

УДК
811.161.2'27

Шкицкая Ирина Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры документоведения, информационной деятельности и украиноведения Тернопольского национального экономического университета.

ТАКТИКА ПОЗИТИВНОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МАНИПУЛЯТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПОЗИТИВА

Статья посвящена характеристике одной из тактик манипулятивной стратегии позитива – тактики позитивной самопрезентации. Автор анализирует основные приемы тактики, выясняет языковые особенности ее реализации.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, тактика позитивной самопрезентации, прием тактики, вербальная репрезентация.

ТАКТИКА ПОЗИТИВНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАНИПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ

Стаття присвячена характеристиці однієї з тактик маніпулятивної стратегії позитиву – тактики позитивної самопрезентації. Автор аналізує прийоми тактики, з'ясовує мовні особливості її реалізації.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика позитивної самопрезентації, прийом тактики, вербальна репрезентація.

REPRESENTATION TACTICS OF MANIPULATION STRATEGY OF THE POSITIVE

The article is dedicated to the description a positive manipulation strategy tactics, the tactics of positive representation. The author analyses tactics ways, finds out language peculiarities of its realization.

Key words: manipulation strategy of positive, positive representation tactics, tactics ways, verbal representation.

Тактика позитивної самопрезентації маніпулятивної стратегії позитиву

Останнім часом популярності в лінгвістиці набуло вивчення процесу комунікації з позиції комунікативних стратегій і тактик. Серед стратегій, активно застосовуваних мовцем під час міжособистісного спілкування, вирізняється маніпулятивна стратегія позитиву, яка реалізується шляхом повідомлення співрозмовнику приємної для нього інформації з метою здійснення впливу на нього. Ця стратегія і її тактики не були предметом наукових студій, що й зумовлює актуальність дослідження.

Однією з тактик маніпулятивної стратегії позитиву є тактика позитивної самопрезентації. За допомогою неї мовець моделює свій позитивний образ, показує себе в найвигіднішому світлі, прагне "викликати чи підтримати позитивну реакцію (на себе) у слухача" [1, с. 273], створити гідний образ із метою здійснення подальшого впливу.

Дослідженню презентаційного дискурсу присвячені праці О.С. Іссерс [3], В. Мозгунова [5], Л.В. Козяревич [4], А.В. Олянича [6], А.І. Дубських [2] та ін. Але в згаданих роботах тактика позитивної самопрезентації не аналізувалась крізь призму маніпулятивного впливу.

Метою статті є характеристика тактики позитивної самопрезентації маніпулятивної стратегії позитиву, виокремлення прийомів тактики, аналіз особливостей її вербальної репрезентації.

На позначення тактики позитивної самопрезентації в лінгвістиці функціонують такі терміни: "тактика самопохвали", "тактика акцентування позитивної інформації про себе", тактика "гра на підвищення", "тактика вихваляння", "тактика позитивної авторепрезентації".

Ця тактика реалізується мовленнєвими жанрами самопохвали, вихваляння, обіцянки та цілеспрямованим представленням себе з позитивного боку – створенням свого позитивного іміджу. Тактика позитивної самопрезентації часто супроводжує жанри прохання, вмовляння, пропозиції, запрошення, виправдання, докору, вибачення тощо.

Те, що в маніпулятивній стратегії позитиву ця тактика займає невеликий відсоток (5 %), пояснюється суперечками, які спричинюють самопохвала та вихваляння, несхвалювані правилами спілкування вітчизняної культури через порушення максими скромності. Це відображено в численних прислів'ях і приказках, наприклад: "Не хвали себе сам, хай тебе люди похвалять", "Погана та дівка, що сама себе хвалить", "Добрий товар хвалити не треба", "Хто чваниться, той кається", "Чужого не гудь, свого не хвали" та ін.

В. Мозгунов зауважує: "Наша культура, хоч і передбачає ситуації, у яких вихваляння себе допускається, і навіть бажане, сформулювала негативну оцінку цього явища. Усі інграціаційні техніки оцінюються негативно, і це пов'язано з їх маніпулятивним характером. Негативне сприйняття вихваляння пов'язане з приписуванням автору схильності до перебільшення, нещирості, "підсолодження" дійсності. Вихваляння себе можна розглядати як порушення мовного табу, неврахування обов'язкових суспільних норм уживання слів чи способів висловлення, тобто є порушенням основ підтримання комунікативного контакту" [5, с. 302].

