

УДК 811.111'373'272

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.3/30.212468>**Юлія ТОМЧАКОВСЬКА,***orcid.org/0000-0003-0117-2704*

кандидат філологічних наук, доцент,

в. о. завідувача кафедри іноземних мов № 2

Національного університету «Одеська юридична академія»

(Одеса, Україна) *yuliya.tomchakovskaya@gmail.com***Олександр ТОМЧАКОВСЬКИЙ,***orcid.org/0000-0001-6586-8095*

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри лексикології і стилістики англійської мови

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

(Одеса, Україна) *alexander\_tomchakovsky@yahoo.com*

## АНГЛОМОВНИЙ КОНЦЕПТ CHARM: ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню особливостей репрезентації лінгвокультурного концепту CHARM в англійській мові та мовленні. У роботі розглядаються понятійні та ціннісні ознаки концепту на основі компонентного аналізу словникових дефініцій лексеми-номінанта досліджуваного концепту та контекстуального аналізу текстів-рекомендацій *How to be Charming* / «Як бути чарівним» та ін. Об'єктом дослідження є словникові дефініції лексеми-номінанта концепту та тексти-рекомендації щодо створення іміджу CHARMING PERSON / ЧАРІВНА ЛЮДИНА, які носять прагматичний характер та використовуються для навчання читачів тому, як сформувавши свій позитивний імідж у повсякденній комунікації та професійній діяльності; предметом – лінгвістичні особливості цих дефініцій та текстів. Складна структура будь-якого концепту містить мотиваційні, понятійні, асоціативні та ціннісні ознаки. Проведений аналіз показав, що визначальними понятійними ознаками концепту CHARM в англійській мові є MAGICNESS – «магічність, чаклунство» (ознака, яку не можна пояснити, схожа на чаклунство) і ATTRACTIVENESS – «привабливість» (ознака, пов'язана з психологічною здатністю людини привертати до себе інших людей). Проведений аналіз мовленнєвого матеріалу уможливив виділення внутрішніх і зовнішніх ознак формування іміджу CHARMING PERSON, тобто ціннісних ознак концепту. Внутрішні ціннісні ознаки є змістовними індикаторами концепту CHARM. Зовнішні ціннісні ознаки є фізичними індикаторами концепту і включають мімічні, окулесичні, фонаційні та гаптичні ознаки. Для англомовних реципієнтів важливою є така ціннісна ознака, як SELF-DEVELOPMENT або DEVELOPMENT OF PERSONALITY / САМОРОЗВИТОК, яка актуалізується через її складники: *self-esteem/самоповага, self-confidence/впевненість у собі, self-control/володіння, самовладання, simply-be-yourself/«просто-будь-собою»*, що виявляються передусім у мові тіла (BODY LANGUAGE), наприклад FACE (*satisfaction, expressive*), SMILE (*genuine, big, friendly, sincerely*), EYECONTACT (*directly*), TOUCHING (*light*), HANDSHAKE (*firm*), а також VOICE (*boldness, confident, gentle, peaceful, direct*).

**Ключові слова:** концепт, понятійні та ціннісні ознаки, чарівність.

**Yuliya TOMCHAKOVSKA,***orcid.org/0000-0003-0117-2704*

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Acting Head of the Department of Foreign Languages № 2

National University "Odessa Law Academy"

(Odesa, Ukraine) *yuliya.tomchakovskaya@gmail.com***Oleksandr TOMCHAKOVSKIY,***orcid.org/0000-0001-6586-8095*

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Lexicology and Stylistics of the English Language

Odesa I. I. Mechnikov National University

(Odesa, Ukraine) *alexander\_tomchakovsky@yahoo.com*

## ENGLISH CONCEPT OF CHARM: FEATURES OF REPRESENTATION

The article is dedicated to the study of the peculiarities of representation of the linguistic and cultural concept CHARM in the English language and speech. The paper considers notional and axiological features of the concept on the basis of componential analysis of vocabulary definitions of the lexeme which names the analyzed concept

