

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет

На правах рукопису

ШКІЦЬКА ІРИНА ЮРІЇВНА

УДК 811.161.2'371'27

**МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ
В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

Спеціальність 10.02.01 – українська мова

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
доктора філологічних наук

Науковий консультант
Бріцин Віктор Михайлович,
доктор філологічних наук, професор

Тернопіль – 2012

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1 МАНІПУЛЯТИВНІ МЕЛІОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНИХ РОЗВІДОК..... | 16 |
| 1.1 Маніпулятивна стратегія позитиву серед інших комунікативних стратегій..... | 16 |
| 1.2 Компліментарні висловлювання в лінгвістичних студіях..... | 36 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1..... | 52 |
| РОЗДІЛ 2 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ..... | 54 |
| 2.1 Поняттєво-термінологічний апарат дослідження..... | 54 |
| 2.2 Методологічні основи та методика опису..... | 69 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2..... | 75 |
| РОЗДІЛ 3 СУБТАКТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТАКТИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧИМОСТІ СПІВРОЗМОВНИКА..... | 77 |
| 3.1 Субтактика позитивного оцінювання співрозмовника | 78 |
| 3.1.1 Способи прямого вираження позитивної оцінки..... | 78 |
| 3.1.2 Непрямі способи позитивного оцінювання..... | 82 |
| 3.2 Субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника..... | 85 |
| 3.2.1 Способи прямого виявлення прихильності..... | 85 |
| 3.2.2 Непрямі способи вираження позитивних почуттів..... | 89 |
| 3.3 Шляхи оптимізації тактики підвищення значимості співрозмовника..... | 91 |
| 3.3.1 Прийоми посилення функції впливу компліментарних висловлювань..... | 91 |
| 3.3.2 Інтенсифікатори позитивного оцінювання та вираження симпатії..... | 99 |
| 3.3.3 Аргументація в тактиці підвищення значимості співрозмовника..... | 121 |
| 3.3.3.1 Аргументованість компліментарних висловлювань..... | 123 |
| 3.3.3.2 Аргументативне вживання експресивів у спонукальному дискурсі..... | 125 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.3.3 Компліментарні висловлювання як детермінанти певного стану речей чи ставлення мовця до співрозмовника..... | 128 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3..... | 134 |

РОЗДІЛ 4 ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ Й ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ПОЗИТИВНОЇ ОЦІНКИ ТА ПРИХИЛЬНОСТІ ДО АДРЕСАТА.....

| | |
|---|-----|
| 4.1 Лексико-фразеологічні особливості експресивів у маніпулятивному дискурсі..... | 138 |
| 4.1.1 Оцінні слова в тактиці підвищення значимості співрозмовника..... | 141 |
| 4.1.2 Лексичні маркери психологічного зближення комунікантів..... | 148 |
| 4.1.3 Роль фразеологізмів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу..... | 157 |
| 4.2 Морфолого-синтаксичні особливості засобів вербалізації тактики підвищен- ня значимості співрозмовника..... | 161 |
| 4.2.1 Дієслівні форми в маніпулятивних контекстах..... | 161 |
| 4.2.2 Займенники як маніпулятивно марковані мовні засоби..... | 165 |
| 4.2.2.1 Опозиція займенників "ти"-"Ви"..... | 165 |
| 4.2.3 Синтаксичні особливості маніпулятивно спрямованих експресивів.... | 174 |
| 4.3 Звертання як засіб здійснення маніпулятивного впливу..... | 191 |
| 4.3.1 Звертання-загальні назви..... | 194 |
| 4.3.2 Звертання-власні імена..... | 209 |
| 4.3.3 Прийоми посилення впливової функції звертань..... | 217 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4..... | 222 |

| | |
|--|------------|
| РОЗДІЛ 5 СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МАНІПУЛЯТИВНО СПРЯМОВАНИХ ЕКСПРЕСИВІВ..... | 226 |
| 5.1 Фігури накопичення в маніпулятивному дискурсі..... | 226 |
| 5.2 Маніпулятивність фігур переосмислення..... | 235 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 5.2.1 | Метафорична репрезентація тактики підвищення значимості співрозмовника..... | 235 |
| 5.2.2 | Епітети, порівняння, антитеза як засоби інтенсифікації маніпулятивного впливу..... | 242 |
| 5.2.3 | Функціонально-семантична категорія кількості та інтенсивності в тактиці підвищення значимості співрозмовника..... | 247 |
| 5.3 | Маніпулятивний потенціал фігур переміщення..... | 257 |
| | ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 5..... | 260 |

РОЗДІЛ 6 КОМПЛІМЕНТАРНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ: СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА.....

| | | |
|--------|---|-----|
| 6.1 | Семантичні різновиди компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву..... | 262 |
| 6.1.1 | Компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника..... | 262 |
| 6.1.2 | Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата.... | 265 |
| 6.1.3 | Компліменти із загальною позитивною оцінкою співрозмовника.... | 270 |
| 6.1.4 | Компліменти на позначення моральних якостей адресата..... | 272 |
| 6.1.5 | Компліменти щодо зовнішності співрозмовника..... | 275 |
| 6.1.6 | Компліменти з акцентом на ділових якостях та професійній майстерності комунікативного партнера..... | 277 |
| 6.1.7 | Компліменти з відзначенням предметів, об'єктів чи осіб, що мають відношення до адресата..... | 279 |
| 6.1.8 | Компліменти на позначення рис характеру співрозмовника, його індивідуальних особливостей..... | 280 |
| 6.1.9 | Компліменти стосовно імені адресата..... | 281 |
| 6.1.10 | Компліменти інших семантичних груп..... | 282 |
| 6.1.11 | Комплексні компліменти..... | 284 |
| 6.2 | Прагматична багатозначність компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву..... | 285 |

| | |
|---|------------|
| | 5 |
| 6.3 Непрямі компліменти..... | 298 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 6..... | 308 |
| РОЗДІЛ 7 СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ ТАКТИКИ | |
| ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧИМОСТІ СПІВРОЗМОВНИКА..... | 310 |
| 7.1 Структура комунікативних ситуацій здійснення маніпулятивного впливу... 311 | 311 |
| 7.2 Іntenційний вимір тактики підвищення значимості співрозмовника..... 314 | 314 |
| 7.3 Гендерні особливості маніпулятивно спрямованих експресивів..... 317 | 317 |
| 7.4 Значення статусних та вікових характеристик комунікантів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу..... 331 | 331 |
| 7.5 Адресна спрямованість експресивів у маніпулятивному дискурсі..... 338 | 338 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 7..... | 341 |
| РОЗДІЛ 8 ПЕРИФЕРІЯ МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ | 344 |
| 8.1 Тактика солідаризації..... 344 | 344 |
| 8.1.1 Фігури слова в тактиці солідаризації..... 356 | 356 |
| 8.1.2 Субтактика згоди..... 358 | 358 |
| 8.2 Тактика позитивної самопрезентації..... 369 | 369 |
| 8.3 Взаємодія тактик маніпулятивної стратегії позитиву..... 386 | 386 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 8..... | 389 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ..... | 392 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 401 |
| НАУКОВІ ПРАЦІ..... | 401 |
| СЛОВНИКИ..... | 457 |
| ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА..... | 458 |
| ДОДАТКИ..... | 471 |

ВСТУП

Мовознавчим студіям останніх десятиліть притаманне перенесення наукових зацікавлень учених до вивчення мовних явищ у функціонально-комунікативному аспекті, що спричинило фокусування уваги на дослідженнях комунікативної взаємодії мовців та особливостях її вербального вияву.

Посилений інтерес до комунікації позначився на розвитку прагмалінгвістики – динамічного напрямку науки про мову, що вивчає принципи та правила спілкування з метою досягнення запланованого результату і характеризується антропоорієнтованістю. Однією з тенденцій розвитку сучасного мовознавства є дослідження суб'єктивного чинника в мові, способів впливу мовця на адресата, мовних механізмів породження повідомлень.

Особливої актуальності набули студії, у яких з'ясовується специфіка функціонування мовних одиниць з урахуванням їхніх структурно-семантичних і комунікативно-прагматичних особливостей, а також дослідження, орієнтовані на користувача-мовця, 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).

У мовознавчих працях, що репрезентують комунікативний, прагматичний та соціально-психологічний підходи, описуються засоби здійснення мовленнєвого впливу, вивчаються його механізми, установлюється співвідношення між мовними категоріями та їх передбачуваною дією на адресата.

Сьогодні спостерігаємо посилення інтересу лінгвістів до проблеми маніпулювання поведінкою людини. Дослідженню маніпулятивного впливу та маніпулятивно маркованих ресурсів мови присвячено роботи 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.

Більшість наукових розвідок, предметом розгляду в яких є маніпуляції, переважно стосуються вербальної репрезентації маніпулятивного впливу в політичному, масовоінформаційному і рекламному дискурсах. Оскільки згадані види дискурсів представляють публіцистичний стиль, можна зробити висновок про те, що значна частина мовознавчих досліджень маніпуляції здійснена саме в межах цього стилю. Проте великий маніпулятивний потенціал мають також художній та розмовний стилі, зокрема діалог як форма усного мовлення. Якщо політичний і рекламний дискурси радше орієнтовані на односторонній вплив, то діалогічний дискурс передусім відображає повноцінну взаємодію комунікантів.

Міжособистісну маніпуляцію від масової відрізняє більша індивідуалізованість, різноманітність використовуваних засобів, підвищена точність у досягненні бажаних результатів, локалізованість на обмеженому колі мішеней [115, с. 123, 145], конкретність і адресність, тому вона викликає великий науковий інтерес.

Аналіз мовних засобів маніпуляції на міжособистісному рівні здійснено Л. А. Нефедовою [246; 247], О. С. Ужакіною [372], О. В. Денисюк [113], К. Ф. Седовим [318], Л. Ю. Веретенкіною [67] 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 працям учених притаманна психолого-лінгвістична спрямованість [318; 67 та ін.], об'єкт аналізу в них становлять мовна особистість маніпулятора, "мішені" маніпулятивного впливу – потреби, стереотипи, логічні "зриви", комунікативна поведінка, дискурс індивіда-маніпулятора (див. [356; 372; 113; 312]).

Загалом лінгвістичні дослідження маніпуляції не мають комплексного характеру, науковці зосереджуються лише на окремих аспектах цього явища,

залишаючи поза увагою численні питання. Це відкриває широкі перспективи для вивчення специфіки вербалізації різних видів маніпулятивного впливу.

Для опису реалізації регулятивної функції мови дедалі частіше використовують стратегічний підхід – особливий тип прагматичного опису дискурсу, спосіб вивчення мовленнєвої діяльності шляхом визначення комунікативних стратегій та особливостей їх вербалізації з урахуванням мовного й позамовного контексту. Феномен комунікативних стратегій досліджується в контексті прагмалінгвістики, а також крізь призму когнітивної та комунікативної парадигм.

Попри велику кількість наукових розвідок, предметом дослідження в яких постають комунікативні стратегії (В. З. Дем'янков, К. Ф. Сєдов, О. С. Іссерс, А. М. Баранов, В. В. Бушкова, І. М. Борисова, А. В. Олянич, О. В. Фадєєва, Т. Є. Янко, Ю. К. Пирогова, І. С. Морозова, Ю. М. Іванова, О. В. Яшенкова, О. В. Дмитрук, О. М. Белозерова, О. В. Герасименко, А. І. Дубських, О. В. Даньшина, О. С. Снитко та ін.), дотепер ще не існує вичерпної класифікації основних комунікативних стратегій і тактик. Питання виявлення специфіки їх мовної репрезентації, а також планування, прогнозування та застосування є актуальними й відповідають потребам сучасної лінгвістичної науки.

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 вказівку на спільне між комунікантами, – маніпулятивна стратегія позитиву. Цю стратегію дотепер вітчизняні та зарубіжні вчені не виокремлювали і засоби її вербалізації системно не вивчали.

Автори багатьох мовознавчих та психологічних праць, присвячених дослідженню маніпулятивного впливу, до його способів і прийомів відносять повідомлення інформації, приємної для адресата, похвалу, висловлення компліментів і схвалень (наприклад: [392, с. 166; 67, с. 72; 282, с. 131-147; 63]). Хоча вчені й розглядали позитивну оцінку як могутнє знаряддя для зміни поведінки співрозмовника в бажаний бік [506, с. 153; 122, с. 8], об'єктом окремого

комплексного дослідження у світлі маніпулятивного впливу позитивнооцінні висловлювання не були.

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, спрямованістю на вирішення 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, не типових 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 залучено також записи усного мовлення. Механізм реалізації маніпулятивної стратегії позитиву досліджувався в умовах офіційного й неофіційного усного спілкування з диференціацією ступенів знайомства комунікантів, їх віку, статі, статусу, соціальних ролей і типу стосунків між ними тощо.

Робочу картотеку утворюють дискурсивні фрагменти, у яких зафіксовано ситуації впливу мовця на поведінку, емоційний чи ментальний стан співрозмовника (зазвичай в інтересах мовця). Це переважно діалогічні єдності, у яких адресант прямо чи в непрямий спосіб дає позитивну оцінку адресатові або виражає прихильність до нього, повідомляє про спільність з адресатом, позитивно позиціонує себе. Розпізнавання комунікативної мети було здійснено з урахуванням прагматичних особливостей висловлювань.

Методологічною основою дослідження є дихотомічне розуміння мови як суспільного явища, "реальної системи" [222], усвідомлення діалектичного взаємозв'язку загального й окремого, взаємодії суб'єктивного та об'єктивного в мові, дуалізму мовного знака. Науковими підходами, використаними в дисертації, є системний, структурний, функціональний, стратегічний, прагматичний, діяльнісний, комунікативно-дискурсивний.

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

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 їх 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, які репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, виявлено способи реалізації маніпулятивного потенціалу мовних засобів на різних мовних рівнях. Результати 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 роботі, 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 зі 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 уможливорює створення ефективної реклами, конструювання контекстів, орієнтованих на гармонізацію комунікативного буття людини.

Особистий внесок здобувача полягає в тому, що дисертаційна робота 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 та одержані результати дослідження було представлено в доповідях на щорічних звітних наукових конференціях, що проводились у Тернопільському національному економічному університеті (2009-2012 рр.), на XVII-XX Міжнародних наукових конференціях "Мова і культура" імені проф. Сергія Бураго (2008-2012 рр., м. Київ), I Міжнародному Кримському лінгвістичному конгресі "Мова і світ" (5-8 жовтня 2009 року, м. Ялта), II Міжнародному Кримському лінгвістичному конгресі "Мова і світ" (4-7 жовтня 2010 року, м. Ялта), Міжнародній науковій конференції "Грамматичні читання – VI" (3-4 лютого 2011 року, м. Донецьк), V Міжнародній науково-практичній конференції "Мова і світ: дослідження та викладання" (24-25 березня 2011 року, м. Кіровоград), Міжнародній науковій

конференції "Володимир Гнатюк у контексті розвитку культури України" до 140-річчя від дня народження академіка Володимира Гнатюка (11-12 травня 2011 року, м. Тернопіль), Всеукраїнській науковій конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича (13 травня 2011 року, м. Житомир), Міжнародній науковій конференції "Лексичні та граматичні одиниці: функціонально-семантичний і комунікативно-прагматичний аспекти" (20 травня 2011 року, м. Київ), Міжнародній науковій конференції "Мова – література – культура в контексті національних взаємозв'язків" (24-25 травня 2011 року, м. Бердянськ), Всеукраїнській науково-практичній конференції "Мова. Культура. Взаєморозуміння" (20-22 вересня 2011 року, м. Дрогобич), Міжнародній науковій конференції "Системний аналіз функціонування мовних одиниць" (22-23 вересня 2011 року, м. Київ), Всеукраїнській науково-практичній конференції "Українське мовознавство: теоретичні та прикладні проблеми" (13-14 жовтня 2011 року, м. Кіровоград), Всеукраїнській науково-практичній конференції "Слобожанська бесіда – 5. Діалектне мовлення як лінгвокультурний феномен" (3-4 листопада 2011 року, м. Луганськ), V Всеукраїнській науково-практичній конференції "Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі" (10 листопада 2011 року, м. Київ), XIV Міжнародній науковій конференції з актуальних проблем семантичних досліджень "Художній текст у різних лінгвістичних парадигмах" (3-4 квітня 2012 року, м. Харків). Матеріали дисертаційної роботи обговорювалися на засіданнях кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету.

Публікації. Основний зміст праці відображено в 31 статті, 29 із яких опубліковано у фахових виданнях України, та в монографії, написаних одноосібно. Загальний обсяг публікацій становить 39,6 др. арк.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, восьми розділів, висновків та списку використаної літератури. Повний обсяг дисертації становить 484 сторінки, основного тексту – 400 сторінок. У списку

використаної наукової літератури налічується 517 найменувань, у списку джерел художньої літератури – 157. Дисертація містить 14 додатків.

РОЗДІЛ 1

**МАНІПУЛЯТИВНІ МЕЛІОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ
ЯК ОБ'ЄКТ ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНИХ РОЗВІДОК****1.1 Маніпулятивна стратегія позитиву серед інших комунікативних стратегій**

Мовлення є не тільки засобом передачі інформації в просторі та часі, але й передбачає досягнення немовленнєвих цілей, одержання певного іншого "стороннього" результату [202, с. 278-279], тому в широкому розумінні воно постає "регуляцією поведінки іншої людини" [359, с. 3], оскільки кінцева мета спілкування – управління діяльністю співрозмовника. Вплив завжди реалізується в спілкуванні, як за найслабших форм "ненасильницької" комунікації, так і в разі відкритого маніпулювання суспільною свідомістю [31, с. 152]. На думку Р. М. Блакара, висловитися нейтрально неможливо: навіть неформальна розмова передбачає "здійснення влади", тобто вплив на сприйняття й структурування світу іншою людиною [44, с. 91].

Важливим аспектом лінгвістичних студій у межах функціонального підходу до вивчення мови є всебічне дослідження мовленнєвого впливу та механізмів його здійснення. Аналізу вербального вияву впливової функції мови присвячені роботи І. К. Білодіда, Є. Ф. Тарасова, Л. С. Школьніка, М. В. Глаголева, М. С. Чаковської, Н. О. Безменової, В. З. Дем'янкова, В. І. Жельвиса, В. І. Карабана, А. М. Баранова, О. С. Іссерс, Т. М. Ніколаєвої, Л. А. Федорової, О. І. Голубничої, В. Г. Байкова, М. Ю. Федосюка, Г. М. Яворської, П. Б. Паршина, О. Г. Борисової, Й. А. Стерніна, Г. А. Копніної та ін.

У радянський період помітне місце посідали праці, у яких мова розглядалась як засіб здійснення ідеологічного впливу [166; 160; 447; 309; 159; 35; 158; 29; 351; 446; 352; 210; 276; 346; 90; 123]. Сучасні дослідження виявів мовного впливу репрезентують роботи українських і зарубіжних учених (наприклад: [44; 237; 277; 307; 271]).

Мовленнєвий вплив має також статус психологічної дії [203, с. 512]. Це спосіб зміни інтенційної сфери внутрішнього світу людини за рахунок

модифікації окремих фрагментів структури її знань, що позначається на зміні поведінки адресата, його емоційного стану, знань про світ чи ставлення до тих чи інших подій і реалій дійсності.

У лінгвістиці простежуємо вузьке та широке розуміння мовленнєвого впливу. Вузько мовленнєвий вплив трактують як однобічну мовленнєву дію, як здійснюваний за допомогою вербальних засобів вплив із метою зміни поведінки співрозмовника. За Р. Лакофф, дискурс слід уважати персуазивним лише тоді, коли він нерівноправний, тобто коли спробу впливу свідомо робить один із комунікантів [485, с. 28].

У широкому розумінні мовленнєвий вплив постає спілкуванням, узятим в аспекті його цілеспрямованості, мотиваційної зумовленості [146, с. 21]. Широке тлумачення мовленнєвого впливу передбачає інформаційну зміну стану свідомості адресата, модифікацію структури його переконань, а також зворотну реакцію реципієнта у вигляді немовленнєвої дії чи відсутності дії на мовленнєвий стимул.

Згідно з іншою класифікацією мовленнєвий вплив поділяють на відкритий і прихований [198]. Різновидом прихованого мовленнєвого впливу є мовне маніпулювання – використання особливостей системи та принципів функціонування мови з метою впливу на адресата в потрібному для мовця напрямі [267, с. 58-59; 260, с. 90], ситуативно значуще варіювання свідомо і цілеспрямовано відібраних семантично ефектних мовних засобів [133, с. 98].

Маніпулятивний вплив передбачає "вибір із безлічі мовних засобів опису певного стану речей саме тих способів опису, що мають усі необхідні мовцеві-маніпулятору відтінки значення, асоціації, подають ситуацію у вигідному для мовця світлі" [165, с. 79].

Багато вчених визначають мову як систему знаків і правил їх уживання, що має великі можливості для маніпулювання людьми [249, с. 154; 359; 221; 155; 153; 133, с. 90 та ін.]. Так, С. О. Мегентесов та І. Мохамад зауважують, що "мова у своїй істотній частині призначена для маніпуляції", "вона не меншою мірою є засіб маніпуляції, ніж засіб передачі інформації" [221, с. 61].

Поширення в науці набула думка про маніпулятивність будь-якої комунікації [16]: у кожному "живе маніпулятор, який постійно застосовує різноманітні фальшиві трюки, щоб досягнути бажаного" [441, с. 9].

Лінгвопрагматичний аспект дослідження маніпуляції передбачає врахування широкого екстралінгвального контексту, що вимагає залучення даних суспільних наук (філософії, соціології, політології), а також психології, риторики та неориторики.

Першість у вивченні маніпулятивного впливу належить політологам, соціологам і психологам. Учені досліджували як питання маніпуляції масовою свідомістю (Г. Шиллер, Р. Гудін, Л. Д. Войтасик, А. І. Власов, О. О. Феофанов, Г. Г. Почепцов, С. Московічі, А. М. Цуладзе, С. Г. Кара-Мурза, Г. В. Грачов, І. К. Мельник, Б. І. Мотузенко), так і питання міжособистісного маніпулятивного впливу (Г. О. Ковальов, Ю. О. Єрмаков, М. В. Іванчук, В. М. Панкратов, О. В. Сидоренко).

Значна частина психологічних студій із цієї проблематики має прикладний характер або присвячена аналізу деяких ракурсів маніпулятивного впливу. Із позицій психології передусім розглядають міжособистісну маніпуляцію чи маніпуляцію індивідуальною свідомістю. Низка праць цієї тематики – науково-популярні видання [502; 504; 389; 489; 442; 135; 115; 102; 234; 263; 151; 324; 392; 6 та ін.].

Психологічний вимір мовленнєвого і подекуди маніпулятивного впливу був предметом наукових розвідок Є. Ф. Тарасова, О. І. Донцова, О. В. Сидоренко, у яких висвітлено питання техніки маніпулятивного впливу, пошуку шляхів його нейтралізації, схарактеризовано поведінку й особистісні риси маніпулятора і мішеней впливу.

У Радянському Союзі на дослідження процесів маніпулювання особистістю було накладено ідеологічне табу, тому більша частина тогочасних наукових робіт, присвячених маніпулюванню, ідеологічно заангажовані [135, с. 11]. До того ж маніпуляцію тлумачили як однозначно негативне явище, і вивчення теми відбувалося виключно на матеріалі аналізу ситуації в зарубіжних країнах.

У 80-х рр. ХХ ст. було зроблено спроби розгляду номінації у світлі маніпулятивного впливу (Д. Болінджер, Х. Вайнріх). Проте лінгвістичний аспект маніпулятивного впливу ґрунтовно почали досліджувати значно пізніше, ніж економічний, політичний, соціальний і психологічний, що пояснюється складністю опису (не завжди можна визначити справжню мету та мотиви маніпулятора) і необхідністю добре орієнтуватися в психології об'єкта маніпуляції та ситуації, у якій відбувається мовленнєвий вплив [283, с. 277].

Мовленнєві маніпуляції як вид мовленнєвого впливу розглядалися українськими мовознавцями – Т. Ю. Ковалевською, О. В. Дмитрук, Т. В. Крутько. Серед російських дослідників маніпулювання відомі І. М. Жилін, С. О. Мегентесов, І. Мохамад, О. С. Іссерс, Л. А. Нефедова, М. Ю. Федосюк, Ю. К. Пирогова, А. В. Олянич, Н. О. Остроушко, К. Ф. Сєдов, Г. А. Копніна, О. В. Денисюк, О. С. Попова, Ю. С. Баскова, Г. О. Данилова тощо.

У зарубіжному та вітчизняному мовознавстві вивченням мовленнєво-впливового, зокрема маніпулятивного, потенціалу політичного дискурсу займалися Т. М. Бережна, В. Г. Байков, Р. Водак, В. М. Бріцин, Т. В. Анісімова, І. Л. Дергачева, Н. М. Панченко, М. Ю. Кочкін, В. В. Нємцева, П. О. Миронова, Н. О. Купіна, С. Московічі, В. Б. Мягких, К. В. Кіуру, В. М. Аміров, О. В. Бакумова, О. Л. Михайлова, О. М. Паршина та ін.

Дослідження маніпуляції у сфері політики поділяють на дві групи. Першу становлять роботи, спрямовані на виявлення особливостей маніпуляції в тоталітарному суспільстві, тобто маніпуляції суспільною свідомістю та мовленнєвою поведінкою людей [38; 55; 137; 401; 445; 233 і под.]. До другої групи входять наукові праці, у яких розглядають маніпуляції в демократичному суспільстві. Маніпулятивний вплив тут подано як спосіб жорсткої боротьби за владу в умовах становлення демократії [17; 190; 245; 401; 164; 242; 208; 227; 74 та ін.].

Мовленнєвий вплив у ЗМІ аналізували О. Д. Солошенко, А. М. Баранов, С. І. Виноградов, Н. І. Клушина, О. Ю. Найденов, О. М. Бикова, В. В. Прутчикова, Е. О. Лазарєва, О. В. Горіна, А. О. Котов, О. О. Леонтьєв, Г. К. Михаль-

ська, Г. О. Данилова тощо. Низка мовознавчих студій присвячена вивченню маніпуляції в масовоінформаційному дискурсі [481; 61; 255; 114; 256 та ін.], тісно пов'язаному з рекламним через поширення інформації рекламного характеру переважно за допомогою ЗМІ.

Характерною особливістю мовознавчих праць, у яких політичний дискурс розглядають як маніпулятивний, є акцентуація уваги на ідеологізації мови та функції конструювання / реконструювання мовної реальності. Серед наукових розвідок, у яких виявляється специфіка вербалізації маніпулювання в рекламі, виокремлюють дві групи. Першу групу репрезентують праці, що розкривають механізм маніпулювання свідомістю під час передвиборчих кампаній [5; 4; 61; 121; 199; 266; 265; 140 та ін.]. До другої групи входять студії, присвячені виявленню маніпулятивного потенціалу комерційної реклами. Ідеться про наукові праці О. Д. Солошенка, О. І. Слущкої, Є. Є. Корнилової, Л. В. Балахонської, К. В. Кіуру, В. Б. Мягких, Ю. К. Пирогової, Н. О. Остроушко, Т. Ю. Ковалевської, В. В. Зірки, О. С. Попової та ін. Зауважимо, що політична реклама привертає більше уваги лінгвістів порівняно з комерційною рекламою.

Термін "маніпуляція" має метафоричне значення (пор.: *вправність рук – вправність в управлінні людьми*) і використовується для позначення впливу на людину "з метою спонукати її зробити щось (повідомити інформацію, зробити вчинок, змінити свою поведінку) несвідомо чи всупереч її власному бажанню, думці, наміру" [348, с. 72].

У широкому розумінні маніпулювання, чи маніпуляція, – своєрідний спосіб програмування думок, настрою і психічного стану різних суспільних прошарків для зміни їх поведінки в потрібному напрямі; мистецтво керувати поведінкою працівників за допомогою цілеспрямованого впливу на суспільну психологію, свідомість та інстинкти людини [133, с. 87]. Вузько маніпуляцію розуміють як вплив на співрозмовника, що передбачає порушення мовцем етичних норм.

Маніпуляція не є власне лінгвістичним феноменом. За родовою ознакою більшість учених розглядає її як духовний, психологічний вплив (отже, у

жодному разі не як фізичне насилля чи загрозу насилля), основними ознаками якого постають:

- 1) ставлення маніпулятора до іншої особи як до засобу досягнення власних цілей, редукування в іншому якостей суб'єкта прийняття рішень [115, с. 53];
- 2) спрямованість на односторонній вииграш;
- 3) прихований характер: вплив цього виду передбачає використання майстерності маніпулятора "для прихованого вкорінення в психіці адресата цілей, бажань, намірів, відношень або настанов, що не збігаються з тими, які адресат має в цей момент" [115, с. 60], тому маніпуляція вимагає активності об'єкта впливу, вона є спокусою, а не насиллям [153, с. 19]. Інакше кажучи, адресат не просто робить те, чого хочуть інші, але й має бажання це робити;
- 4) використання психологічної сили, "гри" на слабкостях;
- 5) майстерність у здійсненні маніпулятивних дій [115, с. 58];
- 6) спрямованість впливу не тільки на сферу свідомого (розум), але й на неконтрольовану сферу несвідомого (інстинкти, емоції) [283, с. 276];
- 7) інтенційність [265, с. 225].

Підставою для констатації факту здійснення маніпулятивного впливу, за Л. Ю. Веретенкіною, слугують такі екстралінгвальні фактори: а) наявність маніпулятивного наміру; б) спрямованість спілкування на одержання психологічної чи матеріальної односторонньої вигоди; в) ставлення адресанта до адресата як до суперника, якого треба обіграти, увести в оману; г) орієнтування маніпулятора на потреби, слабкості та пристрасті адресата; д) прагнення мовця створити в адресата ілюзію самостійності прийняття рішення [67, с. 60-61]. Схеми здійснення маніпулятивного впливу має такий вигляд: $S \rightarrow O$, де S – суб'єкт впливу, мовець, а O – об'єкт впливу (пор. зі схемою неманіпулятивної комунікації $S1 \leftrightarrow S2$).

Учені майже одностайно говорять про те, що роль маніпулятора передбачає ставлення до іншого як до засобу досягнення своїх цілей, проте не можна погодитися з О. С. Іссерс, яка вважає, що "проблему балансу інтересів і намірів сторін не можна спрощувати, зводячи мету впливу виключно до

інтересів маніпулятора. Маніпуляція може здійснюватися і в інтересах того, ким маніпулюють" [146, с. 145].

Маніпуляцію зазвичай розглядають у межах непрямой комунікації (див., наприклад: [111, с. 4]) і трактують як різновид прихованого впливу [260, с. 90; 67; 282]. Водночас це не означає, що будь-який прихований вплив є маніпулюванням. Критерієм розрізнення вчені вважають цілі, які ставить перед собою суб'єкт впливу, та результат впливу [402, с. 4; 282].

На думку О. С. Попової, маніпулювання є там, де суб'єкт впливу ставить особисті, корисливі цілі, що можуть завдати шкоди об'єкту впливу. Якщо ж мовець прагне допомогти співрозмовнику так, щоб той цього не усвідомлював, не помічав способів цього впливу, – це просто прихований вплив [282, с. 35].

Інший погляд обстоює К. Ф. Седов: він прирівнює прихований вплив до маніпулятивного, розрізняючи при цьому продуктивну та непродуктивну маніпуляцію (пор. із "поганою" і "хорошою" маніпуляцією за П. У. Робінсоном [502]).

