

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні



ШКІЦЬКА ПРИНА ЮРІЇВНА

УДК 811.161.2'371'27

**МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ
В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

Спеціальність 10.02.01 – українська мова

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філологічних наук

Київ – 2013

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.

Науковий консультант:

доктор філологічних наук, професор

Бріцин Віктор Михайлович,

заступник директора з наукової роботи Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України.

Офіційні опоненти:

доктор філологічних наук, професор, академік НАПН України,
заслужений діяч науки і техніки

Кононенко Віталій Іванович,

завідувач кафедри загального та германського мовознавства Інституту філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

доктор філологічних наук, професор

Жайворонок Віталій Вікторович,

провідний науковий співробітник Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України;

доктор філологічних наук, професор

Сологуб Надія Миколаївна,

провідний науковий співробітник Інституту української мови НАН України.

Захист відбудеться «19» березня 2013 року о 14⁰⁰ на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.172.01 Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (01001, м. Київ, вул. Грушевського, 4).

Із дисертацією можна ознайомитися в науковій бібліотеці Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (01001, м. Київ, вул. Грушевського, 4).

Автореферат розісланий «5» лютого 2013 року.

Учений секретар

спеціалізованої вченої ради

кандидат філологічних наук



Т. Я. Марченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Характерною рисою лінгвістики останніх десятиліть є перенесення наукових інтересів учених до вивчення мовних явищ у функціонально-комунікативному аспекті, що спричинило фокусування уваги на сфері комунікативної взаємодії мовців. Особливої актуальності набули студії, присвячені опису мовних одиниць з урахуванням їхніх структурно-семантичних і комунікативно-прагматичних особливостей, а також дослідження, спрямовані на визначення закономірностей мовного спілкування як комплексного інтеракціонального явища соціального буття (В. Г. Адмоні, О. В. Бондарко, В. Г. Гак, Г. О. Золотова, Є. В. Гулига, М. М. Кожина, Н. Д. Арутюнова, Ю. М. Караулов, О. С. Снитко, І. П. Сусов, А. П. Загнітко, Т. В. Маркелова, Н. М. Разінкіна, О. О. Тараненко, Н. Ю. Шведова, Д. М. Шмельов, Ф. С. Бацевич, Т. А. Космеда, В. В. Зірка).

Лінгвістів дедалі більше цікавить проблема маніпулювання поведінкою людини. Маніпулятивний вплив та маніпулятивно марковані ресурси мови були об'єктом досліджень Ф. С. Бацевича, В. В. Зірки, О. В. Дмитрук, Т. Ю. Ковалевської, О. С. Іссерс, Л. А. Нефедової, М. В. Глаголева, В. Г. Байкова, А. В. Олянича, О. С. Попової, П. Б. Паршина, Л. В. Балахонської, Ю. С. Баскової, Л. Ю. Веретенкіної, Є. М. Мажар, О. Л. Михайлової, Т. М. Бережної, О. В. Денисюк, І. Л. Дергачевої та ін.

Незважаючи на збільшення кількості мовознавчих студій із вивчення феномену маніпуляції, ще не вироблено єдиного підходу до розгляду явища міжособистісного маніпулювання, немає повного опису засобів вербалізації маніпулятивного впливу, його жанрів і прийомів. Часто лінгвістичні дослідження маніпуляції не мають комплексного характеру, зосереджуються лише на окремих аспектах цього явища, залишаючи поза увагою численні питання. Це відкриває перспективи для подальшого розвитку теорії мовного впливу та дослідження різних видів маніпулятивної діяльності.

Для опису реалізації регулятивної функції мови все частіше використовують стратегічний підхід – особливий тип прагматичного опису дискурсу, спосіб вивчення мовленнєвої діяльності через визначення комунікативних стратегій та особливостей їх вербалізації з урахуванням мовного й позамовного контексту.

Попри велику кількість наукових розвідок, предметом дослідження в яких постають комунікативні стратегії, дотепер не існує вичерпної класифікації основних комунікативних стратегій і тактик. Питання виявлення специфіки їхньої мовної репрезентації, а також планування, прогнозування та застосування є актуальними й відповідають потребам сучасної лінгвістичної науки. Зокрема, усебічного дослідження потребує комунікативна стратегія, спрямована на зміну поведінки, ментального й емоційно-психічного стану співрозмовника шляхом повідомлення приємної для нього інформації або інформації, що позитивно презентує мовця чи містить указівку на спільне між комунікантами. Цю стратегію в дисертації названо маніпулятивною стратегією позитиву. Її дотепер зарубіжні та вітчизняні вчені не виокремлювали і засоби її вербалізації ґрунтовно не вивчали.

Актуальність дисертації зумовлена посиленням інтересу лінгвістів до вивчення системно-функціональної природи мовлення, комунікативної орієнтованості всіх одиниць і категорій мовної системи, розумінням мови як діяльності, що слугує засобом вияву інтенцій індивіда,

зосередженістю на вирішенні проблем стратегічного планування й організації мовного спілкування, недостатньою вивченістю маніпулятивних стратегій, їх тактик, прийомів та жанрів на засадах комунікативного і діяльнісного підходів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження виконане в рамках комплексних тем кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету «Нові підходи в інформаційній діяльності» (номер державної реєстрації 0107U005986), «Історико-політичні та мовно-культурні виміри сучасної України» (номер державної реєстрації 0112U000074). Тема дисертації затверджена фаховою координаційною радою «Українська мова» Інституту української мови НАН України (протокол № 42 від 13 травня 2008 року).

Метою дисертації є комплексний опис мовної репрезентації маніпулятивної стратегії позитиву з урахуванням соціокомунікативних аспектів, виявлення репертуару її тактик і прийомів.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) розглянути підходи до вивчення комунікативних стратегій і тактик, окреслити місце маніпулятивної стратегії позитиву серед інших комунікативних стратегій;
- 2) визначити теоретико-методологічні принципи дослідження маніпулятивної стратегії позитиву в межах інтегративної наукової парадигми;
- 3) порівняти жанрові типи компліментарних висловлювань крізь призму їх функціонування в маніпулятивному дискурсі, здійснити якісно-кількісний аналіз семантичних різновидів маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань, висвітлити прагматичні функції компліментів у маніпулятивному дискурсі, описати непрямі компліментарні висловлювання, виявити чинники формування значень, нетипових для структури мовних одиниць, що їх виражають;
- 4) виокремити і описати основну та периферійні тактики маніпулятивної стратегії позитиву, дослідити їх взаємодію;
- 5) інвентаризувати й схарактеризувати способи та прийоми інтенсифікації маніпулятивного впливу;
- 6) дослідити структурно-семантичну організацію засобів вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника, виявити маніпулятивний потенціал звертань, займенникових форм, аргументом у структурі позитивнооцінних експресивів;
- 7) з'ясувати стилістичні особливості маніпулятивно спрямованих меліоративних мовних засобів;
- 8) визначити соціокомунікативні фактори, що впливають на відбір адресантом мовних засобів під час використання ним маніпулятивної стратегії позитиву, показати зумовленість семантичних різновидів характеристикації адресата соціально-комунікативними позиціями співрозмовників та умовами спілкування;
- 9) виявити набір комунікативних ситуацій, притаманних маніпулятивному дискурсу позитиву, описати їхню організацію і типи, визначити генеральні та проміжні інтенції мовця, що вдається до маніпулятивного впливу.

Об'єктом дослідження стали вибрані з творів художньої української літератури й усного мовлення мовні одиниці, у яких реалізується маніпулятивна стратегія позитиву.

Предмет дослідження становлять лексичні, граматичні та стилістичні особливості засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву, а також її соціопрагматичні характеристики.

Матеріалом дисертації слугувала авторська картотека, що налічує понад 5000 фрагментів текстів із висловленнями, які містять комунікативні події – факти здійснення маніпулятивного впливу, укладена методом суцільної вибірки з художніх текстів української літератури XIX–XXI ст. загальним обсягом 58821 сторінка. До аналізу було залучено також записи усного мовлення. Механізм реалізації маніпулятивної стратегії позитиву досліджувався в умовах офіційного й неофіційного усного спілкування з диференціацією ступенів знайомства комунікантів, їхнього віку, статі, статусу, соціальних ролей і типу стосунків між ними.

Методологічною основою дослідження є дихотомічне розуміння мови як суспільного явища, «реальної системи» (О. С. Мельничук), усвідомлення діалектичного взаємозв'язку загального й окремого, взаємодії суб'єктивного та об'єктивного в мові, дуалізму мовного знака. Науковими підходами, використаними в дисертації, постають системний, структурний, функціональний, стратегічний, прагматичний, діяльнісний і комунікативно-дискурсивний.

Методи дослідження зумовлені його метою та завданнями. Основними методами, застосованими в роботі, є описовий і класифікаційний методи, метод прагмасемантичної інтерпретації, методи лінгвостилістичного, структурного та конверсаційного аналізу, дискурс-аналіз, метод кількісного аналізу.

За допомогою *описового методу* було встановлено факти маніпулювання під час міжособистісного спілкування, уведено їх до наукового дослідження, описано особливості вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву.

Класифікаційний метод дав змогу окреслити місце маніпулятивної стратегії позитиву серед інших комунікативних стратегій, виокремити структурно-семантичні різновиди маніпулятивно маркованих мовних засобів.

Метод прагмасемантичної інтерпретації слугував виявленню й комплексному дослідженню комунікативних ситуацій маніпулювання адресатом, поясненню специфіки вербального вираження маніпулятивного впливу, виокремленню тактик і прийомів маніпулятивної стратегії позитиву, визначенню функцій експресивів у маніпулятивному дискурсі, здійсненню функціональної характеристики маніпулятивно спрямованих висловлювань.

Метод лінгвостилістичного аналізу використано для опису реалізації маніпулятивного потенціалу художніх тропів і стилістичних фігур.

Метод структурного аналізу забезпечив визначення морфолого-синтаксичних особливостей засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву.

За допомогою *методу конверсаційного аналізу* з'ясовано механізм управління поведінкою адресата в ситуаціях маніпулювання, здійснено аналіз вербального вияву маніпулятивної стратегії позитиву з урахуванням структури діалогу та зміни комунікативних ролей співрозмовників.

Дискурс-аналіз як метод лінгвістичного дослідження сприяв виявленню екстралінгвальних чинників, що впливають на інтеракцію та її вербальне вираження, вивченню різних типів створюваних мовцем дискурсів, а також дав змогу встановити зв'язок між соціокомунікативними факторами спілкування й особливостями мовної репрезентації досліджуваної комунікативної стратегії.

Метод кількісного аналізу залучався для кількісного і відсоткового підрахунку явищ, зокрема для визначення частотності вживання меліоративних мовних одиниць різних рівнів у ситуаціях маніпулювання, вимірювання зв'язків між мовними елементами.

Наукова новизна одержаних результатів. У дисертації вперше в українському мовознавстві на широкому фактичному матеріалі здійснено системний різнорівневий аналіз засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву, з'ясовано сутність маніпулятивної стратегії позитиву, окреслено її місце в класифікаційній системі комунікативних стратегій, визначено репертуар маніпулятивних тактик позитиву, описано їхні мовні маркери з урахуванням настанов мовця на маніпуляцію та соціально-психологічних характеристик співрозмовників, виокремлено прийоми інтенсифікації маніпулятивного впливу, детально проаналізовано засоби їх вербалізації, показано шляхи розкриття маніпулятивного потенціалу художніх тропів і стилістичних фігур, вивчено вплив екстралінгвальних факторів на відбір адресантом мовних засобів під час маніпулювання, виявлено жанрові особливості компліментів, похвал і схвалень крізь призму їх функціонування в маніпулятивному дискурсі, виокремлено та систематизовано семантичні різновиди компліментарних висловлювань як маніпулятивних ресурсів української мови, визначено функції компліментів у ситуаціях маніпулювання співрозмовником, здійснено аналіз взаємодії тактик маніпулятивної стратегії позитиву, встановлено частотність функціонування в маніпулятивному дискурсі висловлювань, за допомогою яких вони вербалізуються.

Теоретичне значення дисертації полягає в тому, що в ній з'ясовано структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості висловлювань, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, виявлено способи реалізації маніпулятивного потенціалу мовних засобів на різних мовних рівнях. Результати здійсненого дослідження доповнюють теорію української прагмалінгвістики новими інтерпретаціями, сприяють вивченню закономірностей міжособистісного спілкування, усвідомленню архітектоніки загальних властивостей мови, законів її розвитку та функціонування в соціумі, розумінню механізмів побудови різнорівневих мовних одиниць.