*and contextual analysis of texts-recommendations «How to be Charming» and others. The subject of the research – dictionary definitions of the lexeme which names the concept as well as text-recommendations for creating the image of the CHARMING PERSON, which are pragmatic and used to teach readers how to shape their positive image in everyday communication and professional activities; the subject – linguistic peculiarities of these definitions and texts. The complex structure of any concept contains motivational, notional, associative and axiological features. The analysis showed that the defining notional features of the concept CHARM in English are MAGICNESS (an inexplicable feature, similar to magic) and ATTRACTIVENESS (a feature associated with a person's psychological ability to attract other people). Internal and external characteristics of the formation of the image of the CHARMING PERSON have been singled out. Internal features are semantic indicators of the concept CHARM / CHARIVNIST. External features are physical indicators of the concept and include mimic, eye contact, voice and touching features. For English-speaking recipients, such axiological feature as SELF-DEVELOPMENT or DEVELOPMENT OF PERSONALITY is important, which is foregrounded through its components: self-esteem, self-confidence, self-control, «simply-be-yourself» that appear first of all in the body language, for example, FACE (satisfaction, expressive), SMILE (genuine, big, friendly, sincerely), EYE CONTACT (direct), TOUCHING (light), HANDSHAKE (firm), and VOICE (boldness, confident, gentle, peaceful, direct).*

**Key words:** concept, notional and axiological features, charm.

**Постановка проблеми.** Необхідність дослідження когнітивної природи чарівності визначається тим, що цей феномен давно зустрічається і широко застосовується у різних професійних сферах, таких як публічна діяльність, менеджмент, суспільна взаємодія, реклама, кінематограф, шоу-бізнес тощо, не маючи, проте, визначеного чіткого змісту й емпірично виявлених характеристик для кожної з указаних професійних сфер.

Актуальність пропонованої розвідки визначається її відповідністю загальному спрямуванню сучасної лінгвістики на вивчення лінгвокультурних концептів як колективних змістовних ментальних утворень, що фіксують своєрідність відповідної культури, а також важливістю отримання науково обґрунтованих даних стосовно чарівності як загального психологічного й естетичного феномену, визначення понятійного та ціннісного складників концепту *CHARM* як естетичного феномену в англомовній картині світу.

**Аналіз досліджень.** Складність виявлення поняття «чарівність» зумовила різні підходи до його вивчення. У царині психології масової комунікації аналіз підлягають, перш за все, риси привабливого, симпатичного, популярного й ідеального комунікатора (диктора, ведучого, шоумена тощо) (Агеичева, 2007). З позицій лінгвокультурології та лінгвоконцептології чарівність розглядають як лінгвокультурний концепт (Карасик, 2002), який по-різному тлумачиться у різних культурах.

Під концептом розуміємо ментальний комплекс, певним чином організовану різносубстратну одиницю знань, яка є включеною до свідомості людини та її колективне несвідоме (Селіванова, 2006: 112). Детальний опис структури концепту пропонує М. В. Піменова, яка виділяє в ній шість класів ознак: мотивуючі, понятійні, образні, ціннісні, оцінні і символічні (Піменова, 2007: 17). Своєю чергою, В. І. Карасик, розуміючи концепт

як багатовимірне ментальне утворення, виділяє три істотних ознаки концепту: понятійну, образну і ціннісну (Карасик, 2009: 183). Понятійні ознаки виділяються за допомогою компонентного аналізу словникових дефініцій лексем – репрезентантів відповідного концепту, а ціннісні ознаки підкреслюють особливу значущість відповідного фрагмента світу для носіїв певної мови, ціннісне ставлення людини до того чи іншого об'єкта, поняття (Піменова, 2007: 83).

**Мета статті** – визначити понятійні та ціннісні ознаки англомовного концепту *CHARM* у мові та мовленні.

**Виклад основного матеріалу.** У тлумачних словниках англійської мови лексема *charm* представлена такими семемами: (1) *charm* = the power or quality / сила або якість людини / предмета, (2) *charm* = a small ornament worn on a necklace or bracelet / невеликий амулет, намисто або браслет, (3) *charm* = an object, act, or saying believed to have magic power = a magic spell; enchantment / об'єкт, дія або висловлювання, що володіє магічною силою, чаклунство, чари (4) *charm* = one of six flavours of quark / один із шести кольорів кварків, (5) *charm* = quick links menu / чудо-кнопка, ряд елементів інтерфейсу.

