

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЦІННІСНИХ ПІДСТАВ УСПІХУ В СУЧАСНИХ УКРАЇНОМОВНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню текстів україномовних засобів масової комунікації щодо вербалізації ціннісних орієнтирів у житті сучасних українців та створення мовної моделі успіху в різних сферах діяльності, яка б враховувала різноаспектні критерії.

Ключові слова: ціннісні орієнтири, успіх особистості, професійний рівень, мовні кліше.

Марчук Л. М. Вербализация ценностных предпологов успеха в современных украиноязычных средствах массовой коммуникации. – Статья.

Статья посвящена исследованию текстов украиноязычных средств массовой коммуникации по вербализации ценностных ориентиров в жизни современных украинцев и создания языковой модели успеха в различных сферах деятельности, которая бы учитывала разноаспектные критерии.

Ключевые слова: ценностные ориентиры, успех личности, профессиональный уровень, языковые клише.

Marchuk L. M. Verbalization of value prepositions of success in modern Ukrainian-speaking media communications. – Article.

The article is devoted to the study of the texts of Ukrainian-language mass media on the verbalization of value orientations in the life of modern Ukrainians and the creation of a language model of success in various fields of activity that would take into account various criteria.

Key words: value orientations, personal success, professional level, language cliches.

Питання підготовки успішних фахівців у сучасній Україні є актуальним у таких аспектах: освітніх, економічних, політичних, виробничих та ін., тому ця проблема є об'єктом дослідження багатьох галузей науки. Разом зі змінами, які відбуваються в суспільстві, змінюються і соціальні пріоритети успіху, які, крім загальних філософських моральних цінностей (таких, наприклад, як добро і зло), мають у своєму складі й ментальні, релігійні, соціальні, затребувані суспільством на певному етапі розвитку, чинники. Тому питання відтворення ціннісних основ успіху в сучасному українському просторі через україномовні засоби масової інформації (далі – ЗМІ) досить важливе, оскільки перед дослідником постає завдання аналізу ментальних, лінгвокультурологічних, соціально зумовлених, економічних, соціолінгвістичних та ін. аспектів ціннісних підстав успіху.

В.Т. Лозовецька досліджує професійну кар'єру особистості в сучасних умовах для психолого-педагогічної допомоги особистості у здійсненні її кар'єрних планів [7]. Н.П. Панчук аналізує психолого-педагогічні підстави для успішної кар'єри студентів педагогічних вишів та стверджує, що «<...> життєва орієнтація, являючись одним із видів ціннісної орієнтації, займає одне із центральних місць у визначеному способі життя людей, закріплюючи в ньому ієрархію видів діяльності, залежну від об'єктивних умов» [10, с. 550]. Т.В. Скрипаченко описує теоретичні засади ціннісних орієнтацій та зазначає час появи терміна, аналізує зміни, які відбуваються в усвідомленні ціннісних підстав успішності в сучасній молоді, що «<...> в умовах перехідного кризового суспільства вивчення стану та зміни ціннісних орієнтацій пояснюється насамперед практичною нагальністю. Саме тут постає необхідним дослідження впливу духовних цінностей на формування особистості. Духовність передбачає вихід за межі егоїстичних інтересів, за межі особистої користі, вона центрована на моральній культурі людства. Адже від того, з якою якістю цінностей українці житимуть у ХХІ ст., залежатиме напрям соціально-культурного та політико-економічного розвитку суспільства завтра, поява нових економічних, політичних та інших типів поведінки» [11, с. 211].

О.В. Москаленко стверджує, що ціннісно-сміслова сфера особистості може виявитися лише в поєднанні структурних компонентів, до яких входять: *особистісні цінності* (відпочинок; матеріальне становище; насолода щасливим; пізнання нового у світі; здоров'я); *цінності досягнень* (соціальний статус та керування людьми; визнання та повага); *суспільно-соціальні* (спілкування; соціальна активність; допомога і милосердя; кохання) [9].

І.Д. Бех ціннісні орієнтації особистості розглядає як «<...> складний регулятор людської життєдіяльності, який відображає у своїй структурній організації і змісті особливості об'єктивної дійсності, що охоплює і зовнішній для людини світ, і власне людину в усіх її об'єктивних характеристиках» [1, с. 15].