Наукові положення, сформульовані в дисертації, є внеском у розвиток теорії мовленнєвого впливу, теорії комунікації, теорії мовленнєвих актів, теорії мовленнєвої діяльності, теорії дискурсу, риторики. Вони слугуватимуть джерелом для розроблення типології мовленнєвих стратегій у наукових парадигмах, нових розвідок у ракурсі дослідження стратегічного планування мовленнєвої взаємодії. Аналіз мовної реалізації маніпулятивної стратегії позитиву дасть змогу моделювати мовну картину світу комунікантів, поповнить базу для створення інтегральної теорії впливу.

Практичне значення одержаних результатів визначає передусім те, що вони можуть бути використані в розробленні лекційних курсів для вищої школи, написанні підручників і посібників з української мови, етики ділового спілкування, для проведення семінарських та практичних занять зі спецкурсів із семантики, прагмалінгвістики, функціональної стилістики і культури мови, риторики, етикету, комунікативної лінгвістики, психолінгвістики, теорії комунікації, а також тренінгів з оптимізації міжособистісного спілкування, ораторської майстерності, регулювання поведінки співрозмовників у ситуаціях ділової та неформальної інтеракції. Лінгвістичне дослідження маніпулятивної стратегії позитиву уможливило створення ефективної реклами, конструювання контекстів, орієнтованих на гармонізацію комунікативного буття людини.

Особистий внесок здобувача полягає в тому, що дисертація містить оригінальне висвітлення мовної репрезентації маніпулятивної стратегії позитиву. Виявлено її тактики,

прийоми, способи посилення впливової функції маніпулятивно маркованих меліоративних мовних одиниць. Запропоновано новий підхід до аналізу висловлювань, що передають позитивну оцінку та виражають позитивне ставлення до адресата, – крізь призму їх функціонування в маніпулятивному дискурсі. Дисертація є самостійним, одноосібним дослідженням. Усі публікації написано без співавторів.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертації та одержані результати були представлені в доповідях на щорічних звітних наукових конференціях, що проводились у Тернопільському національному економічному університеті (2009 – 2012), на XVII–XXI Міжнародних наукових конференціях «Мова і культура» імені проф. Сергія Бураго (Київ, 2008 – 2012), I Міжнародному Кримському лінгвістичному конгресі «Мова і світ» (Ялта, 2009), II Міжнародному Кримському лінгвістичному конгресі «Мова і світ» (Ялта, 2010), Міжнародній науковій конференції «Граматичні читання – VI» (Донецьк, 2011), V Міжнародній науково-практичній конференції «Мова і світ: дослідження та викладання» (Кіровоград, 2011), Міжнародній науковій конференції «Володимир Гнатюк у контексті розвитку культури України» до 140-річчя від дня народження академіка Володимира Гнатюка (Тернопіль, 2011), Всеукраїнській науковій конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича «Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблем перекладу» (Житомир, 2011), Міжнародній науковій конференції «Лексичні та граматичні одиниці: функціонально-семантичний і комунікативно-прагматичний аспекти» (Київ, 2011), Міжнародній науковій конференції «Мова – література – культура в контексті національних взаємозв'язків» (Бердянськ, 2011), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Мова. Культура. Взаєморозуміння» (Дрогобич, 2011), Міжнародній науковій конференції «Системний аналіз функціонування мовних одиниць» (Київ, 2011), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Українське мовознавство: теоретичні та прикладні проблеми» (Кіровоград, 2011), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Слобожанська бесіда – 5. Діалектне мовлення як лінгвокультурний феномен» (Луганськ, 2011), V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі» (Київ, 2011), XIV Міжнародній науковій конференції з актуальних проблем семантичних досліджень «Художній текст у різних лінгвістичних парадигмах» (Харків, 2012).

Матеріали дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету, а також на засіданнях відділу загальнославистичної проблематики та східнослов'янських мов Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України.

Публікації. Результати дослідження відображено в 32 публікаціях, написаних без співавторів, зокрема в монографії та 31 статті (29 із них – у наукових фахових виданнях).

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, восьми розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг дисертації становить 484 сторінки, основного тексту – 400 сторінок. У списку використаних наукових праць налічується 517 найменувань, у списку джерел художньої літератури – 157 одиниць. Дисертація містить 14 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано вибір теми дослідження, визначено його актуальність і теоретичні засади, сформульовано мету та завдання роботи, описано матеріал дослідження, визначено його об'єкт, предмет, структуру, окреслено методи реалізації поставлених у дисертації завдань, з'ясовано теоретичну цінність і практичне значення праці, її наукову новизну, подано відомості про апробацію основних положень дисертації та кількість публікацій.

У першому розділі **«Маніпулятивні меліоративні стратегії як об'єкт прагмалінгвістичних розвідок»** визначено місце маніпулятивної стратегії позитиву серед інших комунікативних стратегій, здійснено порівняльну характеристику компліментів, похвал і схвалень як мовленнєвих жанрів, виявлено специфіку їх репрезентації в маніпулятивному дискурсі. Розділ містить огляд літератури з досліджуваного питання й аналіз стану його вивчення в лінгвістиці.

Опрацювання мовознавчих наукових робіт, у яких застосовуються функціональний, стратегічний і прагматичний підходи до дослідження явища маніпуляції, дало змогу визначити такі тенденції розвитку сучасної прагмалінгвістики:

- вузьке та широке розуміння мовленнєвого і маніпулятивного впливу;
- переважання прагмалінгвістичних досліджень, у яких з'ясовуються особливості мовних засобів із впливовим потенціалом у рекламному та політичному дискурсах;
- перебільшена увага мовознавців до аналізу екстралінгвальних чинників під час дослідження феномену маніпуляції;
- суб'єктивність у трактуванні й оцінці явища маніпулювання поведінкою індивідів.

Маніпулятивні стратегії широко використовують на рівні масової свідомості, у засобах масової інформації, а також під час міжособистісного спілкування. Маніпулятивну стратегію позитиву розглядаємо як стратегію міжособистісної комунікації, якій притаманні індивідуалізованість, різноманітність мовних засобів, їх ситуативна варіативність залежно від умов спілкування, цілей, настанов мовця, стосунків між співрозмовниками.

Незважаючи на те, що більшість дослідників маніпулятивного впливу поділяють думку про деструктивність маніпуляції, маніпулятивна стратегія позитиву є стратегією неконфліктної взаємодії, оскільки базується на функціональному принципі позитивного оцінювання, схвалення, виявлення прихильності та симпатії, не суперечить принципам толерантності, кооперації, інструментальної ввічливості.

Досліджувана стратегія може бути як реалізованою в межах одного комунікативного акту, слугувати досягненню чітко окресленої мети, так і бути розтягнутою в часі – коли маніпулятор ставить довготривалі цілі чи його метою є встановлення дружніх стосунків із співрозмовником. Маніпулятивно спрямовані висловлювання належать до тих, що мають посткомунікативну силу, а отже діють не тільки на етапі комунікативного акту.

В основі маніпулятивної стратегії позитиву лежить потреба людини в гідній оцінці іншими, у визнанні, повазі, любові, належності до певної соціальної групи, потреба в позитивних емоціях. Ця стратегія репрезентує вплив на адресата передусім через емоційну сферу.

За наявності ілюктивного примусу маніпулятивна стратегія позитиву більшою мірою є ініціативною комунікативною стратегією, проте не виключені випадки її функціонування як

респонсивної – здебільшого в разі переслідування мовцем довготривалих цілей і несиметричної комунікації.

За способом реалізації маніпулятивну стратегію позитиву відносимо до м'яко-гнучких комунікативних стратегій: чітко дотримуючись принципів, норм і конвенцій спілкування, мовець-маніпулятор залежно від обставин та ситуації може їх порушувати. І етикетні моделі спілкування, і маніпулятивна стратегія позитиву орієнтовані на кооперацію, обслуговують сферу доброзичливих стосунків. Однак досліджувана стратегія представляє інструментальну ввічливість, що протиставляється нормативній. Якщо етикетні висловлювання тяжіють до одноманітності складу, їм притаманна відтворюваність у мові, то інструментальні висловлювання є наслідком свідомого вибору варіантної форми з урахуванням ситуації спілкування, тому їх характеризує різноманітність і варіативність.

За функціональним критерієм маніпулятивна стратегія позитиву – допоміжна, зокрема прагматична, стратегія, що передбачає оцінку комунікативної ситуації та вибір способів впливу, ефективних у кожному конкретному випадку.

Основним жанровим типом цієї стратегії постає компліментарне висловлювання. До його різновидів належать комплімент, похвала та схвалення, що є ілокутивними актами класу експресивів (за Дж. Р. Серлем).

У лінгвістичних працях компліментарні висловлювання розглядали або з позицій теорії мовленнєвих актів та теорії мовленнєвої діяльності (А. Померантц, Р. К. Герберт, Г. Стрейт, Дж. Холмс, Л. О. Кокойло, В. Я. Міщенко, Л. І. Клочко та ін.), або крізь призму концепції ввічливості, стратегій уникнення конфліктів і згоди – як засіб зближення комунікантів, контактовстановлювальний елемент, спосіб демонстрації добрих намірів й етикетизатор спілкування (Дж. Мейнз, Н. І. Формановська, С. С. Скалянчук, В. В. Леонтьєв, О. М. Мацько, Е. С. Ветрова, І. І. Морозова та ін.). Винести впливову функцію позитивнооцінних висловлювань на перший план у лінгвістичних студіях дав змогу стратегічний підхід, що активно застосовується в мовознавстві протягом останніх двадцяти років.

Комплімент, похвала та схвалення різняться умовами істинності пропозиції, часом референції, присутністю адресата, способом реалізації позитивної оцінки, статусними відмінностями між комунікантами, характером оцінки, ілокутивною метою, планованістю мовленнєвого акту, конвенційністю, вираженням інтенціонального стану. У маніпулятивному дискурсі багато відмінностей між названими жанрами нівелюється. Комплімент, похвала та схвалення становлять мовленнєво-актову єдність: їх об'єднує орієнтованість на досягнення мети, яку ставить маніпулятор. Фактор об'єктивності позитивної оцінки не відіграє вирішальної ролі в досягненні проміжної мети – зробити приємне співрозмовнику.

У другому розділі дисертації **«Теоретико-методологічні засади дослідження маніпулятивної стратегії позитиву»** подано теоретичну базу та поняттєво-термінологічний апарат дослідження, викладено методологічні засади опису засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву.

Поняття «стратегія» в інструментарії лінгвістики функціонує в різних, здебільшого семантично тотожних, значеннях: «комунікативна стратегія», «мовленнєва стратегія», «комунікативно-мовленнєва стратегія», «стратегія спілкування», «стратегія мовленнєвого спілкування», «стратегія мовленнєвої поведінки», «мовленнєво-поведінкова стратегія», «стратегія

мовленнєвого впливу», «стратегія комунікативного впливу», «стратегія комунікативної взаємодії», «комунікативна стратегія дискурсивної поведінки і становлення особистості».

Комунікативна стратегія постає сукупністю правил оптимальної комунікативної поведінки з урахуванням мети спілкування, інакше кажучи, генеральною макроінтенцією, що визначає організацію мовленнєвої поведінки комуніканта відповідно до комунікативних / некомунікативних цілей мовця і специфічних умов спілкування. Маніпулятивна стратегія спрямована на здійснення маніпулятивного впливу, її репрезентують мовні засоби, ужиті з метою маніпулювання, у поєднанні з певними прийомами структурування та подання інформації.

Досліджувана стратегія визначається як комунікативна – з огляду на те, що в понятті «стратегія» стрижневим є намір, мета. Це передбачає врахування екстралінгвальних чинників, розкриття прагматичних значень, які стосовно інших типів значень характеризуються більшою контекстною та ситуативною зумовленістю.

Поняття «стратегія», «тактика», «мовленнєвий акт», «мовленнєвий жанр» відображають різні рівні абстрагування текстової дійсності: мовленнєві акти, стратегії і тактики належать до сфери мовленнєвих дій, а мовленнєві жанри, висловлювання – до сфери результатів цих дій. Мовленнєвий жанр перебуває між дискурсом і мовленнєвим актом та репрезентує типізовані форми мовленнєвої комунікації. Його прагматичним відповідником постає маніпулятивний акт.

