

оригінальних синтаксичних типів, які відразу ж захоплюють увагу реципієнтів. Разом з тим назви економічних статей виглядають дещо виразнішими завдяки ширшому використанню сегментованих конструкцій, які володіють значним семантико-стилістичним потенціалом.

Проведене дослідження особливостей заголовків наукових статей з фізики та економіки дозволяє зробити такі головні висновки:

1) для фізичних статей характерні назви у вигляді номінативних конструкцій, а для економічних – як номінативні, так і сегментовані;

2) довжина заголовків в обох дисциплінах є подібною;

3) за своїми стилістичними рисами економічні заголовки є виразнішими, ніж назви фізичних статей.

Ці результати корелюють з даними Т.В. Яхонтової щодо синтактико-стилістичної різноманітності заголовків у лінгвістиці та їх відносної однорідності у математиці [7, с. 31], що уможливило, на базі двох досліджень, загальне припущення про притаманність гуманітарним галузям синтаксично виразних та стилістично забарвлених назв, а точним наукам – навпаки, структурно гомогенних, стилістично нейтральних заголовків. Потрібні, однак, подальші порівняльні дослідження цих важливих текстових елементів, які б могли підтвердити або уточнити цей попередній висновок.

Література

1. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): Автореф. дис... канд. філол. наук. – К., 2002. – 19 с.
2. Колегаєва И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. – Одесса: Редакционно-издательский отдел областного управления по печати, 1991. – 124 с.
3. Потапенко С. И. Заголовок англоязычного текста как средство визуального и семантического ориентирования адресата [Электронный ресурс] // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 32. – С. 305-307.
4. Траченко О. М. Стилистическое исследование заглавий английских художественных и научных текстов // Иноземна філологія. – Львів, 1979. – Вип. 56. – С. 39-43.
5. Чельська М. М. Принципи формування заголовкової термінологічної парадигми у сучасному літературознавстві [Електронний ресурс] // Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2005. – № 22. – С. 200-203.
6. Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість // Наукові записки Луган. нац. пед. ун-ту: Зб. наук. праць [Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта]. Сер. «Філологічні науки». – Вип. 5. – Т. 1. – Луганськ: «Альма-матер», 2004. – С. 388-397.
7. Яхонтова Т. В. Заголовок у науковому тексті: структурні, семантичні та стилістичні особливості // Вісник Львівського університету. – Серія. «Іноземні мови». – 2005. – № 12. – С. 24-31.
8. Yakhontova T. Titles of conference presentations abstracts: A cross-cultural perspective // The Language of Conferencing/ C. Shalom, S. Thompson, and E. Ventola (eds.). – Frankfurt am Main: Peter Lang, 2002. – P. 277-300.

Список джерел аналізованого матеріалу

1. Advances in Physics. Taylor & Francis, Volume 54, Issue 1, 5, 8, 2005.
2. Advances in Physics. Taylor & Francis, Volume 55, Issue 3 & 4, 5 & 6, 2006.
3. Cambridge Journal of Economics. Cambridge Political Economy Society. Oxford University Press. Volume 27, 28, Number 1, 4, January, July, 2003, 2004. – 620 p.
4. Contemporary Physics. Taylor & Francis, Volume 46, Issue 1, 2, 3, 4, 5, 6, 2005.
5. Contemporary Physics. Taylor & Francis, Volume 47, Issue 1, 2, 4, 2006.
6. Financial Management. Journal of the Financial Management Association International, University of South Florida, College of Business Administration. Volume 29, 31, 32, Issue 1, 3, 4, Spring, Winter, Autumn, 2002, 2003. – 132 p.
7. Molecular Crystals and Liquid Crystals. Taylor & Francis, Volume 464, Issue 1, 2007.
8. The Quarterly Journal of Economics. President and Fellows of Harvard College and the Massachusetts Institute of Technology. United States of America. Volume CXV, Issue 2, 3, May, August, 2000. – 1090 p.
9. Transport Theory and Statistical Physics. Taylor & Francis, Volume 34, Issue 1 & 2, 3 & 5, 2005.
10. Transport Theory and Statistical Physics. Taylor & Francis, Volume 35, Issue 1 & 2, 3 & 4, 5 & 6, 2006.

Ткачук Н. О.

СУГЕСТИВНІ ПОТЕНЦІЇ СИМВОЛІВ ФОЛЬКЛОРНИХ ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ЛІКУВАЛЬНИХ ЗАМОВЛЯНЬ)

На сьогоднішній день актуальним є введення в розгляд лінгвістики, в її парадигму мовної особистості як рівноправного об'єкту вивчення, звернення до людського чинника, як такої концептуальної позиції, яка дозволяє інтегрувати розрізнені і відносно самостійні властивості мови.

