

**Шкіцька І. Ю.** кандидат філологічних наук, доцент,  
Тернопільський національний економічний університет

## **Аргументами в маніпулятивній стратегії позитиву**

*Роботу виконано на кафедрі документознавства,  
інформаційної діяльності та українознавства  
Тернопільського національного економічного університету*

Стаття присвячена дослідженню одного з аспектів реалізації аргументації як засобу посилення впливу на співрозмовника під час застосування маніпулятивної стратегії позитиву – виявленню специфіки функціонування експресивів-аргументем у спонукальному дискурсі. Визначено семантичні різновиди експресивів, що аргументують прохання, вмовляння і пропозиції. З'ясовано структурно-семантичні особливості засобів вербалізації аргументації, які супроводжують спонукування.

**Ключові слова:** Маніпулятивна стратегія позитиву, експресив, аргументування, аргументема.

### **Шкицкая И.Ю. Аргументы в манипулятивной стратегии позитива**

Статья посвящена исследованию одного из аспектов реализации аргументации как средства усиления воздействия на собеседника при реализации манипулятивной стратегии позитива – определению специфики функционирования экспрессивов-аргументем в побудительном дискурсе. Выделены семантические типы экспрессивов, которые аргументируют просьбы, уговоры и предложения. Выяснены структурно-семантические особенности средств вербализации аргументации, которые сопровождают побуждение.

**Ключевые слова:** Манипулятивная стратегия позитива, экспрессив, аргументирование, аргументема.

### **Shkitska I.Y. Argument topics in manipulative positive strategy**

The article is dedicated to the investigation of one of the aspects of argumentation realization as a means of intensifying impact on the interlocutor while applying manipulative positive strategy, that is defining the peculiarities of expressives-argument topics functioning in the imperative discourse. Semantic varieties of the expressives, which argument requests, assurance and suggestions, are defined. Structural and semantic peculiarities of the means of argument topics verbalization following imperative utterances are clarified.

**Key words:** Manipulation positive strategy, expressive, giving arguments, argument topic.

Останні десятиліття позначені поживанням інтересу мовознавців до проблем мовленнєвої діяльності, живого спілкування, вивчення закономірностей і чинників комунікативного впливу. Тому вивчення комунікативних стратегій та їх мовної репрезентації є актуальним.

Стратегії і тактики мовленнєвої поведінки були предметом розгляду в працях таких мовознавців, як А.М. Баранов, К.Ф. Седов, О.С. Іссерс, В.В. Бушкова, І. Борисова, О.В. Фадєєва, Л.Ю. Веретенкіна, Т.Є. Янко, Ю.К. Пирогова, В.М. Аміров, І.С. Морозова, Ю.М. Іванова, А.В. Олянич, О.В. Яшенкова, І.І. Морозова, О.М. Лазуткіна, І.Ю. Логінова, К.В. Мудрова, А.Д. Белова, О.В. Дмитрук, О.М. Белозерова, Л.І. Кислякова, О.В. Герасименко, А.І. Дубських, О.В. Даньшина та ін.

Серед мовленнєвих стратегій вирізняється маніпулятивна стратегія позитиву, яка дотепер лінгвістами не виокремлювалась і не вивчалась, що зумовлює новизну розвідок, присвячених різним аспектам її дослідження.

Застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець шляхом повідомлення приємної для співрозмовника інформації (переважно у вигляді компліментів, похвали та схвальних оцінок) домагається коригування поведінки або зміни емоційно-психічного стану адресата. Ця стратегія знаходить вияв у тактиці підвищення значимості співрозмовника, тактиці солідаризації і тактиці позитивної самопрезентації, тому є політактичною. Серед тактик домінує тактика підвищення значимості співрозмовника, репрезентована переважно експресивами – компліментарними висловлюваннями та висловлюваннями, що виражають позитивне ставлення до адресата.

Мета статті – дослідити специфіку функціонування експресивів-аргументем у спонукальному дискурсі. Завданнями нашої наукової розвідки постають: визначення семантичних різновидів експресивів, що аргументують прохання, вмовляння і пропозиції, з'ясування структурно-семантичних особливостей засобів вербалізації аргументації, які супроводжують спонукання.

