

УДК 811.111'23'42:316.772.2:32:392.4

**КОЗЯРЕВИЧ-ЗОЗУЛЯ Ліана Василівна,**кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов і перекладу Київського національного лінгвістичного університету; вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, 03150, Україна;  
e-mail: lianakoziarevich@ukr.net; тел.: +38 067 7701325**ФАСЦИНАТИВНА ІМАНЕНТНІСТЬ ПОЛІТИЧНОГО ФЛІРТУ:  
ВЕРБАЛЬНИЙ І НЕВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТИ**

**Анотація.** Предметом цієї статті є розгляд реалізації конверсаційного принципу фасцинації у політичному флірті. Мета роботи — представити фасцинацію як невід'ємний складник політичного флірту. В основі вивчення фасцинації в політичному дискурсі використано метод дискурс-аналізу, конверсаційного аналізу. За результатами дослідження, прагматична характеристика фасцинації в політичному дискурсі виявляється в особливому типі маніпуляції — політичному флірті. Дискурсивна іллокуція фасцинації спрямована на зваблювання масового адресата, управління його враженням і думками, на розташування до себе та своєї політичної сили. Ключовий висновок: конверсаційний принцип фасцинації в політичному флірті полягає в тому, щоб інші відчули свою важливість і те, що вони подобаються. Результати дослідження можуть бути застосовані в галузі політичної лінгвістики, сучасної дискурсології.

**Ключові слова:** фасцинація, конверсаційний принцип, політичний флірт, фасцинативна особистість.

**Постановка проблеми.** Фасцинація (від англ. *fascination* — зачаровування) — це зваба у масовому масштабі. Флірт можна вважати одним із особливо витончених інструментів маніпуляції в політичному дискурсі, бо він дає змогу людині, що до нього вдається, завоювати довіру потрібної особи чи спільноти й переконати їх у вчиненні потрібних їй дій. Саме тому флірт широко застосовують у політиці; адже від позитивного особистісного іміджу політика, його вміння переконати аудиторію, вселити впевненість у правильності провідної думки, заручитися прихильністю та довірою значною мірою залежить професійний успіх громадського та політичного діяча.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження інструментального флірту, здійснене В. Бо, дає йому підставу стверджувати, що флірт є дієвим інструментом політичної комунікації, широко застосовуваним у виробничому процесі, хоча зовні це й скидається на просте загравання [1, с. 35]. Найбільш успішні менеджери з продажів нерідко вдаються до флірту з клієнтами, утримуючи при цьому потрібну дистанцію, ставлячи чіткі цілі й не припускаючи навіть натяку на особисту зацікавленість. Інструментальний флірт дозволяє успішно вирішувати практичні завдання. В атмосфері флірту люди набувають більшої привабливості, стають ближчими один до одного, між ними легше виникає взаємодовіра. Це відбувається тому, що під час флірту вони почувають себе комфортно та мимоволі розкривають свої уподобання, прагнення, власну потаємну сутність. Спілкування стає більш легким і неформальним. Завдяки цьому у, здавалося б, цілком раціональній сфері рішення часто приймаються під впливом емоційного фактора. Отже, флірту притаманний комплекс функцій: регулятивна — націлена на психічний стан людей, сферу їх стосунків, прояв інтелектуальних здібностей; та емоційна, що співвідноситься із зоною емоційного досвіду особистості. Таким чином, предметом флірту є комунікація, а метою — поліпшення міжособистісних стосунків; його можна вважати мовленнєвим жанром, але із застереженням, що проявляється він у непрямій формі.