Аналіз української заклінальної традиції у контексті світових міфологічних наукових досліджень з питань теорії та функції магії свідчить, що у текстах замовлянь та діях, що їх супроводжують, збереглося надзвичайно багато елементів магічного мислення, на якому спирається так звана народна візія світу.

Замовляння – магичні тексти, призначені самим фактом свого виголошення вплинути на хід подій і змінити його в бажаному напрямку, позбавити від недуг та привести до ладу емоційний стан людини.

Їхня орієнтованість до ірраціональної сфери мислення доводиться, використанням відповідних методик нейролінгвістичного програмування та сугестивної лінгвістики, що є продуктивним як для виявлення елементів, які моделюють певний рівень психоактивності, так і у визначенні загальних характеристик подібних континуумів через актуальні лінгвістичні маркери [7, с. 99]. І в цьому випадку замовляння виразно маніфестують міфо-семіотичні властивості мовлення.

Актуальність вибраної теми статті пов'язана з широким побутуванням замовляльних текстів у сучасному житті та тенденцією до езотерико-магічного сприйняття дійсності. На сьогоднішній день актуальними виступають й дослідження в сфері сугестивної лінгвістики та нейролінгвістичного програмування (Р. Бендлер, Д. Гріндер, М. Еріксон, С. Кара-Мурза, Л. Мурзін, Б. Поршнев, І. Черепанова, О. Самусенко, О. Коломийцева, Т. Ковалевська). Проте вивченню саме символічного простору українських замовлянь з точки зору його сугестивно-мовних потенцій увага вчених майже не приділяється – в чому ми і зазначаємо новизну нашого дослідження. Метою роботи є сугестивний, багатоконпонентний аналіз символічно маркованої лексики українських замовлянь та пояснення їх доцільного використання у текстах.

Сугестія (навіювання) – вплив на підсвідомість, емоції і почуття людини, побічно забезпечуючий вплив на її розум, волю, поведінку за рахунок послаблення контрольно-регулятивної функції свідомості, зниження усвідомлення і критичності при сприйнятті і реалізації навіюваного змісту, а також відсутності цілеспрямованого активного розуміння, розгорненого логічного аналізу і оцінки даного стану людини в співвідношенні з її минулим досвідом [8, с.107].

Враховуючи, що ядром впливу, найкоротшим і вірним шляхом до підсвідомості є мовна сугестія, яка передбачає використання спеціальних мовних маркерів – сугестем, успішно впливаючих на вибір (установку) тих або інших переваг в діяльності людини, на світ її особистісних смислів, невідконтрольних свідомості, можна зробити ряд припущень щодо механізму, який впливає на хворого в процесі комунікативної терапії [9, с.151]:

– звукове, смислове поєднання народжує вібрації, збуджуючі увагу, енергетичні джерела, через які здійснюється вплив на пацієнта;

– вібрації, народжувані замовлянням, створюють свого роду енергетичний каркас, по якому інформація одужання від екстрасенса-знахаря переходить до пацієнта прямо в область несвідомого;

– звукове, смислове і асоціативне поєднання викликає в екстрасенсі збудження його енергетичних центрів, які зрештою цілющим чином впливають на хворого;

– звукове, смислове і асоціативне поєднання викликає в самому пацієнті збудження його енергетичних і інформаційних центрів, які зрештою цілюще впливають на нього самого.

На цьому засновується і доцільність використаних у нашій роботі принципів і методів аналізу досліджуваних параметрів сугестивних текстів: фоно-семантичному, лексико-граматичному, лексико-семантичному рівнях.

Більшість сучасних досліджень, орієнтованих на вивчення впливових аспектів мовлення, зосереджена на аналізі його фонетичних характеристик, оскільки «з усіх сенсорних впливів на людину найвідчутливішим, багатим й витонченим є звук та його сприйняття слухом [3, с.120]». Так, І. Ю. Черепанова доходить висновку про фоно-семантичну актуальність певних звукобукв, поліфонічна організація яких і створює той звуковий малюнок сугестії, що впливає на підсвідомість адресата.

Проаналізувавши окремо кожен з тематичних груп замовлянь (залежно від їх терапевтичного спрямування), ми дійшли висновку, що найчастотнішими є звукобукви, що входять до складу ключових слів тематичних замовлянь: З, У, Б, И в замовляннях «на зуби» і К, Р, В – в замовляннях «на кров». Таке явище відповідає даним Т. Я. Єлизаренкової, яка виявила при описі лінгвістичних особливостей «Ріг веді», що «взагалі вся формальна структура гімнів заснована на повторах: тотожних або фонетично близьких звуків, відмінкових форм, балансованих синтаксичних конструкцій, – межа властива витвору усної творчості взагалі, – і звукопис є одним з приватних проявів цієї загальної тенденції [2, с. 518]».