Семема 1 лексеми *charm*, пов'язана зі здатністю людей або предметів привертати до себе увагу, може визначатися в такий спосіб: 1) the power or quality of delighting, attracting, or fascinating others / здатність або якість зачаровувати, залучати або захоплювати інших; 2) a trait that fascinates, allures, or delights / характерна риса, особливість, яка захоплює, приваблює або зачаровує; 3) a pleasing or attractive feature / властивість бути привабливим або привабливим; 4) a quality that makes you like or feel attracted to someone or something / якість, яка змушує сподобатися вам чи відчувати до когось/чогось потяг.

Таким чином, у наведених дефініціях лексеми *charm* як психологічного засобу чарівності містяться такі сигніфікативні конституенти: (1) СУБ'ЄКТ (ФЕНОМЕН) – POWER, QUALITY, TRAIT, FEATURE, (2) АТРИБУТ СУБ'ЄКТА (ФЕНОМЕНА) – DELIGHTING, ATTRACTING, FASCINATING, (3) Об'єкт (який знаходиться під впливом атрибута суб'єкта) – OTHERS. Три перераховані вище сигніфікативні конституенти є універсальними для всіх лінгвокультур, вони входять у сигніфікат мовних одиниць, які номінують різні види привабливості, наприклад фізична привабливість, ментальна привабливість, психологічна привабливість.

Семема *charm* = the power or quality утворює широкий ряд похідних лексичних одиниць – монолексем і словосполучень із компонентом *charm*. Так, особа, яка має ознаку привабливості, позначається в англійській мові за допомогою монолексем *charmer*, похідною від *charm* за допомогою суфіксу *-er* і яка використовується для утворення дійової особи (*Nomen Agentis*) і визначається як *a person with an attractive, engaging personality, a person who habitually seeks to impress or manipulate others by exploiting an ability to charm*.

Лексема *charmer* в англійській мові представлена двома семемами: 1) *charmer* – a person claiming or seeming to have magical powers (син. *Magician, sorcerer*) (чарівник, маг, чарівник), наприклад *He was a charmer, and could even read the thoughts of people* (Він був чарівником і міг навіть читати думки людей); 2) *charmer* – an attractive person, one who possesses great attractiveness or powers of fascination; usually applied to a woman (чарівна особистість, володар великої привабливості або здатності зачаровувати), що використовується зазвичай по відношенню до жінки, наприклад: 1) *Speak sweet Charmer, Will you be always true?* (1677 T. D'Urfey *Madam Fickle*); 2) *Thus the sweet charmers warbled o'er the main* (1725 W. Broome in Pope et al. *Tr. Homer Odyssey III.*); 3) *How happy could I be with either, Were t'other dear Charmer away* (1728 J. Gay *Beggar's Opera*); 4) *Turn, Angelina, ever dear, My charmer, turn to see Thy own, thy long-lost Edwin here* (1765 O. Goldsmith *Hermit*); 5) *Mrs. Mountford (a veteran charmer of fifty)* (1852 Thackeray *Henry Esmond II*) (*Collins English Dictionary*).

Синонімічний ряд лексеми *charmer* утворюють іменники *allurer* (спокусник), *enticer* (спокусник), *inveigler* (спокусник), *smoothie* (чарівний чоловік, серцеїд), *sweet talker* (підлесник), *heart-throb*, *lady-killer* (серцеїд), які відносяться до характеристик осіб тільки чоловічої статі, наприклад: *You always*

*have to act like some half-assed charmer scamming like it really mattered*. Своєю чергою, чарівні особи жіночої статі позначаються як *a sweetie*, *a sweet girl* (душка), *rippin* (красуня), *sweetpie* (лапочка), *sweetie pie*, *lovey*, *honey*, *dearie* (люба). Гендерно нейтральним є варіант *cutie*, (напр. *Her boyfriend's a real cutie; in her days as a chorus girl she was a real cutie*), який найбільш близький до російського варіанту «обаяшка». Також для позначення чарівних дітей використовуються варіанти *a little charmer*, *little kiddie charmers*, *little angel*, наприклад: *Bella's a little charmer – you'll never meet a more likeable child* (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus*).

