

**УДК46**

**Т.О. Савчин, канд. філол. наук, доц**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **МОВНІ КЛІШЕ І МОВНІ ШТАМПИ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

**T.O. Savchyn, Ph.D., Assoc. Prof.**

### **SET PHRASES IN UKRAINIAN LANGUAGE**

У мовознавстві залишаються проблемними питання комплексного опису механізмів комунікації, реалізації мовних одиниць співвідносно зі структурою самої мови. Особливим науковим зацікавленням у процесі людського спілкування позначені регулярні комбінації словесних знаків, які є автономними лінгвістичними утвореннями із заданими за традицією значенням і формою. До таких одиниць належать мовні кліше.

В останні роки спостерігається наукове зацікавлення проблематикою кліше. Певні суспільні, етнокультурні тенденції спрямували залучення дефініції до опису різних соціокультурних феноменів (політика, економіка, мистецтво, спорт, освіта, релігія). Так, для аналізу зарубіжної літератури послуговуються термінами: «реалія-кліше» як художня домінанта, основні й допоміжні «жанрові кліше масової літератури»; у кіноіндустрії побутують поняття «жанрове кліше», «кліше низькопробного фільму»[5].

Вивчення мовних кліше може вважатися на сьогодні найбільш розробленою проблемою мовознавства. Різні підходи до тлумачення мовної природи кліше пояснюються традиційним та нетрадиційним розумінням сутності цієї лінгвоодиниці. Клішовані вислови вітчизняні й зарубіжні мовознавці разом із усталеними відтворюваними мовними одиницями зараховують до фразеологічних одиниць за широкого розуміння об'єкта фразеології [2].

Доречно, на наш погляд, навести думку О.О. Селіванової, яка в термінологічній енциклопедії з сучасного мовознавства подає таке витлумачення базової дефініції: кліше - це стандартні відтворювані засоби мови, які регулярно повторюються в певних контекстах і служать ознаками певного стилю або акту комунікації. Мовні кліше функціонують переважно в інформаційних жанрах засобів масової інформації й часто відтворюються у мові. Вони виконують роль стандарту, забезпечують найповнішу інформацію і економлять мовлення. Такі мовні звороти вживаються у функції готових формул[4].

Визнаючи однією з основних функцію мовної економії, лінгвісти попереджають про те, що кліше за механічного перенесення в неприродні для них стилі перетворюються на штампи. Стереотипна комбінація слів, яка використовується досить часто (або ж неадекватно) у процесі комунікації, може призвести до її кваліфікування як банального і навіть примітивного поєднання слів[3].

Зазвичай кліше має певні національно-культурні особливості й репрезентує ідіоматику мови: Україна для людей; вимір влади. Крім національно маркованих мовних одиниць, у різних типах дискурсів широко функціонують наднаціональні кліше - кліше, які ввійшли до лексичного фонду багатьох мов у межах полілінгвокультурної спільноти під впливом засобів масової комунікації та реклами [1]. Наприклад: без ГМО (маркування продовольчих товарів за рівнем якості); без кордонів (акції «Лікарі без кордонів»; «Журналісти без кордонів») тощо.

На відміну від мовних кліше, які є основним будівельним матеріалом мови і становлять схему, закріплену за відповідною ситуацією, мовні штампи - це стерті, колись образні вислови, зайві слова, неточні вислови, безконечні, стилістично не вмотивовані словесні повтори, які створюють негативний стилістико-смісловий ефект.

Хоч мовні кліше рідко породжують штампи, але наявність таких конструкцій не на своєму місці або багаторазове їх повторення призводить до появи штампів.

Головною причиною породження штампів є відсутність в авторській мові тих засобів, які допомогли б швидко, зручно й економно висловити думку. Тому й спостерігається нанизання кількох абстрактних слів, розташованих поряд: питання підвищення; забезпечення виконання; здійснення завдання; виконання зобов'язання. У таких випадках найкраще один з іменників (перший) замінити інфінітивом: забезпечити виконання; виконати зобов'язання. Одні й ті самі слова-означення, що додаються часто до іменників у мовних кліше, також бувають штампами: мати велике значення; відігравати важливу роль. Штампи трапляються в мовленні на всіх рівнях — фонетичному, лексичному, фразеологічному, словотворчому, морфологічному, і синтаксичному, тому їх виявлення і боротьбу з ними потрібно розглядати в кожному конкретному випадку.

Штампи — явище нетипове, чуже для ділового стилю. Якщо штампи й потрапляють в усне ділове мовлення, то це чужорідні там вкраплення. А те, що типове для ділового стилю, — стандартизовані словосполучення — не мають в основі своїй образності й служать зовсім іншим цілям.

Отже, дослідження мовних кліше на сьогодні є досить актуальною темою. Про це свідчить посилена увага науковців до проблеми використання мовних кліше, зокрема в діловому мовленні. Кліше слід відрізнити від мовних штампів. Завдяки ним, можна вдало і ясно висловити свою думку і заощадити час. На відміну від штампів, кліше вживати в мові корисно. Вони допомагають легко знаходити визначення повторюваним явищам, прості в відтворенні, дозволяють легко відтворювати офіційну промову і найголовніше - економлять мовні зусилля, час і енергію людини.

### **Література**

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. - К., 2004.
2. Гвоздев В.В. Контекст і проблеми перегматики кліше / В.В. Гвоздев // Роль контексту в реалізації семантичних особливостей мовних одиниць. - Курск, 1987. - С. 14-22.
3. Кубрякова Е.С. Короткий словник когнітивних термінів. - М.: МГУ, 1996.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми: Підручник. — Полтава: Довкілля-К, 2008.
5. Радзівєвська О.В. // Лінгвістичні дослідження : Збірник наукових праць ХНПУ імені Г.С. Сковороди.- Х., 2012.- Випуск 34.