщо в анкетах 2013 року із сучасників фігурували такі постаті, як *брати Клички, Андрій Шевченко, Яна Клочкова, Руслана, Олександр Пономарьов, тоцьогоріч – це Сергій Нізоян, козак Гаврилюк, Д.Ярош, Ю.Мамчур; із «естрадных візитівок» найчастіше тепер фігурує Вакарчук, Скрибін, Приходько*.

Епітетний ряд, що характеризує український народ, виявився таким (розміщено за частотністю вживання): *співочий, працьовитий, свободолобний, щедрий, добрий, гідний, терплячий, замучений, стражденний*.

Негатив, що асоціюється з Україною, виражений такими стереотипними лексемами та словосполученнями: *проблеми, криза, війна, АТО, безробіття, інфляція, бідність, країна без майбутнього, низький рівень життя, низька заробітна плата, відсталість, безлад, корупція, олігархи, антинародна влада* (останнє фіксується як в анкетах 2013, так і 2015рр.). Національна самокритика, відсутність поваги відчуваються в асоціативному ряду зі словами: *хохли, жлоби, селяки, отара, терплячий народ*.

Отже, у мовомисленневому образі України наявні, з одного боку, патріотизм, повага до історії, традицій, звичаїв, замилювання красотами, а з іншого, – песимізм щодо майбутнього, невдоволення реальністю, засудження політикуму і покірності народу.

Що ж до обізнаності чернігівської студентської молоді з іншими регіонами, то прогнозовано на перше місце вийшли Галичина, яка у їхній

свідомості, як показують результати, асоціюється з усією Західною Україною, і Донбас. *Львів, Степан Бандера, УПА, католицизм, Карпати, традиції, мова, вишиванки, патріотизм, туризм, кава, поляки, архітектура, замки, фортеці* – це найчастотніші образи, що асоціюються із західним регіоном. Донбас представлений таким асоціативним рядом: *війна, розруха, кров, біль, бідність, російська пропаганда, Янукович, Ахметов, шахтарі, інший менталітет, сепаратизм, ДНР, ЛНР, бойовики, мародерство, промисловість, металургія*. Інші регіони України менше знані студентами, і тому асоціативні ряди короткі (2-3 слова) і майже не містять конкретики – вони наповнені стереотипами загального змісту: *мальовничий край, добрі люди, красива природа* і под..

Отже, проведене дослідження засвідчує як живучість стереотипів на етнографічній основі, так і політичній. Заполітизованість мислення, недостатня обізнаність із окремими регіонами, переважання соціально-економічних підходів над національно-культурними у ціннісній орієнтації – характерні риси мовомислення сучасної молоді.

Список використаних джерел:

1. Андрос Є. Національна самоідентифікація етнічних українців як вирішальний чинник консолідації українського суспільства // Інтернет-ресурс. Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-11792.html>.
2. Карпіловська Є. Реакція мови на зміну суспільних стереотипів. Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки, 2012. – Т.137. – С.88-91.
3. Кримський С. Принципи духовності XXI століття// газета «День», 2002.- № 210.
4. Bartmiński J., Panasiuk J. Stereotypy językowe // Encyklopedia Kultury Polskiej XX wieku. Współczesny język polski. – Wrocław: Wiedza a Kultura, 1993. – Т. 2. – S.363-387
5. Лосев І. Українці очима росіян: що таке етнічний стереотип і як його подолати. Інтернет-ресурс. Режим дотупу: <http://dev1.religion.in.ua/main/analitica/692-ukrayinci-ochima-rosiyan-shho-take-etnichnij.html>