В. Мозгунов виділив такі способи позитивної авторепрезентації (вихваляння): 1) подання як власних рис і властивостей, що ціняться в суспільстві або партнером інтеракції; 2) називання себе учасником ситуації, подій, поява в яких вимагає названих вище рис і властивостей; 3) переконання в наявності потенційно цінних для партнера матеріальних і нематеріальних цінностей (приятельські контакти, влада, престиж, можливості); 4) запевняння партнера в користі спілкування з ним; 5) цитування позитивної думки інших про себе; 6) називання або переконування у власних успіхах [5, с. 302].

У межах маніпулятивної стратегії позитиву позитивна самопрезентація найчастіше здійснюється шляхом подання як власних рис і властивостей, що ціняться в суспільстві або партнером інтеракції.

Картотекою зафіксовані висловлювання, у яких мовець, що вдається до маніпулятивної стратегії позитиву, хвалиться рисами, які не цінуються в суспільстві, але є значущими для адресата, наприклад: [– *Заяць!* – *говорить*

Настя. – Заяць, одружися зі мною.] Я дівчина із простих, сором'язлива, мозку немає – одне тісто (Н. Хаткіна).

Різновидом самопохвали є також розхвалювання мовцем своїх родичів (переважно дітей), належних йому предметів, реалізованого товару тощо.

Позитивна самооцінка в тактиці часто супроводжується обґрунтуванням, демонстрацією ходу своїх думок. За допомогою самопохвали у формі своїх актуалізованих думок мовець демонструє ширість, попереджає закиди в нескромності, наприклад: (пані Яницька хоче, щоб їмость взяла її на службу) ***Гадаю собі: не стара я ще і не дурна, вмію і зварити, і вишити, і поле, і город для мене не новина – не пропаду*** (Б. Лепкий).

При проханнях позитивне самопозиціювання може виступати аргументом. Аргументативне вживання самопохвал забезпечується за допомогою сполучників підрядності **адже, оскільки, тому що, через те та частки ж**.

Для тактики позитивної самопрезентації характерним є демонстрування мовцем своєї щирості, запевняння співрозмовника в достовірності повідомлюваного. Переконавання в щирості відбувається за допомогою вставних слів і конструкцій (*бігме, їй-богу, чесно кажучи, кажучи відверто, коли правду казати, сказати по правді, свята мадонна/(3-тя особа) не дасть мені збрехати і т.д.*) і метатекстових вставок на зразок *скажу правду, це – не красиві слова, кажу тобі, як не знаю що, це точно і т.д.*

Прийомам тактики є підкреслення мовцем своєї унікальності, що може реалізовуватись прямо (за допомогою лексем *тільки, лише, саме, один, порівняльних зворотів як ніхто інший, ніж хто інший*) та непрямо (наприклад, риторично-питальними реченневими одиницями на зразок *"Хто (ж), як не я?", "На кого (ж), як не на мене, вам розраховувати?"*).

В аналізованій тактиці можуть уживатися висловлювання-спростування/заперечення вихваляння, наприклад: (на розглядинах перед сватанням) – ***Я не хвалю своїх синів, але, коли правду сказати, то на всі Семигори немає таких хлопців, як мої*** (І. Нечуй-Левицький).

Даниною скромності чи як протиставлення себе співрозмовнику або третім особам може трактуватись самопохвала, подана у вигляді прикладу за допомогою лексем *приміром, наприклад, щодо мене, а от я.*

Протиставлення себе третій особі, у тому числі узагальнено номінованій, найчастіше в тактиці репрезентовано порівняльними конструкціями.

Одним із прийомів тактики позитивної самопрезентації є апелювання до знання адресатом/чи третьої особи позитивних рис і заслуг адресанта, що виражається за допомогою мовних формул на зразок "(3-тя особа) *знає/підтвердить, не дасть (мені) збрехати*", "*хай/нехай* (3-тя особа) *скаже/підтвердить*", "*ви (ж) мене (не один рік, давно, прекрасно, добре) знаєте*", "*знаєте самі*", "*вам не треба говорити*", "*кому я говорю*" (в значенні "*вам непотрібно говорити, бо ви це знаєте*"), риторично-питальних речень на зразок *Та хіба ви мене не знаєте?! Цим прийомом мовець підкреслює свою щирість, страхує себе від звинувачення в нескромності чи брехні й водночас підвищує комунікативний статус співрозмовника, наприклад: (підлеглий демонструє свою відданість начальнику) – **Що прикажете – зделаю. Ви ж мене знаєте, в грудку розіб'юсь ...** (В. Іванина).*

Протилежним описаному вище прийому є прийом констатування факту незнання адресатом позитивних рис адресанта, недооцінювання останнього, супроводжуване запевнянням співрозмовника в наявності (часом потенційній) у нього позитивних рис, якостей, здібностей, що часто має вигляд обіцянок, наприклад: (хлопчик Валерик умовляє командира прийняти його до партизанського загону) – **Ви не думайте , я й стріляти навчусь, і в розвідку ходитиму... Ви ж ще мене не знаєте** (Д. Ткач).