Поняття «стратегія» і «тактика» співвідносяться як загальне та часткове, позначають більші мовні одиниці, ніж поняття «мовленнєвий акт» чи «мовленнєвий жанр». Тактика, як і мовленнєвий акт, – мовленнєва дія, але її розглядають не ізольовано, а як спосіб реалізації стратегії. Засобом досягнення комунікативного ефекту, заданого в тактичній настанові, є комунікативний хід. Тактичні ходи в межах стратегій реалізуються у вигляді мовленнєвих жанрів, а в конкретному акті спілкування виявляються на рівні висловлювань. Вираженню інваріантного тактичного смислу за допомогою тих чи тих мовних засобів слугують прийоми. Посилення впливового ефекту стратегій і тактик забезпечують інтенсифікатори – мовні засоби оптимізації впливової функції висловлювань.

Основний вид мовленнєвих актів, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, становлять експресиви. Визначення маніпулятивності позитивнооцінних експресивів у дисертації здійснено з урахуванням мети (призначення) мовленнєвого акту, умов, за яких відбувається акт мовлення, стосунків між комунікантами, імпульсу волевиявлення мовця (ініціальність / респонсивність мовленнєвого акту), бенефактивності / небенефактивності дії для одного з учасників комунікативного акту.

Третій розділ **«Субтактична репрезентація тактики підвищення значимості співрозмовника»** присвячений опису субтактик основної тактики маніпулятивної стратегії позитиву – тактики підвищення значимості співрозмовника. Її суть полягає в повідомленні партнеру позитивної інформації про нього у вигляді компліменту, похвали та схвалення або у вираженні позитивного ставлення до нього. За здійсненими під час аналізу підрахунками тактику підвищення значимості співрозмовника репрезентують 82 % прикладів вибірки, тоді як периферію досліджуваної стратегії утворюють тактика солідаризації, представлена 12 % прикладів робочої картотеки, і тактика позитивної самопрезентації, яка в кількісному співвідношенні становить лише 6 %.

У межах тактики підвищення значимості співрозмовника виокремлюються субтактика позитивного оцінювання та субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника. Перша є домінантною: на компліментарні висловлювання припадає 84 % експресивів, зафіксованих вибіркою.

Позитивну оцінку й прихильність до адресата мовець-маніпулятор може виражати прямо та в непрямий спосіб.

Прямо позитивна оцінка передається шляхом повідомлення інформації про наявність у співрозмовника позитивних рис, якостей, про його добрі вчинки; указівки на зв'язок свого (чи інших осіб) позитивного емоційно-психічного стану та позитивних змін у житті з особою адресата; висловлення переконаності в тому, що співрозмовник має позитивні якості, уміння, навички, здібності, спростування сумнівів щодо їх наявності; позиціонування адресата як прикладу для наслідування.

Непрямими способами вираження позитивної оцінки в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу є висловлення припущення про здогадливність партнера, прохання про пораду, повідомлення інформації про запозичення ідеї в співрозмовника, доручення адресату виконання якогось важливого завдання, висловлення жалю через нехтування думкою чи порадою співрозмовника, констатація факту виконання адресатом певної позитивно оцінюваної дії, повідомлення фактів, що прямо чи опосередковано свідчать про заслуги чи позитивні риси адресата, підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи, повідомлення інформації про його потрібність, висловлення бажання мати щось, належне адресату.

Прямими способами демонстрації прихильності до адресата постають повідомлення про свої (третьої особи) позитивні почуття до нього, позиціонування себе як друга, приятеля співрозмовника, висловлення впевненості у його щасливому майбутньому, вираження радості, задоволення з приводу знайомства, зустрічі, спільного відпочинку, праці, перебування в дружніх стосунках з адресатом, побажання йому добра.

Непрямо позитивне ставлення до співрозмовника виражається шляхом опису мовцем-маніпулятором свого емоційно-психічного стану, спричиненість якого приписується адресату, висловлення прохання до комунікативного партнера припинити «негативні» дії, позитивнооцінне номінування адресата або значимих для нього осіб, уживання пестливих форм звертань, вияв інтересу до співрозмовника, повідомлення інформації про моління за адресата чи обіцянка молитися за нього.

Впливову функцію маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань дають змогу інтенсифікувати такі комунікативні прийоми: «компліментарне висловлювання чужими вустами», повідомлення про загальну визнаність заслуг адресата, уживання універсальних висловлювань у компліментарній функції, «компліментарне висловлювання прихованому адресатові», «комплімент у присутності сторонніх», «компліментарне висловлювання на тлі самоприниження», «деталізація / генералізація компліментарного висловлювання», висловлення подиву або захоплення з приводу наявності у співрозмовника позитивних якостей, заслуг, «подвійний комплімент».

Інтенсифікація тактики підвищення значимості співрозмовника забезпечується прийомами запевняння адресата в щирості, протиставлення співрозмовника третім особам, підкреслення достовірності висловлюваного, «ховання» за МИ, непряме номінування співрозмовника у його

присутності, підкреслення унікальності адресата, підвищення чи зниження категоричності висловлюваного, діалогізація мовлення адресанта.

Одним із способів створення позитивної тональності спілкування є зменшення дистанції між комунікантами за допомогою жартів, наприклад: (хворий жартує з фельдшером, який його лікує) *Я, товаришу майстре на всі руки, недалекий, з тутешніх країв: я чув, як ви теляті вправили ноги – бичок виріс і, замість ходити наперед очима, ходив наперед хвостом* (Б. Харчук). Для маніпулятивно маркованих ситуацій флірту характерні образні експресиві-жарти, наприклад: (офіціантка хоче сподобатися диригентові оркестру)

– *Я чула, ви від їжджаєте від нас?*

– *Так, сьогодні останній концерт. Ми, митці, як ті птахи, що ніколи не засиджуються на місці.*

– *Шкода, що у нашому садочку ви співали так недовго* (Ю. Дольд-Михайлик).

Типовий прийом для ситуацій неформального спілкування, у яких реалізується маніпулятивна стратегія позитиву, – мовна гра. Вона дає змогу мовцеві продемонструвати дотепність, почуття гумору і відповідно – розумові здібності, що, у свою чергу, посилює вплив на адресата. Атрибутом мовної гри в маніпулятивному дискурсі позитиву є римована форма експресивів або висловлювань, що їх супроводжують, наприклад: (священик просить прихожанок напружити для нього прядива) ... *А ви, жіночки, божі бджілочки, працюйте для неба, працюйте й для того, що на цьому світі треба. Напрядіть моїй матушці по півміточку, бо вона молода й до роботи ще не звикла та й не дуже зугарна. Настане Пилипівочка, то не гуляйте, молітеся, та й в скриню добре дбайте* (І. Нечуй-Левицький).

Застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, із метою посилення впливу, зокрема демонстрації своєї щирості співрозмовнику, запобігання звинуваченням у введенні в оману, мовець аргументує компліментарні висловлювання, використовує їх як детермінанти певного стану речей чи позитивних почуттів до співрозмовника, послуговується експресивами для аргументації спонукальних висловлювань, наприклад: (Половець прийшов за порадою до ворожки) *Добре мати таку куму, як ви <...> І порадить, і слово гарне скаже, й тобі вже на душі легше* (В. Міняйло); (дівчина Маруся хоче випросити «колядне» в старого парубка Хоми, знаючи, що подобається йому) [*МАРУСЯ.*] *А чом же тебе не згадувать? Ти щедрий. От і тепер, певно, нашого Хлопчика, Мелана, всім наділиш!* (М. Старицький); (козаки хочуть залишити отамана ще на один термін) *Послужи нам, батьку, ще рік і не сперечайся з товариством, бо ми тебе хочемо і потребуємо!* (Т. Микитин).

У маніпулятивних контекстах найчастіше аргументуються компліментарні висловлювання, у яких: а) дається узагальнена або перебільшена позитивна оцінка співрозмовнику; б) адресат порівнюється з іншими особами; в) предметом похвали постають професійна майстерність співрозмовника, його вміння, навички, здібності, врода, моральні та інші особистісні якості.

Аргументами до спонукальних висловлювань у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу виступають висловлювання на позначення позитивного ставлення до співрозмовника та компліменти, що характеризують виконання ним певної дії або констатують факт її виконання, передають загально визнаність заслуг і позитивних якостей адресата, наявність у нього необхідного для виконання дії, маркують його особистісні якості, які цінуються в суспільстві взагалі та мовцем зокрема. Посилення впливу на співрозмовника забезпечується вживанням у ролі аргументу до спонукальних структур компліментарних висловлювань зі складником, що передає

значення обізнаності (*я (добре, прекрасно) знаю, мені відомо, я поінформований і под.*) та впевненості (*певен, впевнений, переконаний, не сумніваюся, не маю ані найменшого сумніву і т. д.*), а також аргументом, що апелюють до досвіду мовця.

Роль детермінантів певного стану речей і ставлення адресанта до адресата в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву виконують загальна позитивна оцінка співрозмовника, указівки на його привабливу зовнішність, професійну майстерність, розумові здібності, ділові, моральні якості, винятковість, наявність необхідного для здійснення дії, тривале знайомство мовця із співрозмовником, знання його характеру, заслуг, упевненість у наявності в адресата позитивних рис, віра в його можливості, сили, успіх, щасливе майбутнє.

У четвертому розділі «**Лексико-семантичні й граматичні засоби об'єктивації позитивної оцінки та прихильності до співрозмовника**» на лексичному та граматичному рівнях аналізуються мовні одиниці, які репрезентують тактику підвищення значимості співрозмовника. Визначено лексеми з яскраво вираженим маніпулятивним потенціалом, що слугують духовно-емоційному зближенню комунікантів. З'ясовано прагматичну значущість фразеологізмів у ситуаціях маніпулювання.

Невід'ємним атрибутом маніпулятивного дискурсу є оцінна лексика. Маніпулятивним контекстам притаманні не тільки позитивнооцінні слова: мовець, який послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника, також уживає лексеми з негативнооцінним значенням – переважно під час застосування прийомів протиставлення співрозмовника іншим особам та самоприниження (заради контрасту). Приклади ж функціонування лексем, що мають негативнооцінне значення, у компліментарних висловлюваннях стосовно адресата є поодинокими. У такому разі вони втрачають своє пряме значення, виконуючи функцію підсилення впливу й надаючи мовленню експресії, або їх значення нейтралізується супровідними лексемами із суфіксами пестливості чи самою ситуацією, контекстом, наприклад: (Пилип хоче покращити стосунки з дівчиною, із якою разом працює) [ПИЛИП.] *Бач, як тебебече! Ах ти лисичка лукава!* <...> *Та коли б я був молодий, то й посватав би* <...> (І. Карпенко-Карий); (Феноген захоплюється своїм спілником перед обгородкою) [ФЕНОГЕН.] *От вік прожив коло таких діл, де кожний день одним великі бариші, другим гроші, а третім, як кажуть, шиші, – а такого ідола, як ти, не бачив! Ми хоч крились і криємось, а ти говориш про те, що взяв чи вкрав, немов кому добро зробив!!!* (І. Карпенко-Карий).

Прагнення мовця зблизитися з адресатом засвідчують переходи на мову комунікативного партнера, наслідування його мовлення, що виявляється або в неформалізації спілкування, уживанні розмовних елементів і нелітературних різновидів мови, або в намаганні дотримуватися норм літературної мови, використанні вчистої лексики, книжних зворотів, термінів, слів іншомовного походження та слів із дифузною семантикою.

Для маніпулятивних контекстів характерні фразеологізми. Вони виконують функцію зменшення дистанції між комунікантами, вносять емоційну розрядку в спілкування, дають змогу мовцеві продемонструвати свою дотепність і почуття гумору, а також виявити симпатію до співрозмовника. Часто за допомогою фразеологізмів мовець дає перебільшену позитивну оцінку комунікативному партнерові (*дістане з пекла / з-під землі, дістане зірку з неба / зорі, переверне гори, полізе чорту в зуби / на роги, скрутить роги самому чорту, скрутить в баранку і т. д.*).

Фразеологізми в маніпулятивному дискурсі функціонують: а) у складі компліментарних висловлювань; б) у складі висловлювань, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника; в) як супровід маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних експресивів, наприклад: (науковий керівник переконує пошукувачку залишити журналістику й повернутися до наукової роботи) ... *але я закликаю вас не закопувати в землю свій талант і не робити такої прикрасі рідному батькові* (Н. Сняданко); (Василь домагається взаємності в коханні) [*ВАСИЛЬ.*] *То, може, я тебе боюсь, бо ще ніхто мені так памороки не забивав* (М. Старицький); (курінний отаман хоче гармонізувати стосунки з гетьманом) *Сам султан тікав від тебе, киваючи п'ятами. Та горло я тому передеру ось цими руками, хто наважиться про тебе гавкнути зайве, орле ти наш непереможний!* (З. Тулуб).

