ЯЗЫКОЗНАНИЕ

О.А. ДМИТРИЕВА, Е.В. ЕРМОЛАЕВА
(Волгоград)

СУГГЕСТИВНАЯ ПРИРОДА НОМИНАЦИЙ МЕДИТАТИВНЫХ ТЕКСТОВ

Раскрывается суггестивная природа номинаций медитативных текстов. Рассмотрены лексические единицы в составе номинаций. Выявлены основные лингвистические приемы, формирующие суггестивный потенциал номинаций медитативных текстов. К анализу привлечены данные толкового и ассоциативного словарей.

Ключевые слова: *медитативный текст, номинация текста, лексические единицы, суггестивный потенциал, эмотивность.*

В настоящее время область бессознательного и его языковое проявление являются объектом изучения не только когнитивной психологии, но и прагмалингвистики, психолингвистики, семантики, семантики синтаксиса. Многие исследователи считают, что именно через язык становится доступным влияние на бессознательную часть психики индивида: «... язык в рамках суггестивной лингвистики постулируется в первую очередь как средство воздействия на бессознательное психическое – самый надежный путь к бессознательному» [4, с. 11]. В другой терминологии, но о том же явлении говорит Павел Флоренский, подразумевая под «магией слова» языковую суггестию: «Магически мощное слово не требует, по крайней мере на низших ступенях магии, непременно индивидуально-личного напряжения воли, или даже ясного сознания его смысла. Оно само концентрирует энергию духа ... И речь, как ни считают ее бессильной, действует в мире, творя себе подобное» [7; 8].

Природа суггестии не изучена в полной мере до сих пор. Ученые, исследуя вербальные основания суггестии, объясняют ее действие тем, что, имея материальные корни, слово может производить и материальные изменения в психофизиологическом состоянии человека. По силе суггестивного воздействия слово может быть сравнимо с физиологическими факторами, например болью или повышением / понижением давления. Установлено, что нет тех функций в организме, которые нельзя было бы изменить прямым или косвенным внушением [3]. Л. Н. Мурзин, исследуя суггестивно-магическую функцию языка, в качестве источника суггестии называет сам язык [1].

Природа этого явления покоится в исконном понимании того, что название является продолжением и частью самого предмета или существа. К проявлениям магической функции слова относятся табу, табуистические замены, заговоры, молитвы, клятвы и присяги, обожествление священных предметов и текстов [8]. В ряду суггестивных текстов, многомерно использующих силу слова, находятся и медитативные тексты, ставшие объектом нашего изучения. Лингвист-суггестолог И. Ю. Черепанова говорит о состоянии «лингвистического транса», вызванного влиянием суггестивного текста [9, с. 132].

«Имя текста» [Там же], его заголовок, задает «сюжет, ритм, стиль» [Там же] медитативного текста, является ключевым словом или словосочетанием к тексту. Ключевое слово коррелирует с аксиологическим концептом, занимающим высший уровень в иерархии ценностей суггеренда и поэтому позволяет осуществить одну из прагмалингвистических функций медитативного текста – перевести неосознанные поведенческие мотивы суггеренда в осознанные, т. е. установки в цели. Например, заглавие медитативного текста «Приятие родителей» прямо называет, следовательно, переводит в осознанный поведенческий мотив принятие жизненной позиции, убеждений, образа жизни, отношений родителей как их особенностей, имеющих право на существование. Хотя неосознанным поведенческим мотивом может являться желание избавиться от дискомфорта при общении с родителями, недостаток искренности или взаимопонимания, как вариант, словесные перепалки, колкости,

© Дмитриева О.А., Ермолаева Е.В., 2016

ирония, упреки. Такой важной ролью имени медитативного текста определяется его суггестивный характер.

Названия медитативных текстов образуются из уникальных сочетаний архетипов, ключевых концептов – суггестивных по своей собственной природе, но при объединении в словосочетание преумножающих суггестивный потенциал.

