

Козяревич Л. В.,

Київський національний лінгвістичний університет

## ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ФАСЦИНАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

*Стаття присвячена дослідженню вербальних засобів fascinaції в англomовному дискурсі. Під fascinaцією розуміємо словесний вплив, який полягає у зверненні уваги, емоційному налаштуванні, побудові успішного іміджу. Вербальними знаками fascinaції постають звертання, емоційно-експресивна лексика, похвала, комплімент. Функція цих засобів полягає в інтенсифікації мовленнєвого контакту.*

**Ключові слова:** вербальні засоби, fascinaція, привітання, комплімент, світська бесіда.

*Статья посвящена исследованию вербальных средств fascinaции в англоязычном дискурсе. Под fascinaцией мы понимаем словесное воздействие, которое заключается в завоевании внимания, эмоциональном тьюнинге, построении положительного имиджа. Вербальными знаками fascinaции являются обращение, эмоционально-экспрессивная лексика, похвала, комплимент. Функция этих средств состоит в интенсификации речевого контакта.*

**Ключевые слова:** вербальные средства, fascinaция, приветствия, комплимент, светская беседа.

*The article deals with verbal means of fascinaation in the English discourse. We understand fascinaation as the verbal influence to attract attention, tune emotionally, build up a positive image. The verbal signs of fascinaation are appeals, emotional words, praise, compliment. The function of the given means is to intensify a speech contact.*

**Key words:** verbal means, fascinaation, greeting, compliment, small talk.

Звернення до аналізу засобів привернення уваги, створення емоційного налаштування, побудови іміджу зумовлено антропоцентричними тенденціями сучасної лінгвістики, актуальністю питання сприйняття і розуміння людьми один одного, що допомагає глибше розглянути процес міжособистісної взаємодії та міжособистісних стосунків [1; 2; 3; 4]. Антропологічна лінгвістика тісно пов'язана з експресивним аспектом мови.

Фасцинація (зачарування, чарівність) – словесний вплив на людей, при якому адресант звертає на себе увагу, викликає до себе доброзичливе ставлення [5, с. 10]. Фасцинацію розглядаємо як експресивне виявлення індивідуальності мовця, що проявляється в почуттях, емоціях та оцінках. Ця експресія знаходить своє вираження в мовленні, у тому або іншому відборі мовних засобів і може мати додатковою метою надання певного впливу на адресата. Фасцинація виступає як феномен мовної особистості та її суб'єктивних інтенцій.

Фасцинація в мові має місце в багатьох, якщо не в усіх мовних сферах: у фонетиці, граматиці, лексиці. Для цього використовуються різні засоби: у фонетиці – інтонація (логічні, смислові та емоційні наголоси, зміна висоти звуків, темпоритму, паузи), у лексиці – емоційно-експресивна лексика, літературні форми слів, які орієнтовані на загальноприйняті норми соціальної та мовленнєвої поведінки, у синтаксисі – порядок слів, актуальне членування, особливі конструкції тощо.

В емоційно-експресивній вербальній одиниці закладена fascinaція (магія), що збільшує силу, впливає, передає зміст зі збільшеною інтенсивністю, виражаючи внутрішній стан мовця, і має своїм розвитком емоційне або логічне посилення.

Ефективними вербальними знаками fascinaції, які привертають увагу співрозмовника є: привітання, світська бесіда (*small talk*).

Питання вибору теми світської бесіди є суттєвим для початку успішної мовленнєвої взаємодії [1, с. 84]. Вибір теми світської бесіди залежить від установки мовця з урахуванням його передбачень про адресата і його очікувань, на основі аналізу ситуації спілкування.

Звернення по імені – знак прийняття людини [1, с. 85]. Ім'я є символом особистості і так чи інакше привертає до себе увагу. Звернення по імені свідчить про зацікавленість та певну інтенцію. Увага до особистості є повагою до неї, що у свою чергу викликає почуття задоволення, яке супроводжується позитивними емоціями. Згідно даних 57 % жінкам і 25 % чоловікам подобається, коли до них звертаються по імені.

Привітання також виконують завдання привернення уваги співрозмовника та її “активації” [там само, с. 85]. Саме те, як комуніканти звертаються один до одного загалом визначає успіх мовленнєвої взаємодії [там само, с. 87]. Привітання дозволяють продемонструвати бажання вступити у діалог, прийняти один одного. Привітальні апелятиви несуть інформацію про стан стосунків між учасниками спілкування і виконують функцію підтримання міжособистісних контактів – *Hey, how are you doing? Hi, what's up? Hi, how is it going? Hi, how are you?* – ритуальні “квазіопитання” про здоров'я, стан справ. Демонстрація позитивних емоцій з приводу зустрічі, здатність співрозмовників приділити достатньо уваги один одному, прагнення виправдати комунікативні очікування партнера, – усе це сприяє вдалому початку комунікації. Для вдалого “відкриття” комунікативного контакту, важлива та форма привітання, яка була б коректною у сприйнятті співрозмовника, та, що виходить за межі шаблонних висловлень, є оригінальною і особистісно-орієнтованою.

Компліменти, похвала теж виступають fascinaтивними знаками, за допомогою яких виявляється прихильність і симпатія, віддзеркалюється динаміка контакту учасників комунікації.

