

КОЗЯРЕВИЧ-ЗОЗУЛЯ Л. В.

Київський національний лінгвістичний університет

ФАСЦИНАТИВИ У СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті йдеться про лексичні засоби фасцинації, які отримали назву фасцинативи і подається їхня класифікація на основі поняттєвого поля фасцинації із залученням 40 лексичних одиниць англійської мови.

Ключові слова: фасцинація, фасцинативний, фасцинативи, поле, лексичні одиниці, вербальні засоби.

В статье идет речь о лексических средствах фасцинации, которые получили название фасцинативов и представлена их классификация на основе понятийного поля фасцинации с обращением к 40 лексическим единицам английского языка.

Ключевые слова: фасцинация, фасцинативный, фасцинативы, поле, лексические единицы, вербальные средства.

The article deals with lexical means of fascination that got the name of the fascinatives and their classification on the basis of conceptual field of fascination using 40 lexical units of the English language.

Key words: fascination, fascinative, fascinatives, field, lexical units, verbal means.

Актуальність дослідження зумовлена сучасною антропоцентричною парадигмою у лінгвістичних дослідженнях [1: 2], саме фасцинація постає антропоцентричною категорією у комунікації. **Мета** статті полягає у розробці корпусу лексичних засобів вираження фасцинації у сучасній англійській мові. **Предметом** є особливості вербального вираження фасцинації в англійській мові. **Об'єкт** дослідження – фасцинативи в англійській мові. **Матеріалом** дослідження слугує англійськомовний художній дискурс. **Наукова новизна** – у тому, що вперше пропонується новий клас лексичних засобів – фасцинативи.

Для цілей нашого дослідження важливо чітко окреслити зміст поняття “фасцинація” та співвіднести його з іншими,

подібними. В англійській мові слово *fascination* – “зачаровування, чарівність” вдало передає зміст фасцинації як категорії теорії комунікації [3: 49]. Саме це дозволяє, розробляючи лінгвістичні основи теорії фасцинативної комунікації, спиратися на його семантику в англійській мові. На наш погляд, термін “фасцинація” цілком коректний як позначення чарівливих феноменів спілкування, пов’язаних з чаруванням. Концепція привернення уваги у процесі спілкування із залученням фасцинації передбачає створення певного враження для того, щоб сподобатися іншому, завоювати його, підкорити, звабити, зачарувати, прихилити до себе, заморозити.

У фасцинативній комунікації основною комунікативною інтенцією мовця (ілокутивною силою його висловлення) є прагнення фасцинатора викликати в адресата позитивні емоції, принести йому радість, задоволення, тобто здійснити вплив на емоційно-психологічний стан, виражаючи своє позитивне ставлення до нього. Вибір мовних засобів впливу на адресата знаходить вираження в мовних одиницях. Вербальні засоби, що позначають дію, стан або реакцію людини, які експліцитно або імпліцитно виконують фасцинативну функцію виразити та викликати привабливість, прихильність, інтерес, зацікавленість, увагу, задоволення, зачарування, симпатію, миттєвий та сильний емоційний відгук. Такими вербальними засобами фасцинативної комунікації є фасцинативи, тобто одиниці мови, у семантичній структурі яких є емоційна складова фасцинації у вигляді семантичної ознаки, семи, конкретизатора значення, завдяки чому ця одиниця адекватно використовується для вираження фасцинації. Ці слова не є фасцинативними, але в процесі свого функціонування вони реалізують свій потенціал. Тобто фасцинативи, які містять сему “привабливість”, “інтерес”, “притягування” “захопленість” ми називаємо прямими (узусними). Фасцинативи, які набувають значення фасцинації в певному комунікативному оточенні, ми вважаємо непрямыми. Вони є оказіональними та такими, що опосередковано передають різні прояви фасцинативної дії або

стану мовця, що викликає хвилювання, підвищену увагу, ефект заворожливої експресії, привабливості тощо.

Однак фасцинативи займають місце у межах пласту емотивної лексики. Фасцинативи називають, описують, характеризують відповідні дії, стани та реакції мовців і таким чином виступають маркерами фасцинативної комунікативної взаємодії. Фасцинативом вважаємо мовну одиницю, головна функція якої полягає у вираженні фасцинації як: 1) особливого сигналу, який викликає хвилювання, підвищену увагу, не залишає байдужим; 2) особливого контакту на основі ефекту заворожливої експресії, привабливості тощо.

Дослідження пропонує думку про можливість надавання фасцинативного значення нефасцинативним мовним формам. Визначено, що фасцинативне значення може виражатися в непрямих формах завдяки особливому мовному оформленню, а також прагматичним чинникам формування їхнього змісту внаслідок впливу прагматичних чинників: характеру стосунків між учасниками мовленнєвої ситуації, їхнього ставлення. Аналіз виявив непрямі фасцинативи, які на відміну від прямих не містять спеціальних індикаторів фасцинації. Можливість вираження фасцинативного значення різноманітними мовними засобами, у тому числі тими, які спеціально не призначені для цього, пояснюється специфікою фасцинації як категорії, яка більшою мірою, взаємодіє з комунікативною перспективою висловлення.

Видається доцільним класифікувати фасцинативи за принципом експліцитності фасцинативних архисем “притягування / привертання уваги”, “зачарованість / захопленість”, “інтерес / зацікавленість”, “приємність / привабливість”.