Об'єкт дослідження становлять експресиви, які виконують функцію аргументів у маніпулятивній стратегії позитиву. Предметом статті є структурно-семантичні та прагматичні особливості експресивів-аргументем, уживаних мовцем із маніпулятивною метою.

Серед засобів здійснення мовленнєвого впливу, "головною метою якого є каузація дій або ментального стану адресата, бажаних для аргументатора" [1, 21] розглядають аргументацію – сукупність форм і засобів апелювання комунікантів до різних категорій цінностей (емоційних, пізнавальних, етичних тощо) для переконання шляхом формування нового знання на основі вже відомих положень [5, 163]. Цей процес спрямований на переконання адресата в істинності висунутої гіпотези, її прийняття ним, згоди [6, 328].

В основі аргументативного ініціативного висловлення лежить спроба переконати адресата в тому, що виконання спонукальної дії входить до кола його інтересів [4, 33]. Такий мовленнєвий акт знаходить своє відображення у вигляді когнітивних схем: "X хоче, щоб Y зробив Z; якщо Y не зробить Z, то X від цього буде погано" [3, 233], "якщо X зробить P – буде Q, де Q – добре", "якщо X не зробить P – буде Q, де Q – погано", "якщо X не зробить P – не буде Q, де Q – погано" [4, 33].

До аргументації мовець удається тоді, коли він не впевнений у тому, що адресат за якихось умов буде схильний підтримати його думку або позицію, сумніватиметься в доцільності згоди тощо.

Аргументація апелює до почуттів і розуму: тут "сфера логічного перетинається зі сферою психологічного" [1, 7]. Відповідно розмежовуються логічний та емоційний типи аргументації.

Основними видами раціональних аргументів є факти реального життя, закони, аксіоми та інші доведені раніше положення. Нераціональними аргументами постають апеляція до традиції, авторитету, аудиторії, марнославства, сили, жалості, незнання [2, 311-313].

Роль логічних аргументів виконують імпліцитні оцінки (шляхом представлення позитивності об'єкта зовнішньо неоцінними мовними засобами) й експліцитні оцінки дескриптивно-оцінного типу, які апелюють до розумової сфери психіки реципієнта. Експліцитні оцінки, у яких емоційно-експресивний

компонент поєднується з оцінним, мають ефект емоційного зараження, апелюють до емоційної сфери психіки реципієнта.

Насиченість аргументативними смислами типова для тактик маніпулятивної стратегії позитиву, особливо для тактики підвищення значимості співрозмовника. За допомогою аргументації мовець страхує себе від комунікативних невдач, демонструє щирість, попереджує звинувачення в брехні.

Аргументація в тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентується аргументованістю компліментарних висловлювань, детермінованістю певного стану справ чи ставлення мовця до співрозмовника компліментами й аргументативним уживанням експресивів у спонукальному дискурсі.

Позитивні якості адресата або приязне ставлення до нього мовця часто слугують передумовою для спонукання співрозмовника виконати дії, у яких зацікавлений мовець. Йдеться про використання експресивів як маніпулятивних засобів при вмовлянні, заклику, обіцянках, а також при проханнях, пропозиціях, запрошеннях тощо. Спонукальне значення висловлювань, що репрезентують згадані мовленнєві жанри, у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву може виражатися непрямо. Наприклад, питальними та риторично-питальними структурами, безособовими реченнями на зразок "Мені б таке...", інфінітивними реченнями на зразок "Не сидіти ж вам без діла", безособово-інфінітивними реченнєвими одиницями на зразок "Мені так хочеться бачити тебе..." і т.д.

Як аргументи до висловлювань спонукального значення в досліджуваній стратегії вживаються компліментарні висловлювання, що:

- 1) характеризують виконання співрозмовником якоїсь дії або констатують факт її виконання, наприклад: (селянин-кріпак хоче домогтись від вйта покращення умов праці) – *Ви файно говорили, пане вйте, про божі закони*, [– *голосно заговорив Лук'ян,*] – *то, може, ви вже не будете нас гонити на панщину?* (М. Крилатий);
- 2) передають загальновизнаність заслуг і позитивних якостей співрозмовника, наприклад: (полонена Ганна просить викрадача відпустити її) – *Крім ваших лихих*