За спостереженнями В. Бо, політики, які були обрані на повторний термін упродовж останніх двадцяти років, як правило, активно фліртували з виборцями, що й забезпечило успіх [1, с. 37]. До функціонального боку комунікації флірт додає емоційний складник, і це сприяє створенню тіснішого зв'язку з адресатом. Офіційна особа завдяки флірту розкриває свої людські якості, а значить — запам'ятовується. Говорячи так про функціональний флірт, В. Бо розуміє його як форму взаємодії, легкої комунікації з іншими людьми, як дієву силу, в основу якої покладена людська слабкість. На його думку, людям подобається, коли їх «елегантно зваблюють». Саме тому «фліртанічний стиль» комунікації може бути застосованим у будь-якій комунікативній ситуації. Це й визначає доцільність введення в науковий обіг поняття «політичний флірт» [1, с. 45].

**Постановка завдання і виклад основного матеріалу.** Конверсаційний принцип фасцинації «*make others feel important and liked*» (зробіть так, щоб інші відчули себе важливими і такими, що подобаються) має місце й у політичній комунікації. Розглянувши фрагменти політичних дискурсів, ми припускаємо, що нерідко цей принцип порушується. Його постулати: привабливості, довіри, щирого інтересу та поваги, прихильності не дотримуються, що пояснюється маніпулятивним характером політичного дискурсу. Розроблені Робертом Гріном 48 законів влади свідчать про їхню суперечливість. Так, закон недовіри, приховування своїх намірів,

недосказаності, атаки, завойовування уваги будь-якою ціною, отримання вигоди за рахунок інших, нещирої гри: намагайся, щоб ті, хто на вершині влади, комфортно себе почували; у намаганні догодити їм чи справити враження не заходь далеко, демонструючи свої таланти, тому що ризикуєш досягти протилежного — вселити в них страх і невпевненість (закон 1): *Always make those above you feel comfortably superior. In your desire to please or impress them, do not go too far in displaying your talents or you might accomplish the opposite — inspire fear and insecurity. Make your masters appear more brilliant than they are and you will attain the heights of power*; не довіряй друзям безмежно, навчись використовувати ворога (закон 2): *Be wary of friends—they will betray you more quickly, for they are easily aroused by envy. They also become spoiled and tyrannical. But hire a former enemy and he will be more loyal than a friend, because he has more to prove. In fact, you have more to fear from friends than from enemies. If you have no enemies, find a way to make them*; завжди говори менше, ніж видається необхідним. Чим більше ви говорите, тим вища ймовірність, що скажете нісенітницю (закон 4): *When you are trying to impress people with words, the more you say, the more common you appear, and the less in control. Even if you are saying something banal, it will seem original if you make it vague, open-ended, and sphinxlike. Powerful people impress and intimidate by saying less. The more you say, the more likely you are to say something foolish*; багато залежить від репутації — бережи її ціною життя (закон 5): *Reputation is the cornerstone of power. Through reputation alone you can intimidate and win; once you slip, however, you are vulnerable, and will be attacked on all sides. Make your reputation unassailable. Always be alert to potential attacks and thwart them before they happen. Meanwhile, learn to destroy your enemies by opening holes in their own reputations. Then stand aside and let public opinion hang them*; досягай перемоги діями, а не доказами (закон 9): *Any momentary triumph you think gained through argument is really a Pyrrhic victory: The resentment and ill will you stir up is stronger and lasts longer than any momentary change of opinion. It is much more powerful to get others to agree with you through your actions, without saying a word. Demonstrate, do not explicate*; не заходь далі поставленої мети. Перемагаючи, знай, коли зупинитись (закон 47): *The moment of victory is often the moment of greatest peril. In the heat of victory, arrogance and overconfidence can push you past the goal you had aimed for, and by going too far, you make more enemies than you defeat. Do not allow success to go to your head. There is no substitute for strategy and careful planning. Set a goal, and when you reach it, stop. ma in. [6, с. 7–10].*

На противагу цим законам, дотримання принципу фасцинації забезпечує існування партнерської взаємодії з такими ознаками: безумовне очікування прихильної поведінки, порозуміння, діалог, існування довіри. Принцип фасцинації в політичній комунікації, що враховує потреби кожного члена суспільства, дає нову якість — синергію. Промови політичних лідерів приводять слухачів у гіпнотичний стан: люди стають розслабленими, піддаються навіюванню через повтори ключових ідей, твердження у підсиленні розуміння потреб суспільства, збільшення невербальних реакцій симпатії (посмішки, поглядів, жестів, міміки тощо), варіювання дистанції.