Успішні домінанти виховуються в людини з дитинства, проте у ЗМІ розуміння успішності виражаються в певних формулах або мовних штампах, які також можуть змінюватися, оскільки відбивають нагальні потреби часу та суспільства, особисте ставлення людини до успіху та її прагнення і бажання в різний період життя. Нас зацікавили питання відтворення ціннісних підстав успіху засобами української мови в засобах масової комунікації на сучасному етапі розвитку суспільства.

Наприклад, сприйняття успішності та основних цінностей може вербалізуватися через поняття *професійний рівень*.

С. Щербина, автор сайту “Insajder”, в інтерв'ю газеті «День» стверджує, що «<...> доводиться констатувати, що *професійний рівень* української журналістики упав на тлі війни – багато колег почали займатися відвертою пропагандою. Як громадянин можу сказати, що це виправдано, адже в умовах війни стандарти й етика завжди відходять на другий план, а журналісти просто підтримують свою державу» [13]. До вербалізаторів успіху журналіста та підняття його професійного рівня С. Щербина відносить акцентацію статей на проблемах країни, заперечує самоцензуру, пропагує старанний аналіз інформації та фактів.

Зсув у розумінні успішності в сучасному українському просторі спостерігаємо через тлумачення

цього терміна: «Успішність – одна з найбільш бажаних і проголошуваних цінностей у будь-якому суспільстві. Успішним завжди вважається той, кого інші прагнуть брати за взірць, щоб досягти того самого, що й він: чи так само навчатися; чи купити такий самий одяк; чи так само хвацько, не зважаючи на правила, керувати машиною. А от критерії, за якими суспільство оцінює успішність, не тільки різні в певних країнах, а й залежать від конкретних історичних, культурних та економічних умов, у яких перебуває суспільство на певний момент» [4]. Авторка статті вважає, що на кожному витку розвитку суспільство корегує своє розуміння успішності. В Україні – це і заможність, і можливість займати різні важливі посади, а після Революції Гідності – чітка громадянська позиція. Таким чином, ціннісними підставами для успіху стали участь у волонтерських справах та громадських проблемах. Одна з героїнь цієї статті стверджує: «На мою думку, соціальний успіх – це можливість змінювати щось системно. Не точково. Впливати на системотворчі процеси» [4]. Авторка звернулася до експертів із питання витлумачення поняття успішності, сформувавши їх таким чином: 1. Як змінювалися критерії соціальної успішності в незалежній Україні? 2. Які вони сьогодні й чому, на ваш погляд?

Євген Головаха – директор Інституту психології – серед основних чинників зазначив безпеку, кар'єру в політиці, банківській справі та юриспруденції, волонтерство і самостійне визначення власного місця в суспільстві (два останніх з'явилися після 2014 р.), порівнявши їх із чинниками радянського суспільства – гарною освітою, оволодінням професією педагога, закінченням вишу.

Георгій Почепцов – доктор філологічних наук, професор – вважає, що єдиним еквівалентом сучасної успішності є гроші: «Таку «струнку» систему вибудовано за допомогою ЗМІ. Саме ЗМІ перевернули уявлення про успішність тільки до фінансового полюса. Завдяки ЗМІ ми знаємо всіх олігархів по іменню. Але не знаємо успішних учених, письменників, професорів так, як це було в радянський час, коли ЗМІ орієнтувалися на інші типи успішності». Він заявляє також про певний зсув ціннісних підстав успішності, коли під час проведення антитерористичної операції на перше місце виходять військові герої та волонтери.

Олег Покальчук – соціальний психолог – додає до цього переліку ще й депутатство, яке, на його думку, особливо такий гріх, як марнославство.

Сергій Курбатов – кандидат філософських наук, старший науковий працівник Інституту вищої освіти Національної академії педагогічних наук України – вважає, що ціннісними підставами для успішності є здоров'я і можливість займатися улюбленою роботою, щаслива родина, повага з боку колег і стабільний соціальний статус.

Ірина Бекешкіна – директор фонду «Демократичні ініціативи» – поділяє ціннісні підстави на особисті та соціальні. Тобто у будь-якому разі – це «відповідність результатів поставленим цілям», а отже, присутність двох чинників – матеріального успіху та популярності.

Андрій Єрмолаєв – директор Інституту стратегічних досліджень «Нова Україна» – вважає українців не підприємницькою нацією, а отже, на перше місце виходить рольова характеристика – вміння пристосуватися та зіграти певну роль. До речі, він вважає, що певну роль в успішному статусі людини в радянські часи відігравала біографія, тому зараз на перше місце виходить фейкова біографія.