«Золотий перетин» – такий розподіл цілого на дві частини, при якому відношення більшої частини до меншої рівне відношенню цілого до більшої частини – в більшості замовлянь співпадає з кульмінацією тексту і ділить цей текст на дві нерівні частини з різною фоносемантикою.

Так, наприклад, замовляння «на кров»:

«...Ішла кістяна баба з кам'яної гори, з кам'яною дійницею до кістяної корови. Коли з кам'яної корови молоко потече, тоді і раба божого кров потече [11, с. 27]».

Образно кажучи, кров після вимовлення замовляння повинна «стрімко затихнути» – динаміка від провідної ознаки першої частини «стрімкий» до провідної ознаки другої частини – «тихий». Перша частина більш жорстка (домінуючі звуки К, Р, В – анаграма), характерний для мантр «червоний» А. В другій частині з'являються властивий слов'янським сугестивним текстам високочастотний «синій» І, а також М.

Інформація, яка міститься в точці золотого перетину, впливає безпосередньо на підсвідомість, минаючи свідомість.

Спіраючись на дослідження П. Журавльова в галузі фоно-семантики [4] та В. Левицького щодо звукосимволізму [5], ми виявили звуко-кольорові характеристики найчастотніших символів українських замовлянь та їх психологічні асоціації за сімома параметрами – розміром, оцінкою (приємною чи неприємною), активністю, теплотою, силою, світлом, твердістю: *сонце* – жовтий; малий, холодний, світлий; *ніч* – синій; м'які, світлі характеристики; *корова* – білий, червоний; приємний, сильний, твердий; *рожга* – біло-червоний; приємний, сильний, твердий; *кров* – білий; швидкий, холодний, сильний, твердий; *чорний* – білий, чорний; великий-малий, швидкий, темний-світлий.

У підсумку можна зазначити, що у кольоровому спрямуванні символів переважають світлі відтінки, а серед асоціативних характеристик такі параметри як приємний, м'який, сильний. Такі дані можуть свідчити про те, що використання зазначених сугестивних маркерів безпосередньо спрямовані на досягнення терапевтичного ефекту –вилікувати хворого – самим проголошенням та згадуванням життєво важливих концептів, які у свідомості пацієнта розкриваються не тільки на фоні їх семантичного навантаження, але й самий їх звуковий склад викликає певні асоціації, які сприяють заспокоєнню хворого, налаштуванню на голос знахаря, формуванню довіри та всепокладання на його волю.

В дослідженні латентної символіки на лексико-граматичному рівні прийшли до таких результатів: переважна більшість досліджуваних символів замовлянь належить до лексико-граматичного класу іменника (76% від загальної кількості номенів: *ріка, корова, калина, рожга* (жін. роду); *кінь, півень, ворон, змії, камінь, ніж; сонце, море, джерело* (чол. і сер. роду)), за ним слідує клас прикметника (13%) та числівника (10.8%). Ці результати частиномовного дослідження текстів замовлянь відповідають даним щодо особливостей розвитку і становлення мовленнєвої діяльності людини – мови, членування свідомих і підсвідомих процесів людської психіки та поступового осягнення, уявлення й самоідентифікації особистості в навколишньому світі. «3 граматичних категорій в першу чергу засвоюються категорії з виразно

вираженим наочним значенням, а потім категорії, в яких це наочне значення виражене все слабше [10, с. 57]». В цілому склад універсальних слов'янських сугестивних текстів відрізняється від граматичного складу текстів технічної і художньої літератури меншою кількістю іменників і великою – дієслів, що підтверджує гіпотезу Б. Ф. Поршнева про особливу сугестивну роль дієслова.

Слід вказати на специфічність репрезентації прикметника. Прикметникові ключові слова-символи представлені виключно на позначення кольорів: *червоний, білий, золотий, синій, чорний* і належать до розряду якісних прикметників, проте ступені порівняння не утворюють. До того ж їх семантичне значення кольору не обов'язково відповідає реальному стану речей відносно того предмета (явища, істоти), який вони характеризують:

Було собі красне море. Їхав чоловік красним возом, красними волами, красні колеса, красне ярмо, красне вія, красні притики [12, с. 62]...