Прагматично значущим у маніпулятивних контекстах є протиставлення займенників «я» – «ти», «я» – «ви», «ми» – «ви». Займенники *всі, будь-хто, будь-який, кожний, усякий*, будучи кванторними словами, передають значення всезагальності та постають засобами генералізації. Частки та вигуки увиразнюють мовлення адресанта, сприяючи здійсненню маніпулятивного впливу. Великим впливовим потенціалом у маніпулятивному дискурсі відзначаються займенники «Ви» і «ти»: займенник «Ви» маркує повагу до адресата, «ти» – дружнє чи приязне ставлення. Уживання займенника «Ви» як засобу відчуження, а займенника «ти» як вияву фамільярності, неповаги, зверхності щодо комунікативного партнера не типові. Перехід із «ти» на «Ви» свідчить про шанобливе ставлення до комунікативного партнера, із «Ви» та «ти» – про намагання мовця скоротити дистанцію.

Маніпулятивно маркованим мовним засобом є звертання, що в маніпулятивних контекстах може бути «самостійним», тобто виступати основним засобом впливу на співрозмовника (зазвичай у таких випадках звертання супроводжують прохання, пропозиції, запрошення), або входити до складу компліментарних висловлювань чи висловлювань, що виражають прихильність до адресата. При цьому самостійно можуть уживатися лише кваліфікувальні звертання. Ідентифікувальні номінації-звертання входять до складу маніпулятивно спрямованих експресивів.

Маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника репрезентують етикетні звертання, звертання, що маркують стать, вік, місце проживання, соціальну роль, соціальний статус, віросповідання, посаду, професійну належність адресата, дружні стосунки між комунікантами, звертання на позначення родинних взаємин, метафоричні звертання, звертання, що дають позитивну оцінку адресатові, та звертання на власне ім'я.

Посилення впливу на комунікативного партнера під час інтеракції з маніпулятивним вектором відбувається за допомогою акцентування й уточнення звертань, їх контактного і дистантного повтору, гетеронімації та порушення мовних норм у звертаннях, супроводу звертань вигуками і присвійними займенниками, обумовлення дозволу на звертання, римованих звертань, звертань-авторських новотворів, звертань-жартівливих номінацій, наприклад: (хлопець просить Корнія Андрійовича сховати його від розлюченого батька) *Дідусю, ріднесенький, голубчику, сховайте мене! Я буду вам за челядина, за наймита по вік вічний, тільки сховайте мене! Спасіть, спасіть же мене, голубчику дідусю, любий, ясний мій* (Д. Яворницький); (староста запобігає перед суддею) *Благородія ваша висока, дайте нам агітатора, бо як перед Богом кажу: показились тепер дядьки* (М. Стельмах); (агітатор вербує селянина до «вільного козацтва») *Ваше місце, добродію, дозволите мені до вас саме так звертатись, серед тих, хто кує долю незалежної*

України нашої, хто прагне самостійності без всякого зовнішнього втручання (А. Іщук); (учитель праці заохочує учнів до прибирання території) *Молодці! Пишаюсь вами, дорогі товаришочки сини й дочки! ... Завзятушники-передовушники, як я таких називаю* (В. Нестайко); (науковець домагається від роботодавця, президента компанії, належної платні за свій винахід) *«Алло, це ти, розбійнику?»*. – *[На мить збентежившись, біолог відповів:] «Я, мій отамане»* (В. Савченко).

Надлишковими елементами речень, за допомогою яких вербалізується маніпулятивна тактика підвищення значимості співрозмовника, крім звертань, є вставні слова та конструкції, відокремлені й однорідні члени речення.

У п'ятому розділі «Стилістичні особливості маніпулятивно спрямованих експресивів» розкрито маніпулятивний потенціал фігур слова, зокрема фігур накопичення, переосмислення та переміщення. Досліджено специфіку вираження гіперболи і мейозису в тактиці підвищення значимості співрозмовника.

До фігур накопичення належать повтори та градація. Повтор у маніпулятивному дискурсі інтенсифікує позитивну оцінку. Досягнення впливового ефекту відбувається за рахунок надлишковості: повтор підсилює ілюзію позитивнооцінного експресива і відповідно – позитивну оцінку адресата чи вираження прихильності до нього мовця. У маніпулятивно спрямованих експресивах найпоширенішими видами повтору є лексичний і синтаксичний дистантний повтор. Інтенсифікацію впливової функції позитивнооцінних експресивів у маніпулятивному дискурсі забезпечує градація, наприклад: (цирульник домагається прихильності вродливої дівчини) *[ГОСТРОХВОСТИЙ.] Оленко! Щастя моє! Чи будете любити мене, виходити до мене щовечора? Бо я без вас не можу жити, не можу дихати, як не бачитиму ваших очей щовечора, як не держатиму вас за оці ручки щодня, щогодини!* (І. Нечуй-Левицький).

Фігури переосмислення в маніпулятивному дискурсі репрезентують метафори та їхні різновиди, епітети, порівняння й антитеза. Підвищеним впливовим потенціалом відзначаються метафоричні сполучення, що мають високу образність унаслідок великого зсуву між значенням слова та значенням поняття, за аналогією до якого вони утворюються, наприклад: (пан хвалить голос наймички) *Десь у тебе, Улінько, соловей у голосі гніздо звив!* (М. Старицький); (Рафаїл хоче, щоб Неля відповіла на його почуття взаємністю) *Я не вмію вам цього сказати, Нелюська, але ті півонії були дуже гарні <...> дуже <...> Ви, ну, ви <...> рідна сестра для всього, що гарне* (І. Вільде); (академіст упадає за дівчиною, яку хоче сватати) *Вас і бджоли не покусали б: подумали б, що ви квітка* (І. Нечуй-Левицький).

Слова-метафори та метафоричні сполучення в маніпулятивному дискурсі репрезентовані номінативними метафорами і метафорами дії та процесу. Номінативні метафори вербалізуються переважно за допомогою іменників, що можуть супроводжуватись атрибутивними поширювачами, які передають позитивне ставлення до адресата або дають йому позитивну оцінку: *блідий відбиток слави, бог горна, велетенська сила, віттар вітчизни, королівський розум, клумба компліментів, лебедина хода, неосяжна глибина інтелекту, прокурорська нива, рум'янець вранішньої зорі, сад словесності, тяжка ноша культурної справи* і т. д., наприклад: (Блуд хоче, щоб Варяжко став його союзником) *Варяжку, ти маєш безстрашне серце вовка і силу тура ... Друже! Нам треба бути разом* (В. Босович); (начальник має на думці призначити підлеглого головним із виготовлення вибухівки) *Та ви справжній бог горна, Іване!* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Метафори дії та процесу здебільшого мають вигляд словосполучень із дієслівними формами (*блиснути мечем, вписувати ім'я на сторінки історії, ліпити героїв, пити хмільне вино перемоги, придавлювати мозок* (у значенні «думати»), *пройти життєву дорогу, ставати на шлях боротьби, усолоджувати слух словами* і т. д.) та лексико-граматичних структур на зразок *засвітиться перед вами, із доброго матеріалу вас склепано, (ваша) музика запалює до бою, серезжки горять*, наприклад: (гетьман, що відмовився від співпраці з молдавськими купцями, хоче пом'якшити відмову) *Яке там добро? Яка честь? Чи нема в нас для кого жити? Зжалься, пане, над своїми людьми і поверни свій розум на їх добро* (О. Маковей); (декан умовляє журналістку відкласти інтерв'ю з дисертантом) ... *увечері, після захисту, я вас познайомлю. Гадаю, у нього буде пречудовий настрій, і він засвітиться перед вами так, як нікому ще не світивсь* <...> *Вам же це – його душа – потрібна для нарису?* (В. Гаман).

За допомогою епітетів, уживаних для здійснення маніпулятивного впливу, підкреслюються: а) поняття, що характеризують індивідуально-психологічні особливості співрозмовника, його моральні якості: «вдача», «душа», «натура», «серце», «характер»; б) поняття, що маркують розумові здібності адресата: «думка», «ідея», «розум», «слово»; в) назви частин тіла: «голова», «обличчя», «рука» та ін.; г) поняття на позначення вмінь, здібностей, якостей співрозмовника: «голос», «сила» і т. д.; д) назви результатів праці: «здобутки», «перемоги», «результат», «робота» і под.; е) номінації співрозмовника (зазвичай за професією та статусом): *блискучий стиліст і знавець мови, золота людина, мужній боєць, світлодумний володар* і т. п.

Антитеза в тактиці підвищення значимості співрозмовника найчастіше представлена експресивами, у яких мовець порівнює себе зі співрозмовником або протиставляє адресата іншим особам, негативно чи нейтрально оцінюваним, наприклад: (донька хоче переконати батька допомогти Ярополку) *Отче! – [сказала Рогнеда з несміливим докором в голосі.] – Мудрість твоя безмірна проти мого дівочого розуму. Але подумай сам ...]* (В. Босович); (начальник умовляє підлеглу виконати термінову роботу) *Е, наробить в українському тексті англійських помилок. Вона (колега адресата. – І. Ш.) має свою роботу. Не буде часу віддавати на перевірку коректорів,] а після вас, слава Богу, переглядати не треба, може йти прямо в набір* (Г. Черінь).

Посилення позитивної оцінки адресата й вираження позитивного ставлення до нього в маніпулятивних контекстах забезпечується також стилістичними прийомами перебільшення і применшення. Засоби гіперболізації становлять слова тотальності, лексеми-маркери перебільшення, експресиви, що виражають перебільшену оцінку чи передають надмірні позитивні почуття до комунікативного партнера.

Для мовлення маніпулятора, який послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника, характерні висловлення-«нонсени», що є непрямым вираженням надмірних позитивних почуттів до адресата. Такі експресиви функціонують переважно в ситуаціях флірту, наприклад: (молодий рецензент домагається прихильності актриси, яка сходить у зеніт слави) [ЮРКОВИЧ.] *Уф, яка прелість! Як розцвіли, як розвернулись. Красуня, богиня! А очі, очі! Найкращі зірки з неба украли* <...> *І вас Бог не кара?* (М. Старицький); (Гриць хоче зав'язати знайомство з дівчиною, яка йому сподобалась) *«Ти пождеш, – [каже він рішуче хвилюючим голосом,] – щоб я надивився на ті твої брови, що тобі їх чорти над очима змалювали ...»* (О. Кобилянська).

Применшення вербалізується за допомогою реченневих одиниць із числівниками та іменниками на позначення малої кількості об'єктів, а також об'єктів невеликого обсягу й розміру, наприклад: (Іван Іванович хоче, щоб дівчина, яка врятувала від смерті його сина, відпустила його додому) ... *Ви зазнали великих збитків, та й роботи стільки коло хорого, стільки золотої душі вкладено, що, мабуть, того золота, що я міг би викласти, не стачить і на десяту частку мого боргу перед вами, красна дівчино!* (В. Міняйло); (залицяльник, запідозрений у зраді, переконує дівчину в щирості своїх почуттів до неї) *Ті всі баришні не варті однієї вашої брови* (І. Нечуй-Левицький).

Фігурами переміщення в маніпулятивних контекстах постають паралелізм та інверсія. Паралелізм притаманний ситуаціям ділового спілкування (передусім тим, у яких маніпулятор звертається до колективного адресата) і ситуаціям флірту, наприклад: (патріарх надихає львівську братію на проповідництво серед молоді) *«На ваші плечі, – [сказав патріарх,] – я кладу великий тягар. Але чи менший тягар ніс Спаситель наш Ісус Христос, підіймаючись на Голгофу?»* (В. Шевчук); (багатій залицяється до молодиці) *Реберця – диво! Догодила, догодила <...>. І ти – диво <...>* (Б. Мельничук).

Результати аналізу семасіологічних особливостей маніпулятивно спрямованих експресивів дають підстави для спростування твердження про стереотипність компліментів та висловлювань, що маркують позитивні почуття. Загалом у маніпулятивних контекстах позитиву найяскравіше представлені фігури накопичення і переосмислення, а також стилістичні засоби, що репрезентують мовну категорію кількості та інтенсивності.

У шостому розділі **«Компліментарні висловлювання: семантика і прагматика»** виокремлено й схарактеризовано семантичні різновиди маніпулятивно спрямованих компліментів, з'ясовано функції компліментарних висловлювань у ситуаціях маніпулювання, висвітлено питання їхньої прагматичної багатозначності.