Дослідження дозволило зафіксувати найбільш поширені мовні одиниці з фасцинативними семами: 1) інтерперсональна лексика емоційно-оцінних стосунків з позитивним ставленням: а) симпатії та схвалення: *to adore, to admire, to worship, to appreciate, to approve, to glorify, to honour, to like, to love etc.*; б) уваги та пошани: *to respect, to attend, to esteem, to value, to recognize, to*

regard, to revere, to reverence, to apprise, to cherish, to consider, etc.;
в) довіри: *to trust, to believe, to confide, to hope etc.*

Типова семантика цих лексичних одиниць – привертати до себе. Включені у цю групу лексеми – дієслова позитивного емоційно-оцінного ставлення – позначають інтерперсональні дії.

2) лексика на позначення психологічного комфорту: *to support, to encourage, to sympathize, to cooperate, to assist, to help, to tolerate, to reinforce, to approve, to comfort, etc.*

Вказані фасцинативи забезпечують позитивний вплив на емоційну сферу адресата, беруть участь у посиленні або корегуванні комунікативної атмосфери, психологічної тональності контексту, Репрезентуючи почуттєві стани мовця, його намагання викликати подібні інтенції в комунікативних партнерів, фасцинативи виконують роль спонукання їх до активного, небайдужого сприймання мовлення адресата висловлювання й детермінують появу відповідної позитивної вербальної реакції. Остання – запорука продовження фасцинативної комунікації в заданій тональності.

Перераховані лексичні одиниці вербалізують позитивне ставлення та враження комунікативних партнерів і націлені на комфортизацію комунікативних стосунків. Подібна комунікація налаштовує на приємне.

3) позитивна емотивно-оцінна лексика: *amazing, exciting, magic, unsurpassed, evocative, colossal, crepuscular, crystalline, echoing, ebullient, endorsed, enormous, excellent, exclusive, exuberant, fascinating, gigantic, greatest, incandescent, indescribable, impressive lavish, startling, etc.*

Відтак тяжіння фасцинативів до полюсу позитивної оцінки не викликає сумніву. У фасцинативній комунікації діє так зване “правило золотого слівця”. Таким фігуральним висловом позначають комплімент – динамічну систему логічно впорядкованих вербальних знаків, які позитивно передають значущість певної особи, тобто компліменти й похвала виступають фасцинативними знаками, за допомогою яких виявляється

прихильність і симпатія, віддзеркалюється динамічний розвиток контакту учасників комунікації.

Непрямі вербальні засоби набувають ознак фасцинативності в умовах конкретного лінгвального і екстралінгвального контексту. Вони є оказіональними та такими, що підсилюють фасцинативний вплив:

1) лексика, яка налаштовує на міжособистісний контакт: привітання, звертання, що вдало відкривають комунікативний контакт, закладають основу доброзичливого, неконфліктного спілкування. Звертання привертають та активізують увагу співрозмовника [150, с. 28]. Те, як комуніканти звертаються один до одного, є важливим компонентом успіху мовленнєвої взаємодії. Привітання дозволяють продемонструвати бажання вступити у діалог, прийняти один одного [64, с. 83]. Демонстрація позитивних емоцій від зустрічі, готовність співрозмовників приділити достатньо уваги один одному, намагання виправдати комунікативні очікування партнера – усе це сприяє вдалому початку комунікації. Адресант добирає ту форму вітання, яку співрозмовник сприйняв би як коректну і в той же час не шаблонну, а оригінальну, до того ж особистісно-орієнтовану. Для людини звучання її імені уже саме по собі є вагомим і приємним.

2) емотивно-підсилювальна лексика:

admiringly, exactly, keenly, sedately, abundantly, exceedingly, kiddingly, shakily, actively, exceptionally, kindheartedly, significantly, absolutely, excitedly, kindly, silently, affectionately, excitingly, sincerely, agreeably, exclusively, etc.

Фасцинативна інтенсивність досягається за рахунок одиниць-інтенсифікаторів. Бажання привернути увагу, прагнення виявити свою симпатію і цим викликати відповідну емоцію у співрозмовника спонукають комунікантів більш експліцитно, відверто неприховано інтенсифікувати свої емоційні переживання.

3) персуазивна лексика: *abide, afflict, appease, aspire, bewail, converge, crave, dread, elate, endeavor, feign, flog, flush, forfeit, frolic, inflict, mangle, thrill, enmesh, ennoble, ensure, entreat,*

envisage, envision, epitomize, equivocate, eschew, espouse, establish, esteem, etiolate, evince, evoke, exacerbate, exalt, exceed, excel, etc.

У кожній персуазивній вербальній одиниці імпліцитно закладена фасцинація, що збільшує прагматичну силу, здійснює потужний вплив, передає зміст з високою інтенсивністю, виражаючи внутрішній стан мовця, і має своїм наслідком емоційне посилення. До того ж, емоційно забарвлена інформація легше проходить через фільтри адресата [4: 24].

ЛІТЕРАТУРА

1. *Омельченко Е. В.* Фасцинативная стратегия в автобиографическом дискурсе Н. П. Бехтеревой в цикле передач “Магия мозга” / Е. В. Омельченко // Вестник Челябинского государственного ун-та. – 2013. №1 (292). Филология. Искусствоведение. Вып. 73. – С. 237-242.
2. *Морозова И. И.* Стратегии вежливости в коммуникативном поведении: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / И. И. Морозова. – К., 2004. – 181 с.
3. *Соковнин В.* Что такое фасцинация / В. Соковнин. – Екатеринбург: Изд-во Авторской Академии фасцинологии (АФА), 2009. – 66 с.
4. *Шаховский В. И.* Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации / В. И. Шаховский // Филологические науки, 1998. – №2. – 24 с.