

УДК

**СОЦІОЛОГІЯ ЛЕКСИКОГРАФІЇ З ПОГЛЯДУ
УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ КАФЕДРИ ТА З ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ:
ІНТЕРВ'Ю З ПОЛЬСЬКИМ ЛЕКСИКОГРАФОМ МИРОСЛАВОМ БАНЬКОМ**

Соломія БУК

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, Львів, 79000
Кафедра загального мовознавства*

Пропонуємо читачам збірника інтерв'ю зі знаним у Польщі та поза її межами лексикографом Мирославом Баньком, що курує створення найбільшого на сьогодні корпусу текстів польської мови PWN, професором Варшавського університету, під чією редакцією вийшов “Інший словник польської мови” (Inny słownik języka polskiego, 2000). Мирослав Банько – автор “Словника порівнянь” (2004), “Великого словника іншомовних слів” (2003), “Словника перифраз” (2002), монографії “Із пограниччя лексикографії та мовознавства” та ін.

Ключові слова: словник, соціологія лексикографії, тлумачення, деідеологізація словника, корпус текстів.

– Пане професоре, Ви викладаєте у Варшавському університеті курс під назвою “Соціологія лексикографії”. В Україні подібні курси лексикографії здебільшого зосереджуються на теорії або історії укладання словників. Чи так само в Польщі?

В університетській дидактиці словники лежать дещо осторонь. На нашій варшавській полоністичній немає жодного спеціального курсу лексикографії, а про словники згадують принагідно, наприклад, у курсі культури мовлення як про засоби самоконтролю у розв'язанні мовних питань, що викликають сумніви. Проводять також окремі заняття з лексикографії у вигляді консерваторіїв, просемінарів, семінарів, на яких цей розділ мовознавства розглядають або в історичній, або в теоретичній площинах.

Попри це, мало уваги приділяють проблемі функціонування словників у суспільстві. Натомість, я веду курс під назвою “Лексикографія у суспільному контексті”, який у Польщі видається новітнім, проте є звичним у західному світі. Це спроба організувати дидактичні заняття так, щоб якомога більше цікавити цим предметом студентів. Я читаю цей курс вже кільканадцять років: при цьому викладаючи матеріал традиційно, з наголосом на теоретичний бік справи (ми розглядали типи дефініцій, добір реєстру словника, одиниці тлумачення тощо), зауважив, що чим більше ми зі студентами відходимо в бік соціології лексикографії, тим активніші студенти. Дуже жвавою була, зокрема, реакція на тему так званої політкоректності та її впливу на словники.

– То Ваш курс є популярним серед студентів?

У Варшавському університеті студенти мають багатий вибір курсів, тому щороку до групи входить різна їх кількість: від десяти до більше, ніж двадцять осіб.

– Які питання Ви висвітлюєте на лекціях і які теми зацікавлюють студентів найбільше?

Найбільший інтерес викликають нетипові словники, так звані прасловники, наприклад, “Диявольський словник” Амброза Бірса з початку ХХ ст. Автор використовує типові формулювання, щоби зі суб’єктивного погляду дотепно і часто саркастично пояснити певні поняття, добре відомі людям. Послуговуючись формулою словникових тлумачень, представляє своє бачення речей, наприклад: “Словник – злісне пристосування для пригнічення розвитку мови”.

Такі словники існують у різних мовах, вони були об’єктом зацікавлення польського поета Юліана Тувіма. Завдяки таким оберненим смішним дефініціям легше усвідомити структуру словника, бо певні речі, типові й очевидні, проходять повз нас, але привертають нашу увагу, коли вони є не нормативними, а такими “вивернутими” тлумаченнями: “Радитись – шукати підтвердження власних рішень”, “Скрипка – прилад для лоскотання внутрішності вуха за допомогою тертя кінським хвостом об зовнішність барана” (“Ярмарок рим”, 1958).