Головне завдання політика — здобути прихильність майбутніх виборців і «спокусити» їх віддати за нього голоси [5, с. 70]. Саме в такому контексті в зарубіжних засобах масової інформації «*The Times*», «*Daily Mirror*», «*Washington Post*» та інших вживають вислів «*public seduction*» (публічне зваблення, спокушання, намовляння). Крім того, у медіа-дискурсі поняття «флірт» також залучають для опису характеру поведінки політичних лідерів під час зустрічей на міжнародному рівні. Отже, функціональний флірт відіграє важливу роль у політичному дискурсі і потребує подальшого вивчення.

Політичні лідери вдаються до особливої мови: рішучі заяви в комбінації з призивними поглядами, які нагадують команди гіпнотизерів про близькість цінностей, психологічну єдність — все це проникає у підсвідомість, діє як гіпноз. Слова, проникаючи у свідомість, вступають у конфлікт із судженнями, тому політики вдаються до поступового навіювання. А для цього вони проникають в уяву людини, її глибинні бажання. Механізм дії фасцинації полягає в готовності людей слухати завжди про те, що затребувано: про задоволення потреб, щасливе та багате життя, здоров'я тощо. Поступово ці речі ототожнюються з промовцем, бо саме він запустив такий процес думок.

Вербальні та невербальні засоби мовлення політичного лідера можуть підсилювати або послаблювати взаємодію. Тому інтерпретувати ці сигнали потрібно не ізольовано, а в єдності, до того ж із урахуванням контексту. Характерно, що здебільшого люди надають перевагу інформації, яку одержують через невербальну поведінку. Вербальні засоби у комплексі з ретельно дібраними невербальними у мовленні політичного лідера можуть використовуватися не лише як інструмент формування та вираження думок, а і для їх приховування або свідомого нав'язування. Використовуючи вербальні мовні засоби, політик має на меті не лише інформування аудиторії про певні проблеми суспільного життя, а й здобуття прихильності слухачів, переконання їх стати на певну позицію, підтримати його [4, с. 70]. Тож із самого початку виступу політик встановлює контакт з аудиторією [5, с. 103]. Наприклад, Б. Обама з метою реалізації стратегії управління

враженнями й думками використовує декілька фасцинативних тактик, зокрема: відкритості й довіри, небайдужості, а також загадковості, красномовності і театральності.

Щоб промова політика зустріла розуміння та підтримку аудиторії, йому передусім належить подбати про справжню довіру, здобути пошану, а потім утримувати таку атмосферу протягом усього виступу. Оскільки це завдання не завжди можна вирішити за рахунок тактики раціонального переконування, що ґрунтується на логічних аргументах і доказах, доводиться залучати стратегії мовленнєвого впливу на емоційну сферу реципієнта з арсеналом специфічних політичних фасцинативів.

Політичний лідер має навчитися управляти джерелами різного виду інформації. Він мусить нарощувати довкола себе різноманітні контексти, якими можуть виступати сім'я, хобі, минуле, ті чи інші пристрасті. Створюється можливість для так званого «подовження» різноманітних комунікативних ланцюжків. Наявність цієї стереоскопічності дозволяє породжувати тексти для різної аудиторії: один тип аудиторії цікавить сам лідер, інший — його дружина, третій — її сукня. Інформація повинна постійно надходити всіма каналами. Звідси витікає необхідність постійного породження повідомлень не тільки у вербальній сфері, що є нормою для лідера, а й у сфері подій (подіям люди вірять більше, ніж словам) і візуальній сфері (побаченому власними очима також довіряють більше).