Така закономірність свідчить про домінуюче архитипічне символічне значення самого кольору як такого, ніж дійсна кольорова приналежність предмета. Іноді таким чином відбувається описово-символічна деталізація, конкретизація самого позначуваного предмета або явища. Наприклад, в цитованому замовлянні «на кров» несумісне з точки зору їх реальної семантики поєднання *красне море* розкриває наступне: по-перше, тут море – це символ Всесвіту, до того ж його центру, по-друге, червоний колір – найперший кольоровий символ у людській культурі, генеалогічно є кольором крові (яка в даному тексті і замовляється!), є одним з чотирьох найбільш священних кольорів, колір верховенства та магичності. Отже, магичний персонаж виходить з центру Всесвіту з чітко визначеною ціллю зупинити кров і наділений предметами забарвленими у червоний колір, що вказує на його магичну локалізацію, здібності та мету появи у нашому світі.

О. О. Леонтьєв вважав, що найрозповсюдженішим і найефективнішим засобом зміни «смыслового поля реципієнта» є використання значенневих модуляцій, і «ми підбираємо слова та словосполучення й організуємо їх у висловлення на різних рівнях так, щоб у сприйнятті мовлення реципієнтом було здійснене – більш чи менш опосередковано – бажане зрушення в його смысловому полі» [6, с. 75]. У такому разі набуває ваги виявлення специфічних семантичних інтегрантів – сем, наявність та комбінаторна орієнтованість яких у смысловій структурі слова може зумовити його прогнозоване сприйняття.

В тваринній символіці замовлянь розрізняються тварини як об'єкти замовлянь і тварини як суб'єкти замовлянь. В досліджуваних нами текстах наявна друга група і передусім дикі тварини. Вона досить замкнена, піддається підрахунку, а кожен з її членів передусім символічний, і лише в другу чергу – більш-менш реалістично описаний: *кінь, корова, вівця, півень, орел*. Вони самі включені в космос замовлянь, вони «там», а не «тут», хоч «звідти» впливають саме «сюди».

Рослини в світі замовлянь поділяються не за звичиними для нас класифікаційними принципами, а за протиставленням: тим магичніші, чим більш архаїчні як символи, і тим багатозначніші, чим магичніші; «дикі» магичніші від окультурених. Найбільш дієві й впливові тяжіють до того, щоб через конкретний вид (*дуб, розга, лоза, явір*) позначати «світове дерево» – сама назва у текстах не фігурує, але ідентифікується за топонімікою та аксесурами. Констатоване і явище персоніфікації рослин.

З неоднорідності і нелінійності чисел у міфі, ритуалі, магії прямо впливає різна насиченість їх символікою. В цілому тут простежується лише один критерій: чим менше число, тим символічніше, і символіка ця багатозначніша. Числа *один, два, три, чотири* символічні всі без винятку. Їхня символічність багатопланова і складна. Числа вищі від чотирьох символічні або не всі, або принаймні дуже неоднаково за інтенсивністю (*п'ять, сім, дев'ять*). Світ чисел у замовляннях – це світ якісних, а не кількісних характеристик осіб і предметів. Будь-яке додавання (множення) трактується як наростання буттєвої реальності, повноцінності й навпаки: будь-яке скорочення (ділення) інтерпретується як убування буттєвості.

Джерела та література

1. Ви, зорі-зориці. Українська народна магична поезія (Замовляння). К.: Дніпро, 1992. – 327 с.
2. Елизаренкова Т. Я. Исследования по диахронической фонологии индоарийских языков. – М.: Наука, 1974. – 293 с.
3. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982. – 160 с.
4. Журавлёв А. П. Фонетическое значение. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1974. – 159 с.
5. Левіцький В. В. Семантика и фонетика. – Чернівці: Інфо, 1973. – 103 с.
6. Леонтьев А. А. Психология общения. – М.: Смысл, 1999. – 365 с.
7. Налимов В. В. Спонтанность сознания: Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектура личности. – М.: Прометей, 1989. – 287 с.
8. Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми: Практическое руководство. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2001. – 336 с.
9. Черепанова И. Ю. Дом колдуньи. Суггестивная лингвистика. – СПб.: КПС+, 1996. – 416 с.
10. Черепанова И. Ю. Заговор народа: Как создать сильный политический текст. – М.: КСП+, 2002. – 460 с.
11. Тасмна сила слова. – К.: Дніпро, 1992. – 67 с.
12. Українські замовляння. – К.: Дніпро, 1993. – 305 с.

Токмеджи Р. Я.

АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СУФФИКСАЛЬНЫХ ФОРМ ОЦЕНКИ НАРЕЧИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ

Постановка проблеми. С давних времен наречие как часть речи привлекало внимание исследователей. Следует отметить, что до сих пор ни один класс слов в русском языке не вызывал столь противоречивых взглядов и точек зрения как наречие. В лингвистической литературе нет единодушного мнения о границах наречия, его статусе, путях и способах пополнения этого лексико-грамматического класса слов, о семантике и функционировании наречий. Тщательное исследование наречия как части речи началось в советский период