“Вдячними” є теми ідеологізації та деідеологізації словників. 18 років тому наша держава вийшла з-під панування комуністичної ідеології, яка позначилась і на словниках, оскільки деформувала багато понять. Порівняння нових і старих видань словників – одне з найцікавіших занять. Мій курс розрахований на навчальний рік, він складається з 30 тем, тож, є про ще говорити. Здебільшого починаємо зі соціологічних, і лише згодом доходимо до теоретичних питань.

– У чому, на Вашу думку, полягає заідеологізованість та деідеологізація словників?

Під поняттям деідеологізації чи декомунізації (бо і так можна сказати) словників розумію відхід від практики деформації словникарства, що процвітала в 40-х, 50-х, 60-х, 70-х і навіть 80-х роках. Заідеологізованість словників проявляється у трьох основних аспектах. Перший – деформація понять. Наприклад, *страйк* витлумачували як явище, властиве лише капіталістичним країнам. Із цього випливало, що у Польщі він не має права існувати. Коли ж у нас вибухав страйк, то доходило до того, що його евфемістично називали перервами у праці.

Другий аспект – добір кваліфікаторів та поміток до реєстрового слова. У словнику В. Дорошевського (1964) слово *bezpieka* (“o Urzędzie Bezpieczeństwa Publicznego”) (*безпека* – у значенні “управління громадської безпеки”) має тільки єдину помітку – *поточне*. Насправді ж воно не поточне, а пейоративне, несе виразну негативну конотацію, виражає погорду. Але цієї інформації у словнику немає, бо інакше автор мав би виправдовуватися, чому так.

Третій аспект заідеологізованості полягає в доборі джерел для словників. Як приклад – словник В. Дорошевського, укладений на основі писемних джерел. Серед загальної кількості текстів (близько 3200) не досить того, що немає жодного польського перекладу Біблії, а не міститься навіть молитовника, катихизму, а також дуже важливих релігійних текстів. Зауважено істотні прогалини в літературі соціологічній, а отже, якщо лексикограф послуговується таким матеріалом, то навіть при великому бажанні не висвітлить важливих для соціально-політичного життя понять.

Лексикографи були змушені пристосовуватися до тієї системи, тому в нові часи словники вимагали виправлення, об'єктивізації. Подібний процес відбувався і в інших країнах колишнього соціалістичного табору.

– Пане професоре, Ви також керуєте редакцією словників польської мови у Державному науковому видавництві (Państwowe wydawnictwo naukowe – PWN)...

Уже недержавному, хоча воно й зберегло назву PWN, що колись так розшифровувалася. Зараз це скорочення піддалося лексикалізації.

– ... PWN спеціалізується на публікуванні наукової літератури, зокрема словників. То, можливо, та праця наклала практичний відбиток на той матеріал, який Ви викладаєте у своєму курсі?

То правда. Думаю, що ракурс, під яким розглядаємо лексикографію, залежить від місця, з якого на неї дивитися. Якщо дивитися з університетської кафедри, то видно теорію або історію лексикографії, а якщо дивитися з видавничої перспективи, то треба брати до уваги обставини, яких не помічають теоретики. Словник – це ненаукова праця або наукова тільки до певної міри. Більшість з них видають, щоби задовольнити практичні потреби користувачів, тобто, мусимо пам'ятати про адресата словників, про його потреби. Суспільний простір словника – це автори, видавці, читачі, рецензенти і, в останню чергу, мовознавці. Часто цю послідовність розглядають навпаки, ставлячи мовознавця на перше місце і менше уваги звертаючи на читача.

– За Вашою редакцією було опубліковано “Inny słownik języka polskiego”. Чому він називається “іншим”?

Бо є іншим – перериває лексикографічну традицію тлумачення. Це, зрештою, виявилось доволі ризиковим, бо лексикографія, як відомо, є традиційною галуззю, і реципієнти не люблять радикальних змін. Будучи свідомими того, що випускаємо словник з інноваційними рисами, ми назвали його Іншим. Зараз не знаю, чи це була найбільш влучна назва, бо збуджує амбівалентні конотації й асоціації в користувача: “якщо інший, то не мій”, “не хочу іншого, хочу звичного, просто правильного”. Через декілька років після виходу цього словника я не є прихильником такої назви.