Похвала – це щире та об'єктивне, із точки зору мовця, висловлення схвалення особистості адресата, його якостей і/або діяльності, а також об'єктів, що входять у “світ адресата” [2, с. 5]. Похвала – це індивідуальна, “авторська” комунікативна тактика, внаслідок чого її мовне оформлення відрізняється якісною різноманітністю та відсутністю шаблонності. Похвала функціонує переважно в ситуаціях співпраці; у потенційно конфронтаційних ситуаціях похвала виконує особливу коригуючу конфліктно-превентивну функцію [3, с. 6]. Зазначені риси визначають етнокультурну своєрідність похвали у мовленнєвій діяльності англomовних комунікантів.

Похвалу можна визначити як вербальний (або невербальний) прояв схвалення. Оскільки похвала спрямована на співпрацю та підтримку неантагоністичних відносин, вона нерідко супроводжується висловленням інших позитивних почуттів, наприклад, подяки, підбадьорення, захоплення, приємного здивування. Такі випадки ми розглядаємо як розгорнуту похвалу. До досить широкого спектру "похвальних" параметрів входять здібності й успіхи об'єкта оцінки, успішне виконання ним/нею певної роботи, привабливі риси характеру та зовнішності (особливо позитивні зміни в цій сфері). У похвалі виражені такі постулати:

*"I am thinking about you"*

*"I feel something good about you"*

*"I want to say you are good"*

*"I say this to you because I want to say something good to you"*.

Ознакою похвали є щирість у вираженні схвалення.

Комплімент є дієвою фасцинативною технікою завоювання диспозиції іншого. Комплімент спрямований на те, щоб викликати в адресата позитивну емоційну реакцію, зробити йому приємне [3, с. 12]. Функція компліменту у фасцинативній комунікації набуває великої значущості, допомагаючи адресатові створювати позитивний психологічний вплив на свого співрозмовника, досягаючи цим комунікативної мети.

У випадку вдалого компліменту, виникає можливість встановити контакт і створити позитивне налаштування для подальшого розвитку розмови. Комплімент стає ефективною фасцинативною зброєю лише тоді, коли його правильно застосовують. Якщо раніше якість компліменту залежала від його образності і вмілої словесної гри, то наразі пріоритети перемістилися у бік інформативності і функціональності. Для сучасного компліменту важлива чіткість, зрозумілість. Жанр компліменту допускає перебільшення, а не обман і нещирість. Інакше, комплімент є награним і може викликати небажаний перлокутивний ефект.

Похвала й комплімент об'єднані спільною позитивною оцінкою мовцем адресата, його дій і/або якостей. Відмінність полягає в конвенційній природі компліменту й неконвенційності похвали. Похвала передає об'єктивну позитивну оцінку, визнання та схвалення, її метою є підтримка особи адресата, його самоповаги, впевненості в собі і т. ін. Мета похвали – демонстрація прагнення до співпраці й дотримання принципу кооперації [3, с. 13]. Говорячи комплімент, мовець показує, що помічає співрозмовника, піднімає його настрій і налаштовує на подальший контакт. Компліменти, які застосовуються для встановлення / підтримання стосунків називають інструментальними. У спілкуванні між малознайомими людьми комплімент дозволяє мовцю проявити своє доброзичливе ставлення до адресата, дати йому зрозуміти, що співрозмовник для нього цікавий і привабливий [2, с. 10].

В компліменті виражено:

*"I want you to feel something good"*

*"I want to say something good about you"*

У широкому значенні комплімент розуміють як висловлення, що містить коментар про позитивну рису, досягнення адресата [3, с. 10]. Компліменти є позитивними знаками уваги до адресата, мають певну інтенцію. Вони пов'язані з одним із постулатів – схваленням, тому позитивно впливають на стан співрозмовника, служать для формування і підтримання доброзичливості і симпатії між співрозмовниками [2, с. 20]. Комплімент задовольняє найважливішу психологічну потребу людини в позитивних емоціях.

Вдало висловлений комплімент позитивним якостям адресатові допоможе встановити з ним доброзичливий контакт.

Привітання, компліменти, світська бесіда (*small talk*) створюють комунікативний комфорт. Привернення уваги у процесі комунікації має на меті справити враження для того, щоб сподобатися іншому, завоювати його, підкорити, звабити, зачарувати, прив'язати до себе, заморозити. В основі завоювання уваги – демонстрація готовності до інтеракції з особою, яка подобається. За допомогою вербальних засобів фасцинації комуніканти максимізують свою кооперативність і намір налаштуватися один на одного.

### Література:

1. Гурочкина А. Г. Фатическая коммуникация / А. Г. Гурочкина // Текст как объект изучения и обучения : Межвуз. сб. научн. трудов. – Псков, 1999. – С. 83-91.
2. Ключко Л. І. Висловлювання похвали в комунікативно-діяльній парадигмі спілкування (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Л. І. Ключко; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2003. – 20 с.
3. Леонтьев В. В. "Похвала", "Лесть" и "Комплимент" в структуре английской языковой личности : Автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Моск. гос. ун-т. – Москва, 2000. – 20 с.
4. Смашнюк О. І. Маркери емоційності у спонтанній комунікації (на матеріалі Британського національного корпусу текстів) : автореф. на здобуття ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. І. Смашнюк. – Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2009. – 22 с.
5. Соковнин В. Фасцинология / В. Соковнин. – М. : РГУ, 2009. – 400 с.