

ФАСЦИНАТИВНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ТЕКСТА: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

А. С. Солохина

Московский Международный университет, г. Москва

В статье рассматриваются подходы к восприятию текста в ракурсе текст-читатель, воздействие текста на читателя, факторы, способствующие или препятствующие этому воздействию с точки зрения современной гуманитарной парадигмы.

Ключевые слова: фасцинативность, рецепция, горизонт ожидания, эстетическая дистанция.

В настоящее время наблюдается всплеск интереса к текстам как инструментам познания выраженного вовне человеческого мышления для успешной коммуникации и достижения людьми совместных целей в любой сфере деятельности. В качестве текстов рассматриваются не только традиционно понимаемые обладающие целостностью линейные тексты с развёртыванием темы (сюжета), имеющие определённую структуру, жанро-стилевую принадлежность, коммуникативную направленность, модальность и иные базовые характеристики, но и креолизованные тексты, включающие невербальные компоненты; кинотексты, иные формы искусства, в том числе исполнительского, а также их всевозможные гибридные сочетания. Как замечает Питер Бёрк в своей глобальной работе по культуральной истории [Бёрк, 2015:178]: «Культура – это текст».

Целью нашего исследования является изучение **фасцинативности** как характеристики текста по степени его эмоционального воздействия на адресата, вызывающего уникальный индивидуальный отклик, как безусловно положительный, так и резко отрицательный [Соковнин 2011], но никогда – нейтральный. **Фасцинативность** определяется как способность порождать живой интерес или притягивать к себе внимание. [American Heritage Dictionary 2016] Прежде всего необходимо отграничить фасцинативность от смежных понятий.

Фасцинация [Соковнин 2005] – воздействие на реципиента, имеющее целью вызвать глубокое эмоциональное переживание, способствующее некритичному, зачастую бессознательному усвоению предлагаемой информации [Омельченко 2013], в то время как **фасцинативность** – способность текста такое воздействие оказать, срезонировать с внутренним миром воспринимающего текст, с его эмоциональным состоянием и личным опытом [Карасик 2009] .

Фасцинативность может быть присуща одним типам текстов, и не присуща другим – чисто информативным. Степень фасцинативности конкретного текста для конкретного адресата зависит не только от использования в нём принципов фасциации, приёмов фасцинативной коммуникативной стратегии [Омельченко:136], наличия фасцинативных сигналов, фасцинирующих клише [Соковнин 2011], особой (например, ритмической) структуры текста [Карасик 2012], иных способов воздействия, но и от способности адресата воспринять это эмоционально-ценностное послание. То, что фасцинативно для одного человека в одной ситуации, не будет таковым в другой для другого.

При рассмотрении текста с противоположного ракурса, обратимся к другой категории анализа текста - *рецепции*, то есть восприятию текста читателем, имеющим индивидуальную историю и существующем в глобальном и локальном культурном контексте. Связь текста с другими написанными текстами, особенно воплощающими архетипы – предпосылка для «образцового», то есть предполагаемого автором понимания текста (идея ‘implied reader’ – подразумеваемый читатель [Iser:24]). Несмотря на многообразие возможных интерпретаций, их число, всё-таки, является конечным, так как существует «горизонт ожидания» читателя (реципиента), который детерминирован его цивилизационной принадлежностью, культурными установками, господствующей идеологией, традицией прочтения текстов определённого типа. Г.Яусс выделяет исторический, групповой и индивидуальный опыт читателя [Яусс 2004]. В контексте определения *фасцинативности* текста, следует обратиться ко второй категории рецептивной эстетики – *эстетической дистанции*, которая является пространством между «горизонтом ожидания» читателя и новыми смыслами, нового произведения, которые раздвигают читательские горизонты. То есть, в отличие от вполне стабильного «горизонта ожидания» произведения (см. ‘implied reader’), «горизонт ожидания» читателя весьма подвижен и расширяется с увеличением числа прочитанных текстов. Важным является соотношение *эстетической дистанции* и *продуктивности восприятия текста*. Если эстетическая дистанция чрезвычайно мала, то это может означать, что текст является простым, примитивным, не требующим когнитивных усилий читателя для его восприятия [Яусс 2004:196]. Величина эстетической дистанции непосредственно коррелирует с *фасцинативностью текста* – при небольшой эстетической дистанции фасцинативность текста также невелика или отсутствует. При отсутствии фасцинативности мы можем говорить о наличии или отсутствии у текста категории *информативности*. Успешному восприятию фасцинативного посыла текста способствуют общие культурные

коды и сензитивность адресата к эмоциональному воздействию. Помимо выделения элементов *фасцинативности*, важно противопоставить её *аттрактивности* и *суггестивности* текста [Поварницына 2013], а также выделить *контринформативность* и *контрфасцинативность* как потенциал текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition. Copyright © 2016 by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company. Published by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company [Электронный ресурс]. URL: <https://ahdictionary.com/> (дата обращения: 25.09. 2020)
2. Iser W. The Implied Reader. – Baltimore: John Hopkins University Press, 1974. – 318 p.
3. Бёрк, П. Что такое культуральная история? М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 240 с.
4. Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. – 405 с.
5. Карасик В. И. Лингвосомиотическое моделирование ценностей / Политическая лингвистика. 2012 № 1 Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург). С. 43-50
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
7. Кнорозов Ю.В. К вопросу о классификации сигнализации // Основные проблемы африканистики. М.: Наука, 1973. С. 324–334. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fasciology.ru/Knorozov.htm> (дата обращения: 26.09. 2020)
8. Омельченко Е.В. Фасцинативная составляющая в не прямой коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 1 (19). С. 136–139.
9. Поварницына М.В. Манипуляция, суггестия, аттракция и фасцинация в креолизованном тексте // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 2(106). С. 117–124.
10. Поварницына М.В. Фасцинативность как конститутивный признак креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 12 (54): в 4 ч. Ч. III. С. 151–154
11. Соковнин В.М. Общение интердиктивное и фасциногенное. Екатеринбург. Авторская Академия фасцинологии, 2011– электронный вариант, 67 с.
12. Соковнин В. М. Фасцинология. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2005. 400 с.
13. Яусс Г. Р. История литературы как вызов теории литературы // Современная литературная теория. Антология / Сост. И. В. Кабанова. М., 2004. – 242 с.

Text Fascination Approach – Stating the problem

The article deals with approaches to text perception in the view of text-reader interactions, reader-response, factors facilitating or preventing text impact on the reader in the modern humanities paradigm

Key words: fascination, reception, horizon of expectation, aesthetic distance

Солохина Анна Сергеевна

Кандидат филологических наук

доцент кафедры иностранных языков и речевой коммуникации

Московский международный университет
palestrante@yandex.ru