

Ловейко Т. В. Університетський коледж
Київського університету імені Бориса Грінченка
**КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ
УКРАЇНСЬКИХ ЗАМОВЛЯНЬ**

Для комплексного дослідження засобів впливу в українських магічних текстах значну увагу слід приділити комунікативно-когнітивним аспектам їх вербалізації. Важливою умовою аналізу такого специфічного спілкування як вербалізація магічно-сакрального тексту є правильна пресупозиція та установка адресата (коли він прийшов до мовця за допомогою або інформацією). Адресат виконує пасивну функцію. Звісно, існують ситуації, коли реципієнт є критично налаштованим стосовно дій мовця. Але у такому випадку комунікативний акт відрізняється від класичного варіанта вербалізації замовлянь.

Будь-яка комунікативна ситуація — це передовсім взаємодія. Проте її суб'єкти при вербалізації українських магічних текстів різні: з одного боку мовець, з іншого — реципієнт, який зазвичай виконує пасивну функцію. Ми можемо стверджувати, що комунікація з використанням магічно-сакральних текстів є комплементарною. Причому замовляння може бути адресоване як реальному (людина, для якої призначений магічний текст), так й ірреальному (різноманітні образи української демонології та релігії) суб'єктові.

За формою мовлення замовляння — це завжди монолог, який інколи може мати форму діалога: *На синьому морі лютий змії реве. — «Чого ти, лютий змію, реवेश?» — «Бо нема мені чим дітей годувати». — «Іди, лютий змію, в Іванів двір і візьми од раба Божого Івана, молитвенного і хрещеного, люту кров, і будеш мати чим дітей годувати!»* [4, с. 40–41].

В українських магічних текстах існують правила та закони комунікації. Мовець апелює до потойбічних сил, і характер цієї апеляції залежить від чіткої ієрархії, яка існує в українській демонології. Людина в ній посідає серединне

становище. Вищих від себе мовець просить про допомогу, нижчим (демонам, хворобам тощо) — наказує. Таким чином у замовляннях можна виокремити дві структурні комунікативні одиниці: наказ і прохання.

Також варто звернути увагу на комунікативний шум під час вербалізації магічно-сакральних текстів. Як відомо, він буває трьох видів: фізичний, психічний, семантичний [1, с. 56]. Кожен із них може призводити до ентропії повідомлення або часткової втрати інформації.

Фізичний шум зумовлений гучністю мовлення адресанта, зазвичай буває при шептаннях. Адресат у такому випадку сприймає ритм, окремі найбільш звучні фонемі, паралінгвістичні елементи повідомлення, але не його зміст.

Психічний шум притаманний передусім реципієнту й визначається його комунікативною інтенцією. Цей вид шуму зумовлений неухважністю адресата до змісту повідомлення. Причини останньої можуть бути різні: відсутність критичного мислення при сприйманні замовлянь, їх специфічна ритміка.

Семантичний шум зумовлений тим, що адресат не розуміє окремі вербальні елементи повідомлення. Причиною може бути наявність у тексті незрозумілих для реципієнта лексем: *У лісі **Кодрі** стоять дуб-нелень і дід **Карипото**...* [4, с. 73]

Привертає увагу векторність магічно-сакральних текстів. Можна навіть говорити про паралельну векторність: з одного боку спрямовану на «потойбічні сили», а з іншого — призначену для сприйняття реципієнтом, який може бути присутнім при вербалізації, а може взагалі не здогадуватися про існування тексту.

Специфічна й номінація комунікантів при вербалізації замовлянь. Мовець ніколи себе не називає, а от номінація адресата у магічно-сакральному тексті обов'язкова. Проте існує різниця між більш пізніми замовляннями і тими, що з'явилися чи були трансформовані після християнізації Київської Русі. У язичницьких магічних текстах достатньо загальної назви: *В купіль воду ляю, / До Дани промовляю: / Матінко-Водице, / Чистая дівице, / Купіль освяти, / Дитинча благослови. / Купіль моя з м'яти і верби. / Моя **доню**, уночі тихенько спи...* [4, с. 20]. Для замовлянь часів християнства обов'язковою була номінативна конструкція, що складалася із словосполучення *раба Божого* (або поширеного

його варіанта *народженого, хрещеного раба Божого*) та власної назви: *...Тобі, дуб і береза, шуміть та густі, а родженому, хрещеному рабу Божію (ім'я) спать та рости...* [4, с. 74].

Отже, специфічність вербалізації українських замовлянь зумовлена пресупозицією та інтенціями учасників комунікації, що знаходить свій вияв як у вербальній, так і невербальній оболонці українських магічно-сакральних текстів. При вербалізації замовлянь своєрідно використовують закони спілкування й комунікативні тактики. Вище вказане характеризує українські замовляння як специфічний комунікативний акт із відповідною когніцією реципієнта, а також векторністю мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич.— 2-ге вид., доп. — К. : Видавничий центр «Академія», 2009.— 376 с.
2. Гунчик І. Український магічно-сакральний фольклор : структура тексту та особливості функціонування : монографія / Ігор Гунчик.— Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011.— 232 с.
3. Єжижанська Т. С. Основні підходи до вивчення комунікації / Т. С. Єжижанська // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Культура і соціальні комунікації.— 2010.— Вип. 2.— С. 28–35.
4. Замовляння / Упоряд., передмова, примітки М. К. Дмитренка.— К. : Видавець Микола Дмитренко, 2007.— 124 с.