Похідною від основи *charm* в англійській мові також є монолексема *charmeuse* / шармез = *soft, smooth silky dress fabric*, що позначає тонкий атлас, шармез, відомий виробництві з початку ХХ століття і бере свій початок у французькій мові (пор. Fr. *feminine of charmeur* <*charmer* <*charmer* = «to charm»). Похідний прикметник *charming* утворене за допомогою деривативами *-ing* і використовується як визначальне слово для позначення в англійській мові поняття «прекрасний принц» – *Prince Charming* (*suitor who fulfills the dreams of his beloved* або *a man of often specious charm toward women*), який являє собою архетипічний образ, вигаданого героя казки («*Snow White*»), «*Sleeping Beauty*», «*Cinderella*»), картини або фільму. Поряд із монолексемами в англійській мові представлений широкий ряд словосполучень із компонентом *charm*. Ці складні номінації можуть експлікувати різні види щасливого талісмана, оберегу, наприклад *lucky charm* = an object that is believed to bring its owner good luck / щасливий амулет, щасливий талісман, *charm bracelet* = a bracelet that has small ornaments fixed to it / браслет із брелоками-амулетами, *watch charm* = charm bracelet watch / амулет із годинником, *cell phone charm* / мобільник з амулетом, *cell phone case Charm 14* / чохол для мобільного телефону із сенсорним екраном (*Collins English Dictionary*).

Отже, проведений аналіз показав, що визначальними понятійними ознаками концепту *CHARM* в англійській мові є *MAGICNESS* «магічність, чаклунство» (ознака, яку не можна пояснити, схожа на чаклунство) і *ATTRACTIVENESS* «привабливість» (ознака, пов'язана з психологічною здатністю людини привертати до себе інших людей).

Мовленнєве втілення концепту *CHARM* в англійській мові в Інтернет-дискурсі досліджено на матеріалі текстів-рекомендацій, які носять прагматичний характер і навчають читачів, як сформувати свій позитивний імідж у повсякденній

комунікації, професійній діяльності та використовувати ціннісні ознаки даного концепту з маніпулятивною метою. За своєю жанровою спрямованістю тексти-рекомендації характеризуються великою різноманітністю і відрізняються певною лінгвокультурною специфікою.

Структура проаналізованих текстів-рекомендацій в англомовному Інтернет-дискурсі характеризується низкою спільних рис, які полягають у «подачі» ознаки за допомогою (1) її прямої номінації у вигляді коротких бездієслівних конструкцій (напр.: *Contagious Laugh*», «*Vocal Expression of Emotion, Expressive Face* / «Запам'ятовування імен», «Зацікавленість», «Справжність») або (2) її інтеграції в імперативні конструкції різного типу (напр.: *Take the positive spin! Fix your goal! Smile sincerely!* / *Завжди будь чесним, ввічливим і природним! Умій цікаво базікати про все! Усміхайся!*), які вводять подальше тлумачення, як тренувати і застосовувати її на практиці (напр.: *Take the positive spin!* → [*People want to be around other positive people not complainers or those who always take the negative spin. If you can see the positive in situations – even better – take action towards making things more positive then you will be seen as someone of high social importance becoming much more attractive to those around you*]. Обсяг тренувальної рекомендації також може бути різним і варіюватися від трьох до десяти пропозицій.

**Внутрішні ціннісні ознаки** CHARMING PERSON є змістовними «індикаторами» концепту CHARM і проявляються через домінуючу ознаку SELF-DEVELOPMENT або DEVELOPMENT OF PERSONALITY, наприклад: *For the development of personality, in other words, for self-development, we can take some measures that will transform us into great human beings*. Ознака SELF-DEVELOPMENT презентується концептами:

1. GOAL, AIM, MENTAL INSPIRATION, наприклад: *Maybe we are busy or tired, or sometimes do not feel like working. In this case, our main problem is the lack of a definite aim. So we have to select and fix a goal before we start to work; Aim always gives mental inspiration and strengthens your confidence-level. However, the researchers have observed that if the aim is too flexible, it is never successful.*

2. TIME, наприклад: *Start working with enough time in your hand. Those, who take time to start a work, are, in one sense, too much optimistic. They think that though they have started late, they will be able to finish it in time; To answer unnecessary telephone calls, use the most unproductive time of the day, for*

*example, before the lunch-time or before you go to the office in the afternoon.*