У маніпулятивному дискурсі функціонують компліменти, що дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові, характеризують його зовнішність, позначають моральні, інтелектуальні, ділові якості, професійну майстерність, риси характеру, індивідуальні особливості адресата; компліментарні висловлювання щодо вмінь, здібностей, можливостей, заслуг, імені співрозмовника, а також стосовно речей, об'єктів чи осіб, що мають відношення до нього. Серед семантичних груп компліментарних висловлювань-маніпулем переважають компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей і заслуг співрозмовника. Цю семантичну групу становлять компліменти стосовно виконання адресатом певних дій, компліменти щодо вмінь, навичок, знань, успіху співрозмовника, його здібностей та можливостей, а також компліменти – «констатанти» позитивних результатів, учинків, дій, наприклад: (гість запопадає ласки господині) *«Як чудово ви вмієте готувати! Яка з вас, Олександро Петровно, господиня!»* – [хвалив Бонковський, уплітаючи поросля] (І. Нечуй-Левицький); (ув'язнений намагається гармонізувати стосунки з адвокатом) *Ви говорите, як заштатний поет. Вам не юристом, а психологом треба бути* (Б. Гуменюк).

Маніпулятивним контекстам притаманні також комплексні компліменти, найчастотніші серед них – висловлювання, у яких предметом позитивної оцінки постають моральні та ділові / інтелектуальні якості співрозмовника. Компліментарні висловлювання, що визначають межу

оцінки розумових здібностей особи (*Ви досить / доволі розумні*), як і конфліктогенні висловлювання на зразок *Ви розумніші, ніж я думав; Ви розумніші, ніж здаєтесь*, не властиві маніпулятивному дискурсу позитиву. Оскільки за іронією «ховається» переважно негативна авторська оцінка предмета мовлення, у досліджуваній стратегії іронія виключена як прийом, що не сприяє досягненню мовцем бажаного результату.

Хоча компліментарні висловлювання щодо зовнішнього вигляду адресуються переважно комунікативним партнерам жіночої статі, здебільшого під час флірту, типовим є їх функціонування і в інших ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, наприклад: (чоловік похилого віку звертається до працівника бібліотеки, своєї ровесниці) **Красунечко**, чи можна мені побільше бланків? (з усного мовлення).

Маніпулятивно спрямовані компліменти характеризуються прагматичною багатозначністю. Їхніми другорядними функціями є фатична, функції вітання, привітання, подяки, емпатії, утішання, запрошення, пропозиції, прохання, буфера, відповіді, обіцянки тощо. Компліментарні висловлювання часто слугують маскуванню істинних намірів маніпулятора і зазвичай займають препозицію щодо іншої передаваної слухачеві інформації. Ті випадки, коли після власне прохання чи нейтральної інформації мовець робить комплімент адресату, хвалить його, швидше свідчать про відсутність маніпулятивного впливу і щирість намірів мовця. Однак у зібраному матеріалі є приклади вживання компліментів-маніпулем, що завершують інтеракцію. Це відбувається тоді, коли мовець ставить довгострокові цілі стосовно співрозмовника або коли адресат пообіцяв і ще не зробив те, чого домагається від нього адресант. Типовим прикладом таких висловлювань є комплімент-подяка.

У сучасному суспільстві спостерігається збільшення фамільярної та вульгарної лексики у складі компліментів, а також поява антикомпліментів. Для маніпулятивної стратегії позитиву ці явища не характерні, проте приклади з усного мовлення засвідчують тенденцію до вживання мовцями більш лаконічних компліментарних висловлювань без засобів художньої виразності й під час маніпулювання.

Ілюкція компліменту, ужитого з метою здійснення маніпулятивного впливу, частіше виражається прямо (94 %). Це можна пояснити тим, що, застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець на перший план висуває прагнення бути зрозумілим у бажанні підвищити оцінку співрозмовника, виявити свої позитивні почуття до нього, уникнути двозначності, яка б могла спричинити або глузування з об'єкта впливу, або нерозуміння.

Використовуючи як прагматичні прийоми різні імплікатури, адресант із маніпулятивною метою закодує зміст повідомлення, для розшифрування якого адресат повинен удатися до тлумачної діяльності. У такий спосіб у тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентована категорія прогностичності.

Види непрямих компліментарних висловлювань представлені майже рівномірно: імпліцитні компліментарні висловлювання за чисельністю істотно не перевищують власне непрямі. Власне непрямі компліменти в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виражаються: а) реченнями, питальна форма яких передає стверджувальний зміст; б) конструкціями, оцінний компонент у яких не вичерпує пропозиціонального значення висловлювання; в) реченнєвими одиницями, у яких значення позитивної оцінки набуває вказівний чи присвійний займенник (*такий (-а, -і), твій (твоя, твої) / ваш (-а, -і)*), наприклад: (хлопець підтакує бабусі дівчини, яка

йому подобається) *«Правду я кажу, Олексійку?»*. – *«Хіба ж ви казали коли неправду?»* (В. Захарченко); (начальник заохочує підлеглого до виконання складного і небезпечного завдання) *Я вважаю, що вам випала щаслива нагода показати свої здібності* (І. Головченко, О. Мусієнко); (професор хоче гармонізувати стосунки зі своєю колегою) *«Вам налити вина?»* – *«З ваших ручок хоч ціаністий калій»* (з усного мовлення); (майор опитує свідка) *Я б ніколи не дозволив собі обманути таку дівчину* (Р. Самбук); (викладачка запрошує поета на фуршет) *Проходьте, проходьте, трошки тісніше поспілкуємося, а то ви вже хотіли тікати; у нас нечасто бувають поети вашого рівня* (С. Процюк).

Імпліцитними компліментами, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, є:

- а) висловлювання, у яких мовець передає сподівання, припущення, бажає добра співрозмовнику або висловлює віру в його успіх, указує на наявність у нього можливостей, позитивних якостей;
- б) висловлювання з узагальненим значенням, що маркують певний стан речей, закономірності, тенденції;
- в) компліменти-пропозиції, компліменти-запрошення, компліменти-прохання, компліменти-натяки, компліменти-заздрість, прохання про пораду та висловлювання, у яких передається стан мовця чи констатується факт, із якого виводиться позитивне оцінне судження, наприклад: (Маюфес гармонізує стосунки зі своїм спільником, який служить управителем панського маєтку) [МАЮФЕС.] *Пора, пора вже вам на своє хазяйство* (І. Карпенко-Карий); (священик хоче сподобатися делегатці громадської організації, яка виступатиме перед його парафіянами)

– *Звідки отець знають, що я покурюю потроху?* – [спитала кокетливо.]

– *Тепер майже кожна елегантна дама курить* <...> (І. Вільде); (панський управитель прийшов просити селянина переселитись із лісу) *Гляди, чоловіче, отаку молодицю й викраде якийсь дідько з лісу* <...> (М. Стельмах); (начальник шукає надійного водія) *«Сідайте, – [попросив його Ксьондз.] – Я хотів про щось порадитися. Це правда, що ви колись добре водили машину?»* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Аналіз семантичних різновидів маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань дає підстави для висновку про персоніфікованість мовлення маніпулятора та врахування ним пріоритетів комунікативного партнера.

У сьомому розділі **«Соціокомунікативні аспекти тактики підвищення значимості співрозмовника»** описано структуру комунікативних ситуацій здійснення маніпулятивного впливу, з'ясовано наміри мовця-маніпулятора, досліджено гендерний аспект тактики підвищення значимості співрозмовника, показано роль статусної ієрархії та вікових характеристик учасників інтеракції в маніпулятивних контекстах.

Маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника мовець може застосовувати на різних фазах комунікативної ситуації. У діалогічному мовленні позитивнооцінні висловлювання виконують контактовстановлювальну, контактопідтримувальну і контакторозривну функції. Перша є домінантною. Це зумовлено тим, що маніпулятивно спрямовані експресиви нерідко супроводжують прохання, а пряме звертання з проханням на початку розмови є неввічливим.

Позиція компліментарного висловлювання чи висловлювання, що маркує позитивне ставлення до співрозмовника, у діалозі залежить від мети, яку ставить мовець: якщо цілі короткострокові, позитивнооцінне висловлювання здебільшого стоїть у препозиції щодо

прохання. У ситуаціях умовляння позитивнооцінні висловлювання завершують інтеракцію або займають постпозицію відносно прямих прохань. Якщо мовець має довгострокові цілі, позиція позитивнооцінного висловлювання не є фіксованою, але спостерігаємо тенденцію до функціонування експресивів на завершальних стадіях розмови.

Мовець, який послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника, часто залежить від адресата, виконує ситуаційну роль «зацікавлений» («прохач», «залежний»). Незважаючи на можливу статусну нерівність комунікантів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, ініціатива майже завжди належить мовцю. Найтипівішими ситуаціями, у яких застосовують тактику підвищення значимості співрозмовника, є ситуації прохання, умовляння, переконування, доручення завдання, розпорядження, настанови перед роботою, ситуації флірту, «на сватанні (заручинах, розглядинах)», «на співбесіді», «на торгах», «на ділових переговорах» і под.

У маніпулятивній стратегії позитиву, зокрема тактиці підвищення значимості співрозмовника, генеральними інтенціями мовця постають гармонізація стосунків з адресатом для подальшої неконфліктної співпраці чи доброзичливого спілкування з ним та зміна поведінки співрозмовника або його емоційно-психічного стану в потрібному для мовця напрямі. 73 % позитивнооцінних висловлювань, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, мають на меті зміну поведінки чи емоційно-психічного стану адресата в потрібному для адресанта напрямі, тоді як 27 % передбачають гармонізацію стосунків зі співрозмовником для подальшої співпраці.

Між метою маніпулювання і тематикою компліментарного висловлювання простежується зв'язок. Позичаючи гроші, просячи про допомогу, маніпулятор апелює до моральних якостей співрозмовника, його доброти та щедрості, у разі доручення адресату виконання завдання, запрошення на роботу мовець хвалить ділові якості та ті риси характеру адресата, що сприяють виконанню завдання. У ситуаціях флірту чоловіки висловлюють захоплення зовнішністю співрозмовниці. Намагаючись про щось дізнатися, маніпулятор говорить про чесність і порядність комунікативного партнера.

Застосовуючи маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника, мовці обох статей з однаковою частотністю вживають еліптичні висловлювання, удаються до повтору, недомовок і непрямоворіння. Відповідно до результатів дослідження кількість компліментів-маніпулем, у яких мовцем постає особа чоловічої статі, істотно більша порівняно з тими, що висловлюються жінками: 84 % проти 16 %. Суттєве переважання компліментів, висловлених чоловіками з метою маніпулювання, можна пояснити тим, що в оцінюванні виявляється прагнення представників чоловічої статі до домінування і лідерства. У маніпулятивному дискурсі компліменти, адресовані чоловіками чоловікам, переважають над висловлюваннями, адресованими жінкам (71 % проти 29 %). Цей факт ставить під сумнів стереотип про чоловічу нечутливість до компліментів та їх негативне сприймання ними.

Хоча пестлива лексика, вигуки, висловлювання окличної, питальної та риторично-питальної форми характеризують більше жіноче мовлення, у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву це притаманно й мовленню чоловіків. Компліментарні висловлювання жінки адресують частіше чоловікам: 68 % компліментів, у яких мовець – жінка, висловлені на адресу представників сильної статі.

Аналіз зібраного матеріалу дозволяє говорити про гендерну закріпленість тематики компліментарних висловлювань-маніпулем: жінкам частіше роблять компліменти щодо зовнішності, а чоловікам – із приводу дій або їх результатів. Це пояснюється відмінністю в ціннісних орієнтаціях: для жінок соціально значущою є зовнішня привабливість, тоді як для чоловіків важливіші здібності та ділові якості.

Переважають схвальних відгуків осіб обох статей із приводу здібностей і успіхів у тому чи іншому виді діяльності зумовлене специфікою маніпулятивного впливу, спрямованого передусім на одержання вигоди від співрозмовника – використання його для підвищення свого соціального статусу або покращення матеріального становища.

У ситуаціях маніпулювання з комунікантами однієї статі спостерігаємо їх асиметрію за соціальним статусом / посадою: чоловіки рідше адресують компліменти вищим у статусній ієрархії співрозмовникам, натомість жінки – нижчим. Мовлення вищих за посадою / соціальним статусом маніпуляторів засвідчує їхнє прагнення зменшити дистанцію зі співрозмовником, продемонструвати ставлення до комунікативного партнера як до рівного, «свого».

Тактика підвищення значимості співрозмовника є універсально-віковою, оскільки до неї вдаються мовці різних вікових груп, але експресиви, адресовані дорослими дорослим, домінують. Частка компліментарних висловлювань, у яких комуніканти становлять асиметричну за віком пару («дорослий – дитина» чи «дитина – дорослий») не перебільшує 2,5 % загальної кількості компліментів вибірки. Причому кількість маніпулятивно спрямованих висловлювань, що дорослі адресують дітям, у чотири рази перебільшує кількість висловлювань, адресованих дітьми дорослим. Переважання в маніпулятивному дискурсі позитивнооцінних висловлювань, адресованих дорослими дітям, можна частково пояснити більшим досвідом дорослих, насамперед комунікативним.

