

СТЕРЕОТИП “ДРУЖБА” У ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТИ “РАДЯНСЬКА УКРАЇНА” ПЕРІОДУ БРЕЖНЄВСЬКОГО ЗАСТОЮ

Характерними рисами заполітизованої радянської мови є клішованість, стереотипність, лозунговість та відірваність від дійсності. Очевидно, саме тому для позначення мови тоталітарного радянського суспільства вживають такі терміни як: “новомова”, “дерев’яна мова”, “мова брехні”, “канцелярит”, “тоталітарна мова”, “квазі-мова” та ін. Починаючи зі славнозвісного 17-го року до кінця 20-х років ідеологи влади створюють особливу, необхідну для досягнення своєї мети мову. Мову, яка вміло приховувала б правдиві реалії становища. “Підміна понять” [1; 10], “стандартна патетика”, “трибунна гра”, “бравурні та єлейні промови” [2; 2], “користолюбне словоблудство”, “словесна вода” [3; 469], стерті слова, “слова-кастрати” [4; 379, 441], “урочисті фанфари”, “рекламні самозвіти” [5; 3] — і це далеко неповний перелік висловів, які характеризують газетне мовлення, яке “досягнуло” свого розквіту в роки брежнєвського “застою”. Саме через газету відбувалося виховання “мас”, “вбивання в голову” основних ідей. Політичний газетний текст реалізовував ідеологічні завдання, поширюючи в суспільстві заштамповану інформацію особливого різновиду [6; 35]. Стереотипи визнано як основний найбільш зручний засіб пропагандистського впливу, як надзвичайно чутливий “приймач”, що сортує одержувану інформацію. Адже той стереотип, який закріпився у свідомості дуже важко похитнути, викорінити. Одним із шляхів формування стереотипів є лозунги. І. Вардін з неприхованою гордістю писав про радянські друковані видання, так: “У кожний даний момент наша преса з особливою яскравістю висуває основні лозунги, вузлові пункти, ударні місця і б’є в них настійливо, наполегливо, систематично — “набридливо”, як кажуть наші вороги. Так, наші книжки, газети, листівки “вбивають” у голови мас нечисленні, але основні “вузлові” формули та лозунги” [7; 3]. Дійсно, в період правління тоталітарної системи функція інфор-

мування відходить на другий план. Нерідко спостерігається квазіієреаренційність газетного тексту, неадекватна номінація соціально-політичних об'єктів для камуфлювання політичних табу, двозначність інтерпретації, значна нейтралізація чи втрата інформації, упередженість оцінок та висновків. Спробуймо проаналізувати деякі стереотипи, якими так вміло користувались ідеологи минулого. Тим більше, що ми вже понад 15 років як позбулися їхнього впливу і наша свідомість вже не сприймає "урочистих фанфар" минулого.

Стереотипи можуть виникати у певних соціальних групах, утверджуватися у свідомості певної категорії людей. Тому, об'єктом дослідження ми обрали заголовковий комплекс газети "Радянська Україна" за 1970-1980 рр. Це одне з найстаріших і найбільш масових періодичних видань нашої країни українською мовою, розраховане на найширші кола читачів. В той час усе було спільним, стереотипи теж. Ідеологи не враховували жодних національних особливостей лінгвосоціуму, але все ж таки апелювали загальнолюдськими категоріями, використовували лексеми, значення яких не вимагало пояснень, тому що було в серці кожного ще з дитинства. Наприклад, такі лексеми, як *дружба* та *друзі*, *братерство* та *побратими*, *товариші*. Протягом багатьох років ці лексеми та створені за їхньою допомогою стереотипи (на кшталт "дружба народів") уживались у надлишковій кількості, часто зі спотвореним та перекрученим значенням, що привело до звulгаризування їхньої суті. У процесі виділення функціональних характеристик стереотипних одиниць велике значення має виявлення істинності чи брехливості тих понять, які вони виражають. Але коли ці поняття вживаються занадто часто і без будь-якого зв'язку з реальністю, то відбувається їх нівеляція.

Так, лише в заголовках газети "Радянська Україна" лексема "дружба" в 1970 році вживається в середньому 18 разів на місяць, а у квітні 1977 року 26 разів, це майже в кожному номері! Трапляються такі номери газети, де "дружба" фігурує в трьох заголовках: "В ім'я миру й дружби" (1 ст.), "У єдиній братній сім'ї" (2 ст.), "Замовлення друзів" (4 ст.) — 11 жовтня 1973 р. (такий самий заголовок має і стаття, яка була надрукована тижнем раніше 3 жовтня 1973 р. Іноді на одній сторінці трапляється два заголовки: "Дружня зустріч Л.І.Брежнєва і Л.Свободи" (1 ст.), "Мітинг друж-