Люди ідентифікують себе з президентом так само, як вони це роблять з будь-якою іншою суспільно значущою фігурою. Потенційні президенти оцінюються у відповідності з ідеалом, який є комбінацією героя. Реагування відбувається на імідж, а не на людину, оскільки 99 % виборців не мають контакту із самою людиною. Лідер символізує також Батька нації; його дружина, відповідно, претендує на роль Матері нації. Тому політик має грати роль такого лідера, якого потребує публіка. Водночас лідер повинен «відштовхуватись» від тих характеристик, які населення сприймає як позитивні для лідера. Політичний лідер легше сприймається в тих типах ролей, яких очікує від нього населення. Можливо, він навіть не має характеристик, необхідних для лідерського іміджу. Проте масова свідомість, яка існує в умовах неувважності й розірваності сприйняття, все одно доповнить його образ необхідними характеристиками. Масова свідомість полегшує своє оперування з цим образом, доводячи його до прийнятної моделі. Імідж зберігається в пам'яті як джерело натхнення, голос політичного лідера бажають слухати як представника нації.

Для феномену фасцинації в політичному дискурсі важливі певні вербальні та невербальні засоби, які відображають спроможність володіти ситуацією, привернути увагу, розташувати до себе, бажання надати підтримку іншим людям. Щоб зафасцинувати, потрібно зацікавити. Фасцинативні особистості намагаються володіти високою емоційною привабливістю, вмють управляти увагою [5, с. 58]. Один з найголовніших принципів фасцинації — говорити зі слухачами про них самих. Це допомагає постійно утримувати їхню увагу. Мистецтво переконувати передбачає діалог, у якому присутній зворотній зв'язок, реакція.

**Висновки.** Отже, фасцинація є одним із способів максимізації здатності аудиторії слухати, привернути увагу, розташувати до себе, викликати симпатію. Фасцинативні лідери — харизматичні особистості, які примушують натовпи захоуватися у себе, а потім ведуть за собою. Харизматичні політичні лідери володіють певними привабливими рисами й експлуатують їх. Їхні обличчя сповнені енергії та пристрасті. Для того, щоб реалізувати стратегію прихильності до себе та своєї політичної сили, харизматичні політичні лідери користуються кількома фасцинативними тактиками, зокрема: відкритості і довіри, небайдужості, деякими іншими. Електорат під дією фасцинативних тактик стає емоційно залежним, визнаючи наявність у харизматичної особистості особливих рис, які надають їй лідерське право управляти людьми. Природний шарм та інтуїтивне використання різних фасцинативних прийомів здатні викликати прихильність і позитивне емоційне ставлення до себе з боку співрозмовників і електорату. За допомогою слів і невербальних засобів фасцинативні політики надихають, хвилюють, викликають емоції.

#### *Література*

1. Бо В. Флірт — Sex — Коммуникация / В. Бо. — Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 233 с.
2. Гармаш Е. Н. Флірт как коммуникативное событие и речевые жанры [Электронный ресурс] / Е. Н. Гармаш // Лингвистика. — 2010. — № 3 (21). — Ч. II. — 10 с. — URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ling/2010\\_3\\_2/1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ling/2010_3_2/1.pdf)
3. Дьяконова І. Л. Гендерні ознаки вербальної поведінки в комунікативній ситуації флірту / І. Л. Дьяконова, А. Д. Белова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи. — К. : ЛОГОС, 2007. — С. 38–55.
4. Политическая имиджелогия : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / ред. А. А. Деркач и др. — М. : Аспект Пресс, 2006. — 400 с.
5. Потёмкина О. Ф. Имидж политического лидера / О. Ф. Потёмкина — М. : Наука, 2006. — 98 с.
6. Greene R. The 48 Laws of Power / Robert Greene. — New York, 2000. — 452 p.