– У чому полягає ця “іншість” словника?

De facto це перший корпусний словник польської мови, тобто укладений на основі електронного корпусу текстів. Завдяки останньому ми мали доступ до значно більшої кількості цитат, ніж укладачі традиційних словників. Ми поставили за мету будувати дефініції контекстуальні. Там, де звичайний словник тлумачить слово за допомогою парафрази (наприклад, “вживати – це використовувати, послуговуватись”), наш словник пропонує слово у його оточенні (наприклад, “якщо вживаємо щось, то ...”), завдяки чому стає зрозумілим контекст і лексичний, і граматичний. Із дефініції “jeśli używamy czegoś” також видно, що це слово керує іменником у родовому, а не у знахідному відмінку. Про це треба нагадувати полякам, бо часто кажуть, на жаль, “używamy coś”, що неправильно. У багатьох випадках контекстні дефініції виявляють лексичну сполучваність слова. Скажімо, чи всі знають, що таке zgliwiału (зглевівий)? Зглевівий може бути тільки сир, він ніби зіпсутий, але так, що перейшов в іншу якість; дехто вважає, що це присмак. Тому наше тлумачення починається зі словосполучення “зглевівий сир”, і з контексту відразу видно, що так назвати можна тільки сир і нічого іншого.

Якщо подивитися на дефініцію дієслова *ćwierkać* (щебетати), то вона починається “коли птахи щебечуть, то видають звуки ...”, і з будови таких пояснень інколи більше дізнаємося, ніж з класичних безконтекстних.

Такою мікроструктурою “*Inny słownik*” апелює до деяких британських словників, так званих *Lerner’s dictionaries* для іноземців, але, на відміну від них, скерований на польського читача, тобто на носія мови. Останній, на жаль, не оцінив тлумачень такої форми настільки, як би це зробив іноземець.

– Яка була академічна реакція, а також реакція читачів на вихід у світ “Іншого словника”?

Відразу після виходу реакція була доброзичливою, позитивною, натомість, показники продажу були нижчими, ніж очікувало видавництво. Але причиною цього могли бути різні чинники, між іншим, висока ціна. Протягом того часу можна було купити старий тритомний словник за ціною нижчою, ніж цей двотомний. Мало хто так глибоко вникав, щоби його переглянути і переконатися, що ці два томи йому більш потрібні, ніж тамті старі три.

Нещодавно була спроба ревіталізації нашого словника під назвою “Великий словник учня”. Великий – бо два грубі томи, а учні – саме та група людей, що потребує дещо більшої мовної підтримки, ніж звичайні мовці, бо, зазвичай, носій мови звертається до словника для того, щоби перевірити, що означає слово, часом –щоби дізнатися, як його вживати. Ми звикли, що до словника заглядають для того, щоб швидко прочитати, знайти, що шукаємо, і відставити його на полицю. Мало хто користується словником систематично. Натомість, учні – власне та група користувачів, яка має привід послуговуватися словником дещо частіше, бо і школа їх до того заохочує, і на незрозумілі слова вони натрапляють частіше.

– Які словники у Польщі мають найбільшу популярність?

Річ у тім, зрештою, це видно навіть із полиці зі словниками у кожній книгарні, що поляки звикли користуватися орфографічними словниками. У добре забезпеченій книгарні може бути навіть кількадесят орфографічних словників. На другому за популярністю місці у Польщі є словник іншомовних слів. Натомість, словник загальний (словник польської мови) перебуває на третьому-четвертому місці. Це може здивувати мовознавця, бо у лінгвістиці його вважають основним типом словника, оскільки в ньому вміщено найосновнішу інформацію. Із різних причин, зокрема через те, що у повоєнній Польщі був малий доступ до загальних словників, у поляка мало не від шкільного віку словник асоціюється зі словником орфографічним. Останнім часом ситуація дещо змінилася, у тому числі через те, що зараз усі словники легкодоступні, а також завдяки тому, що деякі словники, раніше менш популярні, стали більш популярними. Передусім, це стосується словників синонімів.

