

УДК 81.111'373

DOI 10.52928/2070-1608-2025-76-4-67-70

ФЕНОМЕН ФАСЦИНАЦИОННОГО ВЛИЯНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНОДИСКУРСЕ

канд. филол. наук., доц. О.В. ГОЛОВКО
(Брестский государственный технический университет)

В статье проанализирован феномен фасцинации как средства воздействия и результат воздействия в англоязычном кинематографическом дискурсе. Фасцинационное влияние реализуется в рамках тройственной парадигмы: иллюкуция, локуция, перлокуция. Отсутствие фасцинации рассматривается как афасцинация. Успешный перлокутивный эффект фасцинации вызывает у слушателя разнообразные аффективные реакции. Также подчеркивается различие между фасцинацией и манипуляцией. Фасцинация, направленная на реализацию интересов и намерений говорящего, превращает фасцинационное влияние в манипуляцию.

Ключевые слова: фасцинация, фасцинационное влияние, эффект, кинодискурс, аффект, говорящий, слушатель.

Введение. Интерес современных лингвистических исследований к речевому влиянию в семиотически гетерогенных дискурсах [9; 10] определяет актуальность представленной статьи. Цель данной работы – анализ фасцинационного влияния говорящего на собеседника в кинодискурсе, – обусловила следующие задачи: определение фасцинации как средства влияния и эффекта влияния, выявление расширения темпераментных аффектов фасцинации и дифференциация фасцинации и манипуляции.

Материалом исследования являются эпизоды – контексты вербальной и невербальной экспликации фасцинации, выбранные методом сплошного отбора из киносценариев [11] англоязычных разножанровых фильмов.

В статье использован мультимодальный анализ дискурса для описания коммуникативных ситуаций актуализации фасцинации, а также семиотический анализ для определения вербальных и невербальных средств выражения фасцинации в англоязычном кинодискурсе.

Фасцинация как лингвистическое явление принадлежит к сфере речевого влияния и впервые была определена Ю.В. Кронозовым. Под фасцинацией понимается действие сигнала, при котором ранее аккумулированная информация полностью или частично стирается [5, с. 49]. Существуют два способа влияния на людей: способ убеждать и способ понравиться. Главной целью коммуникации является эффективное речевое влияние [1]. Влияние одного коммуниканта на другого в процессе межличностного взаимодействия является неотъемлемым элементом любой формы общения. Коммуникативное влияние будет эффективным, если между собеседниками возникает психологический контакт. Процесс межличностного влияния зависит от индивидуальных психологических возможностей тех, кто влияет, и тех, кто является объектом влияния. Если межличностное влияние – это процесс и результат изменения говорящим поведения, установок, намерений, представлений и оценок слушателя, то психологическое влияние предусматривает применения в межличностном взаимодействии исключительно психологических средств с целью изменения состояния, мыслей, чувств и действий собеседника. Речевое влияние обозначает воздействие одного коммуниканта на другого в процессе межличностного взаимодействия ради достижения конкретных коммуникативных целей, связанных с корректировкой поведения собеседника, изменением его установок и интенций согласно с представлениями адресанта [6, с. 197].

Основная часть. Фасцинационное влияние – это тот коммуникативный эффект (результат), который общение производит на адресата. Фасцинация выступает одновременно методом вербального влияния с целью привлечь внимание, вызвать волнение и интерес, удивление, радость, увлечение, страх, шок и другие эмоциональные состояния и эффектом завораживающей экспрессии, привлекательности, очарования, магнетизма, а также доминантности. Процесс фасцинационного влияния активизируется в схеме иллюкуция – локуция – перлокуция. Например, *Jack: I jump, You jump. Rose: Together, we can face anything. Jack: Nothing can stop us when we are together.* (Titanic, 1997).