Тематика компліментів й особливості засобів вербалізації позитивної оцінки та вираження прихильності до співрозмовника залежить від ступеня знайомства комунікантів і типу адресата. У маніпулятивному дискурсі домінують конкретно спрямовані моноадресатні висловлювання. 2,6 % компліментів вибірки стосуються колективного адресата і висловлюються переважно мовцем чоловічої статі. Колективно спрямовані компліменти здебільшого маркують заслуги, можливості, успіхи, ділові та інтелектуальні якості, професіоналізм співрозмовників. Загалом тактику підвищення значимості співрозмовника застосовують частіше щодо знайомого адресата, оскільки близькість стосунків між комунікантами робить імовірнішим вибір мовцем тактики з «позитивним» вектором.

Восьмий розділ «**Периферія маніпулятивної стратегії позитиву**» містить характеристику тактик солідаризації і позитивної самопрезентації, що відзначаються меншою продуктивністю порівняно з тактикою підвищення значимості співрозмовника.

Тактика солідаризації (інтеграції зі співрозмовником) є тактикою, спрямованою на демонстрацію спільності й однотайності з комунікативним партнером, готовності до співпраці з ним, наприклад: (начальник відділу вмовляє ув'язненого співпрацювати) *Нащо просто сидіти, коли можна сидіти з комфортом? А так: ми – тобі, ти – нам* (Б. Гуменюк); (жінка просить розкуркулювачів не забирати зерно) *Степаночку, пожалій. Останнє. Дітки оно, хоч з дому виганяй. Зглянься, ти ж свій чоловік* (В. Захарченко). Тактика солідаризації реалізується в мовленнєвих жанрах бесіди, привітання, тосту, звернення, обіцянки, самопрезентації, умовляння,

заспокоєння, вибачення, виправдання, докору, прохання, запрошення, пропозиції, подяки, похвали, поради, згоди.

Під час реалізації тактики солідаризації мовець переконує адресата в тому, що вони обидва належать до однієї «команди», робить акцент на спільних проблемах, підтримує статус співрозмовника як партнера, позиціонує себе як людину, що поділяє погляди співрозмовника, готова зменшити напругу, не допускає звинувачувальності, підкреслює повагу до інтересів спільноти.

Акцентування на спільності між співрозмовниками в маніпулятивному дискурсі відбувається шляхом повідомлення інформації про взаємозалежність, подібність з адресатом, ставлення до нього як до друга чи близької людини, констатування наявності дружніх стосунків із співрозмовником, демонстрації емпатії та розуміння. Зближенню комунікантів сприяють маркери належності / неналежності до певної групи, апеляція до групових цінностей, маркери спільності («подібний», «я, як ти, ...», «я сам / також, теж, так само ...», «ти / ви, як і я, ...», «я такий же, як і ви», «(у цьому) я подібний на вас», «це ж і про мене ...»), звертання зі значенням «ти – такий самий, як і я», «ти мені близький» – звертання зі значенням свояцтва до осіб, із якими адресант не пов'язаний родинними зв'язками (*бабусю, батьку, брата, братику, братове, (рідне) браття, дитино, дідусю, дітки, донечко, доню, мамцю, синку, сину*), а також форми звертання до колективного адресата на зразок *хлопці, хлоп'ята, дівчатка, дівоньки*.

Частотними в маніпулятивних контекстах є лексеми зі значенням інтеграції: *гуртом, пліч-о-пліч, разом, сполучно, спільно, удвох, укупі; єдиний, спільний; (ти / ви) в нас, двоє, ви з нами, ми з вами, наш, обидва, обоє, один з одним, (ми / всі) свої; зближення, єдність, (одна) команда, консолідація, кров, кровинка, об'єднання, одна сім'я, одна родина, одне ціле, один загін, союз, слова з префіксом спів-*, що позначають спільну участь у чомусь (*співпрацювати, співрозмовник, співробітник, співмешканець, співучасник, співгромадяни* і т. д.).

У маніпулятивному дискурсі МІ-інклюзивне маркує такі ролі: той, із ким мовець пов'язаний спільним минулим, національністю, мовою, вірою, фахом, родом занять, справою, діяльністю, думками, родинними зв'язками, дружніми стосунками, цінностями, місцем проживання / народження, віком, іменем, належністю до одного біологічного виду.

Інтенсифікації маніпулятивного впливу слугують протиставлення МІ-інклюзивного іншим особам, репрезентування комунікативного партнера як єдиного друга чи приятеля, обґрунтування дружніх почуттів до співрозмовника чи спільності з ним, узагальнене номінування МІ-інклюзивного (як третьої особи), самоприниження, гетеронімування, демонстрування та підкреслення мовцем своєї щирості, діалогізація мовлення, використання мовцем питань-активізаторів уваги.

Тактика солідаризації виявляється в субтактиці згоди, що в маніпулятивному дискурсі реалізується за допомогою прийомів констатування правоти співрозмовника, підтвердження правильності його думки, позиціонування себе як одностороннього адресата, повторення, цитування, перефразування його слів, підхоплення висловлення ініціатора спілкування, розгортання думки співрозмовника з урахуванням його інтересів і вподобань, інтерпретації висловлення адресата, компліменту, похвали, схвалення. Мовленнєві акти згоди в маніпулятивних контекстах зазвичай займають препозицію щодо мовленнєвих актів прохань та умовлянь.

Різновидом субтактики згоди є підтакування. Йому притаманна активна демонстрація мовцем своєї згоди із співрозмовником, часті повтори, неістинність висловлювань згоди, формальний характер унісонних висловлювань, спричинений небажанням заглиблюватися в суть почутого.

Тактика солідаризації є гендерно маркованою. Нею послуговуються переважно чоловіки (91 % порівняно з 9 % висловлювань, у яких мовець жіночої статі).

Інша периферійна тактика маніпулятивної стратегії позитиву – тактика позитивної самопрезентації, реалізовувана через самопохвалу, вихваляння, обіцянки та цілеспрямоване позитивне самопозиціонування – створення свого позитивного іміджу. Суть цієї тактики полягає в тому, щоб постати перед співрозмовником у найвигіднішому світлі, сподобатися, створити гідний образ для подальшого впливу на адресата. Самопохвала в маніпулятивних контекстах часто супроводжує прохання, умовляння, пропозиції, запрошення, виправдання, докори, вибачення тощо.

Позитивна самопрезентація з метою маніпулювання найчастіше відбувається шляхом подання як власних рис і якостей, що цінуються в суспільстві або співрозмовником. Предметом вихваляння в маніпулятивних контекстах постають соціальний статус, вік, наявність необхідного для виконання певних дій, освіта, влада, повага, визнання, добра репутація, досвід, моральні якості, старанність, обов'язковість, працелюбність, наполегливість, сміливість, рішучість, поміркованість, розсудливість, завбачливість, розумові здібності, учинки, оцінювані суспільством як позитивні, майно, особисті речі, одяг, наприклад: (дід шукає наймитів) ... *Словом, пастуха мені треба. До зими ще далеко. Я добрий: приймаю хлопця або дівчину* (Б. Харчук); (слідчий хоче налагодити співпрацю з давньою знайомою) ... *ми ж із тобою колеги <...>. Та й взагалі, чоловік я простий як двері, так що зі мною можна без церемоній!* (Л. Кононович).

Як і для інших маніпулятивних тактик позитиву, для тактики позитивної самопрезентації характерне демонстрування мовцем своєї ширості, запевняння співрозмовника в достовірності повідомлюваного, обґрунтування позитивної оцінки, її деталізація, пояснення ходу своїх думок. Мовець, який удається до самопохвали, домагається інтенсифікації впливу підкресленням своєї унікальності, запереченням вихваляння, протиставленням себе третій особі, апелюванням до знання адресатом чи третьою особою позитивних рис і заслуг адресанта, використанням висловлювань із невизначеним референтним індексом, цитуванням та перефразуванням позитивних слів співрозмовника / третьої особи на свою адресу, констатуванням факту незнання адресатом позитивних рис адресанта, недооцінювання останнього, яке супроводжується запевнянням співрозмовника в наявності в нього позитивних рис, якостей, здібностей, що часто має вигляд обіцянок, удаваного самопониження.

У маніпулятивному дискурсі функціонують узагальнені самономінації, виражені іменниками чи займенниками у формі множини: замість «я» – «ми», замість «старший» – «старші» і т. д., наприклад: (інвалід-афганець просить милостиню) *«Послухайте, люди! – [заговорив він на повну силу легенів ...] – Я воював за вас! У газетах пишуть, що ми інтернаціоналісти, ви називаєте нас афганцями! ... я мушу працювати в інвалідській артілі! Сьогодні в мене вихідний, тому я звертаюся до вас – допоможіть солдату, хто чим може!»* (А. Кокотюха).

Виклад позитивної інформації про себе може здійснюватись і від третьої особи, навіть з уживанням відповідних займенникових форм. Це дає змогу мовцеві-маніпулятору зменшити міру

суб'єктивного в передаваному, підкреслити достовірність інформації, чим збільшити вплив на адресата, наприклад: (на базарі продавець зазиває покупців) *Ось іще один вес <...> Беріть, бо скоро не стане <...> Дядька Василя тут усі знають – у чергу стають* (А. Дімаров). Виклад інформації від третьої особи в самопохвалях уможливорює вживання прямих позитивнооцінних номінацій на позначення своїх особистісних якостей, що при поданні інформації від першої особи в українській культурі вважається нескромним, наприклад: (Лупул, звинувачений у змові, виправдовується перед полковником) *«Як ти можеш підозрівати мене у поганих намірах? – [образився господар, ховаючи від полковника очі.] – Лупул, якщо навіть іноді й не люб'язний, все одно завжди щирий і не підступний,»* – [похвалив себе] (Т. Микитин), пор.: **«Я завжди щирий і не підступний»*.

Створення позитивного іміджу відбувається також через вираження маніпулятором емпатії («Я вам співчуваю» → «Я хороший»), дбайливості стосовно співрозмовника («Я турбуюсь про вас» → «Я хороший»), побажання добра («Я бажаю вам добра» → «Я доброзичливий» → «Я хороший»), наприклад: (монгольський посол прагне перемир'я з тухольською громадою) *«Ну, ну, – [задобрював їх Тугар Вовк,] – я ж не бажаю вам того (смерті від монгольських стріл. – І. Ш.), а тільки кажу, що се не було би добре. І власне, щоб вас охоронити від такої долі, я й хотів би переговорити з вашими старими. Бо жаль мені вас, молоді, нерозважні діти!»* (І. Франко), пор.: *«Я – людина, що бажає вам добра, шкодує вас, турбується про вас»*.

До самопохвали більше схильні представники чоловічої статі. Вони частіше описують себе як більш добрих, щирих, надійних, ніж є насправді. Жінки, на відміну від чоловіків, самокритичніші та більше схильні хвалити інших. Це спостерігаємо і в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу. У картотеці 85 % висловлювань-самопохвал належать чоловікам, а 15 % – жінкам. Причому за матеріалами вибірки чоловіки вихваляють себе більше перед чоловіками (61 %), ніж перед жінками (25 %). Жінки ж хвалять себе чи позитивно позиціонують себе рідше перед жінками, ніж перед чоловіками (57% порівняно з 29 %).

Функцію зближення в периферійних тактиках, як і в тактиці підвищення значимості співрозмовника, виконують переходи на мову об'єкта впливу, уживання мовцем-маніпулятором лексем, притаманних мовленню співрозмовника, розмовних, зокрема пейоративних, слів, фразеологізмів, фігур слова тощо.

Для маніпулятивного дискурсу характерна взаємодія тактик позитиву. Найчастіше тактика підвищення значимості співрозмовника поєднується з тактикою солідаризації, рідше – із тактикою позитивної самопрезентації. Типовим є поєднання тактики позитивної самопрезентації з тактикою підвищення значимості співрозмовника в тому разі, коли мовець позиціонує себе як скромну, віддану комунікативному партнерові людину або як таку, що має досвід, авторитет і право на неупереджену оцінку адресата.

У **Загальних висновках** сформульовано основні результати дослідження, подано рекомендації щодо можливості їх використання, окреслено напрями подальшого розроблення проблеми.