– Ви згадали про показники продажу. А яких правил треба дотримуватися, щоби словник на польському книжковому ринку став конкурентноздатним?

Почну з іншого кінця. Якщо питатися у потенційних покупців, якими критеріями вони керуються при виборі словника, то люди кажуть, що він повинен бути актуальним, надійним, натомість, вони дуже рідко згадують про ціну, намагаються її змаргінесувати, так, ніби вона неістотна. Проте давно зауважено, що пишучи це, респонденти нещирі, бо ціна для них грає велику роль, тільки вони не хочуть у цьому признаватися. Отже,

основний принцип успіху на ринку – поставити ціну не вищу, ніж конкурентні книги такого ж обсягу. Бо видавець втратить більше на промоціях, рекламах, в яких переконаватиме набувачів, що його книжка на 20 злотих дорожча, бо краща. А клієнти його і так не послухають. Тому, на жаль, починати доводиться з таких прозаїчних справ, як ціна.

Зовнішні параметри словника для більшості споживачів також істотні. Ціну завжди розглядають у контексті обсягу книги і якості обкладинки. Якщо оправа м'яка, картонна, то люди вважають, що книжка повинна бути дешевша.

Також зауважено, що певний позитивний ефект на споживача роблять додатки до книжки. Наприклад, CD, ціна якого входить у вартість словника.

Окрім інших перелічених обставин (ціна, зовнішній вигляд, обсяг, додатки), треба пам'ятати про потреби користувача. Видавець повинен зважати на попит на словники, продиктований їх популярністю.

Із жалем мушу зазначити, що те, чому лексикограф як творець словника надавав найбільшої ваги, а саме ретельності відбору реєстру, детальності тлумачення і т. д., більшість читачів не зауважує. Люди не мають тієї кваліфікації, щоби оцінити якість словникового опису. Загалом покладаються на довіру до видавництва, на рецензента, зазначеного у книзі, деколи на рецензії у пресі. Але рецензій на словники виходить мало, і вони здебільшого не належного рівня, тобто, це не той критерій, на який варто покладатись.

– Які нові типи словників з'явилися у польській лексикографії?

Словник, який зробив кар'єру за останні 15 років – це словник синонімів. Загалом пропозиція словників на ринку дуже багата: є типові і нетипові, наприклад, словники сленгу, евфемізмів, колокацій (сполучуваності), інтерпункційний. Але всі вони поки що малопопулярні. Також можна говорити про певні прогалини у польській лексикографії. Таким болісним недоопрацюванням є етимологічний напрям.

– Як би Ви окреслили перспективи лексикографії у Польщі?

Якщо дивитися з наукової перспективи, то проект, який зацікавив певні мовознавчі кола – це “Великий словник сучасної польської мови”. Під словом “великий” розуміють, що має бути академічний, науковий, філологічний. Він існує в електронній версії, а якби вийшов друком, то мав би кількадесят томів.

Якщо глянути на польську лексикографію з видавничої перспективи, то найважливіша річ, яка тільки починається – це певна консолідація ринку. Маємо дуже розпорошений лексикографічний ринок, роздіблений між багатьма видавцями, а більшість з них видали тільки одну чи декілька книг. Така ситуація не є ані корисною, ані стабільною. Очевидно, що більші видавництва проковтнуть менших, і ми опинимось в ситуації, подібній до британської або німецької, де конкурують декілька видавців, які превалюють на ринку.

Думаю, така консолідація буде корисною, оскільки сприятиме виробленню fair-play, тобто чесних правил гри стосовно споживача. Складніше стане приховати надуживання, маніпуляції, які чинять деякі видавці. Наприклад, подають на обкладинці велику цифру реєстрових слів, а насправді це сума реєстрових слів, їх значень і підзначень разом взятих.