би" (1 ст.) — 2 жовтня 1973 р. І навіть 3 заголовки: "З дружнім візитом", "В ім'я миру і дружби", "Дружні зустрічі" — і — усе це не просто на першій сторінці, а навіть на одній половинці сторінки номера за 18 грудня 1973 р. Очевидним є також і те, що заголовки "кочують" з одного номера в інший. Так наприклад у жовтні — грудні 1973 р. заголовок "У теплій, дружній обстановці" з'являється тричі — 27 листопада, 20 та 22 грудня, просто "У дружній обстановці" — двічі — 10 жовтня та 13 листопада і мало чим відмінний від них заголовок "У дружній обстановці" вживався тричі лише в жовтні — 19, 20 та 31. Трапляється, навіть в одному заголовкові двічі вжито лексему "дружба", правда в другому випадкові — це власна назва нафтопроводу — "Дружба породжує "Дружбу" (9 квітня 1970 року). Ясна річ, що це не випадкова назва, а сумлінне потурання ідеології, створення чергової пафосної фрази, за якою нічого не стоїть. А в номері за 18 березня 1970 року заголовок "Дружбі міцніти" з'являється на першій і третій сторінках з однією відмінністю — на третій сторінці в заголовкові є тире, а на другій нема. В першій статті розповідається про перебування в Радянському Союзі голови держави Камбоджа, а в другій — про чергову річницю підписання договору про дружбу й співробітництво між Радянським Союзом та Народною Республікою Болгарією (В 70-х роках за туристичними путівками Болгарію відвідало чимало наших співвітчизників і вони мали уявлення про справжнє відношення болгар та їхніх сусідів румунів до нав'язаної їм дружби й братерства). До речі, щодо болгар то частіше використовують стереотип "братній народ" ніж "дружній народ".

"Надлишковість пропагандистських штампів створює відчуття звичності та повсякденності. Вона привчає читача не замислюватись про зміст виразу" [8; 41]. І в той же час постійно апелювати загальноновживаними стереотипами. Спостереження підтверджують думку про те, що найуживаніших стереотипів не так уже легко і позбутися. Багато людей і досі не можуть писати, говорити і, що найстрашніше думати "свіжою мовою". Це стосується насамперед старших людей, які народилися і прожили основну частину свого життя в тоталітарному суспільстві, де скрізь використовувалася "квазімова". Дуже часто можна почути стереотипи з минулого і від більш молодих людей, але вже з іронічними нотками. Так у своєму

останньому інтерв'ю для Віталія Коротича Ян Табачник сказав: "Моя щорічна передача "Честь имею пригласить" буде записуватися в Москві, і я хочу запросити на неї людей різних національностей, не тільки з України і Росії, об'єднаних ідеєю дружби народів, — спохопившись додає — Гарні ж слова "дружба народів", якщо задуматися."

Слова "друг" та "дружба" належать до найважливіших в українській та російській лексиці. В корпусі Засоріної (1977) на один мільйон слововживань частотність слова "друг" — 817, тоді як у англійській мові — 169. Частотність абстрактного іменника "дружба" у російській мові — 155, в англійській мові "friendship" — 8. [9: 108].

З одного боку, бездумне і часте вживання слів та виразів було вимогою ідеологічної верхівки, а з іншого боку їх можна пояснити вбогістю мислення та лінощами думки. Адже слово, що функціонує на газетних шпальтах повинно не тільки щось називати. Воно повинно бути суцвіттям думки та почуття, відображенням системи мислення і почування, віддзеркаленням взаємодії середовища, суспільства й людини, як вважає Олександра Сербенська [9: 19] — показує її ставлення до світу, засвідчує ступінь самосвідомості, духовно-емоційної, громадянської зрілості. Тому сучасна журналістика повинна відмовитись від будь-яких штампів і натомість постійно збагачувати мову і тим самим допомагати реципієнтам якомога повніше пізнавати навколишній світ.

Література

1. Попцов О. Как стать реалистом // Лит.газ. — 1987. — 4 марта.
2. Махрин Ю. Демократия и дисциплина // Правда. — 1987. — 16 нояб.
3. Адамович А. Последняя ли пастораль? — М., 1988.
4. Личное мнение: Сб. писательской публицистики. — М., 1987.
5. Вільна Україна. — 1987. — 12 квіт.
6. Солганик Г. Я. Об особенностях языка газеты // Русский язык за рубежом. — 1988. — №5.
7. Вардин И. Большевицкая печать // Правда. — 1923. — №56.
8. Барченков А. Пропагандистские стереотипы в словаре и газетном тексте // Методологические проблемы социальной лингвистики. — М.: Изд.-во МГУ, 1986.
9. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. — М., 2001.
10. Сербенська О. Мова преси в контексті вимог перебудови. — К.: УМК ВО при Мінвузі УРСР, 1989.