Одним із способів позитивного самопозиціонування в тактиці може поставати самоприниження, у тому числі й удаване: "я невисоко ціную себе" → "я скромний" → "я хороший", наприклад: (коронний сотник виправдовується перед красунею-полонянкою, схопленою його слугами) – **На превеликий жаль, [– благородно мовив пан Сондецький,] – я не наслідювавсь йти на лови такої**

незрівнянної кунці. Я – що? Я – грубий воїн, який не боїться ворожих стріл, ощепів, шабель і куль (С. Тельнюк).

Картотекою зафіксовано приклади, у яких мовець позитивно самопозиціонує себе після самоприниження, тобто позитивне самопозиціонування є, по суті, спростуванням самозвинувачення чи самоприниження, виявленням доброго ставлення до співрозмовника.

Однією з особливостей тактики позитивної самопрезентації є актуалізація соціальної чи статусної позиції мовця. Так, батьки часто вживають замість особових займенників Я чи МИ номінації "мати", "батько", "батьки", "старші". В аналізованій тактиці мовець часто актуалізує свій статус, посаду, соціальну роль. Мають місце тут узагальнені самономінації, виражені іменниками чи займенниками у формі множини: замість "я" – "ми", замість "старший" – "старші" і т.д., наприклад: [– *Поведзай їм, хай розійдуться, єслі називаєте себе їх посланніком. Мартинчук нахилом голови подякував за таке визнання: –* **Пане старосто, ми – прості мужики, не пасує, аби пхались поперед панства** (І. Вільде).

У тактиці позитивної самопрезентації самопохвала може супроводжуватися докором. Картотекою зафіксовано приклади, у яких самопохвала висловлюється після звинувачення співрозмовника в негативному чи упередженому до себе ставленні, наприклад: (актор просить директора театру дати йому роль Возного в новому спектаклі) ... *а от ви, пане майор, мене і в гріш не ставите, одне слово, не поважаєте... –* **Мене! Кого знає Україна, Росія, великі і малі міста** (Б. Левін).

При самономінації чи гетеросамономінації після особового займенника першої особи мовець рідко називає своє прізвище чи ім'я – частіше дає собі узагальнені позитивні характеристики або номінації, що виражають його позитивне ставлення до співрозмовника (*шанувальник, прихильник, вірний друг, давній приятель, відданий слуга* і т.д.).

Виклад позитивної інформації про себе в тактиці може здійснюватись і від третьої особи, навіть з уживанням відповідних займенникових форм. Це

дозволяє мовцю зменшити міру суб'єктивності передаваного, підкреслити достовірність інформації, відтак збільшити вплив на співрозмовника, 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 при самопохвалі робить можливим уживання прямих позитивних номінацій на позначення особистісних якостей мовця, що при поданні інформації від першої особи у вітчизняній культурі вважається нескромним, пор.: [*– Як ти можеш підозрівати мене у поганих намірах? – образився господар, ховаючи від полковника очі.–*] **Дупуд, якщо навіть іноді й не люб'язний, все одно завжди щирий і не підступний**, [*– похвалив себе*] (Т. Микитин) – *Я завжди щирий і не підступний.

Позиція займенника першої особи однини (*я, мені, мене*) при реалізації тактики може бути незаміщеною, що пояснюється прагненням мовця не порушувати максимуму скромності.

Типовим для тактики позитивної самопрезентації є самономінація у вигляді заперечень негативної оцінки та некатегоричність самооцінки, що забезпечується за допомогою прислівників *досить, досить-таки* та вставних слів і конструкцій (*здається, може, напевно, як на мене, по-моєму* і т.п.). Такий прийом теж диктується прагненням мовця дотримуватися максимуму скромності.

Постпозиція маркерів позитивної самопрезентації щодо маркерів заперечення негативних характеристик, що має форму протиставлення (*"я/ми – не (негативна оцінка), а (позитивна оцінка)"*), посилює впливовий ефект, надає висловленню експресивності, наприклад: – **Зараз ми не розбійники, а оборонці хана Магомета й калги Шагїна** (С. Тельнюк).