Продуктивна маніпуляція є різновидом прихованого впливу, під час здійснення якого мовець через формування атракції прагне позитивно налаштувати до себе комунікативного партнера, використовуючи його слабкості. Непродуктивна маніпуляція спричинена прагненням "приховано впливати на свідомість співрозмовника, щоб викликати в нього стан фрустрації, тобто психологічний дискомфорт" [318, с. 21]. Поділяючи погляд учених на маніпулятивний вплив як на прихований, пристаємо до думки про доречність розрізнення маніпуляції продуктивного та непродуктивного типів і вважаємо продуктивною маніпуляцію, що не суперечить інтересам адресата.

Для студіювання різних виявів маніпуляції сьогодні лінгвісти дедалі частіше послуговуються тріадою "стратегія-тактика-прийом". Вивченню маніпулятивних стратегій і тактик присвячена дисертація російської дослідниці Л. Ю. Веретенкіної [67] та праці українських учених – О. В. Дмитрук [114] і Н. В. Василенко [62; 63].

Маніпулятивні стратегії знаходять широке використання як на рівні масової свідомості, у засобах масової інформації, зокрема в політичному та рекламному дискурсах, так і на міжособистісному рівні.

Відповідно за сферою маніпулювання розрізняють: 1) стратегії маніпулювання суспільною свідомістю (у тоталітарному / демократичному суспільстві): а) під час передвиборчих політичних кампаній; б) для реклами товарів і послуг; 2) міжособистісні маніпулятивні стратегії.

Маніпулятивну стратегію позитиву розглядаємо в роботі на рівні міжособистісного спілкування. Їй, як і іншим міжособистісним комунікативним стратегіям, притаманні індивідуалізованість, розмаїття використовуваних мовних засобів, їх ситуативна варіативність залежно від умов спілкування, цілей, настанов мовця, а також стосунків між співрозмовниками.

За аксіологічними характеристиками інструментарію впливу комунікативні стратегії поділяють на "*позитивні*" (меліоративні) та "*негативні*" (пейоративні). "Позитивні" стратегії передбачають схвалення, згоду, демонстрацію солідарності з адресатом, засвідчують сплановане, наперед визначене позитивне ставлення до нього, спрямовані на зміцнення соціального іміджу співрозмовників. "Негативні" стратегії мають на меті уникнення загроз території або соціальному іміджу партнера, запобігання мовленнєвим діям, що загрожують хоча б одному з комунікантів, чи пом'якшення наслідку таких дій, якщо вони мали місце [448, с. 249].

"Позитивно спрямовані" стратегії були предметом розгляду в наукових працях В. Н. Коробової [185], А. І. Дубських [116] (комунікативна стратегія самопрезентації), Н. В. Василенко [62] (комунікативна стратегія заохочення), однак як спосіб здійснення маніпулятивного впливу їх усебічно не вивчали.

Незважаючи на те, що більшість дослідників маніпулятивного впливу поділяють думку про деструктивність маніпуляції [265], ця стратегія є стратегією неконфліктної взаємодії, оскільки базується на функціональному принципі позитивного оцінювання, схвалення, виявлення прихильності та симпатії. У назві стратегії слово "позитив" використовуємо в значенні "щось, наділене

позитивними якостями". Маніпулятивна стратегія позитиву репрезентує продуктивну маніпуляцію, оскільки в її основі лежить гармонізація стосунків із співрозмовником, використання позитивної інформації для здійснення впливу.

Отже, маніпулятивна стратегія позитиву має двоєдину природу: будучи меліоративною, вона спрямована на маніпуляцію, яка має негативні конотації.

Р. Чалдіні виокремив такі принципи маніпулятивного впливу:

- 1) **принцип взаємного обміну**, суть якого полягає в тому, що людина робить незначну послугу співрозмовникові, про яку її не просили, або виявляє люб'язність, після чого звертається до нього з проханням. Як зауважує Р. Чалдіні, навіть непрохана послуга породжує зобов'язання [392, с. 45];
- 2) **принцип стереотипів та автоматичних настанов**, що виявляється в стереотипності людської поведінки. Наприклад, стереотипи "Дороге = хороше", "Імпортний товар кращий за вітчизняний" можуть примусити людину діяти автоматично;
- 3) **принцип зобов'язання**, в основі якого лежить принцип послідовності: людину, яка поступилась у дрібницях, легше змусити піти на значні поступки;
- 4) **принцип соціального доказу**, що полягає у визначенні суб'єктом правильності чи цінності чогось з огляду на думку / поведінку загалу чи більшості ("так думає / робить багато людей", "так думає / робить більшість", "так думають / роблять усі");
- 5) **принцип доброго ставлення**, що базується на використанні компліментів і похвал на адресу співрозмовника, повідомленні про своє позитивне ставлення до нього, застосуванні фактора подібності з об'єктом впливу, перебільшення значення спільності. За словами Р. Чалдіні, навіть незначна подібність може сприяти виникненню позитивної реакції на іншу людину [392, с. 166];
- 6) **принцип підпорядкування псевдавторитетам**, який зводиться до використання авторитетів або їх атрибутів та символів для здійснення маніпулятивного впливу. Передумовою застосування цього принципу є суспільно визнана і закріплена система влади авторитетних осіб, що спричиняє некритичне ставлення інших до їх думок, дій і вчинків;

7) *принцип дефіциту* (обмеженого часу, ресурсів, можливостей), який полягає в істотному збільшенні цінності позитивного в сприйнятті людей, коли воно стає недоступним [392, с. 222].

Маніпулятивна стратегія позитиву базується на використанні принципу взаємного обміну та принципу доброго ставлення. Інші принципи маніпулятивного впливу лежать в основі "негативних" маніпулятивних стратегій, зокрема шантажування, залякування, ультиматуму, навішування ярликів.

Аналізуючи програми впливу, українська дослідниця Н. В. Сапригіна виокремила серед них програму "позитивні стимули", що передбачає передачу співрозмовнику позитивних емоцій і використання адресантом експресивних мовних засобів, урахування ним цінностей адресата. У цій програмі закладене позитивне ставлення до адресата й повідомлення інформації про приємне ("хороше") [316, с. 213]. Програма впливу "Позитивні стимули" перегукується з маніпулятивною стратегією позитиву, але в ній інформаційні жанри домінують над оцінними.

У меліоративних стратегіях, зокрема маніпулятивній стратегії позитиву, реалізуються інграціяційні техніки – техніки, що забезпечують прихильність співрозмовника. До них належать конформізм, підвищення цінності партнера (підлабузництво) і представлення самого себе [499; 500; 492].

Оскільки найбільша кількість мовознавчих праць, присвячених вивченню впливової функції мови, стосується стратегічно-тактичної репрезентації політичного й рекламного дискурсів, видається логічним розгляд їх стратегій і тактик із маніпулятивним потенціалом та виокремлення серед них "позитивних" – для зіставлення з маніпулятивною стратегією позитиву.

Основними маніпулятивними стратегіями політичного дискурсу є такі:

- стратегія *ухиляння від істини*, яку найяскравіше демонструють тактика навішування ярликів і тактика "дозування обсягів правди" [4, с. 192];
- стратегія *спотворення інформації*, що виявляється в тактиках повторення, гіперболізації та применшення, спрощення понять, замовчування, підтасовки і фабрикації фактів, а також подрібнення цілісної картини світу;

- стратегія *імунізації висловлювань*, репрезентована тактиками посилення на авторитети та вживання універсальних висловлювань [114, с. 2];
- стратегія *модифікації ілокутивної сили висловлювань*, представлена тактиками категоричної та некатегоричної номінації;
- стратегія *групової ідентифікації*, реалізовувана в тактиках інклюзивності (зближення) та дистанціювання (віддалення). Перша тактика спрямована на підкреслення спільного з об'єктом впливу, використання самопохвал, похвали, схвалення, компліментів як засобів вираження солідарності та сигналізаторів про подібність смаків, поглядів, інтересів комунікантів. За допомогою тактики дистанціювання маніпулятор, вихваляючи співрозмовника, прагне применшити свої заслуги, дає собі низьку оцінку. Реалізація згаданих тактик передбачає використання займенників для активізації стереотипів, побудованих на протиставленні за принципом "МИ-ВОНИ". У такий спосіб формується позитивне ставлення до однієї групи людей та негативне до протилежної [114, с. 10];
- стратегія *структурування за принципом релевантності*, що виявляється в тактиці подання важливої інформації на початку й наприкінці повідомлення, а також у тактиці використання структур з імплікативним потенціалом;
- стратегія *позиціонування* (самопозиціонування, самопрезентації, позиціонування електорату / адресата, позиціонування партії-опонента, позиціонування передвиборчої програми [162]), суть якої полягає у створенні свого або чужого позитивного іміджу [110, с. 277-299]), уживанні мовних засобів, характерних для групи, на яку здійснюється вплив, позиціонування себе як "простої" людини, "вихідця з народу". Цю стратегію представляють тактика самопохвали, тактика позитивного позиціонування, тактика посилення на попередні заслуги [108, с. 26], тактика "своє коло" ("гра в простолюд", "свій хлопець") [102, с. 123-125; 4, с. 192].

Серед згаданих стратегій "позитивними" умовно можна вважати стратегію групової ідентифікації і стратегію позиціонування, зокрема позитивного самопозиціонування.

О. Л. Михальова в політичному дискурсі виокремила такі маніпулятивні стратегії: стратегію на пониження, стратегію театральності та стратегію на підвищення [227, с. 58]. Семантично наближеною до маніпулятивної стратегії позитиву, на наш погляд, є стратегія на підвищення, зокрема її тактика самопрезентації.

Маніпулятивними тактиками рекламного дискурсу з "позитивним" вектором можна вважати такі:

- "**підміна цілей**", суть якої зводиться до акцентування уваги на одержанні вигоди адресатом [195; 282, с. 113];
- "**спільна платформа**" ("загальний вагон", "фургон з оркестром"), що базується на бажанні людини бути подібною на членів тієї соціальної групи, до якої вона належить чи хоче належати. За допомогою цієї тактики констатують загальноприйнятність певного типу поведінки [102, с. 123-125; 282, с. 127];
- "**перенесення ставлення / оцінки**" ("трансфер"), що ґрунтується на асоціації описуваних подій, ідей, фактів із ціннісними стандартами певної групи людей [282, с. 128];
- "**тотальна гіперболізація**" ("блискуча всезагальність", "меліорація" [282, с. 138]), суть якої полягає в перебільшенні можливостей, позитивних якостей рекламованого товару за рахунок прагнення до всеосяжності, усезагальності;
- "**позитивно-оцінний тиск**" ("бараж"), реалізовувана шляхом розхвалювання товару, підкреслення його переваг;
- "**залучення свідка**" ("свідоцтво"), що полягає в підтвердженні свідками правильності висловленої думки, які дають виключно позитивну оцінку рекламованому товару;
- "**рекомендація**" ("посилання на авторитет"), що передбачає залучення до рекламування авторитетної людини – фахівця або відомої особистості;
- "**своє коло**", що є спробою налагодити дружні взаємини з аудиторією шляхом ідентифікації себе з нею;

- "**емоційна надбудова**", в основі якої лежить використання емоційних чи оцінних слів для створення доброго настрою, прагнення викликати в реципієнта позитивні емоції й асоціації;
- "**комплімент адресату**", головною функцією якого є встановлення контакту, налаштування адресата на сприйняття іншої інформації [282, с. 131-147].

Серед виокремлених українськими та російськими мовознавцями маніпулятивних тактик, застосовуваних у ЗМІ та політичній сфері, "позитивними" є:

- тактика "**сяючі узагальнення**", суть якої полягає в тому, що на позначення певного явища використовується більш загальне родове поняття, яке має позитивне емоційне забарвлення і викликає доброзичливе ставлення адресата, наприклад: *свобода, вибір, гармонія, демократія* [114, с. 6];
- тактика **використання універсальних висловлювань**, що ґрунтується на бажанні людини належати до певної спільноти. Універсальні висловлювання допомагають створити враження, що інші члени спільноти теж поділяють погляди реципієнта – *всі розуміють, що ..., розумно, що ..., не викликає сумнівів, що ...* і под.;
- тактика **використання слів із дифузною (розмитою, нечіткою) семантикою** ("блискуча невизначеність" [102, с. 123-125]). Ідеться про слова на кшталт *зміцнення, поліпшення, погіршення, утвердження* тощо; групи слів із генералізованим референтним індексом – універсальні квантифікатори (*все, всі, завжди, ніхто, ніколи* і т. д.), уживання неспецифічної лексики, позначеної "сором'язливим бажанням створити позитивний ефект за його практично повної відсутності (*досягли певних результатів, збільшили досягнення в кілька разів; є такі сили, які не зацікавлені у стабільності; я знаю кількох людей, які підтримують таку думку*)" [307, с. 124];
- тактика **посилання на авторитети**, реалізовувана шляхом актуалізації висловлювань авторитетних осіб або, навпаки, тих, які викликають негативну реакцію цільової аудиторії. Висловлювання, за допомогою яких вербалізується ця тактика, як правило, дають позитивну або несхвальну оцінку особам, ідеям, подіям, програмам, організаціям;

- тактика *кооперації*, що дає змогу мовцеві, апелюючи до ідей і цінностей адресата, створити позитивний імідж [227, с. 82];
- тактика *створення позитивного образу*, яка має вигляд самопохвали та виголошення мовцем інформації, що позитивно його характеризує [85].

Наближеними до тактик маніпулятивної стратегії позитиву є тактики медичного дискурсу, виділені М. І. Барсуковою: тактики зближення та співпраці (лікаря з пацієнтом) і тактика самопрезентації [20].

Н. В. Коробова в межах міжособистісних меліоративних стратегій виділяє тактики освідчення в коханні, запевняння в дружбі, вираження співчуття і підтримки співрозмовника, похвали, компліменту, лестощів, прохання та вмовляння [185], проте ці тактики вона не розглядає як такі, що мають маніпулятивний потенціал.

Однією з головних ознак маніпуляції, як уже було зазначено, є прихований характер впливу (див., наприклад: [275, с. 56-57; 348; 282; 146]). Адресат непрямого мовленнєвого акту, на відміну від адресата маніпулятивного акту, завжди розуміє наміри мовця. Якщо ж у ситуації маніпуляції адресат розшифрує невисловлений смисл, маніпуляція може бути неуспішною або може не відбутися взагалі [282, с. 99]: розкриття маніпулятивного наміру зазвичай призводить до комунікативної невдачі [136, с. 31; 115, с. 48; 67, с. 57; 227, с. 98].

Маніпулятивна стратегія позитиву становить виняток завдяки своїй "позитивності" й значущості для адресата схвальної оцінки з боку інших: знання намірів маніпулятора й усвідомлення адресатом себе об'єктом впливу не завжди спричинює комунікативні конфлікти та істотно зменшує ефективність впливу, навіть за наявності заперечень та обурень з боку об'єкта впливу (див. про це [392, с. 167]).

Процес маніпулювання може бути розтягненим у часі й мати вигляд багаторівневої поетапної процедури здійснення маніпулятивного впливу на людину. Як зауважує Л. Ю. Веретенкіна, маніпулятивні контексти характеризуються великою протяжністю [67, с. 161].

Відповідно за опозицією розмежують *темпоральні* та *не обмежені в часі* комунікативні стратегії [40, с. 14].

За складністю / структурою комунікативні стратегії поділяються на *прості* та *складні*. Прості стратегії не виходять за межі "одноактного" періоду спілкування, містять один чи декілька прийомів здійснення впливу, складні – мають широкий арсенал впливових прийомів і здебільшого відзначаються тривалістю.

Маніпулятивна стратегія позитиву може бути реалізованою як у межах одного комунікативного акту та слугувати досягненню чітко окресленої мети, так і бути розтягнутою в часі – коли маніпулятор ставить довготривалі цілі чи його метою є встановлення дружніх стосунків. Висловлювання, що репрезентують досліджувану стратегію, належать до таких, які мають посткомунікативну силу – діють не тільки на етапі комунікативного акту.

І. М. Борисова розрізняє такі види комунікативних стратегій: а) *регулятивні*, що за логікою відповідають зовнішньоситуативній дії і передбачають досягнення перлокутивного ефекту, утіленого в дії адресата; б) *диктальні*, за допомогою яких здійснюється інформування адресата про ті чи інші факти, події об'єктивної дійсності; в) *модальні*, що слугують висловленню почуттів, емоцій, оцінок, комунікативних інтенцій [52, с. 378]. Згідно із цією класифікацією маніпулятивна стратегія позитиву є модально-регулятивною, спрямованою на зміну поведінки й настанов адресата, спричинену повідомленням позитивних оцінок, позитивної інформації та вираженням позитивних емоцій.

За класифікацією стратегій А. Д. Белової, яка розмежовує *інформативні* та *спонукальні комунікативні стратегії* [40, с. 14], маніпулятивну стратегію позитиву можна віднести до інформативно-спонукальних. У тих випадках, коли мовець ставить короткотермінові цілі, спостерігаємо домінування "спонукальності": позитивнооцінні експресиви часто супроводжують запрошення, прохання, умовляння та пропозиції.

Спрямованість впливу постає критерієм поділу комунікативних стратегій на *раціональні* й *емоційні*. Маніпулятивну стратегію позитиву репрезентує

вплив на співрозмовника передусім через емоційну сферу. В основі досліджуваної стратегії лежить потреба людини в гідній оцінці іншими, у визнанні, повазі, любові, належності до якоїсь соціальної групи, а також потреба в позитивних емоціях [263, с. 96; 215, с. 47]. Психологи (З. Фрейд, Е. Берн та ін.) за значущістю прирівнюють цю потребу до базових – основних життєво необхідних потреб (див. додаток А).

Маніпуляція, що спирається на сферу почуттів, завжди успішніша: "... почуття більш рухливі та піддатливі, а якщо їх удасться "розбуркати", то й мислення стає вразливішим для маніпулювання ... Чуттєва сходинка відображення ближча до зовнішнього світу, ніж мислення, і реагує швидше, безпосередніше, тому її легше експлуатувати" [153, с. 145]. Отже, маніпулятивна стратегія позитиву належить до емоційних, зокрема емоційно налаштовувальних стратегій.

За наявністю ілокутивного примусу розрізняють *ініціативні* та *респонсивні* (вимушені) комунікативні стратегії. До ініціативних стратегій мовець удасться з власної ініціативи, респонсивні ж стимулюються співрозмовником чи диктуються умовами спілкування. Маніпулятивна стратегія позитиву більшою мірою є ініціативною комунікативною стратегією, але не виключені випадки її функціонування як респонсивної – здебільшого в тому разі, коли мовець ставить довготривалі цілі й комунікація відзначається несиметричністю (зазвичай має висхідний вектор). Найяскравіше респонсивність виражається в тактиці солідаризації, зокрема в субтактиці згоди.

Спосіб реалізації стратегій лежить в основі їх поділу на *жорсткі*, *м'які* та *гнучкі*. Жорсткими називають стратегії, що припускають порушення правил спілкування заради досягнення комунікативної мети. М'які стратегії будуються з чітким дотриманням принципів, норм і конвенцій спілкування. Гнучкі стратегії базуються на вибірковому підході: на одному етапі норм спілкування чітко дотримуються, а на іншому – залежно від ситуації їх свідомо порушують [301, с. 51]. Маніпулятивна стратегія позитиву належить до проміжного типу: будучи переважно м'якою, вона може набувати рис гнучкої стратегії.

Дослідження стратегій передбачає врахування інтенцій мовця, адже "суб'єктом рухає конкретний намір (інтенція) перетворення об'єкта" [27, с. 35]. Стратегія автора є категорією гіпотетичною, тому її абсолютне знання неможливе. Як зазначає В. В. Зірка, аналіз мовленнєвої інтенції викликає чимало труднощів, і цілеспрямованість дій мовленнєвого суб'єкта є відносною: "Справжні наміри мовців виявляються часто нечіткими, не відмежованими один від одного ... Та й сам мовець часто не усвідомлює, який саме намір має на меті, навіщо потрібно його те чи інше висловлювання, чого він прагне досягти" [133, с. 126].

Відповідно в лінгвістиці розмежовують свідомий (інтенційний) та побічний / попутний (неінтенційний) вплив (див., наприклад: [154]) і за усвідомлюваністю використання протиставляються *усвідомлювані* (плановані) та *неусвідомлювальні* (підсвідомі, неплановані) комунікативні стратегії. Стратегіям першого типу притаманний усвідомлювано-вольовий першопочаток. Стратегії другого типу застосовують неплановано. Вони характерні для спонтанного, невимушеного спілкування, метою якого є досягнення спільного позитивного результату – спілкування заради спілкування [51, с. 87].

Серед дослідників маніпуляцій поширений погляд на маніпулятивний вплив як на такий, до якого мовець удається свідомо (наприклад: [111, с. 140; 275, с. 56-57; 133, с. 87; 282, с. 101]). Але в науці є думка про існування маніпуляції, не усвідомлюваної самим маніпулятором (ідеться про неусвідомлене здійснення прихованих трансакцій, які вивчав Е. Берн [37]). Задуму у свідомості мовця "може від самого початку і не бути, він може формуватися під час мовлення чи бути протилежним глибоко завуальованим намірам мовця" [112, с. 15].

Із цього приводу О. С. Іссерс зауважує, що для лінгвістичного аналізу розрізнення "вольових" та "імпульсивних" стратегій не відіграє значної ролі, оскільки "нерідко стратегічні й тактичні задачі розв'язуються неусвідомлено для самого мовця" [146, с. 61]. Отже, і вплив, здійснюваний за допомогою маніпулятивної стратегії позитиву, може не плануватись і не усвідомлюватися

маніпулятором, а бути невід'ємним атрибутом мовленнєвої поведінки, доведеної до автоматизму.

За функціональністю розрізняють *основні* (провідні) та *допоміжні* (супутні) стратегії [146, с. 106-107]. Основними є стратегії, значущі на певному етапі взаємодії щодо ієрархії мотивів і цілей. Це семантичні стратегії, які забезпечують вплив на адресата, його модель світу, систему цінностей, поведінку. Допоміжні стратегії оптимізують діалогову взаємодію. Їх поділяють на прагматичні, діалогові та риторичні [146, с. 107].

Прагматичні стратегії відповідають за адекватний вибір мовленнєвого акту для забезпечення ефективного впливу на адресата. Діалогові стратегії пов'язані з контролем за організацією діалогу (тема, ініціатива, ступінь розуміння в процесі спілкування і т. д.). Риторичні стратегії передбачають використання різних прийомів ораторського мистецтва. Згідно із цією класифікацією маніпулятивна стратегія позитиву є допоміжною, зокрема прагматичною, стратегією, оскільки передбачає оцінку комунікативної ситуації та вибір способів впливу, ефективних у кожному конкретному випадку.

Стратегії поділяють також на *кооперативні* (гармонізуючі) та *некооперативні* (дисгармонізуючі / конфронтаційні, конфліктні) [314, с. 97; 147, с. 293; 40, с. 14; 146, с. 70]. Кооперативні стратегії оптимізують спілкування, не суперечать основним правилам інтеракції, максимах Г. П. Грайса [101, с. 217-237]. Вони орієнтовані на інших, відповідають постулатам ширості, умотивованості [98], увічливості (такту, великодушності, схвалення, скромності, симпатії, згоди) [488], збереження гідності [455; 487; 454], раціональності, пом'якшення [319, с. 73]. Некооперативні стратегії є деструктивними, передбачають нехтування потребами, інтересами й комфортом інших, відображають зосередження мовця на собі.

Прагмалінгвісти розмежовують позитивну та негативну увічливість [385; 487; 454; 459; 89; 338, с. 11, 14; 235; 232].

Перший різновид увічливості, що репрезентує увічливість зближення, є демонстрацією розуміння, симпатії та уваги до співрозмовника, виявом солі-

дарності з ним, зацікавленості темою і ситуацією розмови [235, с. 57]. Позитивна ввічливість передбачає активність мовця, пошук ним цікавих тем для розмови, створення атмосфери групової ідентичності, прагнення згоди, уникнення прямих прохань, перебільшення позитивних якостей адресата, уживання лексичних маркерів зближення (наприклад, жаргонізмів, діалектизмів, просторічних слів), використання особових займенників (переважно у формі першої та другої особи), звертань, повторів, непрямих мовленнєвих актів.

Негативна ввічливість – увічливість віддалення, спрямована на збереження дистанції між комунікантами, уникання конфліктів, вияв поваги до адресата, виражає стриманість і самообмеження співрозмовників, яку можна потрактувати в такий спосіб: "Запитуй, будь ухильним" [235; 232]. Стратегією негативної ввічливості послуговуються ті, хто має менше влади, ніж адресат, а позитивна ввічливість свідчить про соціальну рівність [459, с. 113; 232].

На думку Є. Л. Доценка, увічливість відрізняється від маніпуляції тим, що, "по-перше, про наявність непрямого впливу партнер зобов'язаний здогадуватися, і, по-друге, цей вплив є конвенційним" [115, с. 99].

Якщо суть етикетних моделей поведінки зводиться до суворого дотримання правил етикету, що позбавляє людину необхідності прийняття рішень у стандартних, повторюваних ситуаціях, то комунікативні стратегії мають практичну корисність – "працюють" [229, с. 48]. Інакше кажучи, етикетні моделі закріплені за типізованими ситуаціями, а комунікативні стратегії співвідносяться із цілями.

Досліджувана стратегія спрямована на уникнення конфліктних ситуацій, не суперечить принципу толерантності (ненасилля над свободою особистості та її сумлінням), принципам кооперації [467, с. 45], відповідає правилу ввічливості, згідно із яким мовець повинен бути люб'язним із співрозмовником: "Примусьте адресата почувати себе добре, будьте дружелюбними" [486, с. 298].

Серед максимумів, що реалізують принципи ввічливості, за Дж. Лічем [487, с. 119-132], поряд із максимами такту, скромності, великодушності виділяють максими згоди, схвалення та симпатії, дотримання яких обов'язкове для мовця,

що використовує маніпулятивну стратегію позитиву. І етикетні моделі спілкування, і маніпулятивна стратегія позитиву орієнтовані на кооперацію, обслуговують сферу доброзичливих стосунків. Однак досліджувана стратегія репрезентує інструментальну ввічливість, яку протиставляють нормативній.

На відміну від етикетних дій, не спрямованих на безпосередній вплив на адресата, зорієнтованих лише на підтримання неантагоністичних стосунків між комунікантами, інструментальні дії спрямовані на зміну поведінки адресата відповідно до задуму мовця. Якщо етикетні висловлювання тяжіють до одноманітності складу, їм притаманна відтворюваність у мові, то інструментальні висловлювання є наслідком свідомого вибору мовцем варіантної форми з урахуванням ситуації спілкування, тому їх характеризує різноманітність і варіативність.

А. Д. Белова розрізняє *унісекс* та *гендерно марковані* комунікативні стратегії [40, с. 14]. Унісекс-стратегії використовуються мовцями незалежно від їхньої статі. Гендерно марковані стратегії мають особливості щодо застосування та вербалізації, зумовлені статевою належністю мовців. Визначення типу маніпулятивної стратегії позитиву за цим критерієм є одним із завдань цього дослідження.

Таким чином, маніпулятивна стратегія позитиву є "позитивною", модально-регулятивною, емоційно налаштовувальною, м'яко-гнучкою, прагматичною, кооперативною стратегією, співвідносною зі стратегією позитивної ввічливості. Вона спрямована на встановлення потрібного тону й стилю спілкування, скорочення дистанції, зняття емоційного напруження.

На відміну від інших маніпулятивних стратегій, досліджувана стратегія передбачає не просто однобічний програш і виграш – тут ідеться про неадекватний обмін, що зазвичай має місце за умов часткового чи повного спотворення інформації (брехні, перебільшення). Проте ухиляння від істини не є обов'язковим, оскільки позитивна оцінка може бути неперебільшеною та об'єктивною.

1.2 Компліментарні висловлювання в лінгвістичних студіях

Основними видами мовленнєвого впливу є соціальний, пояснювальний, інформаційний, оцінний, емоційний, а також вплив волевиявлення [378, с. 47]. Маніпулятивна стратегія позитиву найяскравіше репрезентує оцінний і емоційний види впливу.

Дослідженню категорії оцінки присвячено чимало мовознавчих студій (О. А. Івін, В. М. Телія, Г. М. Іваніна, О. М. Вольф, Н. Д. Арутюнова, Н. П. Сучкова, Т. В. Маркелова, О. В. Яшенкова, В. Г. Гак, Н. М. Миронова, Т. В. Писанова, К. К. Миронова, Л. М. Киричук, Т. А. Космеда, Л. О. Гусліста, Н. М. Кислицина, Г. І. Приходько, І. В. Онищенко, Г. М. Кузенко та ін.).

Під оцінкою в лінгвістичних працях розуміють соціально усталене і візуально закріплене в семантиці мовних одиниць позитивне чи негативне, експліцитне чи імпліцитне ставлення суб'єкта (особи, осіб, колективу) до об'єктів дійсності, компонент, який можна виділити в складній взаємодії суб'єкта оцінки та її об'єкта [77, с. 22]. Оцінка, будучи суб'єктивною за своєю суттю, є абстрактною, не однаково доступною для усвідомлення, сприйняття, розуміння чи інтерпретації.

Оцінне висловлювання може виражати похвалу, схвалення, заохочення, комплімент, осуд, задоволення чи невдоволення [77, с. 163 та наст.]. За допомогою оцінки предмети та події співвідносяться з нормативною картиною світу. Категорія оцінки антропонімна: оцінне судження відображає ставлення людини до різних явищ дійсності, визначає їх значущість, відповідність нормам і принципам [14, с. 5]. Як прагматичний компонент семантики слова оцінне значення містить когнітивну інформацію (логічне судження про цінність об'єкта) та може мати емоційне навантаження, тобто передавати емоційне ставлення до об'єкта оцінювання [257; 48].

Лінгвісти поділяють думку про високий прагматичний потенціал слів оцінки та їх спрямованість у сферу прагматичних значень [374, с. 76-83; 391; 145; 14, с. 5, 163-174; 302; 303; 186; 297; 243, с. 49; 321; 107, с. 1; 161; 368; 366, с. 40-41; 257; 322; 48; 77].

Головне призначення ціннісних суджень Ч. Стівенсон убачав не в повідомленні фактів, а в здійсненні впливу [506, с. 16; 349, с. 129]. Учений розрізняв дескриптивний і динамічний способи використання мови: перший полягає в з'ясуванні та демонструванні поглядів, другий – у виявленні почуттів, створенні настрою і спонуканні людей до прийняття рішень, дій, формування переконань.

Серед ознак категорії оцінки, названих українською дослідницею Г. І. Приходько, є регулювання поведінкової активності індивіда, соціального суб'єкта та здійснення інтегруючої функції в соціумі [296, с. 205]. Оцінні слова можуть виконувати наказову функцію, бути прихованим імперативом [14, с. 46; 243, с. 49, 102], уживатися в ситуації прийняття рішення, інструкції про вибір чи зміну принципів вибору і модифікації стандартів [9, с. 14; 397, с. 38-56].

Російський мовознавець А. М. Баранов стратегію "оцінювання" вважає впливовим регулятором мовленнєвої поведінки, зазначаючи, що "знання про способи оцінки ситуацій та їх частин лежить в основі вибору тих чи інших практичних дій" [19, с. 74]. На думку О. С. Попової, ефективність оцінності полягає не тільки в можливості різної дозованості та різноманітності, але і в тому, що, сприймаючи тексти, "адресат критичніше ставиться до фактичного змісту, а не до аксіологічного", чим пояснюється більша дієвість впливу на емоції [282, с. 47]. В. В. Зірка наголошує на подвійній природі оцінки, що як результат оцінювання деяких об'єктів є когнітивною категорією, а як засіб впливу на адресата – прагматичною, зокрема маніпулятивною категорією [133, с. 146].