Влияние адресанта на адресата заключается в том, что адресат (возможно, с другими адресатами) испытывает изменение в сознании, психологических характеристиках, поведении либо предотвращает их. Поскольку сигналы фасцинации нацелены на активное директивное действие и ожидание соответствующей реакции, фасцинационное влияние на адресата находит свое проявление в волнении, обеспокоенности, восторге, заинтересованности, остром интересе, радости, шоке, удовлетворении, наслаждении, эйфории. Например: *I am Ragnarr Lothbrok, the son of sea king. Your name will be sung by the generations to come. Then I shall leave a legacy that will never fade.* (Viking, 1958).

Фасцинация одновременно выступает как эмоциональная акция и эмоциональная реакция. Эмоциональная акция – это эмоции, которые охватывают человека. Эмоциональная реакция – это процесс, который возникает в ответ на внешнее влияние. Со стороны одного из собеседников, инициатора коммуникативного акта, можно ожидать экспликацию конкретного чувства и желания завладеть вниманием. В этом случае модель фасцинационного влияния заключается в следующем: 1) изменение отношения адресанта к адресату; 2) конструирование общего эмоционального настроения реципиента; 3) изменение категориальной структуры сознания. Продукт речевого влияния принадлежит ведущая роль в организации речевого взаимодействия с его реципиентом. Адресант

побуждает последнего выполнить определённое действие, формирует у него конкретные эмоции, установки, оценки, которые направляют речевое поведение в нужном направлении: *You know, I've always believed that you are the smartest and the most beautiful woman in the world. Don't you want to share your secrets with me? Maybe I do. You seem like someone who can handle the secret.* (Casino Royale, 2006). В данном примере адресант сумел с помощью фасцинации, вызвать доверие у собеседника и побудить последнего поделиться своими тайнами.

Фасцинационное влияние говорящего на его собеседника – это событие, которое заключается в том, что адресант вызывает некоторое изменение предмета адресата либо же его предотвращает. В результате этого происходит изменение, переосмысление мнений, отношений, мотивов, установок и состояний с помощью фасцинационных средств (вербальных или невербальных). Эффективность фасцинационного влияния детерминирована следующими факторами: отношением адресата к адресанту, эмоциональным состоянием адресата, доверием к адресанту, аттракцией адресата. Рассмотрим на примере: **Ben:** *You know, I've always believed that the passion is what makes life truly meaningful.* **Jules:** *That's interesting. How do you find your passion? I think everyone has one? They just need to recognize it.* **Ben:** *Exactly. Sometimes all it takes is a little time and the right person to help you see what is truly matters.* (Intern, 2015). В данном случае говорящему удалось достичь желаемого перлокутивного эффекта, так как фасцинационное влияние оказалось успешным. Адресант смог вызвать живой интерес к теме о жизни и страсти. Коммуникация носит дружелюбный тон благодаря эмоциональной открытости обоих собеседников. Финальная реплика Бэна вдохновляет Джулс и вызывает положительные эмоции.

Так, фасцинация влияет на эмоциональную сферу адресата, вызывает интерес к высказыванию и желание обращаться к нему. Все, что контактно, привлекательно, – не лишено суггестивности. Фасцинация по своей природе является повелительно-навязчивой, а такие параметры, как повеление и навязчивость, лежат в основе суггестивности. Сущность суггестивности (лат. *suggestion* – ‘внушение’) заключается в том, что при наличии у слушателя полнейшего и безоговорочного доверия к говорящему, у одного из них блокируется работа первой сигнальной системы, а взамен возникают образы и представления, целенаправленно вызванные словами другого [7, с. 11]. Эти образы и представления, в свою очередь, требуют реакций и действий, что соответствуют тем, которые должны были быть результатом собственных чувств, а не опосредствованными через другого человека. Фасцинационная интенсивность сигналов является одним из весомых коммуникативных факторов суггестии. Суггестивность, или внушение, представляет собой процесс влияния на подсознание, эмоции и чувства человека в условиях ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения критики к восприятию полученной информации, неограниченного доверия к её источнику, отсутствие целенаправленного внимания.

