

ФАСЦИНАЦІЯ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ВЕРБАЛЬНИЙ ВПЛИВ ОРАТОРА

Стаття присвячена аналізу форм і засобів спеціально організованого оратором вербального впливу при передаванні інформації, спрямованої на підвищення якості сприймання промови шляхом впливу на емоційний стан і поведінку слухача, що носить назву «фасцинація». Цей термін дотичний до елокуції як розділу риторики, який вивчає виразність ораторської промови.

Ключові слова: фасцинація, вербальні засоби, форми мовленнєвого впливу, риторичні фігури: власне фігури (риторичні запитання, синтаксичні перетворення, антитези, ампліфікації, градації, метамова тощо) і тропи (епітети, метафори, метонімія, гіпербола, фразеологізми, евфемізми і перифрази, іронія тощо).

Гамова А.И. Фасцинация как специфическое вербальное влияние оратора. *Статья посвящена анализу форм и средств специально организованного оратором вербально-го влияния при передаче информации, цель которой – повышение качества восприятия речи посредством влияния на эмоциональное состояние и поведение слушателя, которое называется «фасцинация». Этот термин соотнесен с элокуцией как разделом риторики, изучающим выразительность ораторской речи.*

Ключевые слова: фасцинация, вербальные средства, формы речевого влияния, риторические фигуры: собственно фигуры (риторические вопросы, синтаксические превращения, антитезы, амплификации, градации, метаязык и т.под.) и тропы (эпитеты, метафоры, метонимия, гипербола, фразеологизмы, эвфемизмы и перифразы, ирония и т.под.).

Гамова Н.И. Fascination as a speaker's peculiar verbal influence. *Article is devoted to the analysis of forms and means of verbal influence specially organized by the orator at information transfer, which objective – improvement of quality of perception of speech by means of influence on an emotional condition and behaviour of the listener. Which refers to «fastsinatsiya». This term is correlated with elokutsion as the section of rhetoric studying выразительность the oratorской speeches.*

Keywords: *fascination, verbal means, speech influence forms, rethorical figures: figures (rethorical questions, syntactical transformation, antithesis, amplification, graduation, metalanguage etc) and tropes (epithet, metaphor, metonymy, hyperbole, phraseological unit, euphemism and periphrasis, irony etc).*

Для того щоб мовлення оратора було виразним і образним, логічним, змістовним, зрозумілим і переконливим, йому необхідно володіти всім арсеналом фасцинації, тобто вербальними засобами «зачарування» слухача, а саме риторичними фігурами і тропами, мати уявлення про форми мовленнєвого впливу на слухача.

У сучасній лінгвістиці, філософії, риторичі розрізняють дві форми мовленнєвого впливу – пряму і непряму. Пряма форма – це таке використання оратором мовних виразів, коли він має на увазі лише їх буквальне значення,

лише те, що він говорить. А непряма форма – це таке використання мовних виразів, коли він має на увазі не тільки те, що він говорить, а й щось більше: інтерпретація непрямой форми комунікації передбачає додаткові зусилля слухачів. Вибір тієї чи іншої форми впливу залежить від багатьох чинників: від образу аудиторії, від комунікативних інтенцій оратора, від теми промови тощо.

Досконале володіння оратора лексичним багатством української мови, а також виражальними засобами мови допоможе йому організувати такий вербальний вплив на слухача, який збудить його емоційний стан, переконає, і в такий спосіб оратор досягне своєї комунікативної мети. Одним із засобів фасцинації є риторичні фігури, які ще з античних часів прийнято поділяти на дві великі групи: власне фігури і тропи.

Тропи – це такі прийоми виразності, що реалізуються на рівні слова чи словосполучення, які використовуються в переносному значенні. Найбільш продуктивними тропами є: метафора, епітети, алегорія, гіпербола, крилаті слова, фразеологізми, перифрази й евфемізми, метамова, іронія тощо.