Одним із потужних впливових ресурсів мови постають позитивнооцінні мовні засоби. На думку Ч. Стівенсона, "хорошості" притаманний магнетизм [506, с. 130]. Позитивна оцінка дії збільшує вірогідність її здійснення. Похвала як вид позитивнооцінного висловлювання не є неадресованим вираженням емоції, вона спричиняє певний психологічний стан адресата, тобто "відображає не власне семантичний, а ... п р а г м а т и ч н и й аспект знакової ситуації"

[506, с. 153 та наст.]. Р. Хеар також стверджує, що "хорошість" може спонукати до дії [469, с. 81].

Впливову функцію категорії оцінки яскраво репрезентує основний жанровий тип маніпулятивної стратегії позитиву – компліментарне висловлювання. Компліментарні висловлювання містять позитивну оцінку адресата й уживаються мовцем із метою викликати в адресата позитивний емоційний стан.

Різновиди компліментарних висловлювань становлять комплімент, похвала та схвалення. Як ілокутивні акти вони належать до класу експресивів (за Дж. Р. Серлем), зокрема емоційно-експресивних, що мають ілокутивну силу схвалення різного ступеня інтенсивності. Метою експресивів є демонстрація психічних станів, емоцій тощо. Від інших оцінних висловлювань їх відрізняє спрямованість на перлокутивний ефект – позитивну емоційну реакцію адресата.

Компліментарні висловлювання привертали увагу мовознавців давно, але не всі вчені розглядали їх різновиди як структурно-семантичну єдність, що зумовлено семантичними та комунікативно-прагматичними особливостями компліментів, похвал і схваленень. Погляд на ці жанри як мовленнєвоактову єдність представлено в працях [463, с. 171; 174].

Специфіка вербалізації похвали висвітлюється в роботах [466; 179; 460; 495; 508; 451; 505; 119; 167; 39], компліменту – [498; 512; 491; 457; 129; 229; 175; 238; 103; 126], похвали та схвалення – [43], похвали і лестощів – [273], похвали та компліменту – [325; 369; 78; 85], похвали, компліменту і лестощів – [206; 185].

Більшість мовознавчих студій, об'єктом дослідження в яких постають компліментарні висловлювання, здійснено на матеріалі романо-германських мов [456; 517; 513; 494; 493; 512; 475; 474; 273; 471; 473; 479; 453; 174; 206; 229; 45; 30; 326; 109; 167; 175; 240; 185]. Помітне місце серед них посідають праці українських лінгвістів – Л. О. Кокойло, В. Я. Міщенко та Л. І. Клочко.

Поширеним у мовознавстві є аналіз компліментів серед інших оцінних або етикетних висловлювань – приємних ритуальних мовленнєвих дій [494; 382; 358; 474; 89; 338; 342; 205; 220; 1; 70; 235; 350; 95].

В етикетному ракурсі компліменти вивчали також Н. І. Формановська, Х. Р. Соколова, Н. І. Серкова, О. С. Вострикова. Компліментарні висловлювання не характеризуються чіткою ситуативною закріпленістю. І хоч у деяких ситуаціях позитивне оцінювання є бажаним, воно не обов'язкове, тому логічним видається розгляд компліментарних висловлювань або на периферії етикету [331], або за межами етикетних моделей.

Дослідження компліментарних висловлювань засвідчують різні аспекти їх вивчення: структурно-семантичний, соціолінгвальний, етнографічний, кроскультурний. Структурно-семантичні особливості компліменту як виду ілокутивних актів з'ясовували Н. Вульфсон, Дж. Мейнз, Л. О. Кокойло та ін. Із позицій соціо- та прагмалінгвістики особливості компліментів вивчали А. Померантц, Р. К. Герберт, Г. Стрейт, Дж. Холмс, А. Хендерсон, Дж. Мейнз. Ураховуючи соціокультурні характеристики спілкування, на макропрагматичному рівні компліменти досліджували Б. Левандовська-Томашик, М. Корделла, Н. Вульфсон, на мікропрагматичному рівні – В. В. Леонт'єв, В. Я. Міщенко, Л. Е. Безменова, Г. В. Бобенко, Л. О. Кокойло та ін.

Основною соціальною функцією компліментарних висловлювань у більшості згаданих праць визначається функція встановлення і посилення солідарності між комунікантами [456; 517, р. 392; 493, с. 97; 512, р. 86; 474, р. 447; 491, р. 75; 473, р. 23; 471, р. 43]. "Компліменти, незважаючи на їхню формулоподібну структуру, часто є тим, чим вони видаються: щирим і спонтанним вираженням захоплення, що має місце в ситуаціях, де вони безпосередньо не виконують жодної соціальної функції. Хоч вони, поза сумнівом, "працюють" на підтримання солідарності, їхня безпосередня функція – це лише функція компліменту" [517, с. 406-407].

У цілому компліментарні висловлювання в лінгвістичних працях розглядали або з позицій теорії мовленнєвих актів та теорії мовленнєвої діяльності, або крізь призму концепції ввічливості, стратегій уникнення конфліктів і згоди – як засіб зближення комунікантів, контактовстановлювальний елемент, спосіб демонстрації добрих намірів й етикетизатор спілкування. Але, крім

функцій вираження позитивного ставлення до адресата, комплімент, похвала та схвалення можуть уживатися з метою здійснення впливу.

Вітчизняні та зарубіжні вчені вказують на поліфункціональність висловлювань із позитивною семантикою й наявність у них впливового потенціалу [90, с. 12-13; 453, с. 396; 174; 495; 508; 229; 157, с. 155; 206; 451; 505, с. 14; 348, с. 64; 167; 240; 67, с. 138, 142; 369; 63]. Так, О. С. Вострикова назвала комплімент емотивним засобом мовленнєвого впливу, основною метою якого є "обробка" емоційно-вольової сфери свідомості адресата [80, с. 13]. Е. В. Мурашкіна описала реалізацію регулятивної функції компліменту [240]. В. Я. Міщенко вивчала компліментарні висловлювання в межах діади "мета-засіб" [229]. Здійснивши класифікацію компліментів за спрямованістю, К. В. Мудрова виокремила компліменти, ужиті з метою одержання вигоди [238, с. 14].

Винести впливову функцію позитивнооцінних, зокрема компліментарних, висловлювань на перший план у лінгвістичних студіях дозволив стратегічний підхід, що активно застосовується в мовознавстві протягом останніх двадцяти років. Використовуючи поняття "стратегія" і "тактика", компліментарні висловлювання досліджують К. Ф. Сєдов [317], Г. С. Двінянінова, І. С. Морозова [109], Н. М. Германова [89], К. В. Мудрова [239], В. Н. Коробова [185], О. С. Іссерс [146], З. Ф. Галімова [85], О. О. Григор'єва [103], Н. В. Василенко [63]. Хоча деякі мовознавці трактують комплімент (похвалу) як тактику [185; 146, с. 177; 85; 63], погляд на цей жанр як на стратегію домінує [89; 317; 109; 239; 103]. Маніпулятивною тактикою комплімент назвала Н. В. Василенко [63].

У працях із риторики й етики ділового спілкування комплімент часто визначається як найпростіший та найнадійніший спосіб задовольнити соціально-психологічні потреби партнера в процесі спілкування, зробити йому приємне з метою впливу / подальшої співпраці [263, с. 96; 402, с. 245-250; 215, с. 47].

Чутливість до компліментів і складність нейтралізації дії компліментарних висловлювань пояснюють тим, що з їх допомогою реалізуються важливі потреби людини – потреба в любові, повазі, самореалізації, визнанні та потреба в позитивних емоціях [299, с. 386-391; 402, с. 250; 264, с. 96; 87, с. 100-101]. До

того ж психологи зауважують, що вплив на емоції та почуття адресата здійснюється через підсвідомість: "Лестощі чи компліментарні звороти мовлення за силою свого впливу на психіку людини не поступаються жодному іншому виверту. Це пов'язано передусім із тим, що, впливаючи на підсвідомість людини, вони здатні підсолодити слух опонента, послабити критику на свою адресу, створити необхідну атмосферу визнання людських переваг" [264, с. 50].

Незважаючи на великий доробок учених у вивченні компліментарних висловлювань, у світлі здійснення маніпулятивного впливу їх ґрунтовно не досліджували, тому з'ясування специфіки функціонування компліментів, похвал і схвалень у маніпулятивному дискурсі є актуальним.

Для виявлення особливостей репрезентації компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву слід розглянути їх класифікацію та з'ясувати жанрові відмінності між їх різновидами.

За метою та сферою функціонування В. Я. Міщенко цілком логічно поділяє компліменти на три класи: етикетні, компліменти-стратегії й етикетно-стратегічні компліменти. Перша група відображає етикетні моделі поведінки, закріплені за типізованими цілями спілкування. Її становлять компліменти, приписані нормами етикету, наприклад уживані в ситуаціях вітання, реакції на новизну, прийняття подарунка і т. д. Компліменти-стратегії спрямовані на досягнення практичних цілей: установлення / підтримання дружніх стосунків, переконання, заохочення, пом'якшення критики, психологічної підтримки, організації дискурсу – скерування розмови в певному напрямку [228, с. 109].

Етикетно-стратегічні компліменти є проміжним типом між першою та другою групами компліментів. Це компліменти, які функціонують у ситуаціях привітання, знайомства та інтимних зустрічей. Слід зауважити, що всі три класи компліментів за межі категорії ввічливості В. Я. Міщенко не виводить, але, на її думку, компліменти-стратегії репрезентують інструментальну ввічливість.

О. С. Иссерс послуговується термінами "власне компліменти" (самодостатні) та "супутні компліменти" [146, с. 192]. Власне компліментами дослідниця називає ті, які мовець використовує тільки для передачі позитивної оцінки співрозмовника, супутніми – компліменти, що супроводжують інші мовленнєві акти і сприяють досягненню мовцем мети впливу.

Маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання не є самоцінними. Вони слугують зміні поведінки адресата (здебільшого на користь суб'єкта впливу), тому є інструментальними. Їм протиставляються етикетні компліменти – мовленнєві одиниці, уживані для підтримання "неантагоністичних відносин між комунікантами, найважливішою умовою чого є дотримання правил поведінки, приписуваних етикетом" [229, с. 4-11]. Ритуали (як мовленнєві, так і немовленнєві) характеризуються обов'язковістю виконання, постійністю й умовним, конвенційним змістом [448, с. 243].

Етикетні компліментарні висловлювання чітко закріплені за певними видами стандартних ситуацій. Основною їх відмінністю від інструментальних є обов'язковість уживання відповідно до правил етикету. Так, етикетними поставимуть ситуативно зумовлені компліменти, похвали і схвалення, що вживаються мовцем, котрий знає про їх бажаність для співрозмовника, невиправдання очікувань якого може спричинити негативні для подальших стосунків наслідки. Необов'язкове за правилами етикету компліментарне висловлювання, виголошене мовцем із власної ініціативи для зміни поведінки співрозмовника, є інструментальним.

Компліментарне висловлювання в маніпулятивній стратегії позитиву може бути як окремим самостійним мовленнєвим ходом, так і частиною складного мовленнєвого ходу, що містить декілька мовленнєвих актів чи ходів.

За характером вияву наміру розрізняють імпліцитно-прагматичні й експліцитно-прагматичні висловлювання [159]. До імпліцитно-прагматичних (опосередковано-прагматичних) відносять висловлювання з прихованою прагматичністю. Експліцитно-прагматичними постають висловлювання, прагма-

тичність яких виражається прямо. Маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання є переважно імпліцитно-прагматичними.

За ініціативністю компліментарні висловлювання поділяють на ініціативні та респонсивні. Ініціативні компліменти виголошуються з ініціативи мовця. Респонсивні є реакцією на запит адресата чи його поведінку. Якщо висловлювання першого типу адресатом не очікуються, то висловлювання другого типу прогнозовані та навіть бажані для нього [174, с. 133]. Наприклад, прямо спонукати мовця до похвали на свою адресу може або комунікант більш високого соціального статусу, або той, який знаходиться з ним у близьких стосунках, найчастіше особа жіночої статі [174, с. 138]. Не відповісти на очікування адресата в такій ситуації означає передусім порушити правила етикету, бути неввічливим.

Більшість компліментарних висловлювань, уживаних мовцем із маніпулятивною метою, є ініціативними й непрогнозованими для адресата. Це, на нашу думку, зумовлено тим, що маніпулятивний вплив є різновидом прихованого впливу і мовець прагне завуалювати свої наміри під час його здійснення. Проте в певних випадках набувати маніпулятивного потенціалу можуть і компліменти-реакції на самопохвалу комунікативного партнера. Здебільшого це відбувається тоді, коли мовець-маніпулятор ставить довготривалі цілі, проміжними до яких постає гармонізація стосунків з адресатом чи встановлення дружніх стосунків із ним. Адже стратегія позитиву передбачає демонстрацію згоди й підтакування і не повинна суперечити правилам етикету. Респонсивні компліментарні висловлювання радше належать до етикетних, ніж до інструментальних.

Ілокутивна сила похвали притаманна не одному, а кільком мовленнєвим актам – компліментам, схваленням, захопленням. У лексикографічних виданнях значення слів "комплімент", "похвала" та "схвалення" збігаються, пор.: *комплімент* – приємні, люб'язні слова; похвала, лестощі [ВТССУМ, с. 561]; *похвала* – гарний, доброзичливий відгук про кого-, що-небудь, схвалення [ВТССУМ, с. 1093]; *схвалення* – визнання чийось дій, учинків, рішень та ін.

вірними, правильними; позитивне доброзичливе ставлення до кого-, чого-небудь; позитивна оцінка, похвала [ВТССУМ, с. 1420]. Але лексему "схвалення" відрізняє наявність семи "правильний".

Лінгвісти сходяться на думці про важкість розмежування похвали, компліменту, схвалення та лестощів через нейтралізацію їх диференційних ознак (див., наприклад: [146, с. 179; 369; 126]). Часто розрізнити згадані мовленнєві жанри допомагає лише ситуація та контекст, оскільки за формальним показником відмінності відсутні [369, с. 81].

Комплімент протиставляють іншим мовленнєвим жанрам оцінного характеру за ілокутивною метою: на відміну від похвали і схвалення, комплімент говорять, щоб зробити співрозмовнику приємне [510, с. 201; 146, с. 178-179]. А. Вежицька основною ілокутивною метою компліменту вважає повідомлення мовцем своєї позитивної оцінки адресата [66]. В. Я. Міщенко основну мету компліменту вбачає у вираженні позитивного психологічного стану мовця, репрезентативний зміст якого становить позитивна оцінка [229, с. 62].

Спираючись на теорію інтенційних станів Дж. Серля, В. Я. Міщенко протиставила ілокутивні акти похвали та компліменту ілокутивним актам схвалення і захоплення: схвалення й захоплення маркують вербально виражений інтенційний стан мовця, назви ж ілокутивних актів компліменту та похвали "не вказують на конкретний інтенційний стан, а співвідносяться із цілим спектром інтенційних станів мовця (схвалення, захоплення, повага, прихильність, симпатія, любов, гордість, задоволення)" [229, с. 45].

На думку дослідниці, комплімент відрізняється від інших оцінних висловлювань: а) **додатковими ілокутивними цілями** – наміром мовця виявити інтерес до адресата, зробити йому приємне; б) **ширшим спектром інтенційних станів мовця**: комплімент не тільки передає схвалення та захоплення, але також може слугувати вираженню поваги, симпатії, любові, прихильності, уподобання, насолоди, задоволення; в) **безпосередністю зв'язку об'єкта позитивної оцінки з адресатом**: можна хвалити кого-небудь / що-небудь, схвалювати що-небудь, захоплюватися ким-небудь / чим-небудь, що не

має жодного відношення до адресата, а зробити комплімент не присутній при розмові людині неможливо [228, с. 108; 229, с. 10 та наст.].

У маніпулятивному дискурсі остання відмінність між аналізованими позитивнооцінними жанрами нейтралізується: і комплімент, і похвала та схвалення в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу потребують присутності адресата або зв'язку адресата з об'єктом позитивної оцінки. Однак тут мають місце не тільки компліментарні висловлювання з прямим адресатом – комунікантом, якому безпосередньо адресується висловлювання, але й адресовані третій особі про присутнього адресата. Ідеться про так звані "опосередковані" компліментарні висловлювання.

Ю. В. Жуматова вважає комплімент ширшим поняттям, ніж похвала і лестощі [126]. Дещо відмінну думку має Л. І. Клочко, яка ширшою визначає похвалу і протиставляє мовленнєві акти похвали та компліменту за такими критеріями: а) *часом референції*: "компліменти завжди миттєві, тому незалежно від того, чи експлікована категорія часу в морфологічній структурі предиката, чи ні, сама логіка ситуативного спілкування "тут-зараз" відносить ці формули в план синтагматичного теперішнього" [168, с. 48]; часом референції в похвалах може бути не тільки теперішній, але й минулий час; б) *мовними засобами*: похвала – "авторська" комунікативна стратегія, що характеризується більшою різноманітністю мовних засобів, на відміну від шаблонних компліментів; в) *об'єктивністю передаваної інформації*: похвала є щирою і об'єктивною оцінкою особистості, її якостей чи діяльності, об'єктів, що належать адресату, а комплімент – перебільшеною [168]. У нашій роботі репрезентовано погляд на комплімент, похвалу і схвалення як на жанрові типи компліментарного висловлювання.

Висновок про одноманітність та типовість мовного вираження компліментів видається спричиненим тим, що Л. І. Клочко розглядала їх крізь призму етикету. Інструментальним компліментам, зокрема тим, що представляють маніпулятивну стратегію позитиву, притаманна різноманітність, тому шаблонність не можна однозначно вважати невід'ємним атрибутом компліментів.

Щодо об'єктивності інформації в похвалах і компліментах, то, на наш погляд, для аналізу ініціативних маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань питання їх правдивості / неправдивості не є значущим, тому в роботі цей аспект не беремо до уваги, проте його слід урахувувати в подальших дослідженнях умов успішності маніпулятивної стратегії позитиву.

Передумовою функціонування позитивнооцінних висловлювань у маніпулятивному дискурсі є не те, що оцінюваний стан речей заслуговує на позитивну оцінку (мовець може бути як щирим, так і нещирим), – визначальним тут є його прагнення вплинути на співрозмовника.

Комплімент та похвалу розмежовують також за статусом адресанта і адресата. Похвалі приписують статусну залежність, компліменту – незалежність [369, с. 81]. Висловлення похвали відбувається в ситуаціях так званої "надбудови зверху": адресантом похвали виступає вища за посадою чи статусом особа [120], а комплімент має місце в ситуаціях "надбудови знизу" [402, с. 249].

О. С. Іссерс відзначає несиметричність позицій комунікативних партнерів у ситуаціях висловлення компліментів: той, хто виголошує комплімент, знаходиться в "сильній позиції", оскільки його партнер, відповідно до принципу ввічливості, повинен бути вдячним за виявлену симпатію. Таким чином, автор компліменту виявляє владу над співрозмовником, примушуючи його прямо чи непрямо прийняти комплімент [146, с. 181].

Н. Вольфсон вважає, що "переважна більшість компліментів адресована людям того самого віку і статусу, що й адресанти" [512, с. 91]. Таку ж думку поділяє і Дж. Холмс [474, с. 457]. Однак повністю погодитись із цим не можна: компліменти роблять і нижчі за статусом чи посадою мовці вищим за цими параметрами співрозмовникам.

Особливість похвальних висловлювань Г. Г. Почепцов убачає в тому, що "комунікативний статус ініціатора похвали не обов'язково збігається з його соціальним статусом" [288, с. 99]. У ситуаціях вираження похвали домінуючу позицію займає адресант, а залежну – адресат. При цьому комунікативний статус ініціатора похвали завжди вищий, ніж адресата [288; 468; 395]. У ком-

пліментарних висловлюваннях, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, комунікативний статус адресанта зазвичай є вищим, ніж в об'єкта впливу.

За О. С. Іссерс, критеріями для розрізнення похвали та компліменту є такі: 1) *мета*: похвала спрямована на позитивне оцінювання, а комплімент – на повідомлення про прихильність; 2) *показник успішності*: якщо показником успішності похвали є прийняття оцінки, показником невдачі – її відхилення, то для компліменту навіть незгода адресата з мовцем не означає неуспіху; 3) *предмет оцінки, чи пропозиційний зміст*: похвала передбачає оцінку якостей, знань, умінь адресата (щоб одержати похвалу, треба щось зробити, виявивши себе з позитивного боку; комплімент у цьому плані не обмежений) [146, с. 179].

У "Словнику сучасної російської літературної мови" у визначенні як похвали, так і компліменту присутня лексема "лестощі" [ССРЛЯ, т. 5, т. 10]. Багато дослідників трактують лестощі як нещирю похвалу, руйнівну для спілкування. На думку, Г. Г. Почепцова, лестощі слугують поляризації позитивного в співрозмовнику [288, с. 99]. Водночас лестощі часто асоціюються з маніпулюванням, спрямованістю на досягнення вигоди, запобіганням чи підлабузництвом [480; 453, с. 396, 404; 505, с. 14].

Ознаками лестощів є надмірність, нещирість, необов'язковість, соціальні відмінності між комунікантами, нехтування максимами кількості та якості принципу кооперації Грайса [467], порушення прагматичної пресупозиції, високий ступінь емотивності й експресивності, багатослівність [185; 369, с. 81].

Близькі за значенням лестощі та запобігання різняться метою висловлення: для лестощів – це зазвичай одержання вигоди, для запобігання – справлення позитивного враження на адресата. М. Ю. Федосюк вважає, що лестощі "не мають стійких жанрових ознак і в мовленні маскуються під висловлювання інших типів" [379, с. 74-75].

Стратегічними варіантами лестощів є надмірна похвала, підкреслена згода, імітація поведінки, вияв перебільшеного інтересу до адресата (і членів

його сім'ї), піітетне ставлення до вищих за посадою [168, с. 53]. Лестощі передбачають статусний вектор "знизу – догори" [369, с. 81].

За спостереженнями Л. І. Клочко, похвала і лестощі функціонують у різних комунікативних ситуаціях: похвала – у ситуації співпраці, лестощі ж є непрямом формою змагання, тому становлять компонент конфліктного дискурсу. Дослідниця протиставляє похвалу та лестощі за такими критеріями: щирість / нещирість, корисливість / безкорисливість, адекватність / неадекватність ситуації (надмірність) та визначає стратегію лестощів як загравання із сильнішим в обмін на захист чи вигоду: "Лестощі є там, де мають місце соціальні відмінності. Одна із цілей лестощів – підвищення соціального статусу мовця" [167, с. 69].

В. В. Леонтьєв вважає, що мотив підлабузника, на відміну від мотиву адресанта похвали, повинен бути чітко усвідомлений [207], але із цим не можна однозначно погодитись: у підлабузника може виробитися "звичка запобігання" перед вищим за посадою / статусом співрозмовником як перед потенційним джерелом одержання вигоди.

Протиставивши лестощі як псевдопозитивну оцінку лестошам – навмисне завищеної позитивній оцінці, Л. О. Кокойло доходить логічного висновку: лестощі не можуть бути визначені тільки як псевдопозитивна оцінка, використовувана мовцем у корисливих цілях. По-перше, мовець може вдаватися до лестощів, керуючись принципом увічливості. Прикладом "увічливих лестощів" є респонсивні компліменти в ситуаціях чекання адресатом схвалення, наприклад: *А чому ніхто нічого не каже про мою нову сукню?; А як вам моя зачіска?* (з усного мовлення), а також похвальні висловлювання на адресу нареченої ("Наречена завжди гарна"), новонародженого ("Новонароджений обов'язково симпатичний"), господині ("Приготовлені господинею страви завжди смачні"). По-друге, завищена позитивна оцінка адресата – "поляризація позитивного" може бути безкорисливою і використовуватися для того, щоб зробити приємне адресату (див., наприклад: [174, с. 141]).

В. М. Панкратов виділив такі відмінності між компліментом і лестощами: а) лестощі, як правило, прямолінійні, однозначні, прості та зрозумілі, а комплімент передбачає різнотлумачення, роздум, під час якого людина сама домислює суть почутого; б) лестощі є надмірним, разючим перебільшенням позитивних якостей особистості, найчастіше приписуванням відсутніх переваг, а комплімент лише опосередковано вказує на наявність у людини низки позитивних якостей; в) комплімент викликає в співрозмовника приємні почуття; лестощі за своєю природою можуть спричинити відразу і спровокувати реакцію, протилежну бажаному результату [263, с. 87].

Якщо похвалу трактують як прийом посилення характеристики людини [288, с. 81], то лестощі, на відміну від похвали, визнають неперформативними. Імплікація незаслуженості руйнує ілокутивну ціль цієї мовленнєвої дії.

Застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець прагне приховати свої наміри і намагається дотримуватися міри під час виголошення позитивних оцінок, навіть якщо вони не є щирими, дбає про доречність схвальних висловлювань. Провести чітку межу між компліментарним висловлюванням та лестощами неможливо. Частково це зумовлено ще й тим, що "в разі лестощів майже не можна передбачити, якими словами будуть виражені лестощі, оскільки позитивно-оцінних слів, тобто слів із семантикою "хороший", є багато, ... а також є суфікси, за допомогою яких виникає згадана сема" [316, с. 291]. З огляду на сказане лестощі не розглядаємо як окремий жанровий різновид досліджуваної комунікативної стратегії.

Зводити ж усі маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання до лестощів некоректно, оскільки похвала в маніпулятивних контекстах може бути щирою, оцінка об'єктивною, а об'єктом схвального висловлювання може виступати не тільки вища за соціальним статусом особа, а й нижча або рівна.

Отже, здійснивши аналіз поглядів мовознавців на жанрові відмінності різновидів компліментарних висловлювань, можна систематизувати критерії, за якими вони протиставляються.

Комплімент, похвала та схвалення різняться:

- 1) **умовами істинності пропозиції**: компліменти, на відміну від інших висловлювань позитивної оцінки, характеризуються надмірністю та нещирістю;
- 2) **часом референції**: компліментам і схваленням притаманні актуальний теперішній час та миттєвість, тоді як для похвали часом референції може виступати минулий (рідше майбутній) час;
- 3) **присутністю адресата (наявністю категорії синтаксичної особи)**: похвала (подекуди й схвалення) може адресуватися відсутній особі, позитивна інформація про яку може зовсім не стосуватися адресата; комплімент передбачає присутність об'єкта позитивної оцінки або зв'язок між адресатом і об'єктом позитивної оцінки;
- 4) **способом реалізації позитивної оцінки**: похвала і схвалення зазвичай передаються прямо, тоді як компліменти швидше можуть бути завуальованими і висловлюватися в непрямий спосіб;
- 5) **статусними відмінностями між комунікантами**: адресантом похвали та схвалення постає переважно вищий за посадою / статусом, комплімент тяжіє до симетрії ролей комунікантів;
- 6) **характером оцінки** (раціональна / емоційна): у похвалі та схваленні домінує раціональна оцінка, натомість комплімент більшою мірою репрезентує емоційну оцінку;
- 7) **ілокутивною метою**: комплімент не тільки маркує позитивну оцінку співрозмовника (як схвалення чи похвала), але й сигналізує про приязне ставлення до нього;
- 8) **планованістю мовленнєвого акту**: похвалам та схваленням притаманна відносна спонтанність, тоді як комплімент із більшою вірогідністю може бути продуманим (заготовленим чи планованим);
- 9) **конвенційністю**: похвала і схвалення не диктуються етикетними нормами, компліменти відзначаються конвенційністю, частіше функціонують як етикетні зразки: їх диктують правила етикету;

10) *вираженням інтенціонального стану*: схвалення здебільшого виражає інтенціональний стан схвалення, а комплімент і похвала – низку інтенціональних станів позитивного характеру.

У маніпулятивному дискурсі багато відмінностей між названими жанрами нівелюється. Комплімент, похвала та схвалення становлять мовленнєвоактову єдність: їх об'єднує орієнтованість на досягнення мети, яку ставить маніпулятор. Згадані жанрові різновиди представлені позитивнооцінними мовленнєвими актами, спрямованими на співпрацю. Фактор об'єктивності позитивної оцінки не відіграє вирішальної ролі в досягненні проміжної мети – зробити приємне співрозмовнику.

Усі різновиди компліментарних висловлювань передбачають заміщення позиції синтаксичної особи: позитивна оцінка адресується присутній особі, навіть якщо вона не є безпосереднім учасником спілкування, або відсутній, із якою адресат перебуває в дружніх стосунках або пов'язаний родинними зв'язками. Зазвичай прямо чи опосередковано компліментарні висловлювання стосуються об'єкта впливу.

Компліменти, похвали та схвалення, що вживаються з метою здійснення маніпулятивного впливу, мають великий потенціал лексико-семантичного варіювання як одну з умов ефективності реалізації комунікативного наміру: стереотипні, постійно повторювані висловлювання можуть викликати в адресата сумніви щодо щирості мовця [517, с. 406]. Маніпулятивно спрямоване схвалення тяжіє до передачі інтенціональних станів, передаваних компліментом і похвалою.

Таким чином, відмінності між різновидами компліментарних висловлювань, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, є незначними. Комплімент, похвала та схвалення в маніпулятивній стратегії позитиву постають контекстно зв'язаними, характеризуються спрямованістю не тільки на позитивну емоційну реакцію адресата, але й на досягнення опосередкованої комунікативної мети, яку ставить суб'єкт впливу, гармонізацію спілкування для

подальшого стимулювання зміни поведінки або ментального / емоційно-психічного стану співрозмовника.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Вивчення мовознавчих студій, у яких застосовуються функціональний, стратегічний та прагматичний підходи до дослідження явища маніпуляції, дає 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 при дослідженні феномену маніпуляції;
- суб'єктивність у трактуванні й оцінюванні явища маніпулювання поведінкою індивідів.

Науковий огляд мовознавчих праць, присвячених дослідженню комунікативних стратегій і тактик, систематизація наявних класифікацій стратегій спілкування та їх тактичного втілення дають підстави для відповідних узагальнень.

1. Маніпулятивна стратегія позитиву має двоєдину природу: будучи спрямованою на гармонізацію спілкування, передбачає здійснення маніпулятивного впливу, який часто трактують як негативне явище.
2. Маніпулятивна стратегія позитиву базується на принципах взаємного обміну й доброго ставлення, репрезентує оцінний та емоційний види впливу.
3. Оскільки в основі маніпулятивної стратегії позитиву лежить гармонізація стосунків із співрозмовником, використання позитивної інформації для здійснення впливу, ця стратегія постає виявом продуктивної маніпуляції.
4. Відповідно до різних класифікаційних систем комунікативних стратегій досліджувана стратегія є "позитивною", модально-регулятивною, інформативно-спонукальною, емоційно налаштовувальною, ініціативною, м'яко-

гнучкою, прагматичною, кооперативною стратегією, що зазвичай не суперечить нормам спілкування та правилам етикету, гармонізує інтеракцію.