Елла Лібанова – директор Інституту демографії і соціальних досліджень ім. М. Птухи – бачить орієнтацію цінностей українців на бізнесові орієнтири: «Хочеться думати, що бізнес стане більш цивілізованим і буде менше орієнтуватися на зрощування із чиновницьким апаратом».

Івано-Франківський центр зайнятості на сайті агітує за успішну жінку-підприємця, надаючи переваги саме діловим якостям, а не вдалому заміжжю [3].

І.О. Жданов у виступі «Ціннісні орієнтації сучасної української молоді» на парламентських слуханнях Верховної Ради України про становище молоді в Україні [2] створив портрет молодого українця, де на першому плані громадянська позиція – усвідомлення своєї національності, гордість за державу, готовність її захищати. На діаграмі продемонстровано посилення ціннісних орієнтацій молоді, які стосуються саме громадянських позицій, порівняно із 2009 р., і дещо послаблення першочергових життєвих пріоритетів: щаслива сім'я, міцне здоров'я, матеріальний добробут тощо. Було визначено напрями державної молодіжної політики: здоровий спосіб життя, сімейні цінності, матеріальний добробут, національно-патріотичні переконання та громадянська позиція.

Засоби масової інформації, формуючи певний стереотип успішності, по-різному впливають на рівень довіри молоді. Наприклад, у 2010 році Н.П. Чутова провела дослідження «Впливовість мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (на прикладі Дніпропетровського регіону)», у якому прийшла до таких висновків: «У молодіжному середовищі, згідно з результатами дослідження, виявлено суперечне відношення до діяльності мас-медіа. Зважаючи на це, здійснено типологізацію груп молоді за сприйняттям мас-медіа за трьома критеріями: ступеня довіри до ЗМІ, рівня соціалізації та ступеня формування стилю життя: 1) опоненти мас-медіа – 34% респондентів (високий рівень соціалізації – часткова ідентифікація свого стилю життя з медійними образами); 2) апологети мас-медіа – 56% респондентів (низький рівень соціалізації – повна ідентифікація свого стилю життя з медійними образами); 3) медійні індіференти – 10% респондентів (середній рівень соціалізації – відсутність ідентифікації свого стилю життя з медійними образами)» [12, с. 13].

Нас зацікавив журнал «Український тиждень» [14]: ми проаналізували окремі статті № 16 від 20 квітня 2017 р., присвячені поняттю середнього класу, який є досить численним в Україні, а отже, і найбільш представницьким, та його ціннісним орієнтаціями з погляду авторів колонок.

Ю. Макаров в авторській колонці «Річ у собі» [8] роздумує над питанням: класовість чи ментальність закладена в основу успіху людини? Аналізуючи соціокультурні та ментальні показники, закладаючи майновий або економічний (який не є критичним з позиції автора) та громадянський критерій, Ю. Макаров створює ідеальну схему цінностей успіху, а отже, створення позитивного іміджу представників середнього класу в сучасній Україні:

Економічна незалежність
Соціальна стійкість
Раціональна поведінка
Голосування відповідно до своїх інтересів, а не симпатій
Оплата податків
Громадська діяльність
Благодійність
Відчуття належності до певної спільноти

О. Крамар у колонці «Економіка» [5] визначає термін «середній клас» та його професійні основи успіху: «Поняття середнього класу (*middle class*) передається двома термінами. Так, *Mittelschicht* позначає «середній прошарок», людей середнього доходу і є аналогом англійського *middle class* чи французького *classe moyenne*. Водночас німецький термін *Mittelstand* стосується представників так званого старого середнього класу – власників малого та середнього бізнесу – і не має прямих відповідників в інших мовах» [5]. Також у цьому дослідженні О. Крамар наводить такі статистичні дані: «У відповідь на пряме запитання до «небідних, але ще не представників середнього класу» зарахували себе 27% опитаних, до бідних – 72,3%. Оскільки заможним не назвав себе жоден, а представниками середнього класу – лише 0,7%, то ці 0,7% можна вважати саме заможними, а 27% «небідних» – українським середнім класом, який просто має завищені уявлення про рівень необхідних для цього доходів» [5]. До успішних професій верхнього середнього класу, наприклад, у США відносять викладачів, лікарів, юристів, менеджерів середньої ланки,

до нижнього середнього класу – офісних працівників, учителів, поліцейських, звичайний персонал торгівельних закладів.