Фразеологізми (образні висловлювання, які за будовою становлять стійкі, відтворювані словосполучення, значення яких не мотивується словами-компонентами) допомагають обіграти буквальний смисл сказаного, що робить їх активним мовним засобом. Складність семантики фразеологізмів відрізняє їх від однослівних синонімів. За допомогою них можна дати позитивну чи негативну оцінку явищу, предмету, висловити схвалення чи осуд, іронічне ставлення більш експресивно. Особливо яскраво це виявляється у фразеологізмах-характеристиках, оцінках: *біла ворона, блудний син, собака на сні, дари данайців (підступність); прокрустове ложе, гомеричний сміх, дамоклів меч, сізіфова праця, ахіллесова п'ята* тощо. Античні фразеологізми є прекрасним засобом для передачі авторської іронії: *подвиги Геракла, троянський кінь, ящик Пандори, піррова перемога, езопова мова, вавилонське стовпотворіння*. **Фразеологічні сполучення суспільно-політичної, офіційно-ділової сфери** становлять собою «застигли мовні формули», мовні кліше, що позбавлені образності, емоційності: *осінньо-зимовий період, вживати заходів, брати (взяти) участь, запобігати поширенню інфекції, здобувати освіту, набути досвіду, доводити до відома, обіймати посаду, плінність кадрів, порушити питання, накласти стягнення, оскаржити рішення суду* тощо.

В основі **тропів** лежить образ, порівняння. Це *порівняння, епітети, метафори, уособлення, персоніфікація, алегорія, символ, метонімія, синекдоха, гіпербола* тощо. **Епітет** – це образне визначення, що передає ставлення промовця до предмета: *гарячий, розпечений час, гаряча підтримка, гарячий лід, холодне серце, блакитна кров, хвилююча зустріч, голуба мрія, залізна воля, дешевий авторитет*. **Метафору** теж можна назвати прихованим порівнянням. Це перенесення значення (ознаки) слова як знака предмета на інший за принципом подібності. Вдалі метафори дозволяють краще зрозуміти суть явища, зробити їх зримими: *наріжний камінь, камінь спотикання, своя рука владика, пекторалі поета (прекрасна поезія), чаша терпіння, печат мовчання, випити гірку чашу*. **Метонімія** – слово чи словосполучення, що замінює назву

предмета на основі суміжності (певного зв'язку між ними) у просторі і часі: *активна аудиторія (студенти, слухачі), все вирішує гаманець (тобто гроші)*. **Алегорія** — це зображення абстрактного поняття чи явища через конкретний образ. Алегорія однозначна, вона схожа на емблема: *тартюф — алегорія лицемірства; донкіхот — алегорія лицарства; донжуан — алегорія сластолюбця*.

Метамова — система понять, що служить для описування певного об'єкта; мова, в термінах якої визначається інша мова; в діловій комунікації вона вживається для того, щоб істинні думки співрозмовника приховати в його словах і фразах. Тобто це мова, схована в звичайній розмові. Як і мова тіла, метамова базується на інтуїції, передчуттях, «шостому почутті» та розумінні, що слова і думки співрозмовника — це не одне й те саме. Більшість виразів легко розпізнаються і використовуються людьми, але свідомо інтерпретується лише кілька метаслів для того, щоб розкрити істинний зміст висловлювання. Метамова використовується і в побутовому, і в діловому спілкуванні. Найбільш типовими подразниками-метасловами є «розумієте», «так би мовити» і «ну». Ці знакові фрази найбільше поширені серед малоосвіченої частини суспільства. Якщо вилучити з нашої мови всі метавирази, то розмова стане короткою, різкою і виключно змістовною. Ми будемо здаватися один одному грубими, жорстокими і неуважними. Метамова пом'якшує удари, які ми завдаємо один одному, дозволяє нам маніпулювати співрозмовником, досягти своєї мети, «випустити» емоції, не наносючи образи.

Серед метаслів, які найчастіше використовуються, є також словосполучення *чесно кажучи, по правді чи якщо бути відвертим*, які відразу ж дають зрозуміти, що співбесідник далеко не такий правдивий, чесний і відвертий, як це стверджує.