5. Маніпулятивна стратегія позитиву може реалізовуватися в межах одного або декількох комунікативних актів, бути як обмеженою в часі, так і атемпоральною.
6. Основним жанровим типом маніпулятивної стратегії позитиву є компліментарне висловлювання, різновиди якого становлять комплімент, похвала та схвалення.
7. Мовознавці досліджували компліментарні висловлювання з позиції теорії мовленнєвих актів, теорії мовленнєвої діяльності, а також крізь призму категорії ввічливості. Відсутність комплексних досліджень компліментарних висловлювань як засобу здійснення маніпулятивного впливу можна пояснити тим, що основною функцією компліментів, похвал і схвалень є солідаризація із співрозмовником, установлення й підтримування дружніх стосунків між комунікантами.
8. У маніпулятивному дискурсі спостерігаємо нейтралізацію жанрових відмінностей між компліментом, похвалою та схваленням, що спричинено їх спрямованістю не тільки на позитивну емоційну реакцію адресата, гармонізацію спілкування, але й на досягнення опосередкованої комунікативної мети, яку переслідує суб'єкт впливу.
9. Компліменти, похвали та схвалення, що функціонують у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, становлять мовленнєвоактову єдність, є переважно ініціативними, необов'язковими, непрогнозованими для адресата – інструментальними, чим відрізняються від етикетних формул.

Основні результати розділу опубліковано в [421; 423; 424; 425].

РОЗДІЛ 2

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ
МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ****2.1 Поняттєво-термінологічний апарат дослідження**

Одним із найбільш перспективних й ефективних підходів до вивчення маніпуляції з позицій прагмалінгвістики є її розгляд за допомогою понять "стратегія" і "тактика", які дають змогу пояснити механізм маніпулятивного впливу в міжособистісному спілкуванні та з'ясувати його специфіку.

Мовленнєве спілкування має динамічну природу, а отже, виявляється в певних стратегіях. Інакше кажучи, мовленнєва комунікація є стратегічним процесом, що базується на виборі оптимальних мовних ресурсів [146, с. 10]. Дискурс регулюється стратегіями і тактиками.

Термін "стратегія" в лінгвістиці починає активно функціонувати із середини 80-х рр. ХХ ст. разом із посиленням мовленнєводіяльнісного та прагматичного підходів. Інформаційні стратегії були предметом аналізу Т. М. Нікульшиної [251], М. А. Ширінкіної [403], С. О. Фаєра [377]. Специфіку смислоутворювальних стратегій розглядала О. Г. Поломських [279], інтерпретувальних – М. А. Ширінкіна [403].

Особливості вербалізації мовленнєвих стратегій / тактик у різних типах ситуацій з'ясовували Є. М. Верещагін [69], Г. П. Божко [47], Л. О. Шкатова [406]. Опис міжкультурного виміру стратегій здійснено В. В. Бушковою [60] та О. О. Григор'євою [103]. Наукові праці Л. З. Туктарової [371], І. І. Морозової [235] та О. Ю. Малої [213] присвячені дослідженню стратегій і тактик увічливості.

Порівняно з текстом і дискурсом стратегії, тактики та прийоми їх реалізації є відносно новим об'єктом дослідження. Як зазначає Т. М. Колокольцева, "процес інвентаризації мовленнєвих стратегій і тактик ще далекий від свого завершення" [176, с. 37]. Цим зумовлені розбіжності у визначенні понять "стратегія" і "тактика" в лінгвістиці (див., наприклад: [40, с. 12]).

Поняття "стратегія" в інструментарії лінгвістики функціонує в різних, здебільшого семантично тотожних, значеннях: *комунікативна стратегія* (М. Л. Макаров, Н. М. Германова, Н. Ф. Непийвода, В. А. Ущина, О. С. Іссерс, О. М. Галапчук, В. В. Бушкова, Є. В. Вохришева, Т. Є. Янко, О. М. Румянцева, А. Д. Белова, І. І. Морозова, А. В. Ярхо, В. Н. Коробова, А. І. Дубських, А. В. Ланських, О. О. Григор'єва, Н. В. Василенко), *мовленнєва стратегія* (Т. А. ван Дейк, О. М. Лазуткіна, М. А. Кузнєцов, Т. М. Уділова, І. В. Труфанова, О. Ю. Малая), *комунікативно-мовленнєва стратегія* (І. Ю. Логінова), *стратегія спілкування* (В. З. Дем'янков, В. П. Зернецький, О. Я. Гойхман, Т. М. Надеїна, Г. П. Божко), *стратегія мовленнєвого спілкування* (О. В. Яшенкова), *стратегія мовленнєвої поведінки* (Н. Д. Арутюнова, М. І. Барсукова, О. В. Фадєєва, І. Г. Сєрова, О. М. Паршина, О. В. Герасименко, М. Ф. Резуненко), *мовленнєво-поведінкова стратегія* (Л. О. Шкатова), *стратегія мовленнєвого впливу* (А. В. Олянич, Ю. М. Іванова, О. А. Комарова), *стратегія комунікативного впливу* (Ю. К. Пирогова), *стратегія комунікативної взаємодії* (Б. А. Єрмолаєв), *комунікативна стратегія дискурсивної поведінки і становлення особистості* (К. Ф. Сєдов).

Комунікативна стратегія є оптимальним набором правил комунікативної поведінки з урахуванням мети спілкування; генеральною макроінтенцією, що визначає організацію мовленнєвої поведінки комуніканта відповідно до комунікативних / некомунікативних цілей мовця і специфічних умов спілкування. Це поняття ширше, ніж поняття "мовленнєва стратегія", оскільки містить як вербальні стратегії, так і невербальні.

Як одиниці спілкування стратегії перебувають у процесі конструювання, їм притаманні динамічність, гнучкість, складна структура і варіативність. Їхня головна ознака – спрямованість на зміну поведінки адресата, його ментального, емоційного чи психічного стану. Як зауважує О. С. Іссерс, "кінцевою метою будь-якої мовленнєвої стратегії є корекція моделі світу адресата" [146, с. 109].

Процес формування та реалізації комунікативної мети, спрямованої на здійснення маніпулятивного впливу, є маніпулятивною стратегією, яку

репрезентують мовні засоби, ужиті з метою маніпулювання, у поєднанні з певними прийомами структурування та подання інформації.

У цьому дослідженні не ставляться завдання вивчити реакції адресата на маніпулятивно спрямовані висловлювання, виявити невербальні засоби, якими послуговуються комуніканти в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, з'ясувати умови успішності маніпулятивної стратегії позитиву, оскільки аналіз не виходитиме за межі ініціативного мовленнєвого акту мовця. Але, незважаючи на це, досліджувану стратегію визначаємо як комунікативну – з огляду на те, що в понятті "стратегія" стрижневим є намір, мета, що передбачає врахування екстралінгвальних чинників, розкриття прагматичних значень, які стосовно інших типів значень відзначаються більшою контекстною та ситуативною зумовленістю.

Мовленнєва діяльність, як і будь-який інший вид діяльності людини, пов'язана з відповідною метою: в її основі лежать певні мотиви, вона спрямована на досягнення визначених цілей [291, с. 3; 50, с. 58]. Мета є ідеально-інтенційним образом результату, вона "переживається психологічно не тільки як ідеальний образ чи модель того, що буде досягнуто діяльністю, але і як "інтенція" (бажання, намір, прагнення) суб'єкта" [252, с. 54-55]. Іntenція є різновидом бажання – бажанням, для реалізації якого будуть робитися певні кроки. Як зауважує Ф. С. Бацевич, вивчення цільових сил, що зумовлюють уживання висловлювань і організацію їх структури з погляду комунікативної скерованості, є справою складною та важливою [25, с. 116].

О. П. Почепцов пов'язує мету мовленнєвого висловлення з категорією інтенціональності, у яку вкладає два смисли: вихідна інтенція, тобто мета діяча, і кінцева інтенція, тобто мета дії. На думку дослідника, вихідна інтенція завжди підпорядковується кінцевій [291, с. 75]. Іntenція – складна мовно-ментальна категорія, що репрезентує комунікативний намір адресанта.

Серед мовознавців немає єдності в трактуванні поняття "інтенція". Так, інтенцію інтерпретують як ланку, що пов'язує людину-адресанта і мову в мовленнєву діяльність [291, с. 74]; як мовленнєвий задум або волю адресанта

[22, с. 270]; як ілокутивну мету висловлення [259, с. 100; 327, с. 172; 280, с. 16]; як осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, що визначає внутрішню програму мовлення та спосіб її втілення [28, с. 116]; як комунікативну настанову [384, с. 72]; як спрямованість людської свідомості на об'єкти й стани речей зовнішнього світу [32, с. 101].

В ієрархії компонентів породження мовленнєвого висловлення первинним є мотив, вторинним – мета, а інтенція посідає третє місце серед складників. Мету комунікації становить об'єктивний фактор мовленнєвої взаємодії. Окреслення мети стає можливим після усвідомлення суб'єктом мотивів породження мовленнєвої дії. Мета прогнозує можливий результат дії, що впливає на зміст і побудову комунікативного висловлення поряд із такими характеристиками комунікативного процесу, як ситуативна співвіднесеність та соціальна детермінованість; реалізується у вигляді зумовлених змістом мовленнєвих інтенцій [241, с. 147-148].

Стратегії передбачають мотив (частіше мотиви), пов'язаний із бажанням, волею суб'єкта [146, с. 103]. Мотиви визначають активність особистості, зокрема мовленнєву. Їх сфера широка й різноманітна.

Мотиви спричиняються біологічними та соціальними, духовними і пізнавальними потребами, особистісними інтересами, захопленнями, емоціями, настановами, задумами, ідеалами. Розрізняють первинні та вторинні мотиви. До першої групи відносять уроджені, тобто біогенні, мотиви (наприклад, їжа, напої, затишок та ін.). Вплив на первинні мотиви ефективніший, оскільки вони тісно пов'язані з потребами організму. Вторинними є мотиви, набуті під час виховання, навчання, становлення людини (наприклад, краса і смак, вигода та економність, надійність і под.).

За джерелами мотиви бувають особистісні та суспільні. Однак усі вони усвідомлюються індивідуально, тому ними породжені наміри та їх реалізація завжди індивідуальні. Якщо мотив пояснює характер конкретного висловлення, то інтенція вказує на мету мовця в цьому висловленні [365, с. 479]. Термін "інтенція" (услід за Н. І. Формановською) уживаємо в значенні "конкретно-

комунікативний смисл висловлення". Прагматичною формою актуалізації інтенції постає мовленнєвий акт як цілеспрямована дія.

Розрізняють комунікативні та некомунікативні (екстралінгвальні, немовленнєві) цілі. До комунікативних відносять інформативні та прагматичні (спонукальні, емоційно-оцінні, емоційно-регулятивні, естетично-регулятивні, контактні). Некомунікативними цілями є інтелектуальне самовираження, емоційне самовираження, емоційно-оцінне самовираження [158, с. 149]. У межах комунікативних цілей протиставляють мовленнєві та немовленнєві цілі [289].

Мовленнєві цілі – ілокутивні цілі висловлення – передбачають передачу повідомлення від одного комуніканта до іншого. Немовленнєві цілі репрезентують перлокутивні цілі, що належать до сфери здійснення психологічного впливу, та соціальні цілі, які передбачають організацію і координацію взаємодії комунікантів [393].

Перлокутивні цілі спрямовані на зміну психологічного стану, передусім емоційно-чуттєвої сфери, адресата, наприклад: порадувати, засмутити, налякати, здивувати, зацікавити, переконати в чомусь. Соціальними постають такі цілі: установити / підтримати / розірвати контакт, дружні стосунки з адресатом, посваритися, привернути до себе увагу, загладити провину, умовити [229, с. 38-39].

Відповідно до іншої класифікації цілі поділяють на комунікативні (ілокутивні) та практичні (посткомунікативні) [355, с. 68]. Комунікативна мета буде досягнута, якщо співрозмовник зрозумів мовця, практична – коли він зробить те, до чого спонукає його мовець, – виконає певну дію.

У реальному спілкуванні мовець часто ставить не одну мету: навіть один мотив передбачає декілька цілей, і зазвичай поведінка особистості зумовлена декількома мотивами [146, с.101]. Якщо під час неманіпулятивної інтеракції адресант прагне того, щоб його інтенції були зрозумілі адресату, то специфікою маніпулятивного впливу є прагнення мовця їх завуалювати.

За важливістю цілі класифікують на першорядні та другорядні. Першорядні цілі ініціюють комунікативний процес і керують мовленнєвими діями, другорядні – визначають вербальний вибір, тип мовленнєвої поведінки [146, с. 59]. Другорядні цілі зумовлюються мотивами людської діяльності – прагненням самовираження, дотримання соціальних норм, створення іміджу. Цілі, що є сходинкою на шляху до генеральної мети спілкування, називають проміжними. Це зазвичай цілі, пов'язані з ефективною взаємодією комунікантів.

Відповідно до часу реалізації розрізняють довгострокові (пролонговані) та короткострокові (епізодичні, ситуативні) цілі. Довгострокові цілі характеризує розтягненість у часі. Короткострокові цілі є чітко визначеними й швидко реалізовуваними. Характер цілей зумовлює вибір мовних форм висловлювань, що репрезентують стратегію. До того ж мета може бути не тільки спланованою, але й спонтанною, тобто такою, що виникає в момент висловлення.

Конкретним виявом стратегій є тактики – локальні інтенції, які в контексті (ситуаційному, соціальному та культурному) надають актуального смислу певному мовленнєвому вчинку. Кожна тактика у вербальному вираженні репрезентує певний абстрактний стереотип, що може реалізовуватися у варіативних висловлюваннях. Тактика є мовленнєвою дією, як і мовленнєвий акт, але її розглядають не ізольовано, а у світлі відповідності головній інтенції мовця.

Маніпулятивна мовленнєва тактика є сукупністю в певний спосіб організованих прийомів здійснення прихованого впливу, спрямованого на досягнення бажаного ефекту чи запобігання небажаному результату; визначений стереотип (модель) мовленнєвої поведінки, вироблений суспільством та національною культурою. І тактика, і прийом набувають маніпулятивності лише в контексті. На думку О. В. Денисюк, специфічних мовних засобів маніпуляції не існує, оскільки мовні засоби мають інтерпретаційний потенціал, а не мовленнєво-впливовий [113, с. 60].

Як і комунікативні стратегії, тактики, за допомогою яких вони реалізуються, у лінгвістичній літературі класифікують за різними критеріями. Так, за

стратегічною закріпленістю їх поділяють на специфічні (закріплені за певною стратегією) та неспецифічні (не мають стратегічної закріпленості) [201]. Маніпулятивну стратегію позитиву становлять неспецифічні тактики, оскільки стратегічної закріпленості вони набувають лише в її прагматичному просторі.

Іншу спробу класифікації тактик спостерігаємо в дослідженні Є. М. Верещагіна. Він розрізняє універсальні та специфічні тактики. Універсальними є тактики, характерні для будь-якого типу дискурсу. Мовці застосовують їх у різних сферах. Специфічні тактики менш частотні, їх вирізняє різноманітність мовних засобів і здатність до трансформовань. Учений протиставив соціальні (клішовані) та індивідуальні тактики. Кількість соціальних тактик є визначеною, вони стереотипні та піддаються уніфікації. Індивідуальні тактики – тактики, створювані окремими мовцями. Цьому виду тактик притаманна варіативність і неформалізованість [68]. Відповідно до цієї класифікації тактики маніпулятивної стратегії позитиву є специфічними та соціальними.

У конкретному акті спілкування мовленнєві тактики втілюються у висловлювання. Будучи комунікативною одиницею, висловлювання є прагматичним феноменом – мовленнєвою реалізацією речення, на відміну від речення – потенційно комунікативної одиниці.

Висловлення кожного учасника, "тобто повідомлення від початку розмови мовцем до зміни мовця" [28, с. 74], може містити один або кілька мовленнєвих актів, сукупність яких становить його мовленнєвий хід або крок. Отже, маніфестація мовленнєвої тактики здійснюється за допомогою мовленнєвого ходу – фрагмента репліки одного комуніканта, що характеризується певним способом мовленнєвої організації. Якщо мовленнєві стратегії і тактики співвідносні з ментальним (когнітивним) рівнем організації мовленнєвої поведінки, то мовленнєві ходи мають вербальне вираження.

Тактика формалізується за допомогою прийому. Прийом визначає використання засобів для вираження інваріантного тактичного смислу. З одного боку, той самий прийом може підпорядковуватися різним тактикам,

тобто одна структурна одиниця може передавати різні значення, а з іншого, – одна тактика може вербалізуватися за допомогою різних прийомів.

Вплив, здійснюваний шляхом використання стратегій і їх тактик, може мати різну інтенсивність. Посилення прагматичної функції висловлювань, через які реалізуються стратегії і тактики, забезпечується інтенсифікаторами – мовними засобами, що оптимізують їх впливовий ефект. Одним із завдань цього дослідження є виявлення тактик і прийомів маніпулятивної стратегії позитиву, а також засобів інтенсифікації маніпулятивного впливу.

Проблема співвідношення понять "стратегія", "тактика", "мовленнєвий акт", "мовленнєвий жанр" у сучасному мовознавстві далека від остаточного вирішення. Поняття "стратегія" і "тактика" співвідносяться як загальне та часткове (рід і вид [370, с. 58]), позначають більші мовні одиниці, ніж поняття "мовленнєвий акт" чи "мовленнєвий жанр". Якщо стратегія – це глобальна настанова, що передбачає поетапну реалізацію, то тактика – це спосіб [134]. Тактика, як і мовленнєвий акт, є мовленнєвою дією, але її розглядають не ізольовано, а як прийом реалізації стратегії.

Засновник теорії мовленнєвих жанрів М. М. Бахтін під мовленнєвими жанрами розумів "відносно стійкі тематичні, композиційні та стилістичні типи висловлювань" [22, с. 255].

Сьогодні поширився погляд на мовленнєві жанри як на схеми мовленнєвих дій, закріплених у суспільстві, типові способи побудови мовлення, моделі міжособистісного спілкування. Так, на думку Ф. С. Бацевича, природу мовленнєвого жанру визначає його комунікативна мета, що в процесі комунікації стає основою розгортання комунікативного смислу, котрий, у свою чергу, є "інформаційним компонентом спілкування, який формується як результуюча домінанта комунікативних стратегій усіх учасників кооперативного спілкування в межах певного контексту і ситуації із застосуванням вербальних, невербальних і паравербальних засобів" [23, с. 22].

Мовленнєвому жанру притаманні стійкі риси, становлення яких відбувається в процесі соціальної взаємодії людей. Належність висловлювання

до певного жанру визначає ситуація спілкування. Перехідні жанрові утворення називають жанроїдами, або гібридними жанрами [24, с. 65].

О. С. Іссерс вважає мовленнєві жанри аналогом або втіленням комунікативних тактик, що здійснюються під загальним контролем стратегії учасників спілкування [146, с. 73-78].

На думку Т. В. Шмельової, мовленнєвий акт є прагматичним відповідником мовленнєвого жанру [440]. О. А. Земська характеризує мовленнєві жанри як більші за мовленнєві акти одиниці, що відзначаються складнішою будовою і можуть мати декілька ілокутивних сил. На її думку, кожен жанр має певну композицію та тематичну будову [130, с. 42]. Мовленнєвий жанр займає проміжне місце між дискурсом і мовленнєвим актом та визначається як "еталон соціально значущої взаємодії, типізовані форми мовленнєвої комунікації" [27, с. 14]. Мовленнєвий жанр зумовлює комунікативна ситуація, експресія й експресивна інтонація, обсяг (приблизна довжина мовленнєвого цілого) [22, с. 267], концепція адресата і "наадресата" [22, с. 305]. Отже, у мовленнєвому жанрі поєднуються тематичний зміст, стиль і композиція висловлень.

Мовленнєвий акт, мовленнєвий жанр, мовленнєва стратегія й мовленнєва тактика, за І. В. Труфановою, відображають різні рівні абстрагування текстової дійсності [370, с. 62]. Таку ж думку поділяє і О. С. Іссерс, вважаючи мовленнєві акти та мовленнєві стратегії зверненими до сфери мовленнєвих дій, а теорію мовленнєвих жанрів – до сфери текстів, висловлювань (як результатів дій) [146, с. 73].

Ф. С. Бацевич не знаходить доцільним різке протиставлення цих категорій, оскільки вони постають різними рівнями дискурсивної (текстової) діяльності [24, с. 131]. Наявність комунікативної мети, на його думку, об'єднує акти, жанри та стратегії. Мовленнєві акти є власне "ілокутивними силами", "енергетично-імпульсними" імпліцитними складниками мовленнєвих жанрів, що рухають останні в напрямі розкриття комунікативних стратегій мовця і задають їм певну "траєкторію"; комунікативна серцевина формальних складників мовленнєвих жанрів – повідомлень [26, с. 127].

Отже, на відміну від мовленнєвого акту (типу мовленнєвої дії), що завжди елементарний, мовленнєвий жанр може бути комплексним. Розрізняють одноактні та багатоактні мовленнєві жанри [439] або елементарні й комплексні [380, с. 76-79]. Комплексний жанр є поняттям, близьким до поняття мовленнєвої тактики, аналог компонентів комплексного жанру становить комунікативний хід [146, с. 78]. Якщо мовленнєвий акт позначає мовленнєву дію чи висловлення як процес, то в понятті "мовленнєвий жанр" акцентовано увагу на типі тексту чи висловлення як продукту.

Мовленнєва тактика в реалізації – мовленнєвий акт, що є складником мовленнєвого жанру, "поворотним пунктом" у розвитку теми, "сюжету" ситуації, прийомом реалізації мовленнєвої стратегії [370, с. 62]. Мовленнєвий жанр визначаємо як прагматичну, соціопсихологічну категорію мовного коду, як дискурсивне явище, співвідносне з поняттям "мовленнєвий акт". Тактичні ходи в межах стратегій реалізуються у вигляді мовленнєвих жанрів, а в конкретному акті спілкування виявляються на рівні висловлювань.

Мінімальною прагматичною одиницею мовленнєвого спілкування, нормативної соціомовленнєвої поведінки, що розглядається крізь призму прагматичної ситуації, є мовленнєвий акт [13, с. 412]. Це ситуативно та інтенційно зумовлене висловлювання мовця, орієнтоване на адресата і його реакцію [319, с. 55]. Мовленнєвому акту притаманні навмисність, динамічність, цілеспрямованість та конвенційність.

Часто як синонім до поняття "мовленнєвий акт" у мовознавчій літературі функціонує поняття "комунікативний акт". Є. В. Ключев розмежовує ці поняття, аргументуючи це тим, що термін "мовленнєвий акт" акцентує увагу на дії, а термін "комунікативний акт" – на взаємодії. Так, на думку вченого, комунікативний акт є сукупністю мовленнєвих актів, здійснюваних комунікантами назустріч один одному [169, с. 14]. Комунікативний акт – наслідок відбору мовних засобів залежно від мети спілкування.

Для виявлення смислу, визначення функції, з'ясування призначення конкретного висловлювання в мовленнєвому акті умовно виділяють три

аспекти (Дж. Л. Остін, Дж. Р. Серль, П. Ф. Стросон та ін.): локутивний (акт вимовляння, висловлення), ілокутивний (акт реалізації комунікативного наміру мовця), перлокутивний (акт впливу на слухача та його результати).

Ілокутивним актом називають дію, здійснювану людиною в процесі мовлення й за допомогою мовлення. Таким актам притаманна відкритість наміру мовця для розпізнавання слухачем. Впливовими є ілокутивні акти, агент яких ставить перед собою мету впливати певним чином на адресата [291, с. 26].

У лінгвістичній науці відсутня єдність щодо тлумачення поняття "перлокутивний акт". Його розглядають як акт говоріння [503; 59; 259; 329; 355] або як вплив, здійснюваний під час ілокутивного акту [289; 354]. Деякі мовознавці, зокрема Л. П. Чахоян, Д. Л. Остін, Г. Г. Почепцов, С. Девіс, у поняття перлокуції включають зміну поведінки адресата. В. Я. Міщенко не вважає перлокутивний акт обов'язковим складником усіх мовленнєвих дій і розрізняє перлокутивні та соціальні цілі [229, с. 43]. Пропонуємо погляд на перлокутивний акт як на дію, спрямовану на зміну психічного стану адресата, переважно його емоційно-чуттєвої сфери. У процесі комунікації всі аспекти мовленнєвого акту реалізуються разом одночасно.

Ілокутивна функція є найзагальнішою ознакою мовленнєвого акту. За специфікою ілокутивної мети Дж. Серль виділив п'ять типів мовленнєвих актів: репрезентативи, директиви, комісиви, експресиви, декларативи. Для нашого дослідження становлять інтерес експресиви – мовленнєві акти, що виражають психічний стан, почуття чи настанову мовця, характеризують ступінь його відвертості.

О. М. Вольф клас експресивів розуміє ширше, ніж Дж. Серль, котрий відносить сюди лише такі мовленнєві акти, як вибачення, подяки, співчуття, вітання – тобто акти, орієнтовані на соціальні ритуали. Убачаючи мету експресивів у забезпеченні перлокутивного ефекту – стимулюванні емоційної реакції співрозмовника, О. М. Вольф вважає експресивами всі види оцінних висловлювань (схвалення / несхвалення, ті, що містять оцінний елемент

(образа, комплімент, похвала)), а також висловлювання, зумовлені соціальними конвенціями [77, с. 166, 178].

Услід за О. М. Вольф використовуватимемо згаданий термін у значенні "певний ілокутивний намір і перлокутивний ефект", на відміну від експресива – мовної одиниці, основною семіологічною функцією якої є експресія, тобто посилення впливової сили за рахунок сем посилення, образності та ін. [398, с. 25]: "експресивність як властивість висловлювань не рівнозначна експресивному ілокутивному типу" [77, с. 166].

Визначення маніпулятивності позитивнооцінних експресивів здійснюватиметься з урахуванням: 1) мети (призначення) мовленнєвого акту; 2) умов, за яких відбувається акт мовлення; 3) стосунків між комунікантами; 4) імпульсу волевиявлення мовця (ініціальність / респонсивність мовленнєвого акту); 5) бенефактивності / небенефактивності дії для одного з учасників комунікативного акту – на чю користь спрямована дія.

У прагматичному синтаксисі протиставляють прямі та непрямі мовленнєві акти. Прямим мовленнєвим актам притаманна кореляція структури речення з комунікативним наміром мовця. У непрямих мовленнєвих актах комунікативна спрямованість висловлення не відповідає його мовній структурі: формальна організація речення суперечить комунікативному наміру. У дослідженні використовуємо поняття прямих і непрямих мовленнєвих актів, зокрема для визначення способів вираження позитивної оцінки та позитивного ставлення до співрозмовника в маніпулятивному дискурсі, а також для аналізу маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань.

Послідовність мовленнєвих актів, що регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування, становить тип комунікативної діяльності, синтез когнітивних, мовних та позамовних чинників – дискурс. Цим терміном позначають мисленнєво-комунікативний феномен, процес і продукт мовленнєвої діяльності, спрямованої на одержання певного результату, соціально детерміновану форму мовленнєвої взаємодії (Н. Д. Арутюнова, А. Д. Белова, С. Я. Єрмоленко, О. М. Ільченко, В. І. Карасик, М. Л. Макаров, Т. В. Радзієвська, Н. М. Сафоно-

ва, О. О. Селіванова, К. С. Серажим, Т. В. Чрділелі, І. С. Шевченко, В. Д. Шинкарук, А. Я. Ярхо та ін.).

Неоднозначне тлумачення поняття "дискурс" у лінгвістиці зумовлює його трактування і як процесу мовленнєвої діяльності, і як її результату – тексту. Дискурс є своєрідним віддзеркаленням тексту у свідомості конкретного індивіда в конкретній ситуації. У дискурсі відображається складна ієрархія різних знань, виявляються стратегії відбору інформації, уживання тих чи інших мовних засобів. Він репрезентує замкнену цілісну комунікативну ситуацію / подію, сформовану низкою лінгвальних і позалінгвальних (прагматичних) чинників. Дискурсу притаманні процесуальність й актуалізація значень, співвіднесеність із дійсністю, визначеність певної комунікативної настанови тощо.

У межах лінгвопрагматичного дослідження дискурс видається найдоцільніше визначати як соціально детерміновану форму мовленнєвої взаємодії (Б. М. Головін, В. М. Жирмунський), "завершену комунікативну подію, що полягає у взаємодії учасників комунікації через вербальні тексти і / чи інші знакові комплекси в певній ситуації та за певних соціокультурних умов спілкування" [71, с. 139]. Текст розглядатимемо як продукт дискурсу (мовленнєвої діяльності), побудований відповідно до мети, що характеризується композиційною та смисловою завершеністю.

Використання понять "текст" і "дискурс" дасть змогу виділити компоненти та способи здійснення маніпулятивного впливу, окреслити цілісну картину механізмів маніпуляції шляхом повідомлення інформації, приємної для співрозмовника.

Отже, приймаємо широке визначення дискурсу – як функціонування мови, складне комунікативне явище, що відображає екстралінгвальні фактори і є способом упорядкування дійсності. Як робочий використовуватимемо термін "маніпулятивний дискурс", що базується на ідеї мовлення, репрезентативного щодо авторського наміру: дискурс, у якому вербалізується маніпулятивний вплив. Маніпулятивна стратегія позитиву на рівні міжособистісного

спілкування реалізується переважно в діалогічному дискурсі, що зумовлено високим прагматичним і експресивним потенціалом діалогових форм.

Прагматичність мови визначається тим, що мовні засоби завжди використовуються з урахуванням певних осіб, місця, часу, залежать від конкретної ситуації та цілей спілкування. Оскільки маніпулятивний потенціал висловлювання виявляється лише в процесі мовленнєвої взаємодії і кожна дія відбувається в межах певної ситуації, важливими для дослідження постають поняття "мовленнєва ситуація" і "комунікативний контекст".

Під мовленнєвою ситуацією розуміємо складний комплекс зовнішніх умов і внутрішньої реакції співрозмовників, виражений у певному висловленні, контекст, у якому відбувається мовленнєва діяльність.

Комунікативний контекст становлять засоби, вербальні та невербальні контексти, значущі для передачі чи сприйняття смислу повідомлюваного. Мовленнєву ситуацію можуть репрезентувати як одна, так і декілька мовленнєвих тактик, співвідносних із певним комунікативним наміром мовця.

Віднесення ситуації до маніпулятивної визначається передусім екстралінгвальними факторами – контекстом, настановами та цілями комунікантів, стосунками між ними, тому під час аналізу мовного матеріалу враховуватимуться особливості організації мовленнєвої ситуації, головними учасниками якої є маніпулятор (суб'єкт впливу) і той, стосовно кого здійснюється маніпуляція (адресат як об'єкт впливу).

Партнер може бути або рівним із мовцем за положенням, або вищим (старшим) у соціальній ієрархії (за віком, статтю, позицією в сімейному колі, службовим положенням, класовою належністю, роллю у сфері послуг) [355, с. 84].

Ситуації спілкування поділяють на симетричні й асиметричні. Учасники симетричних ситуацій мають однакові соціальні ознаки: рівний соціальний статус, приблизно однаковий вік, таку ж стать. В асиметричних ситуаціях співрозмовники відрізняються хоча б за одним із названих параметрів.

Комуніканти перебувають між собою в певних типах ролей: статусних, комунікативних, ситуативних, позиційних. Статусність – один з основних чинників впливу на співрозмовника [154; 361]. Висловлення мовців можуть бути статусно-нейтральними (незалежні від ролі співрозмовників) чи статусно-маркованими (відображають залежність форми висловлення від статусу мовця: визначений статус спричиняє статусно-фіксовані мовленнєві акти, ситуативний – статусно-лабільні) [154, с. 120, 162].