Корпус названий (номинаций) медитативных текстов представлен такими разновидностями: 1. Отдельное слово: «Мама», «Луг», «Цветочек». 2. Сочетание слов (двусложные предложные или беспредложные): «Крылья бабочки», «Принятие родителей», «Очищение рода», «Прощение мамы», «Синий шар», «Медитация осознанности», «Алмазная Колесница», «Расставание с прошлым», «Разрешение проблем», «Омовение нектаром», «Большое дерево», «Исцеление голосом», «Внутренняя улыбка», «Цветение розы», «Вне эго», «Горная вершина», «Остров Любви», «Пути Старейшин», «Хрустальная пещера», «Встреча с препятствием», «Лепестки любви», «Разрешение проблем», «Шестое чувство», «Внутренний ребенок», «Река Жизни», «Принятие чудес», «Позитивное мышление», «Квантовый скачок», «Вихрь купюр», «Договор с деньгами», «Хранилище денег», «Образ банкноты», «Обращение к Архангелам», «Встреча с половинкой», соединенные сочинительной связью «Мать и отец». 3. Многосложные номинации медитативных текстов представлены двусложным словосочетанием с присоединением имени и фамилии автора («Остров мечты Ларисы Ренар») либо представляют собой целое предложение, в котором средством компрессии информации (при полном сохранении смысла) является пропуск сказуемого («Мир, в котором безопасность»), заглавие может принимать форму лозунга («Любовь и деньги навсегда!», «Я принимаю и люблю себя!», «Прощение и освобождение от оценки»). К состоящим из нескольких слов номинациям медитативных текстов формально примыкают номинации по второму типу, где словосочетание из двух слов распространено притяжательным местоимением («Тотем твоего Рода», «Дом моей Души») или определением («Счастливая женская судьба», «Укрепление нервной системы»). 4. Комбинирование присоединения имени автора и использование дополнений, соединенных сочинительным союзом «и» («Медитация успеха и достатка по Сан Лайту»). 5. Наиболее развернутые номинации медитативных текстов приближаются по своим характеристикам к предложениям, используется субстантивация предиката: «Получение Силы от праматери вашего рода», «Возвращение собственной энергии», «Взаимосвязь с Великим Источником Жизни».

Мы предлагаем следующую методику анализа ключевых слов и словосочетаний, представленных в номинации текста, посредством обращения к толковому словарю и словарю ассоциативных терминов. С помощью ассоциативного словаря выявляются те семантические связи лексической единицы (ЛЕ), которые существуют в коллективном бессознательном, но при необходимости эти связи актуализируются и как уже знакомые шаблоны в первую очередь распознаются бессознательным.

Рассмотрим взаимодействие семантических полей, образованных ассоциативными связями лексических единиц, входящих в номинацию медитативного текста «Синий шар». Наиболее частотными реакциями на слово «синий» стали «туман», «цвет», «небо», «иней», «снег», «зеленый», «карандаш», «шарик», на слово «шар» выявлены ассоциации «земной», «круглый», «воздушный», «голубой», «Земля», «большой», «круг», «синий». Сочетание данных лексем находит устойчивое отражение в массовом коллективном бессознательном, свидетельством этого является ассоциация «шар» на ЛЕ «синий», и наоборот, ассоциация «синий» на ЛЕ «шар». Факт оперирования сочетаниями слов, соединенных устойчивыми ассоциативными связями, в коллективном бессознательном носителей языка является суггестивным лингвистическим приемом, т. к. вписанные в бессознательное устойчивые схемы, блоки, каковыми служат ассоциативные связи, являются неосознанными для суггеренда, но в то же время быстрее усваиваются его бессознательным. Положительные коннотация и эмотивный фон всего ассоциативного ряда, вызванного лексемами-стимулами «синий» и «шар», также способствуют освоению данного семантического пространства подсознанием суггеренда и потому обладают собственным суггестивным потенциалом. На периферии ассоциативного ряда ЛЕ «синий» выявлены единицы с негативно окрашенной коннотацией («козел», «синяк», «утопленник»), но частотность такой реакции составляет 1 к 104, и за маловыраженностью таких данных ими можно пренебречь. Наличие в коллективном бессознательном семантических полей, выявленных ассоциативным словарем, под-

тверждают статьи «Толкового словаря русского языка» С. И. Ожегова, в которых отражены основное значение слова «синий» и его положительная коннотация и эмотивная окрашенность: «1. Имеющий окраску одного из основных цветов спектра – среднего между фиолетовым и зеленым. Синее небо. Синие васильки». Второе значение, которое мы пронаблюдали на периферии ассоциативных рядов на лексему-стимул «синий»: «2. О коже: сильно побледневший, приобретший оттенок этого цвета. Синие от холода руки. Синее лицо. Синие губы. Синий чулок (неодобр.) – о женщине, погруженной в книги, умственные занятия, лишенной женственности. Ни синь пороха (нет, не осталось) (устар. прост.) – совсем ничего» [2].