Високою є експресивність діалогізованих висловлень, у яких мовець ставить питання і відповідає на нього, або спростовує раніше висловлену (ним чи третьою особою) негативну оцінку себе чи своїх дій, поведінки, наприклад: (Брюховецький хоче посилити свій авторитет на Січі) [*– Ви знаєте, моє товариство миле, мої рідні братчики, у яких маєтках, із якими достатками*

прийшов я до вас у Січ. І де ж те все подівалось?] **Чи я пропив, чи прогайнував? Ні, не пропив я, не прогайнував, не промантачив, не проциндрив без пуття: усе спустив з рук, аби тільки як-небудь прикрити ваші злидні** (П. Куліш).

Основу лексичного пласту тактики позитивної самопрезентації становить нейтральна загальноживана лексика. Але мають місце тут книжні й урочисті слова. Знижені слова негативного забарвлення не типові для цієї тактики. Картотекою зафіксовано поодинокі приклади вживання пейоративних слів при самопохвалі, наприклад: (підлеглий запевняє начальника у своїй відданості) [*Ну, що ви, що ви, пане Рехер!*] ***Я ж пам'ятаю, кому зобов'язаний життям. Швидше здохну, аніж підведу вас!*** [*– притискуючи руки до грудей, лепетав князьок. – Єдине лиш прохання..*] (І. Головченко, О. Мусієнко). Проте негативнооцінна лексика активно функціонує при реалізації цієї тактики в тих випадках, коли мовець хоче справити враження скромної людини й удається до самоприниження (*дурний, мізерний, моя нікчемна особа, мій немудрий ум* і т.д.) та коли позитивна самопрезентація супроводжується прийомом протиставлення мовця і/чи співрозмовника іншим особам, поведінка чи дії яких не схвалюються.

Зближення із співрозмовником при реалізації цієї тактики відбувається за допомогою емоційно забарвленої лексики, фразеологізмів, розмовних елементів, вигуків, слів-активізаторів уваги співрозмовника тощо.

Таким чином, за нормами вітчизняної культури, активне самоподання та позитивна самооцінка за умов неконфліктного спілкування є небажаними, тому в маніпулятивній стратегії позитиву ця тактика застосовується рідше за інші. Основними прийомами тактики позитивної самопрезентації є обґрунтування самопохвал, аргументативне їх уживання при проханнях, підкреслення мовцем своєї щирості, унікальності, демонстрування ходу своїх думок, їх актуалізація, вживання висловлювань-заперечень/спростувань вихваляння, самопохвала на фоні протиставлення себе іншим, апелювання до знання адресатом/чи третьої особи позитивних рис і заслуг адресанта, констатування факту незнання

адресатом позитивних рис адресанта при обіцянках, самопохвала після самоприниження, актуалізація соціальної чи статусної позиції мовця, узагальнені самономінації, самопозиціонування з викладом інформації від третьої особи. Перспективним для подальших наукових розвідок є дослідження мовної репрезентації емпатії, благопобажання, дбайливості щодо співрозмовника як периферію тактики позитивної самопрезентації маніпулятивної стратегії позитиву.

Література

1. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: сб. работ / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Дубских А.И. О некоторых аспектах коммуникативной стратегии самопрезентации / Ангелина Ивановна Дубских // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: сб. ст. участников IV междунар. науч. конф., 25-26 апр. 2008 г., Челябинск. Т. 1 / [редкол.: д-р филол. н., проф. Л.А. Нефедова (отв. ред.) и др.]. – Челябинск: ООО "Издательство РЕКПОЛ", 2008. – С.96-100.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: [монография] / Оксана Сергеевна Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
4. Козяревич Л.В. Вербальні й невербальні засоби емпатизації діалогічного дискурсу (на матеріалі англомовної прози ХХ століття): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / Ліана Василівна Козяревич; [Київський національний лінгвістичний ун-т]. – К., 2006. – 19 с.
5. Мозгунов В. Вихваляння як акт персвазії / В. Мозгунов // Функціонально-комунікативні аспекти граматики і тексту: зб. наук. праць, присвячений ювілею д-ра філол. наук, проф., академіка АН ВШ України, завідувача кафедри української мови ДонНУ Загнітка А.П. – Донецьк: ДонНУ, 2004. – С. 300-305.
6. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: [монография] / Андрей Владимирович Олянич. – М: Гнозис, 2007. – 407 с.