Фасцинация нацелена на обман, вранье, предполагает реализацию манипуляции. Манипулятивное влияние рассматриваем как скрытое программирование личного отношения к событиям, как скрытая трансакция. Манипуляция (провокация, надувательство, интрига) характеризуется, прежде всего, наличием тенденции игнорирования интересов собеседника, и от этого манипуляция – результат психологического влияния, которое используется для достижения одностороннего выигрыша. Манипуляция часто отождествляется с обманом, однако обман – не обязательно манипуляция: он является более широким понятием, которое поглощает манипуляцию, либо имеет с манипуляцией общий сегмент значения. Согласно исследованию С.Г. Кара-Мурзы, обман – один из приемов в технологии манипуляции, однако сам по себе он не может причинять манипулятивное воздействие [4, с. 35]. В традиционном понимании манипуляция является скрытым влиянием, при котором в отрицательном плане эксплуатируется осведомленность о потребностях, мотивациях другого человека и используются приемы, которые заставляют принимать нецелесообразные решения, выполнять незапланированные действия. Манипуляцию считают влиянием на человека с целью побудить его к выполнению чего-либо несознательно и против собственного желания, мнения, интенции [8, с. 35]. Манипуляции присущи нехорошие интенции собственно манипулятора, которые приносят психологический или же физический вред своей жертве.

Манипуляция и фасцинация иногда так сильно пересекаются, что их трудно отличить: **Mason:** *You know, I've always believed that you are the smartest guy in this place. Honestly, you could get out of here anytime you wanted.* **Frank:** *But I need a little help and trust to make it happen.* **Mason:** *I see potential in you. Together we can change everything. Just trust me – I know how to get us out.* (The Escapist, 2008). Тем не менее, эти понятия кардинально разные: механизм манипуляции основан на сознательном обмане, а фасцинация предусматривает умение и возможность дарить человеку, то, что ему нужно. Следует обратить внимание, что ни одного человека нельзя очаровать, если он этого не захочет. Очарование – это дарение, когда я дарю что-то другому и не требую ничего взамен.

Рассмотрим также фасцинацию как эффект влияния. Насколько попытка повлиять на фильтры собеседника оказалась успешной, можно определить на основе реакции партнера по коммуникации. Со стороны адресата реакция бывает двойная: 1) восприятие чувств; 2) безразличие к эмоциональному влиянию. Если адресант не вложит в высказывание компонент эмоционального влияния, тогда собеседник будет лишен возможности пережить соответствующие эмоции. В результате позитивного фасцинационного влияния адресат начинает чувствовать симпатию к говорящему, заряжается его позитивным настроением. Фасцинационное влияние с результатом отрицательной реакции прослеживается, когда партнер не поддается на соблазнительные высказывания. Например: **Rick:** *You know, I've always admired your spirit. I think you are capable of so much more – I can help you to find your way.* **Lola:** *Thanks. But I am not interested. I prefer to do things on my own.* **Rick:** *Well, if you ever change your mind, you know where to find me.* (Casablanca, 1942). Здесь имеет место неуспешное фасцинационное влияние, брак

фасцинации или афасцинация. Процесс, который активно разрушает коммуникацию, однако не просто оставляет безразличным, а вызывает отвращение, назовем антифасцинацией:

Nyles: *You know, I've been thinking ... there is something about you that's different. I can't quite put my figure on it, but it's like you are the only thing that makes sense in this endless loop.*

Sarah: *Really? Well? That is...flattering, I guess.*

Nyles: *Yeah, honestly, I don't know what I'd do without you here. You are the only reason I don't lose my mind.*

Sarah: *I have to admit that you are a quite charmer. (Palm Springs, 2020)*

Манифестационная интенсивность фасцинационного сигнала в данном примере настолько мощная, что на неё нельзя не отреагировать, а сигналы вызывают эмоциональный отзыв – аффект. Иначе говоря, фасцинационный эффект почти всегда связан с аффективными реакциями (притягивать как магнит, завораживать, давать толчок, пробуждать). Фасцинационный эффект как яркое волнительное влияние вызывает аффективные эмоции и переживания, доминантные состояния радости, увлечения, эйфории или, наоборот, шока, страха, злости.