Выявить семантические поля лексем «синий» и «шар» и оценить более четко их эмотивно-коннотативный, следовательно, и суггестивный потенциал позволяет анализ ассоциативных цепочек, сформированных словами, которые являются наиболее частотной реакцией на лексемы «синий» и «шар».

На лексему-стимул «туман» реакциями стали лексемы «густой», «синий», «рассеялся»; на лексему «цвет» – «красный», «синий», «яркий», «голубой»; на лексему «небо» – «голубое», «синее», «земля», «солнце», «чистое», «облака», «в клеточку», «высокое»; на лексему «иней» – «снег», «синий», «белый», «на деревьях»; на лексему «снег» – «белый», «зима», «идет», «дождь», «грязный», «чистый», «падает», «талый», «черный», «вода», «пушистый», «холод», «холодный»; на лексему «зеленый» – «свет», «лист», «цвет», «лес», «луг», «трава», «лук», «огурец»; на лексему «карандаш» – «простой», «ручка», «острый», «красный», «тупой», «цветной», «мягкий»; на лексему «шарик» – «надувной», «воздушный», «круглый».

Проведенный нами эксперимент, респондентами которого выступили 184 человека в возрасте от 18 до 75 лет, показал, что ассоциативной реакцией на словосочетание «синий шар» стали лексические единицы «демонстрация», «первомай», «детство», «праздник», «бантик», «флаги», «цирк», «тепло», «семья».

Анализ семантического поля лексических единиц «синий», «шар» и их сочетания «синий шар» показал, что все они обладают положительными коннотативно-эмотивными характеристиками и суггестивным потенциалом. Замечены вкрапления лексем с негативным коннотативно-эмотивным потенциалом («небо в клеточку», «снег черный, грязный»), однако не в ядерной части, а на периферии семантических полей.

В качестве вывода отметим, что задача выбора «имени» медитативного текста контролируется более общей прагмалингвистической задачей – создать суггестивный потенциал текста в целом, привлечь и зафиксировать внимание суггеренда, вовлечь его в процесс медитативного дискурса, перевести установки (неосознанные поведенческие мотивы) суггеренда в цели (осознанные поведенческие мотивы), задать сюжет, ритм, стиль медитативного текста, породить положительный эмотивно-коннотативный настрой суггеренда, активизировать работу правого полушария головного мозга суггеренда, следовательно, его бессознательное. Для этого используются такие языковые приемы, как использование сочетаний слов, имеющих устойчивые ассоциативные связи в коллективном бессознательном. Эти связи выявляются при сопоставлении ассоциативных цепочек с данными толковых словарей, при выявлении семантических полей, а также при сопоставлении ассоциативных цепочек каждого из слов, входящих в состав словосочетания, представляющего собой название медитативного текста и выявления представленности каждого из этих слов в ассоциативной цепочке другого слова.

Список литературы

1. Мурзин Л.Н. О суггестивно-магической функции языка // Фатическое поле языка. Пермь: Перм. ун-т, 1998. С. 45–51.

2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН. М.: ИТИ Технологии, 2006.

3. Платонов К.И. Слово как физиологический и лечебный фактор. Вопросы теории и практики психотерапии на основе учения И.П. Павлова. М.: Медгиз, 1963.

4. Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории. Проблемы палеопсихологии. М.: Мысль, 1974.

5. Психологический словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. 2-е изд., испр. и доп. М.: Политиздат,1990.

6. Русский ассоциативный словарь: в 2 т. / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева [и др.]. Т. I. От стимула к реакции. М.: АСТ-Астрель, 2002.