Стереотипність мовного спілкування у свідомості мовців утілюється за допомогою ситуаційних моделей комунікативної поведінки, що виявляє себе в комунікативних стратегіях. Однією з таких моделей є виокремлена й досліджена маніпулятивна стратегія позитиву – мовна реалізація суб'єктом впливу мети, спрямованої на одержання вигоди чи бажаного результату

шляхом повідомлення адресату приємної для нього інформації або інформації, що позитивно презентує мовця чи містить указівку на спільне між комунікантами. Ця стратегія базується на принципах взаємного обміну та доброго ставлення і має двоєдину природу: є неконфліктною, оскільки передбачає гармонізацію спілкування, і водночас спрямована на здійснення маніпулятивного впливу, що асоціюється у свідомості носіїв мови як негативне явище.

Маніпулятивна стратегія позитиву належить до модально-регулятивних, інформативно-спонукальних, кооперативних комунікативних стратегій. Будучи емоційно налаштовувальною, переважно ініціативною стратегією, вона не суперечить нормам спілкування та правилам етикету. На відміну від етикетних формул, висловлювання, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, є інструментальними й необов'язковими. Маніпулятивна стратегія позитиву може бути обмеженою в часі чи атемпоральною.

Основний жанровий тип маніпулятивної стратегії позитиву – компліментарне висловлювання. Жанрові відмінності між компліментами, похвалами та схваленнями в маніпулятивних контекстах розмиваються, що спричинено їх спрямованістю не тільки на позитивну емоційну реакцію адресата, гармонізацію спілкування, але й на досягнення опосередкованої комунікативної мети, яку ставить суб'єкт впливу. Безпосередність зв'язку об'єкта позитивної оцінки з адресатом і об'єктивність передаваної оцінки під час маніпулювання не релевантні.

Тактичний репертуар маніпулятивної стратегії позитиву становлять тактика підвищення значимості співрозмовника, тактика солідаризації і тактика позитивної самопрезентації. Основною тактикою є тактика підвищення значимості співрозмовника. Тактика солідаризації і тактика позитивної самопрезентації перебувають на периферії маніпулятивної стратегії позитиву.

Підвищення значимості співрозмовника в ситуаціях маніпулювання відбувається шляхом висловлення мовцем позитивної оцінки на адресу співрозмовника чи осіб, із якими він пов'язаний, щодо його особистих речей, а також шляхом вираження симпатії та інтересу до адресата. Відповідно в межах маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника виокремлюються субтактика позитивного оцінювання і субтактика вираження позитивних почуттів. Ці субтактики різняться частотністю використання з метою маніпулювання: субтактику позитивного оцінювання застосовують у п'ять разів частіше порівняно зі субтактикою вираження позитивних почуттів.

Позитивне оцінювання та вираження прихильності до співрозмовника в ситуаціях маніпулювання може здійснюватися прямими й непрямими способами. Характерною особливістю лексико-граматичних і стилістичних маркерів позитивної оцінки та позитивного ставлення до співрозмовника в маніпулятивних контекстах є їхня здатність модифікувати ілокутивну силу експресивів у бік інтенсифікації. Прийоми-інтенсифікатори тактики підвищення значимості співрозмовника становлять запевняння адресата в щирості, протиставлення його іншим особам, підкреслення достовірності передаваного, «ховання» за МИ, непряме номінування співрозмовника в його присутності, підкреслення унікальності адресата, підвищення чи зниження категоричності висловлюваного, діалогізація мовлення адресанта, використання жартів і мовної гри. Посилення впливовості тактики підвищення значимості співрозмовника також забезпечується аргументуванням компліментарних висловлювань, використанням компліментів як детермінантів

певного стану речей чи позитивних почуттів до співрозмовника, уживанням позитивнооцінних експресивів для аргументації спонукальних висловлювань.

Зменшенню дистанції між комунікативними партнерами слугують уживані мовцем-маніпулятором оцінні слова, слова з переносним і okazіональним значенням, лексеми з розширеною сполучуваністю. Прагнення зблизитись із співрозмовником засвідчують переходи адресанта на мову адресата, наслідування його мовлення.

Більшість компліментарних висловлювань і висловлювань, що передають позитивне ставлення до адресата, у маніпулятивному дискурсі стосуються плану теперішнього моменту мовлення або вживаються зі значенням позачасовості. Прагматично значущим у маніпулятивних контекстах позитиву є протиставлення займенників «я» – «ти», «я» – «ви», «ми» – «ви», «ти» – «Ви». Займенники *всі, будь-який, будь-хто, кожний, усякий* постають засобами генералізації. Частки та вигуки увиразнюють мовлення маніпулятора.

Маніпулятивно спрямовані позитивнооцінні експресиви у формі розповідних речень домінують над тими, що мають форму окличних і питальних структур. Прості конструкції відзначаються частотністю порівняно зі складними. Експресиви, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, часто оформлені реченнєвими одиницями обірваної будови та реченнями, ускладненими надлишковими елементами. Для маніпулятивних контекстів типові моделі афективного й емоційного синтаксису.

Маніпулятивного потенціалу в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника можуть набувати звертання – «самостійні» й ті, що входять до складу компліментарних висловлювань чи висловлювань, які виражають позитивне ставлення до комунікативного партнера. Прийомами оптимізації впливової функції звертань постають акцентування, уточнення звертань, їх контактний і дистантний повтор, гетероніміація й порушення мовних норм у звертаннях, римована форма звертань, супровід звертань вигуками та присвійними займенниками, звертання-авторські новотвори, обумовлення дозволу на звертання, звертання-жартівливі номінації.

Маніпулятивність експресивів забезпечується стилістичними засобами. Фігурами слова, що інтенсифікують тактику підвищення значимості співрозмовника, є фігури накопичення – повтори, градація, фігури переосмислення – метафори та їхні різновиди, епітети, порівняння, антитеза, гіпербола і мейозис, фігури переміщення – паралелізм та інверсія.

Компліментарні висловлювання, які належать до різних семантичних груп, відзначаються неоднаковою частотністю функціонування в маніпулятивних контекстах і різняться сферою вживання. Семантична група компліментів щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника є домінантною. Компліментарні висловлювання, що базуються на іронії, і знижені компліменти для здійснення маніпулятивного впливу не використовують.

Маніпулятивно спрямованим компліментарним висловлюванням властива прагматична багатозначність: вони можуть виконувати функції встановлення контакту, вітання, привітання, подяки, емпатії, утішання, запрошення, пропозиції, прохання, буфера, відповіді, обіцянки тощо. Ілюкція компліменту в маніпулятивному дискурсі зазвичай виражається прямо. Види непрямих компліментарних висловлювань репрезентовані майже рівномірно: імпліцитні компліментарні висловлювання за чисельністю істотно не перевищують власне непрямі.

Генеральні інтенції мовця-маніпулятора становлять гармонізація стосунків з адресатом для подальшої неконфліктної співпраці чи доброзичливого спілкування та зміна поведінки співрозмовника або його емоційно-психічного стану в потрібному для мовця напрямі. Тактика підвищення значимості співрозмовника є гендерно маркованою (притаманна маніпуляторам чоловічої статі), характеризується домінуванням індивідуально спрямованих експресивів. Найчастіше її застосовують щодо знайомого адресата.

Для фліртових маніпулятивно маркованих ситуацій типова симетрія мовців за віком і соціальним статусом. Мовленню маніпуляторів обох статей однаково властиві еліптичні висловлювання, повтори, недомовки та фігури слова. Міжгендерна маніпуляція передбачає передусім одержання матеріальної чи іншої вигоди, а флірт є лише шляхом до неї. І в ситуаціях флірту, і в нефліртових ситуаціях предметом «чоловічих» компліментів на адресу представниць жіночої статі постає зовнішній вигляд співрозмовниці.

Як периферійну тактику маніпулятивної стратегії позитиву репрезентовано тактику солідаризації, способи реалізації якої – повідомлення інформації про спільне з адресатом, прихильне ставлення до нього, взаємозалежність, констатація наявності дружніх стосунків із співрозмовником, демонстрація емпатії та розуміння. Створити атмосферу довіри і співпраці, сприятливі умови для маніпулювання, домогтися психологічної синхронізації дають змогу унісонні висловлювання, що в маніпулятивному дискурсі відзначаються ініціативністю та необов'язковістю. За допомогою них вербалізується субтактика згоди маніпулятивної тактики солідаризації.

На периферії маніпулятивної стратегії позитиву перебуває і тактика позитивної самопрезентації, що виявляється у вихвалянні, виставлянні себе у вигідному світлі. У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу цю тактику застосовують рідше за інші. Це зумовлено особливостями вітчизняної культури та ментальності українців.

У маніпулятивному дискурсі спостерігається поєднання тактик позитиву. Периферійні маніпулятивні тактики позитиву найчастіше використовують разом із тактикою підвищення значимості співрозмовника. Загалом структурно-семантична організація висловлювань, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, характеризується здатністю до варіювання. При цьому простежується залежність структурно-семантичних особливостей висловлювань від прагматичних умов їх реалізації. Впливовий ефект маніпулятивних тактик позитиву посилюється або шляхом використання форм якісної та кількісної інтенсивності, або аргументації.

Тактики маніпулятивної стратегії позитиву об'єднує спрямованість на встановлення й підтримання неконфліктних стосунків із співрозмовником. Усім їм притаманні прийоми протиставлення адресата іншим особам чи собі, самоприниження, запевняння мовця у своїй щирості, аргументування висловлюваного, підвищення / зниження його категоричності, активізація уваги співрозмовника. Засобами зближення учасників комунікації постають розмовна лексика, фразеологізми, слова з пейоративним значенням, а також засоби, що маркують орієнтацію на МІ-групу. Інтенсифікація маніпулятивного впливу під час застосування мовцем тактик солідаризації та позитивної самопрезентації, як і тактики підвищення значимості співрозмовника, відбувається шляхом використання ним різних фігур слова. Усі маніпулятивні тактики позитиву гендерно марковані: до них удаються зазвичай представники чоловічої статі, рівні за соціальним статусом із комунікативним партнером.

Перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення ефективності маніпулятивної стратегії позитиву та чинників, що впливають на неї, виокремлення й характеристика реакційних маніпулятивних тактик, аналіз інформаційних жанрів маніпулятивної стратегії позитиву, висвітлення її в етнокультурному аспекті, крізь призму міжкультурної комунікації.

СПИСОК ПРАЦЬ, ОПУБЛІКОВАНИХ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографія

Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект : [монографія] / Ірина Юріївна Шкіцька ; за наук. ред. проф. В. М. Бріцина. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 440 с. : іл.

Рецензії

1. Бучко Д. Г. Рецензія на монографію Шкіцької І. Ю. «Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект». – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 440 с. : іл. / Д. Г. Бучко // Культура народів Причорномор'я : [науч. журнал]. – Симферополь : Таврический нац. ун-т им. В. И. Вернадского, 2012. – № 230. – С. 165-167.
2. Вільчинська Т. Шкіцька І. «Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект» [Рец. на кн.] / Тетяна Вільчинська // Мандрівець : [всеукр. наук. журнал]. – Тернопіль : Терно-граф, 2012. – Вип. 4 (100) (липень-серпень). – С. 82-85.

Статті в наукових фахових виданнях

1. Шкіцька І. Ю. Жанрові особливості компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Культура народів Причорномор'я : [науч. журнал]. – Симферополь : Таврический нац. ун-т им. В. И. Вернадского, 2009. – № 168. – Т. 2. – С. 372-374.
2. Шкіцька І. Ю. Комплімент, похвала, схвалення в маніпулятивній стратегії позитиву : до постановки питання / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 11. – Т. V (117). – С. 49-56.
3. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву : специфіка та місце серед інших комунікативних стратегій / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 12. – Т. II (127). – С. 42-49.
4. Шкіцька І. Ю. Тактика солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. – Вип. 13. – Т. VII (143). – С. 40-47.
5. Шкіцька І. Власне ім'я як засіб підвищення значимості співрозмовника / Ірина Шкіцька // Лінгвістичні студії : [зб. наук. праць] / Донецький нац. ун-т ; наук. ред. А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонДУ, 2011. – Вип. 23. – С. 237-241.
6. Шкіцька І. Згода як засіб гармонізації спілкування / Ірина Шкіцька // Наукові записки : [матеріали п'ятої Міжнар. наук.-практ. конф. «Мови і світ : дослідження та викладання»]. –

Серія : Філологічні науки (мовознавство) : [у 2 ч.]. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 96 (1). – С. 372-376.