Ще одне питання успішності в колонках про середній клас – питання україномовності. Досить цікава стаття О. Кухар «Сьогодні я розмовляю українською». Однією з умов успіху в сучасній Україні авторка називає уміння говорити українською, а особливо в тих моментах, коли «<...> свідомо переходять на українську в публічному просторі, під час найменших контактів із «великим світом» [6]. Авторка робить висновок, що в ЗМК «<...> чимало є правильних текстів, які стверджують: головне, що ми можемо зробити для України, – це виховати україномовних дітей» [6].

Таким чином, як демонструє проведений аналіз, у дискурсі україномовних ЗМК сучасної України було виявлено такі частотні мовні моделі успішного українця: ВИСОКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ РІВЕНЬ; СИЛЬНА ГРОМАДЯНСЬКА ПОЗИЦІЯ, ВОЛОНТЕР, СЕРЕДНІЙ КЛАС, МІЦНА СІМ'Я, МІЦНЕ ЗДОРОВ'Я, ПОЛІТИЧНА ГРАМОТНІСТЬ, САМОСТІЙНІСТЬ, УКРАЇНОМОВНІСТЬ, ВІЙСЬКОВИЙ ГЕРОЙ. Щодо професій, то українці серед успішних вербалізують такі: ДЕПУТАТ, БІЗНЕСМЕН.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі мови регіональних інтернет-видань України, сайтів організацій для виділення певних мовних кліше, які формують образ успішного українця, а також приділення уваги фемінітивам, які моделюють образ успішної українки; дослідження мовних уподобань українців та ролі ЗМК у формуванні мовного смаку. Усе це допоможе здійснити моніторинг комплексів метафоричних моделей, об'єднаних такими критеріями: концептуальним вектором, прагматичним потенціалом, понятійною суміжністю, семантикою, гендерним чинником, спільністю когнітивних структур.

Література

- Бех І.Д. Особистісно зорієнтоване виховання / І.Д. Бех. – К.: ІЗМН, 1998. – 204 с.
- Жданов І.О. Ціннісні орієнтації сучасної української молоді / І.О. Жданов // Парламентські слухання Верховної Ради України про становище молоді в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/6/Prezentaciya_28_10_2.pdf. – 02.11.2016.
- Івано-Франківський центр зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dcz.gov.ua/ifr/control/uk/publish/printable_article;jsessionid=F918536B611E37EBF518B86F112B7E13?art_id=23732.
- Котляр А. Успішна країна – успішні люди? / А. Котляр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/socium/uspishni-lyudi-uspishna-krayina_.html.
- Крамар О. Середній клас. Безпорадний велет / О. Крамар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Economics/190521>.
- Кухар О. Сьогодні я розмовляю українською / О. Кухар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Columns/50/190509>.
- Лозовецька В.Т. Концептуальні засади професійного саморозвитку сучасної особистості / В.Т. Лозовецька // Науковий вісник ІПТО НАПН України. – 2013. – № 1. – С. 32–39.
- Макаров Ю. Річ у собі / Ю. Макаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Columns/50/190523>.
- Москаленко О.В. Структурні компоненти ціннісно-смісловної сфери особистості / О.В. Москаленко // ВІСНИК НТУУ «КПІ». Серія «Філософія. Психологія. Педагогіка». – 2013. – № 1. – С. 91–98.
- Панчук Н.П. Ціннісні орієнтації як системоутворювальний фактор соціально активної позиції майбутнього фахівця / Н.П.Панчук // Проблеми сучасної психології : збір. наук. праць Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. – Вип. 21. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2013. – С. 542–551.
- Скрипаченко Т.В. Теоретико-методологічні основи дослідження ціннісних орієнтацій особистості / Т.В. Скрипаченко // Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць. – 2015. – № 2 (8). – С. 207–212 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://psyjournal.in.ua/wp-content/uploads/2017/03>.
- Чутова Н.П. Впливовість мас-медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді (на прикладі Дніпропетровського регіону) : автореф. дис. ... канд. соціолог. наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» / Н.П. Чутова. – Запоріжжя, 2010. – 17 с.
- Щербина С. Болісно переживають, але нічого не змінюють / С. Щербина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.telekritika.ua/daidzhest/print/109338>.
- Український тиждень. – 2017. – № 16 (492) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Magazine/492>.