7. Флоренский П.А. Имена // Тайна имени: сб. Харьков, 1994. С. 8–135.

8. Черепанова И.Ю. Вербальная суггестия: теория, методика, социально-лингвистический эксперимент: автореф. дис. … д-ра филол. наук. М., 1996.

9. Черепанова Клич Гамаюн. Научная магия суггестивного влияния языка. М.: «Профит Стайл», 2007.

* * *

1. Murzin L.N. O suggestivno-magicheskoj funkcii jazyka // Faticheskoe pole jazyka. Perm': Perm. un-t, 1998. S. 45–51.

2. Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka/ In-t rus. jaz. im. V.V. Vinogradova Ros. akad. nauk. M.: ITI Tehnologii, 2006.

3. Platonov K.I. Slovo kak fiziologicheskij i lechebnyj faktor. Voprosy teorii i praktiki psihoterapii na osnove uchenija I.P. Pavlova. M.: Medgiz, 1963.

4. Porshnev B.F. O nachale chelovecheskoj istorii. Problemy paleopsihologii. M.: Mysl', 1974.

5. Psihologicheskij slovar' / pod obshh. red. A.V. Petrovskogo, M.G. Jaroshevskogo. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Politizdat, 1990.

6. Russkij associativnyj slovar': v 2 t. / Ju.N. Ka-raulov, G.A. Cherkasova, N.V. Ufimceva [i dr.]. T. I. Ot stimula k reakcii. M.: AST-Astrel', 2002.

7. Florenskij P.A. Imena // Tajna imeni: sb. Har'kov, 1994. S. 8–135.

8. Cherepanova I.Ju. Verbal'naja suggestija: teorija, metodika, social'no-lingvisticheskij jeksperiment: avtoref. dis. … d-ra filol. nauk. M., 1996.

9. Cherepanova Klich Gamajun. Nauchnaja magija suggestivnogo vlijanija jazyka. M.: «Profit Stajl», 2007.

Suggestive nature of nominations of meditative texts

The article deals with the suggestive nature of nominations of meditative texts. The lexical units as a part of meditative texts nominations are considered. The basic linguistic methods that form the suggestive potential of meditative texts are found out. The analysis is carried out with the use of explanatory and associative dictionaries.

Key words: *meditative text, nomination of a text, lexical units, suggestive potential, emotiveness.*

(Статья поступила в редакцию 11.04.2016)

Н.В. БОНДАРЕВА
(Волгоград)

ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННОЙ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ МЕДИАРЕКЛАМЕ

Рассматриваются основные функции экономической лексики в рекламных медиатекстах. Устанавливается, что в современной английской и русской медиарекламе экономическая лексика реализует номинативную, сигнификативную, семасиологическую, коммуникативную, прагматическую, информационную, воздействующую, популяризационную функции.

Ключевые слова: *экономическая лексика, реклама, медиареклама, медиатекст, медиадискурс, функции.*

В современном обществе средства массовой информации не только отражают основные политические, социальные, экономические, культурные и другие события, но и являются одним из способов эффективного влияния на аудиторию. Экономическая лексика активно используется в современном медиадискурсе различных лингвокультур, вербализуя экономические концепты. Одним из наиболее ярких жанров средств массовой информации является медиареклама.

Мы придерживаемся определения медиажанра «реклама», предложенного М.В. Бусыгиной, и трактуем его как коммерческое неперсонифицированное сообщение в массмедиа, направленное на потенциального адресата и распространяемое различными средствами по разным каналам с целью обеспечения узнавания объекта, манипулирования сознанием адресата для побуждения к действию [4, с. 22]. Исходя из данного определения, следует, что рекламный медиатекст 1) обращен к адресату; 2) информирует адресата о продукте или услуге через СМИ; 3) создает положительный образ товара или услуги; 4) призван вызвать определенный интерес у адресата; 5) побуждает адресата приобрести товар или воспользоваться услугой. Таким образом, можно сделать вывод, что целью рекламы является не только сообщение информации о рекламируемом товаре, но и создание благоприятного образа товара, а также оказание воздействия на адресата.

© Бондарева Н.В., 2016