Продуктивним засобом мовленнєвого впливу на слухача є такі засоби виразності, як **перифрази** та **евфемізми**. Особливо активні вони в полемічних промовах. Полемічна промова — це один із жанрових різновидів політичної доповіді. Такий жанровий різновид вимагає обґрунтування конкретних фактів, що відповідають означеній темі, з інвективною, тобто гострою, викривальною, гнівною оцінкою. Полемічні промови майже завжди є гостропубліцистичними, тому що в них є ствердження про реальні, інколи трагічні події, що відбулися в житті країни, суспільства, громади, які вимагають в оцінці їх ідеологічної позиції, а це неминуче означає відсторонення інших позицій, якщо навіть вони й не називаються. Вираження ідейної позиції, особливо на великий загал слухачів, завжди потребує пафосу, що може виражатися такими мовними засобами та мовними фігурами і тропами: політичною термінологією, емоційно забарвленою лексикою, яка містить гнівну інвективу; перифразами та евфемізмами (описовими зворотами мови як стилістичним прийомом, коли власне ім'я, предмет чи явище називають не прямо, а через їхні характерні риси та ознаки — *перифраз: зоряні брати — космонавти, чорні дошки — списки сіл, що не впоралися з хлібозаготовками*; словами чи словосполученнями, що вживаються замість слів з грубим або непристойним змістом, які виражають його у пом'якшеній формі — *евфемізм: безрідна душа — людина, яка втратила домівку*); порівняннями і зіставленнями, епітетами

й метафорами, морально-етичними антитезами, аргументованими запереченнями; повторенням певних ідеологем; гіперболами, актуалізацією окремих слів і виразів, влучних і дотичних до змальованої ситуації, okazіональним (авторським) новотворенням; аритмічним синтаксисом, а у виступі – експресивним інтонаційним малюнком (інтонуванням).

Риторичні (мовні) фігури: **риторичний оклик** – емоційне твердження чи заперечення з метою привернення уваги: *Простий крок простої мужньої людини: не брати участі в неправді, не підтримувати неправедних дій!* (О. Солженіцин); *О часи! О звичаї!* (Цицерон); **риторичне запитання; інверсія** – розміщення слів в особливому порядку, що порушує прямий порядок: *Працювати вони не хочуть, а жити хочуть добре; Легко вірити в Бога, а в людину повірити ви пробували? Ампліфікація* – перелік із метою емоційного нагнітання: *Я стверджую, що в усій Сицилії, такій багатій, такій давній провінції, в якій так багато міст і таких багатих домів, не було жодної срібної, жодної корінфської або делонської вази, ні одного дорогоцінного каменя чи перлини..., яких би Гай Веррес не розшукав, не роздивився і, якщо вони подобалися йому, не забрав собі* (Цицерон); **аналогії (паралелізм)** – однакова синтаксична побудова сусідніх речень. Ця фігура посилює емоційний вплив: *Є книги, які читаються; є книги, які вивчаються терплячими людьми; є книги, які зберігаються в серці нації* (К. Леонов); *Усі ці порушення було розглянуто Регіональним управлінням НБУ – Регіональне управління НБУ розглянуло всі ці порушення;* **етичні антитези** – зіставлення протилежних явищ, образів для посилення враження: *Адже на нашій стороні бореться почуття честі, на тій – нахабство; тут сором язливисть, там – розбещеність; тут – вірність, там – злочин; тут – чесне ім'я, там ганьба...* (Цицерон).

Розгляд засобів фасцинації та форм мовленнєвого впливу має дослідницьку перспективу, оскільки риторичні фігури не обмежуються означеними у статті видами, а тому потребують подальшого аналізу такі різновиди, як фігури скорочення, фігури додавання як прийоми синтаксичного перетворення, доцільність їх уживання в різних видах спору.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Бацевич Ф.С.** Основи комунікативної лінгвістики: [Підручник] / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
2. **Хміль Ф.І.** Ділове спілкування: [Навч. посіб.] / Ф.І. Хміль. – К. : Академвидав, 2004. – 279 с.
3. **Хоменко І.В.** Еристика: мистецтво полеміки: [Навч. посіб.] / І.В. Хоменко. – К. : Орінком Інтер, 2001. – 192 с.
4. **Чмут Т.К.** Етика ділового спілкування / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка та ін. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.