Під фіксованим статусом мовця найчастіше розуміють соціальний / зовнішній (сформований) [218, с. 10] статус – статус, що виник унаслідок попередньої, зазвичай професійної, діяльності; відносна позиція індивіда чи групи, яка визначається соціальними ознаками (матеріальне становище, професія, кваліфікація, освіта і т. д.), природними ознаками (вік, стать та ін.), престижем та місцем у структурі влади.

Соціальний статус відображає чітко закріплений аспект соціальних відносин людини в суспільстві. Динамічний аспект цих відносин становить соціальна роль – нормативно схвалений суспільством образ поведінки, очікуваний від кожного, хто посідає певну соціальну позицію чи має статус [197; 34, с. 137]. Соціальні ролі можуть бути позиційними та статусними.

Позиційні ролі є сталими, вони зумовлюються суспільною позицією мовців (батько, учитель, начальник). Статусні ролі люди набувають із народженням (стать, раса, національність, громадянство), вони можуть бути змінними (вік) та незмінними (соціальний прошарок, віросповідання, клас).

Ситуативний, чи внутрішній, статус учасника інтеракції формується під час комунікативної взаємодії в певній комунікативній ситуації [218, с. 10]. Ситуативна статусність передбачає визначеність комунікативних прав і обов'язків учасників мовленнєвої взаємодії. Мовець, у якого більше комунікативних прав та менше комунікативних обов'язків, має вищий ступінь статусності та навпаки [290, с. 41]. Статусні показники учасників розмови можуть бути частково відомими мовцям до початку інтеракції або ж можуть

перерозподілятися в процесі взаємодії (відповідно до сценарію діалогу чи на пропозицію одного зі співрозмовників).

Вивчення стратегій спілкування передбачає також урахування відношення між анатомо-біологічними особливостями жінок і чоловіків та соціально-культурною надбудовою, у якій відбувається їхня життєдіяльність. Це зумовлює використання в дослідженні поняття "гендер" ("соціальна стать"). Під гендером розуміють соціальне конструювання статі [462, р. 213], динамічні, культурно детерміновані соціальні особливості чоловіків і жінок – носіїв відмінних картин світу, що реконструюються в основних своїх рисах на базі мовних засобів.

Відповідно до гендерної ролі здійснюються закріплені традицією специфічні для певної культури дії, зокрема мовленнєві, а також реалізуються соціальні та культурні норми, правила й ролі, приписані суспільством його членам залежно від їхньої біологічної статі.

Поданий інструментарій прагмалінгвістики дасть змогу всебічно дослідити маніпулятивну стратегію позитиву та засоби, за допомогою яких вона вербалізується. У цьому плані доцільно описати тактики репрезентації маніпулятивної стратегії позитиву, визначити мовленнєві жанри, у яких вони фіксуються, з'ясувати прийоми інтенсифікації маніпулятивного впливу, виявити лексико-граматичні, семантичні та функціональні особливості маніпулятивно маркованих мовних засобів.

2.2 Методологічні основи та методика опису

Мова, будучи динамічним об'єктом дослідження, потребує застосування різних підходів і методів для її вивчення. Здійснюємо спробу реалізації таких наукових підходів до дослідження маніпулятивної стратегії позитиву, як системний, структурний, функціональний, стратегічний, прагматичний, діяльнісний та комунікативно-дискурсивний.

Системний підхід передбачає розгляд мови як цілісної множини елементів у сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто як системи.

Структурний підхід пов'язаний із виявленням, аналізом та моделюванням структурних аспектів мовних явищ.

Функціональний підхід репрезентує розуміння мови як засобу реалізації певної мети, цілеспрямованої системи виражальних засобів, акцентує увагу на комунікативній функції мови. За допомогою функціонального підходу аналізуємо функціональну природу мови та її одиниці, виходячи з їх призначення. Цей підхід уможливорює дослідження меліоративних мовних одиниць як засобів впливу.

Стратегічний підхід сприяє виявленню стратегій і тактик мовця, забезпечує врахування внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на спілкування й визначають специфіку його вербалізації. На відміну від аналізу мовленнєвих актів, зосередженому переважно на ритуалізованих моментах функціонування висловлень, стратегічний підхід дозволяє описати спонтанні моменти діалогу, побачити закономірності розгортання маніпулятивного дискурсу.

Прагматичний підхід у лінгвістиці інтерпретує мову не тільки як інструмент опису реалій, а ще і як засіб дії та впливу. Цей підхід забезпечує розпізнавання комунікативної мети та інтенцій мовця під час маніпулювання. Застосування лінгвопрагматичного підходу до вивчення мовних аспектів маніпулятивної стратегії позитиву уможливорює з'ясування дискурсивних і текстових особливостей феномену маніпуляції та визначення ролі екстралінгвальних факторів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу.

Дослідження маніпулятивної стратегії позитиву базується на діяльнісному підході. У його основі лежить категорія діяльності людини, групи людей, соціуму в цілому. Цей методологічний принцип сфокусований на вивченні мови в динамічному аспекті, із позицій функціоналізму, зокрема розгляді динаміки одиниць діалогічної взаємодії, інтеракції комунікантів та динаміки кореляції мовленнєвих одиниць із позамовними чинниками.

Комунікативно-дискурсивний підхід передбачає акцентування уваги на стосунках між індивідами, установлюваних через знак. Відповідно до цього

підходу мову розглядають в єдності з немовною дійсністю й трактують як реалізацію цільового призначення мовленнєвих одиниць – впливати на комунікативного партнера. Із позицій комунікативно-дискурсного підходу здійснюємо спробу розкрити сутність взаємодії мовленнєвого та соціально-психологічного планів спілкування. При цьому аналізуються різні рівні мови.

Мета і завдання дисертації визначають методи дослідження.

Описовий метод дослідження становлять спостереження (з інтуїтивним виділенням мовних одиниць і зведенням їх у сукупності), зіставлення, узагальнення та інтерпретація.

За допомогою прийому *спостереження* виокремлено ситуації здійснення маніпулятивного впливу, визначено маніпулятивно марковані мовні одиниці й розглянуто особливості їх репрезентації залежно від інтенцій мовця.

Прийом зіставлення слугував порівнянню маніпулятивно навантажених меліоративних одиниць із маніпулятивно нейтральними, аналізу варіантів вербалізації висловлювань-маніпулем, зумовлених екстралінгвальними чинниками.

Прийом узагальнення сприяв виявленню тактик маніпулятивної стратегії позитиву, окресленню закономірностей функціонування позитивнооцінних експресивів у маніпулятивному дискурсі.

Прийом інтерпретації – тлумачення сутності мовних явищ – уможливив зіставлення різних мовознавчих підходів до дослідження мови як знаряддя впливу, узагальнення поглядів учених на суть основних понять прагмалінгвістики, пояснення намірів мовця, що вдається до маніпулювання шляхом використання стратегії позитиву.

Класифікаційний метод застосовувався для групування мовознавчих досліджень, у яких реалізовано стратегічний підхід, зокрема для систематизації результатів вивчення позитивнооцінних висловлювань у різних ракурсах, виявлення структурно-семантичних різновидів маніпулятивно маркованих мовних засобів.

Суть **контекстуально-інтерпретаційного методу** полягає у вивченні мовних явищ з орієнтацією на комунікативний макроконтекст та інші компо-

ненти дискурсу. Використання цього методу передбачає врахування під час аналізу типу комунікативної ситуації, фонових знань мовця-маніпулятора чи його співрозмовника, з'ясування структурно-мовних особливостей висловлювань, що репрезентують той чи той мовленнєвий жанр. Контекстуально-інтерпретаційний метод слугував виявленню ситуацій міжособистісного маніпулювання та поясненню специфіки його вербального вираження, здійсненню функціональних характеристик маніпулятивної стратегії позитиву, виділенню її тактик, визначенню функцій експресивів у маніпулятивному дискурсі.

Метод прагмасемантичної інтерпретації забезпечив виокремлення прийомів реалізації досліджуваної стратегії, виявлення й аналіз явища прагматичної багатозначності маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних висловлювань, а також уможливив комплексний опис комунікативних ситуацій повідомлення слухачу приємної для нього інформації з метою регулювання його поведінки або зміни ментального й емоційно-психічного стану.

Застосування **методу лінгвостилістичного аналізу** в дослідженні дало змогу з'ясувати співвідношення використовуваних мовцем-маніпулятором експресивних мовних засобів до змісту повідомлюваної адресату інформації в ситуаціях маніпулювання; показати виражальні можливості одиниць різних рівнів мови, шляхи реалізації маніпулятивного потенціалу фігур слова, визначити особливості їх функціонування в маніпулятивному дискурсі.

Дискурс-аналіз використовується для дослідження комунікації та передбачає аналіз соціального контексту, у якому здійснюється мовленнєва діяльність, установлення взаємозв'язку між мовним кодом у спілкуванні й соціальними, психічними, психологічними, культурними процесами. Цей метод, спрямований на багатоаспектне, комплексне вивчення складних мовних явищ, уможливив розгляд об'єкта дослідження в поєднанні власне лінгвістичного і прагмалінгвістичного ракурсів, урахування екстралінгвальних чинників, що зумовлюють особливості вербалізації маніпулятивного впливу, зокрема слугував дослідженню гендерних особливостей тактичного втілення

маніпулятивної стратегії позитиву, з'ясуванню ролі статусної ієрархії та вікових характеристик співрозмовників, виявленню залежності лексико-семантичних і комунікативно-прагматичних особливостей меліоративних мовних засобів від їх адресної спрямованості в маніпулятивному дискурсі.

Інтент-аналіз базується на скерованості психіки людини на об'єкти дійсності, дає змогу реконструювати інтенції мовця за його мовленням. Цей метод дослідження забезпечив висвітлення актуальних намірів маніпуляторів за особливостями їх мовлення й комунікативної поведінки, розкриття прихованого підтексту маніпулятивно спрямованих комунікативних актів.

Метод структурного аналізу сприяв виокремленню етапів і складників процесу маніпулювання позитивом, установленню зв'язків між ними, визначенню моделей побудови речень, що оформлюють позитивнооцінні експресиви в маніпулятивному дискурсі.

Використовуємо такі прийоми структурного аналізу: *дистрибутивний*, за допомогою якого вивчають механізм розподілу окремих одиниць у тексті чи дискурсі, – для виявлення підтексту в маніпулятивно спрямованих висловленнях, з'ясування структурних особливостей засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву; прийом *безпосередніх складників*, що передбачає моделювання синтаксичної структури комунікативної одиниці як ієрархії елементів; *трансформаційний*, суть якого зводиться до пошуку семантичної та синтаксичної подібності в наборах їх трансформацій; прийом *компонентного аналізу*, що забезпечує виокремлення в значенні слова складників, які не мають формальних засобів вираження. Прийом компонентного аналізу із залученням прийому інтерпретації маніпулятивно маркованих комунікативних одиниць задіяно для визначення мовних маркерів тактик маніпулятивної стратегії позитиву.

У дисертації застосовуємо також **метод конверсаційного аналізу**. Ним послуговуються для наукового розгляду взаємозв'язку мовленнєвих дій комунікантів у діалозі з факторами "релевантності умов", "підзвітності" реакцій для вибору моделей розмови й створення змістів для впливу. За допомогою

цього методу реалізується погляд на діалог як на сукупність спрямованих мовленнєвих дій, як на процес і результат реалізації комунікативних стратегій, взаємодію інтенцій учасників спілкування. Конверсаційний аналіз зосереджується передусім на змістовому аспекті комунікативної поведінки, виокремленні типових ситуативно зумовлених зразків поведінки типу "стимул – реакція". Використання методу конверсаційного аналізу в дослідженні сприяє з'ясуванню механізму управління поведінкою адресата в ситуаціях маніпулювання, забезпечує врахування під час аналізу структури діалогу, зміни комунікативних ролей співрозмовників.

Опосередкованим методом наукового дослідження є **моделювання**, що має на меті вивчення об'єкта пізнання за допомогою моделей із перенесенням отриманих при цьому знань на оригінал. Методи моделювання й перефразування дали змогу показати способи здійснення маніпулятивного впливу та шляхи аргументування висловлювань у маніпулятивному дискурсі.

Метод **кількісного аналізу** залучався для визначення частотності вживання мовних засобів різного типу, що репрезентують досліджувану комунікативну стратегію. На даних, отриманих у результаті використання цього методу, ґрунтуються висновки про пріоритетність тих чи інших тактик маніпулятивної стратегії позитиву, частотність гендерно чи статусно маркованих мовних засобів із маніпулятивним потенціалом, продуктивність семантичних різновидів маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань. За допомогою методу кількісного аналізу зроблено спробу встановити тенденції розвитку й функціонування мови як засобу регулювання поведінки індивідів, виявити закономірності розподілу маніпулятивно маркованих одиниць у дискурсі. При цьому вимірювалися зв'язки між мовними елементами для показу співвідношення якісних і кількісних характеристик мови.

Загальне теоретичне підґрунтя дисертації становлять взаємодоповнювані та логічно сумісні теорія дискурсу, теорія мовленнєвих актів, теорія мовленнєвої діяльності, теорія мовленнєвого впливу, теорія мовленнєвого

спілкування, теорія комунікації. Ці теорії об'єднані прагненням вивчати мовленнєву комунікацію в широкому немовному контексті. Теоретичною базою дослідження є лінгвофілософське вчення про мову як психосоціальне явище, основні положення прагмалінгвістики про специфіку міжособистісного спілкування.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Комунікація має стратегічний характер. Комунікативна стратегія – це процес розроблення і реалізації комунікативного завдання, що ставить мовець для досягнення загальної мовної або немовної мети спілкування. Комунікативні стратегії характеризуються динамічністю, гнучкістю, варіативністю та складною структурою.

Маніпулятивна комунікативна стратегія є процесом реалізації мовцем наміру маніпулювати співрозмовником. Тактика постає шляхом реалізації стратегії, способом здійснення мовленнєвого впливу. Будучи мовленнєвою дією, тактика розглядається крізь призму мовленнєвого наміру мовця і репрезентує певний абстрактний стереотип, що може виявлятися в різних варіантах.

Визначений засіб досягнення комунікативного ефекту, заданого в тактичній настанові, називають комунікативним ходом. Тактичні ходи в межах стратегій знаходять вияв у вигляді мовленнєвих жанрів, а в конкретному акті спілкування вербалізуються за допомогою висловлювань. Мовленнєвий жанр – це типізована форма мовленнєвої комунікації, що перебуває між дискурсом і мовленнєвим актом – мінімальною прагматичною одиницею мовленнєвого спілкування. У понятті "мовленнєвий жанр" акцентовано увагу на типі тексту чи висловлювання як продукту.

Основний вид мовленнєвих актів, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, становлять експресиви – мовленнєві акти, які виражають психічний стан, почуття чи настанову мовця, характеризують ступінь його відвертості.

Маніпулятивність позитивнооцінних експресивів визначається з урахуванням мети мовленнєвого акту, умов спілкування, стосунків між комунікантами, імпульсу волевиявлення мовця, адресної спрямованості користі бажаної для нього дії. Використання засобів для вираження інваріантного тактичного смислу відбувається за допомогою прийомів. Посилення впливового ефекту стратегій і тактик забезпечують інтенсифікатори – мовні засоби оптимізації впливової функції висловлювань.

Дослідження маніпулятивної стратегії позитиву базується на застосуванні системного, структурного, функціонального, стратегічного, прагматичного, діяльнісного та комунікативно-дискурсивного підходів.

У дисертації використано описовий, класифікаційний, контекстуально-інтерпретаційний методи, метод прагмасемантичної інтерпретації, методи лінгвостилістичного, структурного, конверсаційного і кількісного аналізу, дискурс-аналіз, інтент-аналіз тощо.

Творчим стимулом дослідження стали праці вітчизняних і зарубіжних учених із прагмалінгвістики, соціолінгвістики, лінгвістики тексту, стилістики, риторики, теорії дискурсу, когнітології, лінгвокультурології та міжкультурної комунікації, гендерної лінгвістики, мовленнєвого етикету, а також лінгвістичні й психологічні студії у сфері теорії діяльності.

Основні результати розділу опубліковано в [425].

РОЗДІЛ 3

СУБТАКТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

ТАКТИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧИМОСТІ СПІВРОЗМОВНИКА

Маніпулятивна стратегія позитиву є політактичною. Її основна тактика – тактика підвищення значимості співрозмовника. За здійсненими під час аналізу підрахунками її репрезентують 82 % прикладів вибірки. На периферії досліджуваної стратегії перебувають тактика солідаризації, представлена 12 % прикладів картотеки, і тактика позитивної самопрезентації, що в кількісному співвідношенні становить лише 6 % (див. додаток Б). Аналізу периферійних тактик присвячено восьмий розділ дослідження.

Суть тактики підвищення значимості співрозмовника полягає в повідомленні партнеру позитивної інформації про нього у вигляді компліменту, похвали та схвалення або у вираженні позитивного ставлення до нього.

У працях із психології та етики ділового спілкування йдеться про те, що одним з ефективних засобів впливу, зокрема маніпулятивного, є похвала, комплімент і повідомлення іншої інформації, приємної для співрозмовника. У монографії "Психологія впливу" Р. Чалдіні зауважує: "Ми часто чуємо позитивні відгуки про нас від людей, які чогось від нас хочуть. Ці люди щедрі на лестощі й претендують на духовну близькість" [392, с. 166]. Вислуховування компліментів, у тому числі висловлених із корисливих міркувань, може спричинити неприємні наслідки, оскільки робить людину поступливішою [392, с. 193].

Отже, тактику підвищення значимості співрозмовника, як і інші тактики маніпулятивної стратегії позитиву, використовують із прихованою метою: завищуючи співрозмовника, підняти його самооцінку та домогтися прихильності [209, с. 64].

Найяскравіше тактика підвищення значимості співрозмовника виявляється в мовленнєвих жанрах компліменту, похвали, схвалення, але може реалізовуватись і у вигляді самопохвали (під час позиціонування себе як особи, що захоплюється адресатом, цінує його, є другом, коханою людиною і т. д.), захоплення, освідчення, привітання, вітання, побажання добра, тосту.

Висловлювання, за допомогою яких вербалізується ця тактика, часто супроводжують прохання, умовляння, запрошення та пропозиції.

Підвищення значимості співрозмовника відбувається шляхом висловлення позитивної оцінки на адресу комунікативного партнера чи осіб, із якими він пов'язаний, а також щодо його особистих речей, вираження симпатії та інтересу до нього. Відповідно в описуваній тактиці можна виділити субтактику позитивного оцінювання й субтактику вираження позитивного ставлення до співрозмовника (див. додаток В).

3.1 Субтактика позитивного оцінювання співрозмовника

Субтактика позитивного оцінювання в маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника є домінантною: компліментарні висловлювання становлять 84 % експресивів, зафіксованих картотекою. Вираження позитивної оцінки в межах субтактики може здійснюватися прямо та в непрямий спосіб.

3.1.1 Способи прямого вираження позитивної оцінки

Прямими способами вираження позитивної оцінки співрозмовника постають такі:

- 1) **констатування факту наявності в адресата позитивних рис, якостей, можливостей, влади, заслуг та іншого, що має соціальну цінність**, наприклад: (керівник хоче пом'якшити критику дій свого підлеглого) *"Так-так, – [ніби згадував сам собі господар,] – ви навіть у поліції маєте своїх людей. Двоє хлопців, здається, так? Це добре. Підпілля – мудра річ"* (Д. Бедзик);
- 2) **повідомлення інформації про зумовленість свого чи третьої особи позитивного емоційно-психічного стану присутністю співрозмовника, його діями чи якостями**, наприклад: (Гострохвостий хоче вигідно одружитися) *[ГОСТРОХВОСТИЙ.] Ой Євфросино Сидоровно! (встає й наближається до неї). Як послухаю вашої розмови, аж поздоровіаю* (І. Нечуй-Левицький);
- 3) **повідомлення інформації про позитивні зміни у своєму житті або житті інших осіб, спричинені позитивними діями чи якостями адресата**, наприклад: (придворна дама запобігає перед царицею) *У ваших речах стільки*

мудрості й материнського клопоту про мою долю. **Починаю прозрівати, ваша величність. Ви наставили мене на шлях праведний** (П. Наніїв); (молодий репортер підтакує режисеру театру) [**ЮРКОВИЧ.**] *Так, так! Зовсім справедливо <...> Ви мені просто розплющили очі <...>* (М. Старицький);

4) висловлення переконаності в наявності в адресата позитивних якостей, умінь, навичок, здібностей, здатності належно / успішно виконувати певні дії, віри в можливість їх набуття. Переконаність у наявності позитивних якостей співрозмовника передається за допомогою таких мовних засобів:

- реченнєвих одиниць із дієсловами-маркерами віри та позитивної оцінки: *визначаєте, здатні, зможете, опануєте, подумаете, упораетесь; Ви виправдаєте довіру; Я вірю в тебе / у вас і т. д.*, наприклад: (Катерина вмовляє сестру вийти заміж за заможного чоловіка) "**Ти**, – [голос Катерини набрав попереднього доброго тону,] – **якщо тільки захочеш, багато зможеш**" (І. Вільде);
- вставних слів, словосполучень і речень у структурі реченнєвих одиниць на позначення позитивної оцінки: *безперечно, безумовно, звичайно, неодмінно; без сумніву, не викликає сумніву, нема сумніву, поза сумнівом, я не сумніваюсь, ясна річ*, наприклад: (сектант вербує дівчину до релігійної общини) **Ви, сестро, безперечно, наділені неабиякими розумовими здібностями** (С. Грицюк);
- складнопідрядних з'ясувальних речень із головною частиною, вираженою компонентом (здебільшого модальним), що передає впевненість, віру, сподівання, позначає процес мислення: *Переконаний / упевнений, думаю, гадаю, вірю, міркую, сподіваюсь, треба сподіватися, абсолютно певен, що ...; Я завжди був упевнений у тому, що ...; Я в цьому певен / упевнений; Я завжди говорив, що ...; Б'юсь об заклад, що ... і под.*, наприклад: (Марков хоче вивідати інформацію у свого колеги) **Чиста правда, і я переконаний, що, маючи таких визначних спеціалістів, як ви, пане Кирило, "Цепелін" не може працювати погано** (Р. Самбук);

- речень, побудованих за моделлю *Ти / ви* + [дієслово у формі майбутнього часу + позначення перебільшеної міри бажаної дії], *не те (то) що ... / не кажучи про, а не тільки* + [позначення бажаної дії], наприклад: (Довбуш хвалить підлеглого перед виконанням завдання) **Ти з самим королем упорасишся, не то що з війтом** (В. Гжицький);
- лексико-граматичних структур на позначення тривалості знайомства мовця зі співрозмовником (*Я вас давно / не один день, не перший день знаю; Ми давно знайомі; Ми сто років знаємось; Змалку тебе знаю і под.*), наприклад: (батько Дмитра хоче дізнатися від однокласника сина причину необхідності його переведення до іншої школи) "*Ні, ти все-таки поясни, – [м'яко заперечив батько.] – **Ми тебе, Владе, знаємо давно, ти начебто б завжди був чесним хлопцем** <...>. Якщо почав говорити – давай начистоту"* (Дяченки);
- складнопідрядних речень із заперечною головною частиною на зразок *Не вірю / (ніколи) не повірю, (та) не може (такого) бути, що / щоб* + [інформація, що є підставою для негативної оцінки дій співрозмовника], наприклад: (командир роти надихає курсантів на віддану службу) **Та не може бути, щоб мої земляки підводили. Син пустелі витривалий і сильний, правильно я говорю, курсант Муратов?** (А. Сивирин);
- лексико-граматичних структур зі значенням обізнаності, де "знаю" швидше передає переконаність, ніж базується на фактологічній основі: *Я знаю, що ...; Я знаю про ваші заслуги / успіхи; Я знаю ваші можливості / здібності; Я так і знав / думав, що ...; Усі знають / весь світ знає* + [позитивна характеристика мовця], наприклад: (отець Миколай просить брата пана стежити за неугодним учителем) **Я так і знав, що у вашій особі знайду доброзичливого спільника. Може, ви, голубчику, також простежите, хто в нього ночі просиджує?** (М. Стельмах); (учитель під час навчання заохочує учня) **Стріляйте ще раз, тільки уважно, прошу вас, руку маєте тверду, це я знаю, ото й користуйтеся цим!** (Р. Самбук). Слова зі значенням обізнаності можуть повторюватися, що підкреслює впевненість мовця і сприяє здійсненню впливу на співрозмовника, наприклад: (антрепренер умовляє

актрису, яка грає у виставі першу роль, виступити) [КОТЕНКО.] **Знаю, знаю: ви добра** <...> **у вас таке серце** <...> **Пожалійте** <...> **перший спектакль** <...>. **Все від його** <...>. **Повний збір** <...> **і одмініть!** (М. Старицький);

– лексико-граматичних структур на зразок *Сам Бог велів тобі*, що входять до складу речень, якими оформлені компліменти, наприклад: (майор переконує командира роти залишитися в армії) **Сам Бог велів тобі бути командиром. Навіть не роздумуй, залишайся в армії** (А. Сивирин);

– конструкцій, у яких наводяться факти, що підтверджують позитивну оцінку, чи обґрунтовується компліментарне висловлювання, наприклад: (придворний запопадає ласки імператора) [ІВАНОВ.] **Не кажіть так про себе. Маю підстави твердити, що у вашої імператорської величності – прекрасний смак** (Б. Мельничук, І. Ляховський);

5) **заперечення сумнівів у наявності в адресата позитивних рис чи сумнівів щодо успішності виконання ним певної дії.** Спростування сумнівів у тактиці підвищення значимості співрозмовника вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур *Ви виправдали мої надії / очікування, сподівання; Ви не розчарували / не підвели мене; Не мав жодного / бодай найменшого, ніякого, щонайменшого сумніву ...; Не помилився я, уважаючи вас ...; Ніколи не сумнівався ...; Я в вас не помилився* і т. д., наприклад: (роботодавець хоче, щоб його охоронець, який був свідком злочину, нікому не казав про побачене) **За вас. Сьогодні – тільки за вас і ваш успіх. Я в вас не помилився** (А. Кокотюха);

б) **позиціонування співрозмовника як приклад для наслідування**, наприклад: (дяк прийшов до священника сватати його доньку) **Як стану на парафії, то покличу того самого маляра, щоб і мені намалював і купину, й пекло, й Ілію на огневих конях** (І. Нечуй-Левицький); (пані Краньцовська хоче сподобатися парубку Славкові) **Чаруєте мене, пане Славку, собою. Нічого собі більше в світі не бажаю, лиш тільки, щоби Мундзьо** (шестилітній син пані Краньцовської. – І. Ш.) **стався такий, як ви** (Л. Мартович).

3.1.2 Непрямі способи позитивного оцінювання

Непрямо позитивна оцінка в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виражається такими способами:

1) висловлення припущення про здогадливість партнера, упевненості в тому, що він розуміє мовця, сподівання на правильне розуміння. Цей прийом виражається за допомогою лексико-граматичних структур на зразок *Сам знаєш / розумієш; Самі здогадались; Вам пояснювати не треба*, наприклад: (слідчий хоче зібрати достовірну інформацію про злочин) ... ***Але справа, як ви, очевидно, здогадуєтесь, дуже важлива*** ... (С. Грицюк); (завідувач відділу просить підлеглого зніщувати звільнення "неугодного" працівника, обіцяючи йому підвищення на посаді) ... ***Сподіваюся, ви розумієте мене. Ви ж наш! Вам ще рости й рости*** (Ю. Мушкетик);

2) висловлення прохань про пораду або повідомлення інформації про її необхідність. В. М. Панкратов зауважує, що люди є чутливими "не тільки до компліментів, але й до особливих форм звертання – увічливого прохання про позику чого-небудь, звертання за порадою і под. ... Усі ці дії власне і створюють добрі стосунки" [263, с. 63]. Висловлення прохань про пораду виражається лексико-граматичними структурами на зразок *Є необхідність порадитися; Потрібна ваша порада; Треба, хочу / хотів, хотілося б з вами порадитися; Хочемо вашої поради почути; Хочу почути вашу думку*, наприклад: (начальник хоче доручити підлеглому виконання обов'язків прокурора) *Григорію Антоновичу, є необхідність порадитися* (В. Пеунов); (візир прагне отримання нагороди за повідомлення інформації дружині султана) *Остання ніч принесла тільки важних справ до столиці Падишаха, кілька єсть звізд на небеснім одязі Аллага! Та я представлю Тобі, о Радісна Мати Принца, тільки деякі, щоб попросити поради у доброго серця Твого* (О. Назарук);

3) повідомлення інформації про запозичення ідеї / думки в співрозмовника, наприклад: (адвокат хоче заробити на справі політичного в'язня)

– *То не була любов, – [втомлено відповів Олесь.] – Відповідальність, обов'язок,*

може, співчуття, а ще – бажання, нехтуючи обставинами, довести ще раз самому собі, що ти – людина.

- *От-от, досвід людяності, – [зрадів він (адвокат. – І. Ш.)], – самі підказуєте. В нелюдських умовах залишатися людиною і бути в цьому прикладом для інших: хіба не варто пройти через таке випробування для самоствердження, провівши за ґратами місяць-два?* (Б. Гуменюк).

Дати зрозуміти співрозмовнику, що ідею запозичили в нього або що його міркування наштовхнули на слушну думку, – один з ефективних шляхів здійснення комунікативного впливу [402, с. 59];

- 4) **доручення адресату виконання певного (зазвичай оцінюваного мовцем як важливого) завдання чи повідомлення в присутності співрозмовника інформації про необхідність доручення йому завдання**, наприклад: (вищий за посадою посилає підлеглого на виконання складного завдання) *"Так, я розумію: завдання це вищої складності, – [по-своєму зрозумів його стан Ксьондз.] – Повірте, крім вас, я не міг його нікому доручити"* (І. Головченко, О. Мусієнко); (начальник мотивує підлеглого виконати завдання) *Ми довго розмірковували, кому можемо доручити цю місію, і всі прийшли до висновку – ваша кандидатура з усіх поглядів найприйнятніша* (Ю. Дольд-Михайлик).

Вплив за допомогою цього прийому можна відобразити у вигляді схем "Я доручаю Вам" = "Я вважаю Вас гідним дорученого", "Я вважаю, що Ви впораєтесь" → "Я високо ціную Вас" = "Ви – хороший"; "Доручимо цю справу N" / "Є (надійшла) пропозиція доручити цю справу N" = "N вартий того, щоб йому доручили цю справу", "N є тим, хто може (належно) впоратися / впорається з дорученням" → "Ми високо цінуємо N" = "N – хороший";

- 5) **висловлення жалю з приводу нехтування думкою, порадою співрозмовника**, що супроводжується самоприниженням і виражається за допомогою лексико-граматичних структур *Треба було мені слухати вас; Учинив би я так, як ви казали, ...; Шкода, що я пізно зрозумів вас; Якби я дослухався вашої поради; Якби я ж вас послушав!* і под., наприклад: (циганка просить госпо-

диню знову прийняти її нянею) *Прийміть мене знов до Тетянки, славна господине! Мені було вас слухати, а не свого циганського розуму* (О. Кобилянська);

б) констатування факту виконання адресатом певної позитивно оцінюваної дії, наприклад: (аферист хоче використати у своїх інтересах жінку – працівника агентства "таємних бажань")

– *То як же ви хочете, щоб я вам допомогла?*

– *Ви вже допомагаєте мені, Маріанно!* (Є. Кононенко).