*рук, мені тут нічого боятися! Відпустіть мене, пане Сондецький, ви ж – шляхетна людина, вас знає й шанує навіть король!* (С. Тельнюк);

3) позначають ціннісні домінанти:

а) моральні якості (*чесний, добрий, справедливий, великодушний, відданий, захисник* і под.), наприклад: (кошовий Калнишевський хоче взнати думку іконописця Сисоя Шалматова про священника) – *Сисою, ти **чесний** хлопець. Скажи-но мені, що думаєш про нашого преподобного?* (Р. Іваничук);

б) розумові здібності (*розумний, далекоглядний, вчений, мудрий; У вас розумні думки; Голова в тебе за десять наших; У вас же розуму ціла макітра; Ви розумніші* (за нас) і т.д.), наприклад: (полонений шпигун просить відпустити його) – *Ти ж **розумний** чоловік, Авдиторе, і знаєш, що в мене друзів та заступників ще більше, ніж ворогів <...>. Навіщо тобі зайвий клопіт? **Відпусти мене**, козаче* (С. Тельнюк); (детектив хоче залучити знайомого злодія до розслідування злочину) – *Тебе би до нас в бюро, Петруцо, – [посміхнувся, відпускаючи вилоги злодієвої блюзи, Кароль.] – **Мислиш, як фаховий криміналіста*** (В. Кожелянко);

в) інші особистісні якості, що цінуються в суспільстві (*спритний, щедрий, працелюбний* і т.д.), наприклад: (полковник надихає на виконання завдання в тилу ворога рядового козака) *Ти козак **спритний**, тож зори за всім, що діється у ворожому таборі* (Т. Микитин);

г) наявність необхідного для виконання дії (влади, пошани, визнання (*ви ж в нас голова/захист, авторитет; славний на Підгір'ї* та ін.), зв'язків (*знайомих, друзів маєте, найближчий до хазяїна чоловік* і т.д.), бажання, можливостей (*ви ж усе можете, ти ж маєш необмежені можливості* і т.п.), здоров'я, сили (*маєш міцну руку, здоровий* і под.), вмінь (*пливеш як блискавка, гарний мореплавець* і т.д.), знань (*мову знаєш, місцеві звичаї вивчив* та ін.), здібностей (*найкращий учень*, (в тебе) *хватка є* і под.), досвіду (*зуби з'їв на ..., досвідчений воїн* і т.п.), матеріальних ресурсів, знарядь праці (*у тебе човен на всю губернію* та ін.), наприклад: (пан просить хлопця підтримувати багаття) – *Підкладіть, серце, свіжого хмизу!* [– звернувся він (пан) до мене.] – *У вас ноги молоді, кріпкі, [бо мені як засидітись*

та потім уставати, то чиста морока <...> ревматизм клятий мучить мене] (С. Васильченко); (дружина імператора Лівія хоче, щоб її чоловік для зміцнення імперії прийняв закон про заборону безшлюбності) ... римська сім'я під загрозою зникнення.] *І ти, наш pater, мусиш її врятувати, [– потяглася до жаб'ячих лапок.] – Адже в тебе *summa potestas* – вища влада* (В. Чемерис).

Компліментарне висловлювання, що аргументує прохання, може містити порівняння співрозмовника з мовцем, який удається до самоприниження, чи з третіми особами, оцінюваними зазвичай негативно. Такий прийом дозволяє посилити вплив на адресата, наприклад: (козаки вмовляють Данила Нечая погодитись на головування) – *Приймай, приймай, Даниле, [– захопив його Гладкий. – Ми не гетьманом тебе обираємо, щоб ти тричі, як велить січовий звичай, відмовлявся, – пожартував.] – Зі шляхтою ти навоювався більше, ніж ми, і краще знаєш всі її виверти* (Т. Микитин); (Іванцьо просить Митра врятувати його від ув'язнення) [– *А що я скажу? <...> А коли й скажу, то хто мені повірить?! – мов заридав голосом Іванцьо.*] – *Ви розумніші, вам більше поймуть віри <...> То визвольте мене <...>* (В. Міняйло).