Аффект – чрезмерное психическое перевозбуждение, которое возникает внезапно, находит свое проявление во временной дезорганизации (сокращении) сознания и крайней активизации импульсивных реакций [3, с. 334]. В состоянии аффекта человек полностью или частично теряет контроль над своими действиями. Аффект является не чем иным, как сильно выраженной эмоцией. Так, если эмоция – это душевное волнение, то аффект – это буря. Любая эмоция может достичь уровня аффекта, если она вызвана сильной, особо значимой для человека стимул-реакцией. Аффект, как разновидность эмоции, характеризуется скоростью возникновения, высокой интенсивностью переживания, мимолетностью, всплеском выражения (экспрессией), непониманием / снижением сознательного контроля своих действий (в состоянии аффекта человек не может держать себя в руках), диффузностью. Сильные аффекты захватывают всю природу человека, что сопровождается снижением способности к переключению внимания, сужением сферы восприятия. В результате контроль внимания концентрируется, как правило, на объекте, вызвавшем аффект [2, с. 384]. Аффекты усиливают переживания, формируют коммуникативную драматургию. С фасцинацией связаны следующие эмоции: романтические эмоции экстремальных состояний (азарт, страх), регрессивные (агрессия, истерия). Все эти эмоции являются страстными в зависимости от содержания фасцинации – очарование или вызов страха, шока. Следовательно, аффекты при фасцинации можно классифицировать по двум группам: пленительные и ошеломляющие.

Фасцинация провоцируется совокупностью фасцинационных знаков, которые поступают от адресата фасцинации, действуют молниеносно и быстро закрепляются в памяти. Таким образом, в структуре фасцинационного влияния содержатся вербальные и невербальные средства его реализации. Фасцинационный знак не бывает невыразительным, это пристрастный сигнал. Его интенция – привлечь внимание, вызвать эмоциональный резонанс. Приведем пример: **Mrs. Tuomi:** *Michael? You are so special. I see something very rare in you – your heart and strength that can change everything around you. Michael (with surprise and emotion): Do you really think so? Mrs. Tuomi: Absolutely, you are a true hero, Michael. (The Blind Side, 2009).*

Аффекты, возникая на базе нейрофизиологических процессов, которые происходят в мозге, имеют характерное внешнее проявление. Они могут появляться в любом речевом-поведенческом модусе. Аффектные проявления позитивных эмоций – это восторг, вдохновение, энтузиазм, несдержанное веселье, смех, бурная кинесика радости, поцелуи, объятия, специфическая мимика, позы, интонация (*raised eyebrows; widening of eyes; open mouth; general relaxation of muscles; smiling (including eyes); open body language*).

Сложное комплексно-фасцинационное содержание влияет на глубинные эмоциональные слои психики, вызывает сильные реакции-аффекты: особенное удивление, абсолютное внимание, бурную радость, безграничное удовлетворение, наслаждение, эйфорию. Результат влияния фасцинации: (словами не передать, мурашки по коже, волосы стали дыбом, вскружило голову). Интенсифицированная четкость остается потенциальной, временной, ситуативно обусловленной: (*to be beside oneself (with emotion), on tenterhooks, to be tongue-tied, to weak at the knees, to be shaking like a leaf, to be floored, to be dying to do smth, heart sank, to make smb's mouth water, to knock smb off his pins, to make smb open his eyes, to come like a bolt from the blue, to make one's flesh creep, to feel hot all over, to take smb's breath away, to make smb sit up, to turn smb's head, to pluck at smb's heart-strings, to set the teeth on edge, to have the happiest hours, to cat down one's eyes, to pull a face, his face fell, to clench, one's teeth, to grit one's teeth*). Поскольку сигналы фасцинации нацелены на активное повелительное действие, ожидание реакции, фасцинационное влияние находит проявление в переживании, обеспокоенности, сильном интересе, радости.