За діями, учинками людини можна оцінювати її як особистість загалом. Позитивно оцінювана дія часто переносить позитивну оцінку на суб'єкт дії, тобто адресат, який здійснив позитивний учинок, оцінюється позитивно. Оцінка адресата в такому разі подається після оцінки його дії [463, с. 171];

7) повідомлення фактів, що прямо чи опосередковано свідчать про заслуги адресата й позитивно його характеризують, наприклад: (староста вербує односельчанина працювати на фашистських окупантів) *"Збирайся, Денисе, гєбітскомісар прислав по тебе машину. Поїдеш, як пан. Закляк, чи що? – [продовжував говорити староста.] – Честь яка випала тобі. Сам гєбітскомісар запрошує тебе до себе"* (Д. Бедзик) – пор.: "Тебе високо оцінили";

8) підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи, наприклад: (полковник переконує Лупула розірвати союз із польським королем) *"Сам знаєш, ясновельможний, що після поразок на Україні Річ Посполита уже не та, якою була, – [сказав полковник, і господар ствердно кивнув головою.] – Вона шукає твоєї приязні, бо побоюється тебе. Під час нової війни між Україною й Річчю Посполитою багато залежатиме від того, з ким ти підеш"* (Т. Микитин);

9) повідомлення інформації про потрібність адресата. Цей прийом найчастіше вербалізується за допомогою конструкцій *Ви нам підходите; Ви нам тут дуже потрібні; Маємо велику потребу у вашій присутності; Мені якраз такого й треба; Ми без тебе загинемо; Ми потребуємо вас; Нам вас треба* і т. д., наприклад: (візир запрошує на службу переодягнених на яничарів

козаків) *Чи не хотіли б ви служити у мене? Такі розумні й сміливі воїни мені потрібні!* (В. Малик); (Квятковська, яка заздрих успіхові колеги, хоче взнати про її плани на майбутнє)

[ЛУЧИЦЬКА.] *Я не кажу напевне, а все може статись <...>.*

[КВЯТКОВСЬКА (з захватом).] *Невже? (похопившись). І не думай і не гадай: ми без тебе загинемо <...>* (М. Старицький). Повідомлення інформації про потрібність адресата може бути опосередкованим виявом не тільки позитивної оцінки співрозмовника, але й позитивного ставлення до нього;

10) **передача бажання мати щось, належне адресату, або висловлення "компліменту-заздрих",** наприклад: (редактор просить приятеля-журналіста написати звіт)

– *Напишіть про це до своєї газети.*

– *Напишу <...> Але мені б ваше перо! Писатимете широкий звіт, товаришу Андріане?* (М. Рябий);

(ревізор фліртує з жінкою Валентина) *"Я, знаєте, – [говорив далі Топченко, наче невзначай притискуючись плечем до Лесиноного плеча,] – я <...> власне, мені <...> ніколи < > не везе з жінками! Ви, очевидно, хочете спитати, для чого це я говорю? Відповідаю одверто: я заздрю вашому чоловікові"* (М. Хвильовий).

3.2 Субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника

Прихильність до адресата в тактиці підвищення значимості співрозмовника, як і позитивна оцінка, може передаватися прямо та непрямо.

3.2.1 Способи прямого виявлення прихильності

Прямо прихильне ставлення до співрозмовника в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виражається шляхом повідомлення йому про свої або третьої особи (авторитетної / значимої для нього) позитивні почуття, представлення при знайомстві, позиціонування себе як друга, приятеля адресата, побажання йому добра, висловлення впевненості у його щасливому майбутньому, вираження радості, задоволення з приводу знайомства, зустрічі, спільного відпочинку, праці, перебування в дружніх стосунках із ним.

У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу мовець демонструє адресату свої або / і третьої особи позитивні почуття: любові (любимо, люблю, кохаю, закоханий), поваги (поважаю (-ємо), шаную (-ємо), схиляю (-ємо) голову перед вами, корюся), приязні, симпатії, захоплення (обожаю вас, сподобався / подобався мені, прихильні до вас, відчув до вас симпатію, пишаюся тобою, вражений, зачарований, здивований + [позитивні характеристики співрозмовника], Я захопився вами; Ви нам підходите; Чаруєте мене собою і т. д.), довіри (вірю, довіряю), наприклад: (начальник намагається залагодити конфлікт із підлеглим) *Та що ти справді! Що ж ми в долоні повинні плескати? Ти той, заспокойся <...> І чого ти все так сприймаєш <...> Ми тебе любимо й, так би мовити, поважаємо* (Ю. Мушкетик); (Мина вмовляє монахиню побратися з ним) *"Що ж мені робити? – [запитав Мина.] – Я кохаю тебе!"* (А. Сивирин). Характер позитивних почуттів у маніпулятивному дискурсі не завжди розкривається, наприклад: (хлопець домагається прихильності дівчини, яка йому подобається) *Так чомусь тоскно, і мені схотілося тобі сказати, що я дуже добре – ти розумієш? – дуже добре до тебе ставлюся* (В. Дрозд); (дівчина хоче розірвати стосунки зі своїм хлопцем) *Олегу, я добре до тебе ставлюсь, і мені дуже неприємно те, що відбувається, але я не можу тобі брехати* (І. Бузько).

Повідомлення про обізнаність адресата з почуттями адресанта за відсутності їх характеристичності маркує тільки позитивні почуття, наприклад: (Кароль запобігає ласки панни Марії) *"Ви, вельмишановна панно, очевидно, знаєте, як ми з Гельмутом до вас ставимося"*, – [долучився Кароль] (В. Кожелянко).

Удаючись до вираження позитивних почуттів до співрозмовника, мовець може показувати їх динаміку, але тільки в напрямі зростання, наприклад: (пан Завадка залицяється до Ольги) *Слухайте, я почуваю, що ви починаєте мені шораз більше подобатись* (І. Вільде).

У ситуаціях флірту адресатія почуття кохання до особи протилежної статі може бути завуальованою – маркуватися множинною номінацією об'єкта позитивного ставлення або вказівним займенником *такі*, наприклад: [Він

(Гриць. – І. Ш.) *споважнів:*] "**Я виджу, що ти красна, мов русалка, а дівчата красні я люблю**" (О. Кобилянська).

Експресиви із займенниковими формами *такий, така, такі* передають інформацію про те, що мовець ставить співрозмовника в один ряд з іншими, подібними на нього суб'єктами (пресупозиція – "Є подібні на тебе / вас"). З одного боку, за допомогою такого прийому відбувається дистанціювання мовця від особи співрозмовника й робиться акцент на певних якостях, заслугах, характеристиках останнього, а з іншого, – це дає змогу мовцеві виявити своє позитивне ставлення не в такій відвертій і прямій формі, пор.: "Я люблю таких гарних дівчат, як ти" – "Я тебе люблю". У разі комунікативної невдачі чи невзаємності вживання згаданих займенникових форм дає можливість легше вийти з неприємної ситуації.

Побажання добра і висловлення впевненості в щасливому майбутньому адресата в маніпулятивному дискурсі оформлюють лексико-граматичні структури, значну частину яких становлять етикетні формули *Благословенне хай буде ім'я твоє; Бог завжди з вами; Бог та буде милостивим до тебе; Бог тебе не оставить; Бог у поміч; Дай (Вам) Боже; Дай Боже здоров'я вам і дітям вашим; Дуже щаслива в житті будеш; Нехай тобі Бог допомагає на добре діло; Ти просто створена для щастя; Хай святяться ваші імена!; Я вам хочу якнайкращого; Я тобі всього добра з душі радо* і т. д., наприклад: (мандрівник шукає притулку) [*Потурнак зайшов у прочинені навстіж ворота постоялого двору, роззирнувся і промовив:*] "**Мир, простір і благоденство!**" (В. Савченко); (підлегла запобігає перед начальником на святкуванні його дня народження) [*Спершу виступила партія романтиків і підлабузників. Пролунало Свєточкине ритуальне голосіння з досить ефектним заочуванням очей під лоба:*] "**Ми Вас так любимо, так любимо! <...> Не покидайте нас ніколи! Хай Вам Бог дає здоров'ячко <...>.** Підкиньте нам зарплату <...>" (М. Гримич).

Різновидом побажань добра є пропозиції мовця випити за співрозмовника, його здоров'я, успіхи, добробут та проголошення тостів, наприклад: (хлопці

хочуть вивідати в старого ветерана таємну інформацію) **Ну що, Остапе Григоровичу, вип'ємо за козаків, таких як ви. Дві війни пережили, є що згадати. За вас!** (А. Сивирин); (Терентій Дорофейович прийшов просити сусіда вигнати наймита, який покепкував із нього)

– *За твоє здоров'я, Терентію Дорохвейовичу, – [підіймає (господар. – І. Ш.) і смачно ховає під вуса невеличку гранчасту чарку.]*

– **Ія за твоє, Омеляне, з великою охотою п'ю!** (М. Стельмах).

У межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву вираження радості, задоволення з приводу знайомства, зустрічі, спільного відпочинку, праці, перебування в дружніх стосунках із співрозмовником вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур *Випала нагода зустріти ...; Господь почув мене; Добре, що вас знайшла / зустріла; Маю щастя (в Бога); Мені приємно, що доля познайомила / звела нас; На моє велике щастя; Радий / щасливий познайомитись; Сам Бог тебе послав / привів; Сама доленька шле мені вас; Тішимося з вашого приходу; Яка (то) радість бачити тебе; Яка радість, що тя виджу (діал.); Яке щастя, що ви з нами і т. д., наприклад: (самотня стара жінка запрошує до себе в гості сусідку) **Славцю, добре, що я тебе побачила.** Зайди на хвилю до мене, цікаву статтю в газеті покажу <...>* (Б. Мельничук); (мандрівник хоче втамувати спрагу)

– *Чи не потребує подорожанин чогось?*

– **Кращим подарунком у пустелі є зустріч з вірними Аллаха, але якщо брат дасть мені і моєму рабові по ковтку води, то він ще раз засвідчить, що мусульманин і в пустелі залишається мусульманином** (В. Савченко).

Вираження радості в маніпулятивному дискурсі часто супроводжується висловленням подяки Богу, долі, "щасливому випадку". Це допомагає мовцю справити враження щирої, побожної людини, яка бажає добра співрозмовнику й цінує його, наприклад: (батько, пійманий сином-міліціонером на крадіжці колгоспної кукурудзи, хоче переключити його увагу) **Сам Біг тебе підіслав, Павлику, ледве дихаю, а тут поміч** <...> (Д. Кешеля); (візантійський посланець цісаря, який умовив князя разом піти в похід проти болгар, виражає радість,

почувши згоду) **Благословенний хай буде цей мент, коли уші мої почули таке велике і внаслідки багате слово** (Б. Лепкий).

3.2.2 Непрямі способи вираження позитивних почуттів

Непрямими способами вираження позитивного ставлення до співрозмовника постають такі:

1) **опис мовцем свого емоційного чи психічного стану зі вказівкою чи натяком на його спричиненість адресатом.** У тактиці підвищення значимості співрозмовника частотністю відзначаються конструкції *Втрачаю голову / здоровий глузд, розум; Готовий весь світ на руках носити; Іде обертом голова; Не знаю, що робиться зі мною; Непритомнію; Стаю дурним; Стаю сам не свій / навіженим; Темніє в очах; Як побачив вас, то в душі щось аж заспівало / душа стрепенулась*, наприклад: (збіднілий цирульник хоче одружитися із заможною дівчиною) [**ГОЛОХВОСТИЙ.**] **То єсть тут у нутре у мене така стремительность до вас, Проню Прокоповно, што хоч крізь огонь готов пройтись!** (М. Старицький); (Суліман домагається ласки Нелі) **Коли дивлюсь на вас, то стаю зовсім дурним. Ви чули таке? Мене щось аж у горлі давить, коли дивлюся на вас** (І. Вільде);

2) **повідомлення інформації про дії, що засвідчують прихильність до співрозмовника**, що виражається за допомогою лексико-граматичних структур на зразок *Без тебе не можу жити; День і ніч вас виглядаю; Жаль прощатися з вами; Летів / мчав, поспішав до вас; Не хочу розлучатися з тобою; Скучаю / сумую за вами; Усе ліпше приберегла для тебе; Хвилююся за вас; Часто вас згадую*, наприклад: (військовий фліртує з дружиною священника) **Наш полковий оркестр ладен вам, пані, служити хоч і щодня** (І. Нечуй-Левицький); (діловод хоче покращити стосунки зі своєю колегою) **"Так що, – [сказав він,] – мені дуже хотілось б пройтись із такою красунею по парку <...> біля бюста Карла Маркса"** (М. Хвильовий); (господар умовляє молоду квартирантку не з'їжджати) **Що значить – не моя справа? Я хвилююся за тебе** (С. Пиркало);

3) **висловлення прохання припинити здійснення "негативних" дій, адресоване співрозмовнику**, що репрезентують структури *Не крайте мені*

*серця; Не мучте мене; Не ріжте мене на шматки і под., наприклад: (Голохвостий удає із себе закоханого, щоб одружитися з багатою панночкою) [ГОЛОХВОСТИЙ.] **Ах, Проню Прокоповно, не рвіть мене, как пуклю!** Потому відіте, какой я погібиший єсть чоловік (М. Старицький);*

4) **позитивнооцінне номінування співрозмовника або значимих для нього осіб, уживання пестливих форм звертань, імен** (див. про це в розділі 4, пункті 4.3). Позитивнооцінні номінації можуть мати вигляд порівняльних зворотів, у яких адресант, "віддаляючи" адресата, посилює об'єктивність позитивної оцінки, маркує щирість, наприклад: (хлопець хоче пом'якшити відмову другові) *А, по-третьє, скажу тобі як людині, котрій довіряю, в мене є серйозне захоплення* (А. Сивирин) – пор.: "Ти один із тих, кому я довіряю" – "Я тобі довіряю";

5) **вираження інтересу до адресата.** Пристаємо до думки В. П. Шейнова про те, що будь-який вияв інтересу до співрозмовника є прихованим компліментом [402, с. 244]. Вираження інтересу до комунікативного партнера в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу найчастіше відбувається або за допомогою питань про стан справ у співрозмовника, про його здоров'я, секрети успіху, або шляхом інформування адресата про свою обізнаність із його заслугами, проблемами чи іншими життєвими обставинами, наприклад: (музикознавець хоче потоваришувати зі званою співачкою) [БАНФІ-МАЛАГУЦЦІ.] ... *Але рідко, дуже рідко мені випадала нагода зустрітися з таким високим, я б сказала, всеосяжним, вселюдським інтелектом. Як ви зуміли досягти і цих висот?* (Б. Мельничук, І. Ляховський); (полонянка прагне заручитися симпатією стража) [Сіла, погладивши шкуру, запитала:] **"Це ви самі вполювали цього ведмедя?"** (С. Тельнюк); (Юрій Прокопович, що приніс погану звістку господарям, прагне зменшити свою провину) [Щоб позбутися відчуття гнітючої якоїсь провини, поцікавився, показавши на фото:] **"Рамочку де замовляли?"** (А. Дімаров).

б) **повідомлення адресату інформації про моління за нього чи обіцянка молитовної допомоги**, що вербалізується за допомогою лексико-граматичних

структур *До кінця днів своїх молитимусь за вас; Ми (ніколи) не забудемо вас у своїх молитвах; Може, умилосердю небо своїми молитвами за вас; Молюсь (Богу) за вас щодня і т. д.*, наприклад: (вищий за посадою просить свого підлеглого про зустріч із начальством для повідомлення неприємної інформації) *На вас зараз звернуто погляди мільйонів українців. Запевняю, вони в віках будуть молитися на вас <...>* (І. Головченко, О. Мусієнко); (монахи хочуть одержати кошти від козацького отамана для відбудови зруйнованої церкви) *У мамаївських обителі ми довго молилися, славний отамане, за твоє здоров'я і здоров'я сповненої чеснот і благородства жони твоєї Артемії* (М. Івасюк).

3.3 Шляхи оптимізації тактики підвищення значимості співрозмовника

Характерною особливістю експресивів, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, є інтенсифікація вираження прихильного ставлення до адресата й позитивної оцінки його якостей, заслуг, характеристик. Інтенсифікація збільшує ілюкативну силу мовленнєвого акту, сприяє досягненню бажаного перлюкативного ефекту [144; 139, с. 12; 56, с. 53; 104, с. 82-83; 174].

3.3.1 Прийоми посилення функції впливу компліментарних висловлювань

Аналіз маніпулятивно спрямованих компліментів дав змогу визначити прийоми оптимізації їх впливової функції.

1. **Приєм "компліментарне висловлювання чужими вустами"**, що виражається шляхом посилення на авторитети, цитування схвальних висловлень інших осіб на адресу співрозмовника та вираження згоди з їхньою думкою і вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур на зразок *Вас мені рекомендував райком комсомолу; Вас так хвалила наша донька; Мої люди дали вам найкращу характеристику; (Люди) хвалили вас; Це вас відомий кінорежисер і письменник назвав ...; Як пишуть газети; Я приєднуюсь до думки ...*, наприклад: (директор дає розпорядження своїм підлеглим) *Ага, ми МТС пропустили. Марго, це тобі. Трактористи від твого бюста без ума <...>*

(М. Гримич); (турок хоче гармонізувати стосунки зі своїм союзником) **Я приєднуюся до думки Свирида-аги. Ви поводитися достойно, як і личить вірному підданому падишаха** (В. Малик).

У ролі осіб, яким приписується позитивна оцінка на адресу співрозмовника, найчастіше виступають авторитетні особи або особи, думка яких є важливою чи значущою для нього. Мовець часто цитує слова третьої особи дослівно і передає їх у вигляді прямої мови, наприклад: (начальник не хоче підписувати заяву на звільнення підлеглого) ... **Від'їжджаючи, він** (тато Гриша. – І. Ш.) **наказував: тримайтеся Костя! Без його золотих рук не впораєтесь** <...> (А. Дімаров); (Лідія Власівна хоче, щоб колега відмовитися від розслідування злочину – вбивства гвалтівника її родички) **А я чула – ти досягаєш великих успіхів на прокурорській ниві. Ілля Митрофанович протуркотів усі вуха: "Наш молодий прокурор знайшов кривдника Іруньки. А тепер, кажуть, зачепив і того, хто штрикнув ножем Харіна з артелі "Зі святими упокій""** (В. Пеунов).

Поодинокими прикладами в картотеці репрезентовані експресиви, що містять так звану "напівпряму" мову – уведена до авторської чужу мову, оформлену як непряму, наприклад: (дівчина, яку родичі силою хочуть віддати заміж за нелюба, шукає захисту в начальника її дядька) **"Приємно чути, – [вклонилась дівчина, все ще не сідаючи.] – Мені про вас мій дядько розповідав, щасливий, каже, службою, а все через вас, пане Котляревський"** (Б. Левін); (Федірцаня хоче, щоб Іван повернувся в село) **Не сердься, голубе, ми просто так запитали, бо коли йшли у Варош, перестріла нас Марія Перелесниця і вся у сльозах: "Коли зустрінете Іванка, – каже, – низько поклоніться і передайте йому мої плачі. Повідайте, що без нього вже серце стало черствішим від каменя"** (Д. Кешеля).

Послугуючись прийомом "зсуву", а саме приписуючи авторство компліменту третій особі, мовець прагне створити ілюзію об'єктивної оцінки або уникає відкритої демонстрації своїх почуттів, якщо він не налаштований на

неї [146, с. 189]. До того ж посилання на джерело інформації без необхідності можна трактувати як свого роду втечу від відповідальності за свої слова.

2. Повідомлення про загальну визнаність заслуг адресата. Цей прийом знаходить вираження в указівках на анонімне джерело, часто – шляхом використання висловлювань із невизначеним референтним індексом, що вважається одним із способів маніпулятивного тиску на співрозмовника [249]: *(мені) сказали, казали, кажуть, говорять, розповідали, (старі люди) кажуть, ми чули, (багато) чув / чував (від людей); Я начуваний про ...; Деякі джерела повідомили; Є думка; Прозвучала думка; Говорив з тими, хто слухав твоє слово, ... та ін.,* наприклад: *(матері, які привезли доньок на навчання, хочуть заручитися підтримкою директорки пансіону) **О, певно! Ми чули тільки одне хороше про ваш інститут, і найбільше з того часу, як ви приїхали сюди з Петербурга*** (І. Нечуй-Левицький); *(актриса запрошує директора театру на прогулянку) Ви нам покажете місто? **Кажуть, ніхто краще вас його не знає*** (Б. Левін); *(журналістка хоче взяти інтерв'ю у вченого) **Мені представили вас як завідувача лабораторії й перспективного вченого*** (І. Бузько).

Повідомлення про загальну визнаність позитивної оцінки адресата в маніпулятивному дискурсі може мати вигляд гіпертрофованого узагальнення джерела – посилання на загальноновизнану суспільну думку: *увесь світ знає, усі (люди) знають, усім відомо, хто ж не чув / не знає про ...* і под. Компліментарне висловлювання може вживатись і як підтвердження думок третіх осіб, наприклад: *(воїн просить старця дати йому цілюще зілля) **Правду казали люди: ти – великий віщун. Знай же старче: Могут нікого не просить, Могут здобуває собі все своїми руками. Але тебе я прошу: дай мені того зілля, що розбиває залізо*** (В. Босович); *(боярин домагається прихильності гетьмана) **Недарма твій розум, гетьмане, світлим нарекли на Москві*** (Н. Рибак).

3. Уживання "універсальних" висловлювань (висловлювань з узагальненим значенням) у компліментарній функції, наприклад: *(війт хоче одружити зі своєю вагітною донькою парубка Лук'яна) **Бог наділив тебе, Лук'яне, файною силою, вродою і розумом не обійшов, сміливістю і відвагою,***

то й велике багатство матимеш, бо не дарма люди говорять, що розумному все йде до рук, а дурневі – від рук (М. Крилатий); (батько запопадає ласки пана, за якого хоче видати заміж свою доньку) [*ПРОКІП СВИРИДОВИЧ.*] *Дуже, дуже радий, що бачу розумного чоловіка; розумного чоловіка послухать – велика втіха!* (М. Старицький).

4. **Прийом "компліментарне висловлювання прихованому адресатові"**. У деяких випадках "сторонній учасник саме і є справжнім адресатом, що реагує на слова, звернуті до іншого" [319, с. 63]. Суть цього прийому полягає в тому, що пряме чи непряме позитивнооцінне висловлювання мовець адресує співрозмовнику, який не є особою, щодо якої здійснюється вплив, але адресант знає про те, що "справжній" адресат чує його або що його зміст дійде до нього, наприклад: (васал домагається прихильності князя) [*Князь не любив, щоб йому перечили.*]

– *За наслідки я відповідаю, – [сказав він іронічно,] – а ви маєте виконувати накази!* [*Сулятицький виструнчився і вже хотів іти, коли раптом за його спиною почувся голос Дідушка:*]

– *Їхню світлість, ясновельможного князя воєводу і добродія нашого, треба слухати!* – [*промовив той повчально до Сулятицького, водночас кланяючись улесливо князеві*] (В. Гжицький).

5. **Прийом "комплімент у присутності сторонніх", або "позитив третьої сторони"**. Психологи стверджують, що добрі слова, висловлені публічно, завжди викликають більше довіри й оцінюються вище, ніж комплімент, сказаний під час особистої бесіди [87, с. 113]. Цим прийомом часто послуговується мовець, який удається до впливу на співрозмовника за допомогою маніпулятивної стратегії позитиву, наприклад: (директор хоче вмовити викладачку не залишати роботи в училищі) [*Вони вийшли з кабінету. Поки Гарматний повертав ключ у замку, навколо з'юрмилися відвідувачі.*]

– *У мене неприємний день. Нікого більше не прийму. Хочете – чекайте!*

– *А довго чекати?* – [*занепокоєно гули люди.*]

– Скільки треба – стільки і чекайте. У мене важлива справа! **Я, поміаси, викладача втрачаю! Кращого викладача!** (Л. Романчук).

б. Компліментарне висловлювання на тлі самоприниження. Комплімент на тлі антикомпліменту собі – вдалий і особливо ефективний [263, с. 93; 402, с. 250]. Компліменти, похвальні та схвальні висловлювання, уживані з маніпулятивною метою, можуть супроводжуватися прийомом применшення себе, або ставлення себе в "слабку позицію", наприклад: (дівчина-селянка хоче пом'якшити відмову вчителю, який хотів її сватати) **Якове Дорохтейовичу, ви дуже вчена людина, аж учитель. Ви всякі високі науки проходили, а ми прості й темні, як сама земля, люди. То хіба ж ви не знаєте, що гріх занепащати душу за гроші чи десятини, хоча б їх і півсотня, і більше було?** (М. Стельмах); (пан Завадка залицяється до Ольги) **Ах, панно Олю, панно Олю, як я шкодую, що я такий кепський кавалер, що навіть паршивого дзеркальця не маю при собі!** (І. Вільде).

Самоприниження в маніпулятивній стратегії позитиву часто має вигляд негативнооцінних самономінацій, що виражаються іменниками з атрибутивними поширювачами і супроводжуються словами *лише, просто, тільки, такий собі*, наприклад: (пташка запопадає ласки чарівника) **Я завжди ніяковію перед поважними паннами <...>. А чаклунів не бачила взагалі <...>. Ні, я знаю своє місце, пане чарівник! Я просто служниця, я боюся шляхетних панів!** (Дяченки).

У маніпулятивному дискурсі позитиву самоприниження передається також у вигляді заперечних реченнєвих одиниць, наприклад: (Ляшенко відмовляється від пропозиції бути командиром загону) **Не спец я для такого діла. Ви з Одарчуком – люди військові, вам і карти в руки. А я вже комісаром при вас <...>** (І. Головченко, О. Мусієнко).

Низька самооцінка в тактиці підвищення значимості співрозмовника може вербалізуватись і за допомогою складних речень, частини яких перебувають у протиставних відношеннях. Це реченнєві одиниці, побудовані за схемами "Ти / ви + [позитивна оцінка], а (от) я + [негативна / нейтральна

оцінка]", "От зі мною + [дієслова на позначення негативно / нейтрально оцінюваної дії], а ти / ви + [дієслова на позначення позитивно оцінюваної дії]", наприклад: (дівчина хоче взнати, наскільки щирий із нею багатий залицяльник) [ОЛЕНКА.] *Я рада б вірити, та ви дуже розумні, як усі кажуть, а я дуже бідна й проста* (І. Нечуй-Левицький).

Експресивними засобами вираження самоприниження в досліджуваних контекстах постають:

- риторично-питальні речення на зразок *А я?; А я що?; Де вже нам до вас!; Е, що там я?; Куди мені до вас!; Куди мені до вашого розуму?!; Та де там вже нам до ...; Та що я кажу!; Хіба / невже я Вам рівня / пара?; Хто я (такий)?; Що там про мене (балакати / говорити)!; Що це я кажу?!* і т. д., наприклад: (покоївка залицяється до панського сина) *Е, що там про мене балакають! От на що вже ви мужчина, вчені, пан вас любить, душі не чує – чого б, здається, ще хотіть?* (І. Карпенко-Карий);
- асиметричні конструкції, стверджувальна форма яких виражає заперечний зміст, наприклад: (старий коваль прийшов за порадою до редакції газети) *"Ще б когось зрівняли з собою!" – [заперечив старий коваль.] – *Та я ж такий собі простий робітник, можна сказати звичайнісінький!*"* (М. Хвильовий).

Удаючись до прийому самоприниження, мовець-маніпулятор характеризує себе за соціальним статусом, посадою (*бідний, убогий, невільник, людина маленька, найнижчий слуга, обіймаю скромне місце ..., простий робітник, скромний рядовий* і под.), за вмінням вирішувати життєві проблеми (*безпомічний, безпорадний*), за розумовими здібностями (*дурень, дурний, темний, нікчемний, сліпий, нічого не тямлю / не бачу* (у значенні "нічого не розумію"), *не петраю* і т. д.), за професійною належністю, за наявністю досвіду (*маю маленький стаж, не фахівець, у цьому не розбираюсь* та ін.), за віковою ознакою (*(я) молодий (ще) для цього, старий, уже майже стара*), за місцем проживання і способом життя (*сільські люди, бідні* (у значенні "обділені"), за наявністю талантів, здібностей (*звичайнісінький, нездара, неоригінальний,*

стереотипний, (я) й балакати до пуття не вмію і под.), наприклад: (жінка залицяється до вчителя музики своєї доньки) **Ви бачили багато світу, бували в усяких містах, були в Парижі, жили за границею. А ми, бідні, сидимо отутечки в цих поганих норах, неначе ті черниці в монастирі** (І. Нечуй-Левицький); (Митько хоче залучити до партагітації молоді досвідченого робітника) **"Щоб притягти завод до такої серйозної справи, – [сказав Митько-комсомолець,] – треба знати, як його притягти, і, головне, знати, кому цю справу доручити. Я людина молода, маю маленький виробничий і комсомольський стаж, а ви старий робітник і до того ж учасник революції п'ятого року. Ви людина з авторитетом"** (М. Хвильовий).

7. Деталізація / генералізація компліментарного висловлювання. У деталізованому компліменті мовець докладно описує позитивні риси й заслуги співрозмовника, оцінює його за декількома критеріями (про комплексні компліменти див. розділ 6, пункт 6.1.11). Деталізований комплімент застосовується і для обґрунтування загальної позитивної оцінки адресата чи прихильності мовця до нього (про компліменти-аргументами див. у пункті 3.3.3.1). Генералізовані компліменти маркують узагальнену й часто перебільшену позитивну оцінку адресата, наприклад: (поручик хоче запросити Тимофія до своєї роти) **"Розповідали, – [почав пан поручик,] – що ти рятував полк від морської хвороби: кому – причастя святою водою, кому – якісь особливі ліки від нудоти, кого ж по-іншому приводив до пам'яті. Одне слово, брат милосердя"** (В. Пеунов); (начальник надихає свого підлеглого на виконання доручення) **Я знайомий з вами не перший день і знаю ваші якості: вміння швидко орієнтуватися в складній обстановці, рішучість, хоробрість** (Ю. Дольд-Михайлик).

8. Висловлення подиву чи захоплення з приводу наявності в співрозмовника позитивних якостей, заслуг. Здивування-захоплення в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника вербалізується за допомогою таких лексико-граматичних структур: **"(Я) і не думав / не здогадувався, не знав, не сподівався, не чекав, не очікував, не надіявся** (розм.), **не**

*підозрював, що + [позитивна оцінка співрозмовника] / таке можливо"; "А ви + [позитивна оцінка співрозмовника]!"; "Виявляється, ви + [позитивна оцінка співрозмовника]!"; "Дивуюсь із вашої (вашого, ваших) / подивований із приводу + [позитивна оцінка співрозмовника]"; "Бач / диви, ти ба, іч + який + [позитивна оцінка співрозмовника]!"; Іч як!; Подумати тільки! і т. п., наприклад: (пані Краньцовська хоче сподобатися сину священика) **Я й не знала, що з вас такий гайдамака!** (Л. Мартович); (багатий селянин Герасим підбиває кума на невігідну для нього справу) [ГЕРАСИМ.] **Не надіявся, куме, щоб ви такі сміливі були** <...> (І. Карпенко-Карий); (пан запрошує селянку на роботу)*

– *І не мудра, здається, наука, а не всяка баба як слід вибілить тринадцятку на сорочку. Як це в тебе виходить?* – [підхваляє жінку.]