7. Шкіцька І. Категорії кількості та інтенсивності в тактиці підвищення значущості співрозмовника / Ірина Шкіцька // Філологічні науки : [зб. наук. праць] / Полтавський нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка. – Полтава : ПНПУ ім. В. Г. Короленка, 2011. – Вип. 8. – С. 102-109.
8. Шкіцька І. Лексичні маркери психологічного зближення комунікантів у діалозі / Ірина Шкіцька // Наукові записки. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 100. – С. 213-217.
9. Шкіцька І. Маніпулятивний потенціал звертань-загальних назв / Ірина Шкіцька // Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту. – Серія : Мовознавство. – Тернопіль : ТНПУ, 2011. – Вип. 2 (19) 2008. – 1 (20) 2011. – С. 58-68.
10. Шкіцька І. Маніпулятивний потенціал компліментів-агрументом / Ірина Шкіцька // Наукові записки Вінницького держ. пед. ун-ту ім. Михайла Коцюбинського / гол. ред. Н. Л. Іваницька. – Серія : Філологія. – Вінниця : ВДПУ, 2011. – Вип. 13. – С. 156-160.
11. Шкіцька І. Прагматичний потенціал метафор у тактиці підвищення значимості співрозмовника / Ірина Шкіцька // *Studia methodologica* : [наук. вид.]. – Тернопіль : Ред.-вид. відділ ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, 2011. – Вип. 32. – С. 71-75.
12. Шкіцька І. Роль повтору в маніпулятивній стратегії позитиву / Ірина Шкіцька // *Культура народів Причорномор'я* : [науч. журнал]. – Симферополь : Таврический нац. ун-т ім. В. И. Вернадского : Межвуз. центр «Крым», 2011. – № 207. – С. 69-72.
13. Шкіцька І. Субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву / Ірина Шкіцька // Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту ім. Юрія Федьковича : [зб. наук. праць] / наук. ред. Б. І. Бунчук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. – Вип. 547-548 : Слов'янська філологія. – С. 224-229.
14. Шкіцька І. Ю. Аргументація компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – Серія «Філологія». – № 963. – Х. : Вид-во Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна, 2011. – Вип. 62. – С. 84-88.
15. Шкіцька І. Ю. Аргументація як засіб посилення маніпулятивного впливу / І. Ю. Шкіцька // Вісник Запорізького нац. ун-ту : [зб. наук. статей]. Філологічні науки. – Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2011. – № 1. – С. 173-178.
16. Шкіцька І. Ю. Аргументами в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Серія : Філологічні науки. – № 2. – Частина 1 : Мовознавство. – Луцьк : Вид-во Волинського нац. ун-ту імені Лесі Українки, 2011. – С. 74-77.
17. Шкіцька І. Ю. Займенники «ти»-«ви» в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Актуальні проблеми слов'янської філології : [міжвуз. зб. наук. статей] / гол. ред. В. А. Зарва. – Серія : Лінгвістика і літературознавство. – Бердянськ : БДПУ, 2011. – Вип. XXIV. – Ч. 1. – С. 400-408.

18. Шкіцька І. Ю. Епітети, порівняння, антитеза як засоби інтенсифікації маніпулятивного впливу / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістичні дослідження : [зб. наук. праць Харківського нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди]. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2011. – Вип. 32. – С. 249-255.
19. Шкіцька І. Ю. Оцінна лексика в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Науковий часопис Національного пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови : [зб. наук. праць] / відп. редактор М. Я. Плющ. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 7. – С. 382-387.
20. Шкіцька І. Ю. Прагматична багатозначність компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Науковий часопис Національного пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов : [зб. наук. праць] / відп. редактор В. І. Гончаров, С. В. Шевчук; відп. за випуск І. В. Клименко. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 7. – С. 141-151.
21. Шкіцька І. Ю. Прагматична роль прийому «запевняння в щирості» в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Вісник Черкаського ун-ту : [наук. вид.]. – Серія «Філологічні науки». – Черкаси : Вид-во Черкаського нац. ун-ту ім. Богдана Хмельницького, 2011. – Вип. 213. – С. 140-146.
22. Шкіцька І. Ю. Прийоми посилення впливової функції звертань / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістичні дослідження : [зб. наук. праць Харківського нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди]. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2011. – Вип. 31. – С. 104-110.
23. Шкіцька І. Ю. Різновиди метафори в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістика : [наук. видання]. – № 2 (23). – Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. – С. 211-218.
24. Шкіцька І. Ю. Синтаксис тактики підвищення значимості співрозмовника / І. Ю. Шкіцька // Науковий часопис Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови : [зб. наук. праць] / відп. редактор М. Я. Плющ. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 8. – С. 212-217.
25. Шкіцька І. Ю. Субтактика позитивного оцінювання маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. Івана Франка : [наук. журнал]. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – Вип. 56. – С. 192-195.
26. Шкіцька І. Ю. Шляхи інтенсифікації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістика : [зб. наук. праць]. – № 1 (22). – Частина II. – Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2011. – С. 191-199.
27. Шкіцька І. Ю. Фігури накопичення в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. журнал]. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2011. – Вип. 14. – Т. IV (150). – С. 37-44.
28. Шкіцька І. Прийоми посилення впливової функції компліментарних висловлювань у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву / Ірина Шкіцька // Лінгвістичні студії : [зб. наук. праць] / Донецький нац. ун-т; наук. ред. А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – Вип. 25. – С. 83-88.
29. Шкіцька І. Ю. Непрямі компліменти в маніпулятивному дискурсі / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістичні дослідження : [зб. наук. праць Харківського нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороди]. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2012. – Вип. 33. – С. 170-177.

Статті в інших наукових виданнях

1. Шкіцька І. Ю. Тактика позитивної самопрезентації маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Функціональна лінгвістика : [сб. науч. работ] / Крымский респ. ин-т последипломного пед. образования ; науч. ред. А. Н. Рудяков. – Симферополь, 2010. – № 1. – Т. 2. – С. 347-349.
2. Шкіцька І. Ю. Гендерний вимір маніпулятивного дискурсу / І. Ю. Шкіцька // Мовознавство : [наук.-теор. журнал]. – 2012. – № 1 (січень-лютий). – С. 64-72.

АНОТАЦІЯ

Шкіцька І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву в українській мові. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук зі спеціальності 10.02.01 – українська мова. – Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України. – Київ, 2012.

У дисертації з'ясовано прагмалінгвістичні особливості маніпулятивної стратегії позитиву в українській мові. Установлено репертуар маніпулятивних тактик позитиву, здійснено лінгвістичний опис мовних маркерів реалізації кожної тактики. Розглянуто комунікативно-прагматичні аспекти лексичних, фразеологічних, граматичних засобів вербалізації маніпулятивних тактик позитиву. Виокремлено та схарактеризовано семантичні різновиди компліментарних висловлювань як маніпулятивно маркованих ресурсів української мови. Розкрито прагматичну значущість уживання в маніпулятивних контекстах слів у прямих і переносних значеннях, слів з ідеолексикону адресата; показано реалізацію маніпулятивного потенціалу художніх тропів і стилістичних фігур. Виявлено зумовленість особливостей вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву комунікативним контекстом, соціально-психологічними чинниками та настановами мовців.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, маніпулятивна тактика, субтактика, маніпулятивний потенціал, мовленнєвий жанр, тактичний прийом, експресив, компліментарне висловлювання, інтенсифікатор мовленнєвого впливу, комунікативна ситуація.

АННОТАЦИЯ

Шкицкая И. Ю. Манипулятивная стратегия позитива в украинском языке. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – украинский язык. – Институт языковедения им. А. А. Потебни НАН Украины. – Киев, 2012.

В диссертационной работе исследованы особенности вербализации манипулятивной стратегии позитива в украинском языке. Определено ее место в классификационной системе коммуникативных стратегий. Проанализированы жанровые различия между комплиментом, похвалой и одобрением, выяснены особенности репрезентации этих жанровых разновидностей в манипулятивном дискурсе.

Выделены тактики и приёмы реализации манипулятивной стратегии позитива. Основной тактикой исследуемой стратегии является тактика повышения значимости собеседника, на периферии находятся тактика солидаризации и тактика позитивной самопрезентации.

Повышение значимости собеседника осуществляется путем выражения симпатии и интереса к адресату, позитивного оценивания говорящим объекта воздействия или лиц, с которыми он связан, а также вещей, принадлежащих ему. Показаны прямые и косвенные способы выражения говорящим позитивной оценки и позитивных чувств к адресату в ситуациях манипулирования. Особенностью языковых маркеров позитивной оценки и позитивного отношения к собеседнику в манипулятивных контекстах является их свойство модифицировать иллокутивную силу высказывания в сторону усиления. В диссертации определены способы интенсификации воздействия на адресата.

Тактики манипулятивной стратегии позитива объединяет направленность на установление и поддержание неконфликтных отношений с собеседником. Им свойственны приёмы противопоставления адресата другим или себе, самоуничижения, уверения говорящего в своей искренности, аргументация высказываемого, активизация внимания собеседника, повышение / понижение категоричности речи. Средствами сближения участников коммуникации являются разговорная лексика, фразеологизмы, слова с негативнооценочным значением, ориентация на МЫ-групп-пу. Интенсификации манипулятивного воздействия служит использование говорящим фигур слова, в частности фигур накопления, переосмысления и перемещения.

Основной жанровой разновидностью манипулятивной стратегии позитива является комплиментарное высказывание. В диссертационной работе выделены и охарактеризированы семантические виды комплиментарных высказываний с манипулятивным потенциалом. Установлена связь тематики комплиментов с частотностью их функционирования в ситуациях манипулятивного воздействия и сферой употребления. Рассмотрено явление прагматической многозначности манипулятивно направленных комплиментов, исследованы косвенные комплиментарные высказывания.

В диссертации представлен комплексный анализ средств вербализации манипулятивной стратегии позитива на разных языковых уровнях. Определены лексико-фразеологические, морфолого-синтаксические и стилистические особенности мелиоративных манипулятивно окрашенных языковых средств, рассмотрен социокоммуникативный аспект манипулятивных тактик позитива. Освещены интенции говорящего, использующего в целях воздействия манипулятивную стратегию позитива. При анализе учитывались социальные роли коммуникантов, их гендерные и статусные характеристики, возраст, степень знакомства. Как прагматично значимые в работе представлены структура ситуации манипулирования собеседником, а также место манипулятивно направленных высказываний с «позитивным вектором» в диалоге.

Исследование особенностей вербализации манипулятивной стратегии позитива способствует глубокому пониманию сути явления манипулирования личностью, дальнейшим научным разработкам, посвященным изучению эффективности коммуникативных стратегий, служит материалом для создания интегральной теории воздействия. Работа открывает перспективы для комплексного описания воздействующих коммуникативных стратегий и тактик, исследований манипулятивной стратегии позитива в этнокультурном аспекте, сквозь призму межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, манипулятивная тактика, субтактика, манипулятивный потенциал, речевой жанр, тактический приём, экспрессив, комплиментарное высказывание, интенсификатор речевого влияния, коммуникативная ситуация.

SUMMARY

Shkitska I. Positively-coloured manipulative strategy in the Ukrainian language. – Submitted as a manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philology in speciality 10.02.01 – the Ukrainian language. – O. Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine. – Kyiv, 2012.

The thesis is made in line with pragmalinguistics approaches; it aims at clarifying pragmalinguistic features of the positively-coloured manipulative strategy in the Ukrainian language.

The work establishes the range of positively-coloured manipulative tactics; provides a linguistic description of language markers of each particular tactics. It also investigates communicative and pragmatic aspects of lexical, idiomatic, and grammatical verbalization of positively-coloured manipulative tactics. The manuscript defines and describes semantic types of complimentary statements as manipulatively-marked resources of the Ukrainian language. It also presents pragmatic significance of manipulative-context use of words in literal and figurative meanings, words belonging to the recipient-specific dictionary; it shows realization of the manipulative potential of tropes and stylistic figures.

The work discovers the impact of communicative context, social and psychological factors and intentions of speakers on verbalization peculiarities of positively-coloured manipulative strategy.

Key words: positively-coloured manipulative strategy, manipulative tactics, sub-tactics, manipulative potential, speech genre, tactical techniques, expressive, complimentary expression, intensifier of speech influence, communicative situation.

Підписано до друку 04. 02. 2013 р.
Формат 60х90/16. Гарнітура Times.
Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Ум. друк. арк. 1,9. Зам № А003-13. Тираж 150 прим.

Видавець та виготовлювач
Тернопільський національний економічний університет
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46004

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців ДК № 3467 від 23.04.2009 р.*

Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ»
вул. Львівська, 3, м. Тернопіль, 46004
тел. (0352) 47-58-72
E-mail: edition@tneu.edu.ua