Для аргументативного вживання компліментарних висловлювань, що супроводжують висловлювання спонукального характеру, притаманною є наявність частки **ж/же**, наприклад: (дитина просить маму взяти тварин додому) [– *Мамо! Адже в нас же все є! – переконував Михайлик. – А цей котик... Йому ж нічого їсти, і на вулиці так холодно <...> А це цуценя <...> Воно ж кульгає <...> А я, здається, знаю, як йому вилікувати лапку <...>*] *Ти ж така добра, мамо!* (Н. Хаткіна).

У ролі аргументів до спонукальних висловлювань уживаються не тільки компліментарні висловлювання: таку ж функцію в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виконують і висловлювання, які виражають позитивне ставлення до співрозмовника, наприклад: (козаки хочуть залишити отамана ще на один термін) – *Послужи нам, батьку, ще рік і не сперечайся з товариством, бо ми тебе хочемо і потребуємо!* [– волали козаки] (Т. Микитин).

Проте такі конструкції характеризуються меншою частотністю порівняно зі структурами, що містять компліменти-аргументами.

Серед висловлювань, які виражають позитивне ставлення до співрозмовника, вжитих у ролі аргументів, вирізняються висловлювання зі значенням винятковості, наприклад: (жінка хоче настроїти чоловіка проти його доньки для посилення своєї влади) – *Ти мусиш берегти себе, адже ти в нас один* (В. Чемерис); (керівник загону посилає підлеглу в небезпечну подорож) – *Ти ж, Клаво, будь розумницею. На тебе – остання надія* <...> (І. Головченко, О. Мусієнко).

Аргументативне вживання експресивів у спонукальних мовленнєвих актах оформлюється переважно за допомогою сполучників *оскільки, адже, тож, отож, тому, то, бо*, а також сполучника сурядності *і*.

У робочій картотеці зафіксовано реченнєву частину-аргументу, у якій спостерігається інверсія: постпозиція сполучника щодо особового займенника. Наприклад: (полонені жінки просять чоловіків про допомогу) – *Ви чоловіки, то й робіть!* [– *підхопили жінки.*] – *Не дайте нас на поталу воріженькам. Ви ж бо наші захисники* (В. Чемерис).

Доволі часто позиція сполучників не заміщається, наприклад: (Федір просить односельця допомогти йому) *ФЕДІР. Всі люди тебе хвалять за добре серце – помози!* [*Бог тебе не оставить, ти ж Семенові й Дем'янові поміг!*] (І. Карпенко-Карий).

Типовою є препозиція експресивів-аргументом щодо повідомлень спонукального характеру, але зустрічається також їх постпозиція, наприклад: (письменник просить заможну пані про меценатство) ... *Помагайте сестро, будьте ласкаві, ви маєте і силу, і славу, і любите ту країну, що я тепер заходився малювати* (В. Дарда); (сусід просить лісника знайти роботу для свого приятеля) – *Та, може, й знайдете якусь: ви ж, Амбросію Пилиповичу, господар всієї лісової займанищини – аж чотирьох тисяч десятин лісу. Лісовий цар, можна сказати* (М. Стельмах).

Мовець може підсилювати вплив уживанням у ролі аргументу до висловлювання спонукального характеру компліментів зі складовою, що передає значення обізнаності (*я (добре/прекрасно) знаю, мені відомо, я поінформований і под.*) та впевненості (*певен, (я) впевнений, переконаний, не сумніваюся, не маю ані найменшого сумніву і т.д.*). Такий прийом дозволяє адресанту продемонструвати відсутність сумнівів щодо наявності в адресата позитивних рис, якостей, заслуг і т.д., наприклад: (вищий у посаді переконує підлеглого повідомити неприємну інформацію вищому керівництву) – **Я знаю**, ви людина великодушна й мудра, ви можете в ім'я високих ідеалів забути найгірші кривди, тому прошу вас – зустріньтеся з фірером ще раз (І. Головченко, О. Мусієнко). У подібній функції вживаються компліментарні висловлювання, побудовані за схемою "(Я) бачу, що ти/ви + [позитивна оцінка співрозмовника]", наприклад: (купець хоче віддячити богатирю за послугу) [– *Тоді пригостись у мене, – сказав великий купець, – і їдь, куди хочеш.*] **Бачу**, ти справжній богатир, тож хочу тебе як такого пошанувати (В. Шевчук); (Юсуф-паша, що пише вірші, хоче, щоб полонений, який розуміється на поезії, дав об'єктивну оцінку його творчості) – **Я** покликав тебе сюди, полоненику, [– *сказав він (Юсуф-паша. – І.Ш.) вишуканою арабською мовою,*] – щоб вислухати твою чесну думку про мої вірші. **Бачу я**, що ти людина освічена, і сподіваюсь тому, що ти повідаєш, нарешті, мені правду, [бо цей негідник Джироламо не знає меж, вихваляючи першу-ліпшу дурницю, написану мною] (Ю. Щербак).