– *Я так білю, щоб верх полотна був на сонці, а низ у воді.*

– **Іч як!** – [схвально кивнув головою] (М. Стельмах).

Експресивними засобами – маркерами подиву і захоплення – у маніпулятивному дискурсі є риторично-питальні реченнєві одиниці на зразок *Звідки ти такий узявся?*, наприклад: (Феноген хвалить свого спільника перед обгородкою) [ФЕНОГЕН.] **І розумно, і правдиво! І де ти такий узявся?** (І. Карпенко-Карий); (чоловік домагається прихильності незнайомки) **Золотко! Хто тебе народив такою щирою? Ти – ангелятко** (Р. Андріяшик); (Крамарюк підтакує артисту, у якого постійно позичає гроші) [КРАМАРЮК.] ... **І де у чоловіка стільки розуму набралось? Геній!** *Слухаю і чую, що я справді дурень і навіть це мене тепер не ображає. Я люблю правду* (І. Карпенко-Карий).

9. **Подвійний комплімент, або "комплімент у компліменті"**. Суть цього прийому полягає в тому, що компліментарне висловлювання містить декілька різнопланових позитивних оцінок або один комплімент породжує інший комплімент чи низку компліментів, наприклад: (директор просить підлеглого написати історію проектно-конструкторської контори) *Візьмися, Андрію, корисне діло зробиш. Факти ми тобі дамо, факти правильні і хоч на десяток томів. Літописець славного трудового колективу – звучить!* (В. Дрозд).

Для маніпулятивної стратегії позитиву не характерний прийом "компліментарне висловлювання, побудоване на ефекті неочікуваності". Ідеться про структури на зразок *Вас надурили. Вам дали набагато краще хутро*. Так, картотекою зафіксовано лише поодинокі, не дуже яскраві приклади, що демонструють цей прийом: (начальник хоче доручити підлеглому виконання складного завдання) *"Що ж, вас можна було б привітати з успіхом ... – [нарешті підвів голову й гостро глянув Тарганову в очі.] – Можна було б, якби справжні, непересічні успіхи не чекали в майбутньому. І притому дуже недалекому. Пам'ятаєте, я обіцяв вам довірити операцію державного значення?"* (І. Головченко, О. Мусієнко); (підлегла запобігає перед начальником) *[Марго теж сказала тост, перефразовуючи слова відомого історичного діяча минулого:] "Найпаскудніше, що може бути в нашому колективі, – це наш шеф, однак людство ще досі не мало нічого кращого"* (М. Гримич).

Можливо, невелика кількість таких прикладів зумовлена тим, що, використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець прагне бути зрозумілим співрозмовнику в бажанні справити на нього позитивне враження, сподобатися, домогтись прихильності. Уживання компліменту, побудованого на ефекті неочікуваності, є комунікативно ризикованим, оскільки може викликати неадекватну реакцію співрозмовника, спричинити непорозуміння, а також трактуватись адресатом як вияв зверхності мовця щодо нього.

3.3.2 Інтенсифікатори позитивного оцінювання та вираження симпатії

Інтенсифікація впливу в межах реалізації обох субтактик тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву здійснюється за допомогою наведених нижче прийомів.

1. Прийом протиставлення адресата іншим особам, чи контрастування. Розглядаючи прийоми здійснення маніпулятивного впливу, В. І. Карасик поряд з амфіболією (навмисною двозначністю), персоніфікацією, еквівокацією (ухильним переходом на іншу тему), підміною тези, наклеюванням ярликів називає контрастування [154, с. 130]. Цей прийом притаманний маніпулятивній

стратегії позитиву й особливо яскраво реалізується в її тактиці підвищення значимості співрозмовника.

Особами, яким протиставляється адресат, найчастіше виступають особи, оцінювані мовцем негативно. Суть цього прийому полягає в зіставленні об'єкта впливу, що однозначно позитивно оцінюється, із якимись реальними чи уявними особами, оцінюваними негативно, для підведення адресата до думки про його абсолютні переваги. Мовець-маніпулятор уживає маркери "відчуженості", дейктики віддалення, за допомогою яких зменшує значимість інших осіб. Ідеться про слова з невизначеним референтним індексом: *всілякі (усілякі), всякі (усякі), деякі, другі (розм.), інший, інші, кожен, кожен охочий, різні, хтось, який-небудь (там), якісь*, вказівні займенники *(о)ті / (о)та, (о)той, ці*, займенник *вони*, прислівники *будь-де, будь-що*, за допомогою яких співрозмовник опосередковано протиставляється третім особам, наприклад: (Гострохвостий хоче одружитися із заможною панночкою) [*ГОСТРОХВОСТИЙ.*] *Ви жартуєте, Євфросино Сидоровно. Їй-богу жартуєте. Я свої душі не покину будлі-де. Хіба покинув би її там, де буде ваша душа, Євфросина Сидоровно, там – і більше нігде* (І. Нечуй-Левицький); (дівчина домагається симпатії хлопця) *"А я чула, як ти різав тому довговерхому, – [натякаючи на Висоцького. Підступила й ледве торкнулася долонею до його голови, мовлячи:] "А ти мені подобасися, Федьку <...> З вовками жити – по-вовчому вити"* (Б. Харчук).

У маніпулятивному дискурсі позитиву частотними є слова, що передають негативну оцінку або набувають її в контексті (*бабій, ворог, негідник, п'яничка, селяк, страховидло, супербандит, хлопка; гапки, ду'рні, зайди, здрайці, окупанти, тварюки; бидло, мужва, орда, погань; брудний, грішний, дикий, закурений, мерзенний, мізерний, несамовитий, нещасний, підтоптаний, репаний, слинявий, смердючий, старий, стереотипний, темний; виверти, дурниця, зазубрювання, підлота; гавкають, тікають і т. д.*), а також конструкції, побудовані за схемою "[позитивна оцінка адресата] + *не те, що* + [номінація негативнооцінюваних осіб]", наприклад: (старша жінка хоче

сподобатися молодому попутникові) "**Вашмосць галантний і розумний**, – [похвалила Семена Закревська, з радістю приймаючи його пропозицію.] – **Не те, що мій Базилі** (її син. – І. Ш.)" (Т. Микитин).

Протиставлення може мати вигляд риторично-питальних структур (*Куди до тебе всім іншим?; Куди йому?; Та де там йому тягаться із тобою?!; Хіба можна тебе рівняти із ...?; Хіба ти до нього прирівнявся?*), окличних речень на зразок *Ще б когось зрівняли із собою!*, порівняльних зворотів, що підсилюють експресивність висловлення, наприклад: (прислужник виправдовується перед княгинею) "*Дзвінка! Боже мій! Ота любаска Довбуша? – [перепитав, ніби й не знаючи гаразд, про кого мова.] – Ота хлопка? Нещасна, мізерна хлопка? **Хіба можна згадувати її ім'я поряд з вашим іменем? Та вона перед вашою ясновельможністю, мов лойова свічка перед сонцем!***" (В. Гжицький); (куркулі просять односельця-більшовика не забирати їхню землю) "**Та що нам той ревком!** – [вибухнув Софрон Григорович.] – *Приїхав і поїхав, а реальна влада на селі – це ти й Артем Митрофанович*" (В. Пеунов).

2. Прийом запевняння в щирості, підкреслення достовірності передаваного. Автори колективної монографії "Лінгвістика впливу" вважають, що метапоказчикам, які характеризують мову як щирі, властивий не тільки цей зміст – усі названі показчики поєднує оцінна семантика: "Те, що я повідомляю, може викликати негативну реакцію адресата", що може завдати читачеві комунікативного дискомфорту [307, с. 65]. Східні слов'яни, зокрема українці, негативно ставляться до лестощів та нещирої похвали, на відміну, наприклад, від англійців й американців, які демонстрацію поваги, уваги, підкреслення гідності співрозмовника цінують вище за щирість. Несприйняття лестощів українцями знаходить вияв у численних прислів'ях і приказках (*Гарно колишеш, та сон не бере; Гарно пише, та брехнею дише; Підлеслива людина – гадюка під квітками* [293, с. 58]; *Щебече, як соловейко, а кусає, як гадюка; Слова ласкаві, а думки лукаві* [293, с. 59]; *Хвальба сорочки не дасть* [375, с. 340] і т. д.), тому цілком закономірним є те, що прийомом запевняння в щирості активно послуговується мовець, який удається до маніпулятивного впливу,

використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву.

Запевняння в щирості відбувається шляхом супроводу позитивнооцінних експресивів висловлюваннями, у яких мовець-маніпулятор:

- а) актуалізує свої думки або вербалізує своє внутрішнє мовлення;
- б) запевняє співрозмовника в об'єктивності передаваної інформації;
- в) спростовує звинувачення в брехні чи підлабузництві;
- г) заперечує акт висловлення компліменту та наявність (у себе) звички чи вміння говорити красиві слова, перебільшувати;
- д) запобігає докорам у введенні в оману, страхує себе від можливої комунікативної невдачі за допомогою демонстрації знання про межі застосування тактики підвищення значимості співрозмовника;
- е) передає свої чи узагальненої особи "зорові" відчуття, що часто маркують розуміння;
- ж) апелює до досвіду співрозмовника, його зорових відчуттів, знань, активізує адресата до розумової діяльності;
- и) стимулює підтакування й активізує увагу співрозмовника;
- к) вибачається за відвертість, патетичність, поетичність і невміння говорити компліменти.

Актуалізація думок / вербалізація внутрішнього мовлення маніпулятора на мовному рівні репрезентується лексико-граматичними структурами на зразок *Давно тішився думкою; Іду, думаю собі ...; Дивлюсь я на тебе і думаю; Часто думаю собі; Я тоді змовчав, але про себе подумав ...*, наприклад: (Варка хоче вийти заміж за Степана на зло своєму колишньому хлопцеві) [ВАРКА.] *Правда твоя, Степаночку. Гірко жить на світі, як нема батька, матері <...>. Немає щирої дружини <...>. Я часто, дивлячись на тебе, як ти працюєш, думую собі: щаслива та дівчина буде, котру ти посватаєш <...>* (І. Карпенко-Карий); (Тиміш намагається гармонізувати стосунки з матір'ю дівчини, яку хоче сватати)

[ВАСИЛИНА.] *Що ти забув у нас? Немає тобі іншого місця сісти?*

[ТИМІШ.] *Це, бачте, так ваша хата, тіточко, мені вподобалась; іду собі, дивлюся: хатиночка, як лялечка, біленька, веселенька, думаю собі – дай я посиджу трохи коло цієї хорошої хати* (С. Васильченко).

Вербалізація запевнянь співрозмовника в об'єктивності передаваної інформації в маніпулятивному дискурсі відбувається за допомогою:

- перформативів та їх модифікацій (*запевняю (вас), смію / хочу, треба запевнити, признаюсь, признатися, скажу по секрету* і под.), наприклад: (корчмар умовляє відвідувача залишитися в їхньому містечку) *Залишайтеся, пане Рауле. Смію запевнити, наймиліший пане <...>. Маємо велику потребу у вашій присутності <...>* (Дяченки); (виконуючи наказ шефа, промисловець переконує винахідника їхати з ним) ... *Наказав мені, щоб доставив тебе живим, неушкодженим і якнайшвидше. Скажу по секрету, – несподіваний і нечуваний успіх твоєї останньої роботи. Я ніколи не бачив шефа таким збудженим* (Н. Конотопець);
- модальних слів: *дійсно, істинно, насправді, справді, таки* і под.;
- реченневих одиниць із дієсловом *вірити / повірити* у формі наказового способу (*вірте мені, що говорю правду; повірте* та ін.), наприклад: (Голохвостий крутить голову бідній міщанці) [ГОЛОХВОСТИЙ.] *Да ви луччі за самих найкращих панночок; ви просто така ціпонька, що аж слина котиться, – вірте!* (М. Старицький);
- лексико-граматичних структур зі словами, що можуть породжувати смисл із компонентом "щирість" – *правда, правдивий, відвертий (одвертий), відкритий, чесний, щирий* та їх синонімів, наприклад: *Відверто / правду кажучи; Відповідаю / кажу, заявляю відверто; Даю чесне слово / слово честі, чесне піонерське, слово гонору, слово офіцера; Кажу (скажу) правду / відверто, чесно, в очі, від щирого серця, як на сповіді; Коли говорити щиро / правду, серйозно; Щиро / прямо, чесно, відверто (с)кажу вам; Я відвертий із вами; Як / якщо по правді, признатися; Якщо бути щирим / чесним, відвертим, справедливим; Якщо заглянути в серце / душу; Якщо покласти руку на серце; Я так по-простому, по щирості; Я хочу зараз говорити*

- одверто* і т. д., наприклад: (старший чоловік хоче одружитися з донькою коханки, щоб не втратити трикімнатної квартири) ***Сонце моє, який комплімент?! <...> повірте, я від щирого серця <...>*** (С. Грицьок); (під час війни Сабантуй шукає притулку для себе й поранених солдатів у лісничихи) ***Я, Христіно Захарівно, скажу, як на сповіді: скільки на світі живу, а такої, як ви, ще не доводилось бачити. Отакої статурної... В мене, признатися, як на вас глянув, все аж обмерло <...>*** (А. Дімаров); (академік просить професора знайти для нього здібного учня) ***Потрібен здібний лаборант. І для цієї справи, сам розумієш, не годиться будь-хто. А ти, прямо скажу, завжди чудово підбирав кадри. Кілька разів спілкувався з твоїми аспірантами й кандидатами, й завжди по-хорошому тобі заздрив, колего. Де ти їх викопуєш? Тому сподіваюсь, що порадиш якогось толкового хлопця*** (І. Бузько);
- складнопідрядних займенниково-співвідносних речень фразеологічного типу – заприсягань на зразок ***Щоб я був такий здоровий, який (-а) пан / пані + [прикметник на позначення позитивної оцінки]***, складнопідрядних із підрядним умови на зразок ***Хай мене Бог покарає / грім поб'є, якщо брешу; Та щоб я в землю вріс, якщо брешу; Провалитись мені крізь землю, якщо обманюю***, наприклад: (продавець хоче догодити потенційному покупцеві) ***Вай, як панові докторові до лиця оцей піджак! Наче пошитий на пана доктора! <...> Що за фігура, що за фігура! <...> Та за таку фігуру всі панночки нашого Миргорода віддадуть увесь свій посаг! <...> Щоб я був такий здоровий, який красивий пан доктор в оцьому котелку!*** (А. Дімаров); (Василь залицяється до Галі) [***ВАСИЛЬ.***] ***Та щоб я в землю вріс, коли брешу <...> коли ти не скувала мого серця навіки*** (М. Старицький);
 - вставних конструкцій, що оформлюють божіння: ***Бог свідок!; Господь не дасть збрехати!; Клянусь Богом!; От вам святий хрест!*** та вставних слів ***бігме, далебі, їй / ей-богу, їй-бо, присяйбі***, що перейшли до пасивного запасу лексики української мови, наприклад: (гестапівець хоче налагодити дружні

стосунки з полоненим, щоб викликати його на відвертість) ***Вашій операції позаздрив би найбільший у світі хірург. Клянусь Богом!*** (Д. Бедзик); (духовник запобігає ласки султана) ***Клянусь плащем Пророка, сам Аллах мовить твоїми вустами, о повелителю. Зелений стяг мусульман замайорить нарешті над невірною Європою. Бо як сказано, немає у світі Бога, крім Аллаха, а Мухамед – Пророк його*** (В. Савченко).

У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу мовець може заперечувати говоріння неправди та підлабузництво прямо чи непрямо. У прямий спосіб це відбувається за допомогою лексико-граматичних структур ***Брехати я не вмію; Мені нема сенсу обманювати вас; Не буду приховувати / брехати, темнити; У мене немає потреби лестити вам; Я не брешу / не обманюю; Я не маю звички брехати*** та ін., наприклад: (князь виявляє прихильність до панни) [АНТОСЬ.] ***Панно люба, Не звичен я до панських лебезінь. Язик мій знає лиш правдиве слово, А серце знає лиш щире почуття, Не вмію я мастити слово медом. І неприязнь ухмилкою скрашать – Що на душі – не крию <...>*** (М. Старицький).

Непрямо заперечення введення в оману вербалізують стверджувальні речення із заперечним значенням на зразок ***Став би я брехати вам*** та риторично-питальні реченнєві одиниці з частками ***навіщо, хіба, чи: Навіщо мені брехати?; Хіба б я став вам брехати?; Хіба я погрішив / покривив душею?; Чи зміг би я обманювати?*** і под., наприклад: (Гострохвостий хоче уникнути сварки з матір'ю дівчини, яка сподобалась йому) [ГОСТРОХВОСТИЙ.] ***Ой Горпино Корнійвно, Горпино Корнійвно! Чи вже ж вам од Бога не гріх? Чи вже ж ви мені й досі не ймете віри? Але ж ваша дочка Оленка <...> тож краса на ввесь Київ!*** (І. Нечуй-Левицький).

Для посилення впливу на співрозмовника маніпулятор аргументує заперечення говоріння неправди. Зазвичай висловлювання-аргументема займає постпозицію щодо висловлювання-заперечення брехні чи лестоців, наприклад: (Естерхазі-Кульчинський пропонує співпрацю Слепньову, який зміг викрити його злочини) ***"У мене немає потреби лестити вам, пане Слепньов, – [сказав***

*Естерхазі-Кульчинський.] – **Я надто добре вас вивчив**" (В. Лис) – пор.: "У мене немає потреби лестити вам, пане Слепньов, оскільки я надто добре вас вивчив".*

Заперечення компліментоговоріння в маніпулятивному дискурсі відбувається за допомогою лексико-граматичних структур *Без перебільшень; Для чого нам казати компліменти один одному?; На компліменти я не мастак; Це не комплімент; Це не (просто) красиві слова; Я на компліменти не щедрий; Я не вмю казати компліменти; Я не вмю вам цього сказати; Я не говорю компліментів; Я не перебільшую* і т. д., наприклад: (сільський учитель запопадає прихильності доньки священика) [*Почав розмову від того, чи Зоня по вакаціях поїде до семінарії.*]

– *Се залежить, певно, від того, чи не приїде хтось до Залісся. Нічого в тім не було би дивного. Ви гарна панна.*

– *Ага, гарна!* – [відповіла Зоня, але ласкавіше глянула на Дороша.]

– *Ви знаєте, що **я на компліменти не щедрий**. Кажу правду* (О. Маковей); (чоловік хоче гармонізувати стосунки з коханкою) "*Ти мені зараз дуже-дуже подобаєшся*, – [сказав голосно, не боячись, що шофер почує.] – **Я не люблю красивих слів**, але ти розумієш <...>" (В. Дрозд). Заперечуючи здійснення акту компліменту, мовець ідентифікує свої мовленнєві дії в плані комунікативних намірів.

Запобігання закидам у нещирості, страхування себе від можливої комунікативної невдачі за допомогою демонстрації обізнаності з межами застосування використовуваної тактики на мовному рівні виявляється у вигляді препозитивних компонентів, що пояснюють наміри мовця, на зразок *Ви можете не вірити мені; Дозволяю собі сказати вам, що ...; Може, це нескромно з мого боку; Не знаю, як відреагуєш; Смію сказати; Це може скидатись на брехню; Я не хочу здатися нескромним; Як хочете* і т. д., наприклад: (лікар умовляє капітана врятувати жінок-полонянок) *Мушу признатися. **Не знаю, як відреагуєш**. Коли відправили з медсестрою на Родос пораненого, зрозумів, що людське не вигоріло у вас. Радий, що хоч одну жінку вирвав із багновища. На підході до берега допоможи вибратися з корабля*

(Б. Хижняк); (учитель Печариця мріє стати зятем адвоката) [*ПЕЧАРИЦЯ.*] *Да-да! Я вас так люблю, почитаю, смію сказати, как свого родителя <...> і вдруг!* (М. Старицький); (ревізор, який приїхав із Харкова, хоче справити позитивне враження на жінку з провінції) *Як хочете, а я вас усе-таки вважаю за ідеальну жінку. Такі жінки залишились тільки на провінції* (М. Хвильовий) – пор.: "Як хочете, можете мені не вірити".

Передачу своїх чи узагальненої особи "зорових" відчуттів, що часто маркують розуміння, мовець-маніпулятор здійснює за допомогою конструкцій, побудованих за схемами "(Я) бачу / виджу (розм.), що + [позитивна оцінка співрозмовника]"; "(Я) бачу по очах, що + [позитивна оцінка співрозмовника]"; "А ви + [позитивна оцінка співрозмовника]", "Як бачу, (одразу / зараз) видно, що + [позитивна оцінка співрозмовника]", наприклад: (затримана шпигунка, яка хоче, щоб її відпустили, спокушує свого конвоїра) "Та я ж нічого тебе й не питаю, – [слова не давала сказати молодиця.] – Бачу ж: стоящий козарлюга. З таким не гріх би й у тіснішому місці зустрітись <...>" (І. Головченко, О. Мусієнко); (дівчина просить слідчого зняти звинувачення з її хлопця, підозрюваного в убивстві) *Та не вдавайте з себе залізного Фелікса ... я ж бачу по очах, що ви не такий* (О. Медведєв); (староста прагне схилити запорозького гетьмана до союзу з поляками) [*Староста черкаський поморщився від такого надто одвертого вислову, але з удаваним захопленням відповів:*] "О, зараз видно, що пан гетьман є людина доброго розуму! Бо ж інші політики плутають на рівному" (З. Тулуб).

Спосіб запевняння співрозмовника в щирості шляхом апелювання до його досвіду, зорових відчуттів, знань, активізації розумової діяльності адресата репрезентують такі мовні засоби: *бач, бачите, бачиш (сам), розумієте (самі), сам знаєш; Ви ж розумієте; Ви ж самі знаєте; Та ви, мабуть, це і самі відчули / зрозуміли, побачили; Хіба ви цього не знаєте?; Хіба вам ніхто цього не казав?* і под. Стимулювання розумової активності співрозмовника здійснюється за допомогою таких спонукальних форм дієслів, як *дивіться / подумайте, поміркуйте (самі)*, наприклад: (викладача історії вербують працювати на КДБ)

У мене до вас є дуже важлива пропозиція. **Розумієте самі, ви вже знаєте досить багато і є втаємниченими у надзвичайно важливі і небезпечні справи** (Д. Білий); (Гострохвостий хоче заспокоїти матір дівчини, якій крутить голову) [**ГОСТРОХВОСТИЙ.**] ... Я ходжу до Рябка так, як ходять знакомі до знайомих, а женитись не женюсь. Горнино Корнійвно! **Чи можна ж рівняти Оленку до Євфросини? Подумайте самі** (І. Нечуй-Левицький).

Позиціонування себе як людини, що не володіє мистецтвом говорити компліменти, у маніпулятивному дискурсі відбувається за допомогою лексико-граматичних структур **Вибачте за відвертість; Вибачте, я не вмію говорити компліментів; Даруйте, тепер я маю право це сказати; Смію сказати** і под., наприклад: (чорний лицар хоче через жінку чинити тиск на Президента) **А я пропоную тост: за успіх в державних справах вашого чоловіка! Він несе на собі неймовірний тягар. І разом з ним несе його ви, вродлива, інтелігентна жінка, мати прекрасних дітей, душевний нерв родини. Даруйте, що я дозволив собі такі поетичні слова. Ви істинно достойна половина Президента України!** (Ю. Бедзик); (пан Завадка гармонізує стосунки з Ольгою) ... **А між іншим, я так по-простому, по щирості, – вам не личить ні маска богині помсти, ні іронії <...> Ви ж така жіночна по своїй природі, пробачте, якщо заліз не в свій город <...>** (І. Вільде).

Опосередковано запевняння в щирості здійснюється маніпулятором шляхом апелювання до власного чи чужого досвіду, що може виражатися в прямий спосіб (**бачив, бачив на власні очі / сам, наскільки я знаю / мені відомо, не глухий, не сліпий, чув своїми вухами, сам / особисто переконався** і под.) та непрямо – за допомогою риторично-питальних конструкцій на зразок **Хіба я не бачу?; Хіба я сліпий?**

Досвід, на який посилається мовець, часто є його досвідом спілкування зі співрозмовником, посилення на нього має вигляд повідомлення про тривалість знайомства, дружби або співпраці з адресатом (**Я знаю вас давно / не перший день, не один день, змалечку; Ми давно знайомі; Ми працюємо двадцять років в одній установі та ін.**). Апелювання до досвіду може вербалізуватися у формі

метатекстових вставок, наприклад: (староста вмовляє вчительку працювати на окупантів) "... ***Ваш милий, – [при цьому слові староста підморгнув дівчині,] він теж українець, і не простий собі, правда? Не мужик якийсь, а вчений – Київський університет не кожному дано кінчати, історію України, – я, панно, говорив з ним, – на зубок знає; і от – правильно зорієнтувався хлопець, відкинув усілякі там інтелігентські вагання, на білому конику так виграє перед німцями***" (Д. Бедзик).

Опосередковано щирість мовця засвідчують прохання подивитися на себе в дзеркало, спитати в інших, що постають аргументом на користь об'єктивності повідомлюваного, наприклад: (пан залицяється до наймички) ***Подивись-бо на себе, яка ти гарна!*** (І. Нечуй-Левицький). Таку ж функцію виконують і посилення на сферу ірреального (відчуття, інтуїцію, сни і т. д.). На мовному рівні це виражається за допомогою безособових речень із лексемами *видалося, здалося, привиділося*; лексико-граматичними структурами на зразок *Ангел нашепотів; Відчуваю, що ...; Мушу (вам / тобі) засвідчити / зізнатися, похвалити, признатися, сказати; Не можу не визнати / не сказати, не похвалити; Серце підказало; Щось у середині тьохнуло*, наприклад: (пан Прушинський із метою гармонізації стосунків обманює тіток свого друга, які зіпсували їм вечір своїм невчасним візитом) ***Мені неначе янгол з неба говорив сьогодні цілий ранок: "Запрягай коні, Прушинський! Запрягай коні та їдь у Журавку". От я взяв та й приїхав. І не помилюся*** (І. Нечуй-Левицький); (лікар хоче налагодити дружні стосунки з пацієнтом-медиком) *Тільки от боюсь – чи знайдемо ми спільну мову?* ***Відчуваю, ви не дилетант у медицині*** (В. Гаман); (дідич Заборовський просить сина священника розважити його доньку, яка сумує після смерті матері) *Можже, навіть, нині? Прошу дуже!* ***Мушу вам признатися, що ви мені подобалися своєю одвертістю. Гостро, гостро відповідаєте, ну, але то добре*** (О. Маковей).

Непрямо щирість співрозмовника можуть засвідчувати також метатекстові структури на зразок *коли хочеш (знати)*, наприклад: (ксьондз агітує Крайнюка співпрацювати з ним) ***Мені потрібен для замисленої проти***

Калашника операції абсолютно відданий і, коли хочете, мудрий помічник. Я можу на вас розраховувати? (І. Головченко, О. Мусієнко);

(хлопець хоче сподобатися дівчині-американці)

– *Так, є на світі речі, до яких я ставлюся дуже серйозно. А от ти поводишся зі мною, як з малою дитиною.*

– *Бо для мене ти і є мала дитина, – [підтвердив Лука.] – Чарівна, хороша, добра. І, коли хочеш знати, я тебе дуже люблю* (В. Собко).

Непрямо щирість передають послання мовця на свої попередні висловлення позитивної інформації на адресу співрозмовника: "Я не один раз (вже) говорив вам, що ви + [позитивна оцінка / вираження позитивного ставлення до співрозмовника]" → "Я послідовний" → "Я не обманюю", наприклад: (імператор прагне увійти в довіру сенаторів, щоб потім послабити їхню владу) "Я не раз казав і ще повторю, отці-сенатори, – [звернувся він якось до всього зібрання,] – *що добрий і благодійний правитель, зобов'язаний вам повнотою влади, мусить бути завжди слугою сенату, а часом і всьому народу чи й окремим громадянам*" (В. Чемерис).

Із такою ж функцією мовець посилається на очевидне чи загальновідоме (Всім відомо, що ...; Всі знають, що ...; Не потребує доказу факт ...; Правду кажуть, що ...; Це очевидно і т. д.), наприклад: (бізнесмен хоче використати для реалізації своїх планів дівчину-підлітка)

– *Яка точність! Ви, мабуть, справжній знавець жінок!*

– *Скоріше, справжній шанувальник. І мушу зізнатися: я захопився вами. У вас зовнішність королеви. Правду кажуть, що кров вирішує все, Маргарито Миколаївно* (Л. Баграт);

(постоялець гармонізує стосунки з власницею пансіонату)

– *Синьйор перехвалює мене, – [скромно потупилася господиня.]*

– *О-о, перехвалити жінку – то річ неможлива! – [вигукнув поляк]* (П. Загребельний).

3. Прийом "ховання" за МИ. Суть цього прийому полягає в тому, що мовець викладає інформацію від першої особи множини, уживає займенник "ми"

замість "я". Це робить компліментарне висловлювання чи висловлювання, яке виражає позитивне ставлення до співрозмовника, переконливішим ("Так вважаю не тільки я", "Я уособлюю колектив / групу") і деякою мірою позбавляє мовця від особистої відповідальності за повідомлюване, наприклад: (директор заводу не хоче, щоб головний інженер утручався в хід розслідування злочину) *"Василю Васильовичу, – [перепинив він (директор. – І. Ш.) Тищенко.] – Ми знаємо <...> ну, твою чесність і твою звичку брати все на себе. Але тут <...> ти забуваєш, яка це ноша ... Чужа ноша"* (Ю. Мушкетик); (начальник надихає підлеглого на виконання завдання) *Тоді б я не підняв цього келиха. Так, так, у нас, старих вовків, що проїли зуби на своїй справі, є чуття. Ви здатні впоратись і впораєтесь з дорученою вам місією* (Ю. Дольд-Михайлик).

Уживання замість дієслова у формі першої особи однини форми множини (із заміщеною чи незаміщеною позицією займенника "ми") дає змогу мовцеві підкреслити важливість своєї персони, показати свою орієнтацію на колективні цінності та самоствердитись у прагненні підняти свій авторитет. Поєднання "ми" із займенником "усі", узагальнюючи, водночас надає висловлюванню категоричності, посилює тотальність того, що відбувається, наприклад: (учні, які образили вчительку, прагнуть гармонізувати стосунки з нею) *Ми вас усі дуже любимо, Анжеліко Михайлівно* (А. Дімаров).

4. Прийом "непряме номінування співрозмовника в його присутності".

Непряме номінування адресата дає змогу мовцю збільшити дистанцію між собою та співрозмовником (на користь вивищення останнього) і надати оцінці більшої об'єктивності, наприклад: (козацький полковник хоче використати у своїх інтересах полоненого турецького доводця) *Найхоробріший з найхоробріших надзвичайно добре грає в шахи. Отож він дуже добре розуміє, де програш, де виграш, а де нічия. Чи не здається наймудрішому, що на нашій великій шахівниці розіграно партію, найімовірніший варіант якої – нічия?* (С. Тельнюк); (Чаплинський залицяється до чужої жінки)

[МАРИНА.] *Та що ви брешете? Хіба в дворі мало молодниць?*

[ЧАПЛИНСЬКИЙ.] *Та коли ж меж ними нема Марини Івановни <...>*
(І. Карпенко-Карий).