Объективными проявлениями радости является улыбка, смех, активизация центров движения, что вызывает возбуждение (жестикаляция, подпрыгивание, хлопанье в ладоши) и другие физиологические реакции. Эмоциональное состояние радости можно назвать, описать и передать. В случае, когда радость есть объект номинации, она отмечается словами, которые передают радостное чувство: *joy, happiness, pleasure* и другие их синонимы. Для описания эмоционального состояния служат коннотативы, для передачи радости – аффективы. Аффект передается лексическими единицами, которые описывают подобные состояния. Например: **Jack:** *You are so amazing that I can not take my eyes off you. Rose:* *That's so sweet! I feel very happy talking to you. (Titanic, 1997).* В данном примере, получив положительный фасцинационный сигнал, адресат возбуждается и настраивается на наслаждение, удовлетворение и комфорт.

Заключение. Таким образом, фасцинационное влияние является весомым фактором в межличностной коммуникации. Фасцинация как средство влияния на собеседника предусматривает эмоции, которые охватывают

слушателя в процессе общения, как эффект влияния – показывает процесс, который возникает в ответ на внешнее влияние. Фасцинационное влияние носит суггестивный характер и активизируется в схеме иллокуция – локуция – перлокуция. Неуспешное фасцинационное влияние свидетельствует о браке фасцинации и, как правило, побуждает адресата к отрицательной реакции. Фасцинация может вызывать сильные аффективные реакции, которые варьируются от удивления до эйфории. Фасцинационное влияние, нацеленное на обман, предполагает актуализацию манипуляции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зазыкин В.Г. Психологическое воздействие в деловом общении. – М.: ПАГС, 1999. – 87 с.
2. Изард К. Психология эмоций. – СПб.: Питер, 2000. – 464 с.
3. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
5. Кнорозов Ю.В. К вопросу о классификации сигнализации // Основные проблемы африканистики. – М.: Наука, 1973. – С. 324–334.
6. Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М., 2000. – 270 с. – С. 55–73.
7. Сорокин Ю.А. Человек говорящий в его модусах и отношениях // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: Человек и его дискурс: сб. науч. тр. – М.: Азбуковник, 2003. – С. 7–23.
8. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – 252 с.
9. Chrzanowska-Kluczevska E. Corporeal imagination in the reception of verbal and visual artworks // Language – Literature – the Arts: A Cognitive-Semiotic Interface / O. Vorobyova (Eds.) – Frankfurt am Main: Peter Lang Edition, 2017. – 326 p.
10. Ojamaa M., Torop P. Transmediality of cultural autocommunication // International Journal of Cultural Studies. – 2015. – Vol. 18. No 1. – P. 61–78. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877914528119>.
11. The Internet Movie Script Database (IMSDb). – URL: <https://www.imsdb.com>.

Поступила 30.05.2025

THE PHENOMENON OF FASCINATING INFLUENCE IN ENGLISH CINEMATIC DISCOURSE

O. GOLOVKO
(Brest State Technical University)

The article reveals the phenomenon of fascination as a means of effect and as a result of impact as well in English cinematic discourse. The fascinating influence is realized within the triple paradigm of illocution, locution, perlocution. The lack of fascination is considered as afascination. The effective perlocutionary effect of fascination provokes in the listener the variety of affect reaction. It is also highlighted the difference between fascination and manipulation. The fascination, aimed at the performing the very interests and intentions of the speaker, transform the fascinating influence into the pure manipulation.

Keywords: *fascination, fascinating influence, effect, cinematic discourse, afascination, speaker, listener.*