3. MEDITATION, наприклад: *Meditate again in the morning. Make your work schedule for the whole day. Start your day's work with new inspiration.*

Ознака SELF-DEVELOPMENT актуалізується в таких складниках, як *self-esteem* / «самоповага, *self-confidence* / «впевненість у собі», *self-control* / «самовладання, володіння собою, *simply-be-yourself* / «просто-будь-сабою». Так, SELF-ESTEEM має бути, перш за все, здоровим (*healthy, good*), наприклад: *You may have noticed that people with a magnetic personality are most often calm and composed. This comes from healthy self-esteem; Care about your appearance, because looking better helps with self-esteem (хороший зовнішній вид допомагає здоровому самоуваженню) and you must have a good self-esteem and confidence.*

Ознака SELF-CONFIDENCE, SELF-LOVE характеризується як *quiet, inspiring, convincing*, наприклад: *Exude a quiet self-confidence, Self-love, self-confidence and authenticity are the foundational elements of attractiveness*. Потрібно зазначити, що лексична одиниця *self-confident* в англомовній культурі має позитивну конотацію.

Ознаку SELF-CONTROL необхідно «включати» для контролю над негативними емоціями, наприклад: *Control your anger: look for the reasons behind your anger. Take realistic measures to sweep off these reasons. Your anger and excitement will drop down soon»; «Control your tone of voice. Your voice should be gentle and peaceful, yet direct. Articulate your words clearly and project your voice. Practice giving compliments into a recorder and play it back. Does your voice sound sincere?*

Прикладом актуалізації ознаки SIMPLY-BE-YOURSELF є: *Do not concern yourself with what others think about you. You can not control what they think about you anyway, so do not worry about making a good impression. Simply be yourself. People appreciate your honesty when you always show your true colors.*

Перейдемо до аналізу **зовнішніх ознак** створення іміджу CHARMING PERSON у досліджених текстах.

В англомовній лінгвокультурі для розвитку іміджу *charming person* необхідно враховувати, що BODY LANGUAGE грає величезну роль у транслюванні чарівності, впевненості, наприклад: *Body language can go a long way in making people think you are confident.*

Найважливішими в іміджі чарівної людини є такі ознаки, що вкладаються в меседжі проаналізованих текстів-рекомендацій:

(1) мімічні: FACE у цілому, яке повинно бути виразним (*expressive*) (1) *It's also related to having an expressive face, in that the more your audience can read in your body language, the more they grasp your meaning and enjoy your company*» і може висловлювати різні почуття, наприклад *satisfaction*; (2) *Your face will show your satisfaction, chest uplifted*», *pride*; (3) *So you feel proud and your face glows in pride* і SMILE *genuine, big, friendly, sincerely*, наприклад: *A smile is always something good, because it shows you have a nice personality and helps you feel okay*;

(2) окулесичні: EYE CONTACT, наприклад: (1) *Looking at people directly in the eyes gives you a certain hold over them*; (2) *Keep eye contact throughout the conversation. No matter what you're talking about, holding the person's eyes will make you seem more charming*;

(3) фонаційні: VOICE (*confident, gentle, peaceful, direct, sincere*), наприклад: (1) *A lively, expressive voice is one of the most powerful instruments in the world, especially when it's resonant and sparkles with changes of pitch, speed, and volume*; (2) *Your voice should be gentle and peaceful, yet direct*;

(4) гаптичні: TOUCHING (*light*), наприклад: *During the course of the conversation, it may be appropriate to use light touching to keep it moving. You can lightly touch the person's shoulder*. І HANDSHAKE (*firm*), наприклад: *When you meet someone, give a firm handshake and look the other person in the eye*.

Частотний розподіл маніпулятивних ознак англійського концепту CHARM загальною кількістю 59 лексичних одиниць на 345 вживань, виявлених методом суцільної вибірки з текстів-рекомендацій *How to be charming* / або *The ways of charming* загальним обсягом 15 тис. слів, виглядає так в ядерній, медіальній і периферійній зонах.