Компліментарні висловлювання як аргументи до пропозицій, запрошень, прохань, закликів нерідко мають вигляд уточнень, наприклад: (польський канцлер підбурює візира пристати до короля, зрадивши козаків) [– *Дати черні перемогти не в твоїх інтересах, великий візир.*] **Ти, розумний і далекоглядний, зваж:** [козаки завжди були твоєму царству ворогами] (Н. Рибак); (вчитель Федір Пилипович хоче залучити односельчанина-куркуля до просвітницької діяльності) [– *Маєте на увазі якусь конкретну участь мою в громадській роботі?*



– Розуміється.] *Не сидіти ж вам, людині освіченій, склавши руки, коли твориться нове життя.* [Взяти хоча б просвіту] (А. Іщук)

Експресиви-аргументами можуть бути імпліцитними, наприклад: (науковий керівник активізує пошукувачку до роботи над дисертацією) *Вам з вашою головою треба йти в науку, [а не світлини кінозірок збирати]* (Н. Сняданко) – "Ви розумні" → "Вам треба йти в науку". У такий спосіб мовець уникає відкритого впливу на співрозмовника, відмовляється від тиску, завуальовує маніпулятивні наміри щодо нього.

Таким чином, у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву аргументами до спонукальних висловлювань постають висловлювання на позначення позитивного ставлення до співрозмовника та компліменти, що характеризують виконання ним якоїсь дії або констатують факт її виконання, передають загально визнаність заслуг і позитивних якостей співрозмовника, наявність у нього необхідного для виконання дії, характеризують особистісні якості адресата, які цінуються в суспільстві та мовцем зокрема. Експресиви-аргументами в спонукальному дискурсі можуть бути як експліцитними, так і імпліцитними. При цьому раціональні аргументи тут домінують над емоційними. Посилення впливу на співрозмовника забезпечується вживанням у ролі аргументу до спонукальних структур компліментарних висловлювань зі складовою зі значенням обізнаності та впевненості, а також аргументом, які апелюють до досвіду мовця. Перспективним для подальших мовознавчих студій, на нашу думку, є дослідження аргументативного потенціалу компліментарних висловлювань у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву.

## Література

1. Белова А. Д. Лінгвістичні аспекти аргументації (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук, спеціальність 10.02.04 "Германські мови" / Алла Дмитрівна Белова. – К., 1998. – 30 с.

2. Ивин А. А. Риторика: искусство убеждать: [учебное пособие] / Александр Архипович Ивин. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 304 с.
3. Мозгунов В. В. Особливості вияву категорії модальності в епістолярному жанрі мовлення / В. В. Мозгунов // Лінгвістичні студії: [зб. наук. праць]. – Донецьк: ДонНУ, 2008. – Вип. 17. – С. 231-236.
4. Приходько А. М. Німецькі комплексні регулятиви: іллокутивна таксономія та перлокутивний потенціал / А. М. Приходько // Комунікативні та когнітивні проблеми дискурсу: [зб. наук. праць]. – Х.: Лівий берег, 2001. – С. 30-38.
5. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалі сучасної газетної публіцистики): [монографія] / Катерина Степанівна Серажим; [за ред. Різуна В.] – К.: Видавець Паливода, 2010. – 351 с.
6. Скуратовська Т. А. Синтаксичний повтор як засіб аргументації в юридичному дискурсі / Т. А. Скуратовська // Мовні і концептуальні картини світу: [зб. наук. праць]. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка. Фак-т іноземної філології, 2000. – С. 328-338.