– Розповідаючи про “Інший словник”, Ви згадали корпус текстів PWN. Зважаючи на стрімкий розвиток корпусної лінгвістики у світі, не можна оминати увагою цього напрямку в Польщі. Який обсяг Вашого корпусу?

Корпус текстів PWN у своїй зрівноваженій частині має понад 70 млн. слів. Як на світові стандарти, це не надто багато, бо для англійської чи німецької мови доступні корпуси у десять разів більші. Проте ця цифра для слов'янських країн значна: за величиною більший корпус мають хіба що чехи, але вони його використовують для академічних завдань. Натомість, корпус тестів PWN створено для практичних цілей, хоча послуговуються ним і науковці. Певна частина нашого корпусу – близько 40 млн. слововживань – доступна через Інтернет. Називаючи корпус PWN зрівноваженим, маю на увазі, що тексти до нього відібрано за жанрами, темами, стилями з метою, щоби він якнайадекватніше відображав сучасну польську мову у всій її різноманітності.

– Які ще словники укладено за допомогою корпусу текстів PWN? Чи зручно з ним працювати?

Окрім “Іншого словника”, на основі корпусу текстів я уклав словник сполучуваності, який називається “Словник доброго стилю, або вирази, які любляться”. Для тих, хто знає, що таке сполучуваність чи колокація, ця назва може видатись трохи дивною, але маркетологи визнали, що назва добра, приваблива, заохочувальна. Цю працю здійснено за допомогою автоматичного аналізу корпусу PWN: завдяки зведенню до початкової форми словоформ, а також шляхом відбору тих сполучень слів, які трапляються найчастіше.

Коли я працював над цим словником як автор, то мав відчуття, якого не буду мати вже, мабуть, ніколи: що словник можна укласти за декілька місяців – настільки добре були автоматично підготовані дані. Хотілося б, щоби усі словники укладалися так швидко і просто, із мінімальною участю людини.

У зв'язку з цим мені пригадується питання, яке один із авторів розмістив у заголовку своєї наукової статті: чи будуть існувати лексикографи у 3000-му році? Коли я його побачив, то сприйняв як провокаційно-жартівливе, а з іще більшим здивуванням довідався, що відбувалися цілком серйозні дискусії над тією проблемою. Одні відстоювали думку, що лексикографів не буде, бо комп'ютери укладатимуть словники самостійно, інші стверджували, що остаточна робота все ж належить людині.

– Отже, майбутнє лексикографії у використанні корпусів текстів?

Так, майбутнє лексикографії – у використанні корпусів, комп'ютерів, а також людських голів, про що не можна забувати.

Інтерв'ю здійснено завдяки підтримці Kasy Mianowskiego і Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej

**SOCIOLOGY OF LEXICOGRAPHY FROM THE UNIVERSITY CHAIR'S
POINT OF VIEW AND FROM THE PROSPECT OF MARKET:
INTERVIEW WITH POLISH LEXICOGRAPHER MYROSLAV BAN'KO**

Solomiya BUK

*L'viv Ivan Franko National University
1, Universytets'ka str., L'viv 79000
The Chair of General Linguistics*

We offer to the readers the interview with known in Poland and beyond her borders lexicographer Myroslav Ban'ko, professor of the Warsaw university, that supervises creation of the biggest to date corps of texts of the Polish language PWN and who was the chief editor of "Other dictionary of the Polish language" (Inny słownik języka polskiego, 2000). Myroslav Ban'ko is the author of "Dictionary of comparisons" (2004), "Large dictionary of foreign words" (2003), "Dictionary of periphrases" (2002), monographs "From margins of lexicography and linguistics" et al.

Key words: dictionary, sociology of lexicography, interpretation, deideologization of the dictionary, corps of texts.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2007
Прийнята до друку 25.05.2007