*References*

1. Bo V. Flirt-Seks- Kommunikacija / V. Bo. — Rostov n/D: Feniks, 2009. — 233 с.
2. Garmash E. N. Flirt kak komunikativnoje sobytje i rechevyje zhanry [Elektronij resurs] / E. N. Garmash // Lingvistika. — 2010. — № 3 (21). — Ч. II. — 10 с. — URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ling/2010\\_3\\_2/1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ling/2010_3_2/1.pdf)
3. Diakonova I. L. Genderni oznaky verbalnoi povedinky v komunikativnij sytuaciji flirtu / I. L. Diakonova , A. D. Belova // Lingvistika XXI stolittia : novi doslidzhennia i perspekyvy. — К. : Logos, 2007. — С. 38–55.
4. *Politicheskaja imidgelogija*: ucheb. posobije dlja stud. vys. ucheb. zaved / red. A. A. Derkach I dr. — М. : Aspect Press, 2006. — 400 с.
5. *Potemkina O. F. Imidg politicheskogo lidera* / O. F. Potemkina — М. : Nauka, 2006. — 98 с.
6. *Greene R. The 48 Laws of Power* / Robert Greene. — New York, 2000. — 452 p.

**КОЗЯРЕВИЧ-ЗОЗУЛЯ Лиана Васильевна,**

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и перевода Киевского национального лингвистического университета; ул. Большая Васильковская, 73, г. Киев, 03150, Украина; e-mail: [lianakoziarevich@ukr.net](mailto:lianakoziarevich@ukr.net); +38 067 7701325

**ФАСЦИНАТИВНАЯ ИММАНЕНТНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ФЛИРТА: ВЕРБАЛЬНЫЙ И НЕВЕРБАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ**

**Аннотация.** Предметом статьи является рассмотрение реализации разговорного принципа фасцинации в политическом флирте. Цель работы состоит в том, чтобы доказать, что фасцинация является неотъемлемой составляющей политического флирта. В основу изучения фасцинации в политическом дискурсе использовались методы дискурс-анализа, разговорного анализа. В соответствии с результатами исследования, прагматическая характеристика фасцинации в политическом дискурсе на примере дискурсивной практики имеет место в особенном типе манипуляции — политическом флирте. Дискурсивная иллюция фасцинации направлена на соблазн массового адресата, управление впечатлением и мнением, на расположение к себе и своей политической силе. Ключевой вывод: разговорный принцип фасцинации в политическом флирте состоит в том, чтобы те, на кого направлен флирт, почувствовали то, что они важны для собеседника и нравятся ему. Результаты исследования могут быть использованы в сфере политической лингвистики, современной дискурсологии.

**Ключевые слова:** фасцинация, разговорный принцип, политический флирт, фасцинативная личность.

**Liana V. KOZIAREVYCH-ZOZULIA,**

PhD (Candidate of Philological Sciences), Associate Professor of Kyiv National Linguistic University; Velyka Vasylkivska Str, 73, Kyiv, 03150, Ukraine; e-mail: [lianakoziarevich@ukr.net](mailto:lianakoziarevich@ukr.net); phone: +38 067 7701325

**FASCINATIVE IMMANENCE OF POLITICAL FLIRT: VERBAL AND NONVERBAL ASPECTS**

**Summary.** The subject of the given article is the realization of the conversational principle of fascination in political flirt. The purpose of the article is to prove that fascination is an integral part in political flirt. To investigate fascination in the political discourse there were used methods of discourse and conversational analysis. According to the results of the research, the pragmatic characteristic of fascination in political flirt is found in a special type of manipulation — political flirt. The discursive illocution of fascination is directed at seducing the mass addressee, manipulating the public impact and opinion, winning them over and making them like the represented political force. The key conclusion consists in the following: the conversational principle of fascination in political flirt is aimed at making others feel important and liked. These results can be used in the sphere of political linguistics and modern discourse studies.

**Key words:** fascination, conversational principle, political flirt, fascinating personality.

*Статтю отримано 15.10.2015 р.*