Так, 11 ознак **ядерної зони**, які найбільш активно використовувалися для навчання, як стати *charming person* / *magnetic personality*, розподілилися в так даній підгрупі (загальний обсяг вживання – 179 одиниць / 100%): (1) *smiling* (14,5%), (2) *positive* (10,6%), (3) *genuine* (10,6%),

(4) *magnetic* (10,1%), (5) *confident* (10,1%), (6) *engaging* (9,5%), (7) *complimenting* (8,4%), (8) *interesting* (7,3%), (9) *comfortable* (6,7%), (10) *energetic* (6,1%), (11) *warm* (6,1%).

**Медіальну зону** ціннісних ознак англійського концепту CHARM становили 37 ознак, які в даній підгрупі розподілилися так (загальний обсяг вживання – 155 одиниць / 100%): (1–4) *funny, inspirational, open, successful* (5,8%), (5–6) *exciting, impressive* (5,2%), (7) *sincere* (4,5%), (8–9) *kind, sharing* (3,9%), (10–11) *appearance, dynamic, sexual* (по 3,2% кожен), (12–17) *intensive, light* (по 2,6% кожен) і ін.

**Периферійну зону** ціннісних ознак англійського концепту CHARM становили 11 ознак, кожна з яких було в даній вибірці текстів зафіксовано тільки один раз, наприклад *awesome, easy, empathetic, endearing*.

**Висновки.** Проведений аналіз показав, що визначальними когнітивними понятійними ознаками концепту CHARM в англійській мові є MAGICNESS «магічність, чаклунство» (ознака – нез'ясовний, схоже на чаклунство) і ATTRACTIVENESS «привабливість» (ознака – пов'язаний із психологічною здатністю людини привертати до себе інших людей). Аналіз мовленнєвого матеріалу виявив важливість такої ціннісної ознаки, як SELF-DEVELOPMENT або DEVELOPMENT OF PERSONALITY / САМОРОЗВИТОК, яка актуалізується через її складники: *self-esteem*/самоповага, *self-confidence*/впевненість у собі, *self-control*/володіння, самовладання, *simply-be-yourself* «просто-будь-собою», що виявляються, у першу чергу, у мові тіла (BODY LANGUAGE), наприклад FACE (*satisfaction, expressive*), SMILE (*genuine, big, friendly, sincerely*), EYE CONTACT (*directly*), TOUCHING (*light*), HANDSHAKE (*firm*), а також VOICE (*boldness, confident, gentle, peaceful, direct*).

Перспективі даного дослідження вбачаємо у подальшому вивченні вербалізації концепту CHARM/ЧАРІВНІСТЬ в індивідуально-авторських картинах світу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеичева О. И. Оценка обаяния телеведущего телезрителями с разными личностными качествами: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Москва, 2007. 227 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 476 с.
3. Карасик В. И. Языковые ключи. Москва : Гнозис, 2009. 406 с.
4. Пименова М. В. Концепт СЕРДЦЕ: Образ. Понятие. Символ : монография. Кемерово : КемГУ, 2007. 500 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
6. Be charming. URL : <http://www.wikihow.com/Be-Charming>.
7. Captivate people. URL : <http://www.wikihow.com/Captivate-People>.
8. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. URL : <http://dictionary.cambridge.org/dictionary>.
9. Collins English Dictionary. URL : <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/English>.

#### REFERENCES

1. Ageicheva O. I. The evaluation of charm of an anchorperson by the viewers with different personal qualities [Ocenka obajanija televedushhego telezriteljami s raznymi lichnostnymi kachestvami]. Extended abstract of candidate's thesis. Moscow, 2007. 227 p. [in Russian].
2. Karasik V. I. Language circle: personality, concepts, discourse [Jazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs]. Volgograd: Peremena, 2002. 476 p. [in Russian].
3. Karasik V. I. Language keys [Jazykovye kljuchi]. Moscow: Gnozis, 2009. 406 p. [in Russian].
4. Pimenova M. V. Concept HEART: image, notion, symbol [Koncept SERDCE: Obraz. Ponjatie. Simvol]. Kemerovo: KemGU, 2007. 500 p. [in Russian].
5. Selivanova O. O. Modern linguistics: terminological encyclopedia [Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediya]. Poltava: Dovkillya-K, 2006. 716 p. [in Ukrainian].
6. Be charming. URL: <http://www.wikihow.com/Be-Charming>
7. Captivate people. URL: <http://www.wikihow.com/Captivate-People>
8. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary>
9. Collins English Dictionary. URL: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/English>