Застосовуючи цей прийом, у ролі непрямих номінацій адресата мовець-маніпулятор використовує: а) власні імена (ім'я, ім'я та по батькові, найчастіше – ім'я співрозмовника, поєднуване з іменником на позначення ustalених у суспільстві назв (*пані, пане*)); б) етикетні номінації (*вацьпан, вашмоць, пан, пани, пані*); в) іменники на позначення людської постаті (*людина, люди*); г) іменники на позначення соціальних ролей (*гість, господар, декламаторка, дружина, чоловік* та ін.); д) іменники на позначення статі адресата (*дівчина, жінка, молодиця, чоловік, юнак* і т. д.); е) імена родинності (*батько, мамця* і под.); ж) імена дружності (*друг, подруга* і т. п.); и) іменники на позначення роду діяльності, посади, статусу (*бійці, ватажок, гетьман, завідувач, коронний регіментар, начальство, поет* і т. д.); к) іменники чи субстантивовані частини мови, що дають позитивну оцінку адресатові або передають прихильність до нього (*добродійник, достойний, переможець, знаменитість, куріпочка-перепілочка, найхоробріший, паляничка, рицар, страж, теличка, царівна* і т. п.), а також перифрастичні звороти, наприклад: (мандрівник просить господаря постоялого двору надати йому притулок) ***Чи не надасть володар цього затишного куточка притулок мені, двом моїм жінкам і рабові?*** (В. Савченко); (шинкар запобігає перед багатими клієнтами) ***Золоті гостоньки! Срібне товариство хоче пити? Золоте товариство хоче їсти?*** (В. Босович).

Непрямі номінації співрозмовника в його присутності зазвичай супроводжуються присвійними займенниками *наш, мій*, іменем та / чи по батькові, рідше – прізвищем адресата й атрибутивними поширювачами, що передають позитивну оцінку співрозмовника чи маркують симпатію до нього або мають форму складнопідрядного речення з підрядним означальним (*Людина, яка ... ; Подруга, котрій я вірю, що не видасть таємниці* та ін.).

У ролі непрямі номінації в маніпулятивному дискурсі позитиву функціонує й означальний займенник *такий (така, такі)*, що може переходити

в емоційно-експресивну частку й уживатися при незаміщеній іменниковій позиції, а також супроводжувати номінації за віком, статтю (*дівчина, жіночка, молодиця, мужчина, панна, парубок, хлопець, чоловік* і под.), номінації, що виражають ставлення мовця до співрозмовника (*паляничка, телечка* і т. д.), дають йому позитивну оцінку (*красень, красуня* та ін.), рідше – номінації за видом діяльності, статусом, соціальною роллю адресата (*воїн, отаман, хазяїн, учитель* і т. п.), які можуть містити атрибутивний поширювач (*вродливий, гарний, файний* (діал.) та ін.), наприклад: (чоловік прагне помиритися зі своєю дружиною) *"Не кидай мене, – [благав він, цілючи мої ноги й черевики.] – Пропаду без тебе, ніде такої не знайду <...>"* (Г. Черінь); (шинкар запобігає перед багатими клієнтами) *Золотий Ставр нині багатий. Ой багатий! Такий відважний вой! Такий діамантовий!* (В. Босович).

Навіть за відсутності атрибутивних поширювачів і номінацій, що дають позитивну оцінку співрозмовникові чи виражають прихильність мовця до нього, займенник *така* (*такий, такі*) імпліцитно передає позитивну оцінку, наприклад: (Мина залицяється до Василю)

– *А якби я почастував тебе наливкою, чи випила б з моїх рук?* – [спитав Мина.]

– *Не знаю, може б і випила,* – [сказала Василю.]

– *Для такої молодиці не шкода й заходу* (І. Нечуй-Левицький).

5. Прийом підкреслення унікальності адресата. Мовними засобами реалізації цього прийому тактики підвищення значимості співрозмовника постають:

1) слова із семантикою одиничності, унікальності, неповторності – квантори винятковості й універсалізації:

а) частки *власне, лиш, лише, лишень, саме, тільки;*

б) прислівники *виключно, винятково, особисто;*

в) прикметники *вибраний, винятковий, єдиний, незвичайний, непересічний, останній, рідкісний, унікальний* і т. д.;

г) займенники *весь, сам* і числівник *один*. При особових займенниках ці слова не є самостійними. Вони виконують уточнювальну функцію, наближаються

- до службового слова – підсилювальної частки зі значенням "дійсно", "само", "самотійно", "єдиний" [180];
- 2) прикметники на позначення позитивної оцінки у формі вищого і найвищого ступенів порівняння (*найвищий, найкращий, найприйнятніший* і под.) та їх розмовний відповідник *самий / самий-самий*;
- 3) реченнєві одиниці із словосполученням *ніхто інший*, зворотами *ніхто, крім вас, ні на кого покластися (крім вас), (ви) як ніхто* і т. д., наприклад: (княжна просить митця намалювати церкву, у якій поховано її батька) *"Зробіть це, зробіть, – [заговорила гаряче.] – **В пам'ять людини, яку ви вміли, як ніхто, шанувати!**"* (В. Дарда); (хлопець хоче, щоб дівчина особисто передала його лист)
- *Передам, – [коротко сказала Ненсі.]*
- *Наперед дякую. **Крім вас, ніхто мені цього не зробив би*** (Г. Черінь); (Сашко хоче, щоб дідусь скоріше виконав свою обіцянку – купив йому велосипед)
- *Обіцяв, що куплю, аякже, – [говорить він (дідусь. – І. Ш.), пишаючись.]*
- *Ти у мене, дідусю, **самий-самий**, – [підливає Сашко масла]* (О. Жовна);
- 4) протиставлення "ти / ви – інший / інші" (*загал, кожен дурень, кожний охочий, (звичайні) люди, обивателі, сіра маса, хтось* і т. д.), що на мовному рівні репрезентується конструкціями зі сполучниками *а, однак, однак, проте*, антонімами (здебільшого контекстуальними), вираженими іменниками, прикметниками, займенниками, наприклад: (хлопця втягують у секту) ***Ми дамо тобі знання, які мало хто має зі звичайних людей. Ти будеш найвищим з усіх найкращих*** (О. Ільченко); (начальник мотивує підлеглого на виконання роботи) ***Перед кимось іншим я не став би викладати своїх козирів, але перед вами*** <...>. *Вам я можу довірити таємницю, що маю зброю, яка допоможе позбавити нас од найдалшого тутешнього лиха* (І. Головченко, О. Мусієнко);
- 5) лексико-граматичні структури на зразок *Таких (як ти) мало / небагато, одиниці, можна перерахувати на пальцях*, наприклад: (Микола не хоче

образити відмовою Олексія) *"Ні в якому разі, – [заперечив Микола,] – я б і тобі про це не говорив, але одному такі речі справді не під силу,] та і людина ти надійна в цих питаннях, бо не тільки заради збагачення стараєшся, а таких мало"* (А. Сивирин); (телеведучому відмовляють у співпраці) *Ти дуже талановитий. У тебе надзвичайно потужна харизма. Таких на українському телебаченні можна перерахувати на пальцях однієї руки. А багато в чому ти взагалі єдиний і унікальний ... Твої програми класні. Їх одразу впізнають, вони мають своє особливе обличчя. Але ... Можливо, саме в цьому й уся проблема* (І. Бузько).

- б) риторично-питальні речення *Хто (ж ще), як не ти / ви?; Кому (ж ще), як не вам ...?; Кому ж іншому, як не тобі ...?; А кому ж ще ...? і т. д.*, наприклад: (начальник сприяє кар'єрному росту підлеглого, щоб пізніше використати його у своїх інтересах) ... *Обіцяю, що свою тасмницю я розкрию перед вами в день, коли ви отримаєте призначення на посаду поліцейфюрера рейхскомісаріату <...> Не сумнівайтеся, це буде! Кому ж іще очолити каральні органи, як не переможцю тутешнього партизанства?* (І. Головченко, О. Мусієнко);

- 7) компліменти-"винятки", наприклад: (охоронець зацікавлений у співпраці з розвідником)

– *Ти що справді віриш чинхойцям?*

– *Я вірю тільки Аллаху <...> І ще вам* (В. Шкляр);

- 8) компліменти-"ультиматуми", наприклад: (цирульник хоче вигідно одружитися) *[ГОСТРОХВОСТИЙ.] Ви мене не розумієте, Євфросино Сидоровно! Я не хотів би іншої жінки, окрім вас. Ви – й більше ніхто! Або ви, або ніхто!* (І. Нечуй-Левицький).

6. Прийом узагальнення / плюралізації. Суть цього прийому полягає у вираженні позитивного ставлення чи позитивної оцінки співрозмовника непрямо – за допомогою узагальнених висловлювань на зразок *Ділових людей я поважаю; Вродливі жінки повинні народжувати дітей.* Узагальнення, що в певний спосіб дистанціє співрозмовників, водночас сигналізує про

об'єктивність позитивної оцінки, а також засвідчує прагнення мовця бути щирим, наприклад: (дівчина хоче сподобатися хлопцеві, який прийшов на побачення вчасно) *Дуже люблю точних людей і тих, що не забувають своїх обіцянок* (В. Собко) – пор.: "Ви – точна людина, що не забуває своїх обіцянок"; (начальник відділу запрошує на роботу фахівця) *Чи не пішли б до мене? В канцелярії дуже потрібні люди, які знають справу, одне слово, тямущі люди потрібні* (Б. Левін) – пор.: "Ви – людина, яка знає справу, тямуща"; (науковець пропонує співпрацю завідувачу відділення Ботанічного саду)

– ... Я лише завідувач відділення, але я, – щоб ви знали, – цілком "за" <...>.

– Дорогий Іване Антоновичу! – [підхопився Горностай із крісла.] – *Та в будь-якому ділі для початку досить одного ентузіаста! Про що тут говорити!*

(В. Гаман) – пор.: "Ви – ентузіаст".

7. Прийом посилення / послаблення категоричності висловлення. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника функціонують висловлювання з високою та низькою категоричністю.

Зниження категоричності (хеджинг [149]) свідчить про небажання мовця тиснути на співрозмовника. Цей прийом демонструє невпевненість мовця, суб'єктивність висловленої ним думки, маркує сумніви, передає припущення. До того ж висловлювання з низькою категоричністю дають змогу мовцеві створити імідж людини, яка готова йти на компроміси, отже зважає на чужу думку.

Низьку категоричність повідомлюваного в маніпулятивному дискурсі позитиву забезпечують недомовки, вигуки з недомовками (*e* <...>, *зм* <...>, *ну* <...>, *а* <...> і под.), порівняльні конструкції зі сполучниками подібності, ірреальності, непевності, сумніву, припущення (*мов*, *мовби*, *мовбито*, *немов*, *немовби*, *немовбито*, *наче*, *начеб*, *начебто*, *ніби*, *нібито*, *буцім*, *буцімто* [99, с. 26]), дієсловами зі значенням невпевненого відчуття, сприйняття, удавання (*видається*, *вчувалося*, *здавалося*, *здається*, *почулося*, *причулося*, *увижається*, *увижалося*, *чується* та ін.), лексемами *ймовірно*, *либонь*, *можливо*, *напевне*, *певно*, *по-моєму* і т. д., лексико-граматичні структури *Мені здається, що ...*; *Можже бути, що ...*; *Наскільки мені відомо, ...*; *Наскільки я знаю, ...*; *У мене*

склалося враження, що ...; Це моя особиста думка; Чи не здається вам, що ...; Я думаю (гадаю), що ...; Як на мене, ... і т. п. У такий спосіб мовець певною мірою знижує безапеляційність оцінки, підкреслює її суб'єктивність та індивідуальний характер, наприклад: (сотник просить хлопця-наймита, який мав досвід служби в панів, допомогти навести порядок у хаті перед приходом поважного гостя) *Допоможи, любий хлопчику, моїй старій якнайкраще прибрати нашу хату. Ніколи нам за роботою налагодити по-панському своє життя, але зараз у нас такий вельможний гість, як пан гетьман ... **Ти там серед панів крутився, певно, до всього придивився, так ти вже той <...>*** (З. Тулуб); (працівник КДБ хоче залучити до роботи працівника вишу) *А ви справжній герой, Павле Сергійовичу, романтик. Сподіваюся, що ви вже зрозуміли, що потрапили в історію, змісту якої ви не розумієте, але подальший розвиток якої загрожує вам фатальними неприємностями. **Але ви людина, наскільки я знаю, досить розумна, щоб оцінити ситуацію й обрати правильну стратегію відносно своїх подальших дій*** (Д. Білий).

Висловлювання з низькою категоричністю в маніпулятивних контекстах позитиву можуть трактуватись як вияв щирості. Нерідко їх застосовують вищі за статусом / посадою мовці щодо нижчого за цими характеристиками співрозмовника, наприклад: (журналіст хоче вмовити Петлюру не карати на смерть полонених) *Ні, пане Головний Отамане, усіх або <...> **Симоне Васильовичу, я так багато чував про вас, ви знаєте, від кого <...> У мене склалося враження, що ви – милосердна людина <...> Як же ви можете?*** (М. Рябий); [Найприємніший комплімент для дружини директора звучав приблизно так:] *"Ой, Віро Петрівно, Ви знаєте, **мені здається, що останнім часом ви добряче схудли**". [До того безвідмовного засобу завжди вдавалися колеги, коли хотіли з тих чи інших міркувань здобути прихильність подружжя Перебзяків]* (Д. Кешеля).

Вставні структури на зразок *можна сказати, так би мовити*, що знижують категоричність, часто супроводжують перебільшену позитивну оцінку, наприклад: (сусід просить знайти роботу для свого приятеля) *Та, може,*

й знайдете якусь: ви ж, Амбросію Пилиповичу, господар всієї лісової займаницини – аж чотирьох тисяч десятин лісу. **Лісовий цар, можна сказати** (М. Стельмах). Типовою є реалізація цього прийому у вигляді етикетних слів і словосполучень (*перепрошую, прошу, смію сказати, якщо бажаєте, якщо воля ваша, якщо дозволите* і т. д.), наприклад: (підлеглий хоче, щоб директор посприяв йому в отриманні квартири) **"Георгію Васильовичу, я хотів з вами порадитися,** – [голос мій тоншав, і сам я ніби втрачав у зрості.] – **Якщо дозволите. Ви мені зараз як батько <...>"** (В. Дрозд).

Висловлювання з такими форматорами зниження категоричності, як *"Я думаю / гадаю, сподіваюсь, припускаю, очікую"* [344, с. 8; 54, с. 107], акцентують увагу на суб'єктивності висловлюваного або самотійності думки мовця, наприклад: (гетьман прагне заручитися підтримкою полковників у наступних боях) ... У Меджибожі й Сатанові вже стоять наші залози. Лянцкоронський ледве втік з недобитками до Збаражжа. **Гадаю, що за вами теж діло не стане** (Т. Микитин).

Небажаної категоричності дають змогу уникнути приблизні чи нереальні номінації співрозмовника, а також оцінки із заперечним негативним індексом, наприклад: (гостя-журналістка хоче гармонізувати стосунки з науковим співробітником, із яким планує співпрацювати) **Чи не змогли б ви, Євдокимовичу, показати нам щось цікаве у своєму господарстві? Ви, бачу, хазяїн непоганий** (В. Гаман) – пор.: "Ви, бачу, хазяїн хороший".

Посилення категоричності висловлюваного відбувається шляхом нав'язування реципієнту позиції ініціатора, переконаного в єдиноможливості сказаного. Висловлювання з високою категоричністю свідчать про переконаність адресанта у своїй правоті. За допомогою них мовець-маніпулятор знімає підозри в нещирості чи уведенні в оману, що можуть виникати в адресата. Висока категоричність забезпечується мовними формулами на зразок *Так знайте, що ...; Пам'ятайте, ...; Хочу, щоб ви знали ...; Я не (один) раз казав (і ще повторю) ...; Я так вважаю; Я так сказав; Я збагнув (одне); Говорю / кажу (ж) вам!*, повторами, риторично-питальними структурами на зразок *Чи / хіба ви*

не зрозуміли?, перформативами *повторюю, кажу, підкреслюю, запевняю + ще раз / не один раз, укотре; Хочу / волю зауважити; Мушу / повинен засвідчити / сказати, нагадати*, імперативами *прошу пам'ятати, майте на увазі* та ін.

Конфліктогенність згаданих мовних засобів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу нейтралізується, оскільки адресант повідомляє інформацію, приємну адресатові, наприклад: (академіст хоче свататися до сільської дівчини) ***Чи вже ж пак ви не розумієте, що я вас люблю, а коли ви мене любите, то я ладен хоч і сьогодні до вас старостів слати*** (І. Нечуй-Левицький); (слідчий збирає інформацію в підозрюваного) ***Мушу сказати (і про це вам вже було говорено, пригадайте), що ви з вашими здібностями, з вашою енергією й знаннями могли би бути потрібні країні*** (І. Багрянний); (начальник переконує підлеглого погодитися на виконання роботи, що не входить до його посадових обов'язків) ***Ви звершили таку справу <...> Я оце ознайомився з "Підсумками року" і повинен сказати: захоплений принциповістю, просто-таки державною постановкою проблем, широтою мислення і глибиною аналізу фактів*** (І. Головченко, О. Мусієнко).

8. Діалогізація мовлення адресанта. Цей прийом знаходить вираження у вигляді пролептичних конструкцій. У маніпулятивних контекстах комплімент-відповідь займає постпозицію щодо питання, питання-перепитування чи риторично-питального речення, наприклад: (Маюфес, підбиваючи Пузиря на обладку, хоче виторгувати для себе більший відсоток) ***[МАЮФЕС.] А кому ж повірить: тільки таким хазяїнам, як ви!*** (І. Карпенко-Карий); (пан Завадка намагається покращити стосунки з панною Ольгою) ***От ви, молода, здорова, гарна, – я вважаю, що дуже гарна, дуже жіночна, – хіба вас не можна любити? Та задля вас можна голову стратити, а не то просто любити!*** (І. Вільде).

9. Використання жартів і мовної гри. Одним із способів створення позитивної тональності спілкування під час реалізації маніпулятивної стратегії позитиву є зменшення дистанції між комунікантами шляхом уживання мовцем жартів. Гумор робить мовлення виразнішим, таким, що запам'ятовується, має

більшу переконливу силу. Дехто з науковців вважає його характерною національною рисою українців [307, с. 73, 81; 187, с. 129]. Жарти інтимізують спілкування, надають йому невимушеності, 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.***

– *Ну, раз ти це чув, то довго житимеш, бо мусиш цю байку про мене й про бичка розповісти своїм внукам* (Б. Харчук); (кавалеристи залицяються до Юстини) ***Здорова, чорнобрива! Чия така на сонці зуби грієш?*** (А. Іщук).

Для ситуацій флірту характерні образні експресиви-жарти. У їх основі часто лежать метафори, наприклад: (чоловік прагне увійти в довіру дівчини, щоб використати її для реалізації своїх планів)

– ***А ви – незвичайна дівчина. Цікаво, скільки чоловіків уже заплуталося у ваших косах?***

[*Я знизала плечима:*]

– *Не знаю, ніколи не рахувала. Я просто вичісую їх кожен вечір. Гребінцем* (Л. Баграт);

(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. Мовна гра дає змогу мовцеві продемонструвати свою оригінальність, почуття гумору і відповідно – розумові здібності, що, у свою чергу, сприяє посиленню впливу на адресата.

Одним з атрибутів мовної гри в досліджуваних контекстах є римована форма експресивів або висловлювань, що їх супроводжують, наприклад: (Карпо хоче сватати Мотрю) [*Карпо спинився під вербою на греблі. Мотря і собі*

стала.] *"Я не гордий, я не пишний і гордо не несуся. Я тебе, Мотре, щиро люблю і з тебе не сміюся"* (І. Нечуй-Левицький); (Василь, якому набридла коханка, залицяється до Галі) *Здрастуй, Галю! Я як зачув твою пісню, так зараз косу в росу та сюди* (М. Старицький); (священик просить прихожанок напярсти для нього прядива) ... *А ви, жіночки, божі бджілочки, працюйте для неба, працюйте й для того, що на цім 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, – амінь* (І. Нечуй-Левицький).

Застосовуючи описані прийоми в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, мовець робить позитивну оцінку та вираження прихильності до співрозмовника інтенсивнішими, оптимізує впливову функцію експресивів.

3.3.3 Аргументація в тактиці підвищення значимості співрозмовника

Аргументація є складним за суттю різновидом психічної та мовленнєвої діяльності [390], спрямованим на переконання адресата в істинності висунутої гіпотези, її прийняття ним, згоду [341, с. 328]; сукупністю форм та засобів апелювання комунікантів до різних категорій цінностей (емоційних, пізнавальних, етичних тощо) для переконання шляхом формування нового знання на основі вже відомих положень [323, с. 163]. Тому аргументацію розглядають як засіб здійснення мовленнєвого впливу [112; 82, с. 654; 117; 261, 2002], "головною метою якого є каузація дій або ментального стану адресата, бажаних для аргументатора" [41, с. 21].

В основі аргументативного ініціативного висловлювання лежить спроба переконати адресата в тому, що виконання спонукальної дії входить до кола його інтересів [294, с. 33]. Такий мовленнєвий акт відображають когнітивні схеми "X хоче, щоб Y думав, що він повинен виконати Z, тому що для цього існують переконливі підстави" [383]; "X хоче, щоб Y зробив Z"; "Якщо Y не зробить Z, то X від цього буде погано" [231, с. 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" [294, с. 33].

До переконування в істинності повідомлюваного чи необхідності виконання відповідної дії адресант удається тоді, коли він не впевнений у тому, що адресат за якихось умов буде схильний підтримати його думку або позицію, не сумніватиметься в доцільності згоди тощо.

Будучи соціально детермінованим процесом, аргументація апелює до почуттів і розуму учасників комунікації шляхом вибору того чи іншого засобу впливу [315; 81, с. 22], тому переконування й спрямоване на емоційну й раціональну сфери свідомості адресата. Тут "сфера логічного перетинається зі сферою психологічного" [41, с. 7].

Відповідно розрізняють логічний та емоційний типи аргументації. Логічна, чи "розсудлива", аргументація передбачає звертання до вже існуючих цінностей адресата. Емоційна аргументація – аргументація, у якій цінністю постає стійка когнітивна структура, що діє за схемою "стимул – реакція" [323, с. 178].

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 [142, с. 311-313]. Містячи в собі емотивно-марковані одиниці мови, аргументативний дискурс орієнтується на психологічні характеристики адресата, його психічний стан і момент спілкування, рівень атракції та систему цінностей [42, с. 39].

Роль логічних аргументів виконують імпліцитні оцінки (шляхом вираження позитивності об'єкта зовнішньо неоцінними мовними засобами) й експліцитні оцінки дескриптивно-оцінного типу, що апелюють до розумової сфери психіки реципієнта. Експліцитні оцінки, у яких емоційно-експресивний компонент поєднується з оцінним, мають ефект емоційного зараження, й спрямовуються на емоційну сферу психіки реципієнта.

Насиченість аргументативними смислами типова для тактик маніпулятивної стратегії позитиву, особливо для тактики підвищення значимості співроз-

мовника. За допомогою аргументації мовець страхує себе від комунікативних невдач, демонструє щирість, запобігає звинуваченням у брехні.

Оцінка як один із найсильніших засобів природно-мовної аргументації має силу переконання, яка полягає в тому, що мовець стосовно оцінюваного вже приймає відповідне рішення. Оцінки-аргументи мають специфіку. Так, наприклад, оцінні твердження не припускають прямого і непрямого емпіричного підтвердження: "Оцінки не аргументуються ані безпосереднім спостереженням, наведенням фактів, ані підтвердженням логічності їх висновків ... щодо оцінок безглуздо говорити про фальсифікацію ... не можна ставити питання про принципову можливість емпіричного підтвердження й емпіричного спростування оцінок" [143, с. 151].

Аргументація в тактиці підвищення значимості співрозмовника знаходить вияв у вигляді аргументованості компліментарних висловлювань, аргументативного вживання експресивів у спонукальному дискурсі, а також аргументування компліментами певного стану речей чи ставлення мовця до співрозмовника.

3.3.3.1 Аргументованість компліментарних висловлювань

Цільове обґрунтування позитивної оцінки певного об'єкта є посиленням на те, що за допомогою нього може бути отриманий інший об'єкт, який має позитивну цінність [143, с. 163]. Головна мета аргументування компліментарних висловлювань – підкреслення об'єктивності повідомлюваного та попередження викриття маніпулятивних намірів мовця.

У картотеці зафіксовано аргументами, що супроводжують компліментарні висловлювання, у яких мовець дає узагальнену позитивну оцінку співрозмовникові, 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). Так, О. М. Вольф зауважує: "Якщо у висловлюванні не вказаний аспект (найчастіше в оцінках людей), то мотивування може містити слова, що показують, за якими аспектами дається оцінка" [77, с. 119].

У маніпулятивному дискурсі типовим є аргументування компліментів, у яких здійснюється порівняння адресата з третьою особою, наприклад: (батько заспокоює сина) *Сину мій! **Ти дужчий від нього*** (обрина. – І. Ш.). ***Ти ліпший, добріший.*** *Бо не убивцею ходиш по землі!* (Ю. Хорунжий); (студентка хоче приспати увагу куратора-викладача, зменшити свою провину) *Дорога Софіє Андріївно! Ви мені як мама! Ні, **краще за маму!*** *Мама мене лає, а ви намагаєтеся зрозуміти мою душу, не засуджуєте мене* (Л. Романчук).

Компліменти, що містять порівняння адресата з іншою особою чи об'єктом, а також ті, у яких зіставляються два різних стани адресата, аргументуються частіше, ніж компліментарні висловлювання, що передають абсолютну позитивну оцінку. Аргументування характерне також для компліментарних висловлювань, що маркують перебільшену оцінку. У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу здебільшого аргументується оцінка, вербалізована за допомогою прикметників *найкращий, святий, справжній*, наприклад: (кріпаки просять ватажка повстанців визволити їх із-під панського гніту)

– *Хто ви такі й чого вклякли переді мною, як перед святим?*

– ***Ти ж і є святий, пане отамане,*** *бо приніс нам віру і надію,* – [відказав старий сивий селянин, підстрижений під гладуна] (М. Івасюк).

Типовою для перебільшених оцінок є аргументація у вигляді деталізації, наприклад: (чоловік прагне гармонізувати стосунки зі своєю ображеною дружиною)

– *Ти на що натякаєш? Що я їсти не готую? Сина не виховую?* – [її казково-темні очі набубнявіли темними ж слізьми.]

– *Що ти? Що ти говориш, люба, серденько моє, та **ти ж найкраща господиня в місті!*** *Та таких тортів і пиріжків ніхто, навіть шеф-кухар у ресторані не вміє пекти, та таке м'ясо, як ти готуєш* <...> (Л. Романчук).

Аргументації потребують і маніпулятивно спрямовані компліменти, предметом позитивної оцінки в яких постають такі ознаки: професійна майстерність співрозмовника, його вміння, навички, розумові здібності, врода,

моральні та інші особистісні якості, що цінуються в суспільстві, наприклад: (начальник заохочує підлеглого до подальшої натхненної роботи) [*А Гриша знову мене хвалив:*] *"**Ти беручий хлопець. Я ж бачу: і не вмієш до ладу, і важко тобі, а не відступаєш. Молодчага!**"* (Д. Ткач); (керівник умовляє підлеглого погодитися на шпигунство) ... ***Ви маєте здібності до мов – от уже за три місяці навчилися вільно говорити по-російськи – і такі люди в нас на вагу золота!*** (Г. Черінь).

Комплімент зазвичай займає препозицію щодо частини-аргументами, наприклад: (запорозький гетьман переконує старця залишитися в Січі за козацького духовника) *Ні, **батьку, ми тебе за святого вважаємо. Остерегав еси нас од Босфора, – на твоє й вийшло. Обіцяв одвернути погоню, – не було й погоні. А Псалтир знаєш увесь напам'ять іще з-під дякового дубця*** (П. Куліш).

Аргументоване компліментарне висловлювання в маніпулятивних контекстах може мати вигляд:

1) складного речення, друга частина якого – аргументема, наприклад: (юнак просить хлопчика зробити йому послугу) *"Хлопчику, – [підбіг до нього юнак,] – **я бачу, ти розумний і хороший хлопчик, бо ти рано вийшов і у тебе ще є час погуляти. Може, ти пробіжишся на причал і даси кому-небудь, хто сідатиме на пароплав, цю паличку?**"* (О. Іваненко);

2) послідовності речень у тексті, пов'язаних причиново-наслідковими відношеннями, наприклад: (на розглядинах мати парубка хоче гармонізувати стосунки зі своєю майбутньою свахою) ***Та й робоча ж ваша дочка! Що за золота в вас дитина. Там так пильнує коло роботи, що й не розгинається*** (І. Нечуй-Левицький).

3.3.3.2 Аргументативне вживання 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. Типовим є використання позитивнооцінних експресивів як маніпулятивних засобів у вмовляннях, закликах, обіцянках, а також у

проханнях, пропозиціях, запрошеннях тощо.

Спонукальне значення в маніпулятивних контекстах позитиву можуть виражати питальні та риторично-питальні структури, безособові речення на зразок *Мені б таке ...*, інфінітивні речення на зразок *Не сидіти ж вам без діла*, безособово-інфінітивні реченнєві одиниці на зразок *Мені так хочеться бачити тебе* і т. д.

Застосовуючи тактику підвищення значимості співрозмовника, як аргументи до спонукальних висловлювань мовець уживає компліменти, що мають такі ознаки:

1) характеризують виконання співрозмовником певної дії або констатують факт її виконання, наприклад: (селянин-кріпак хоче домогтися від вїйта покращення умов праці) **"Ви файно говорили, пане вїйте, про Божї 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 (особистісні якості, що цінуються в суспільстві, наявність необхідного для виконання дії – умінь, знань, здібностей, досвіду, влади, авторитету, зв'язків, здоров'я, сили, бажання, можливостей, матеріальних ресурсів, знарядь праці та ін.), наприклад: (Калнишевський хоче взнати думку іконописця про священика) **Сисою, ти чесний хлопець. Скажи-но мені, що думаєш про нашого преподобного?** (Р. Іваничук); (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); (полковник надихає рядового на виконання завдання в тилу ворога) **Ти козак спритний, тож зори за всім, що діється у ворожому таборі** (Т. Микитин).

Компліментарне висловлювання, що аргументує прохання, може містити порівняння співрозмовника з мовцем, який удається до самоприниження, чи з іншими особами, оцінюваними зазвичай негативно. Такий прийом слугує посиленню впливу на адресата, наприклад: (козаки вмовляють Данила погодитися на головування) "Приймай, приймай, Даниле, – [заохотив 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).

У ролі аргументів до спонукальних структур уживаються не тільки компліменти: таку ж функцію в маніпулятивному дискурсі виконують і висловлювання, що демонструють прихильність до адресата, 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, які містять компліменти-аргументами.

Експресиви-аргументами займають як пре-, так і постпозицію щодо повідомлень спонукального характеру, наприклад: (Федір просить односельця допомогти йому) [ФЕДІР.] ***Всі люди тебе хвалять за добре серце – поможи! Бог тебе не оставить, ти ж Семенові й Дем'янові поміг!*** (І. Карпенко-Карий); (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); (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).

Підсилення впливу може забезпечувати вживання в ролі аргументу до висловлювання спонукального характеру компліментів зі складником, 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.*). Цей прийом дає змогу адресантові продемонструвати відсутність сумнівів щодо наявності в адресата позитивних рис, якостей, заслуг, наприклад: (начальник 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 фігурером ще раз*** (І. Головченко, О. Мусієнко).

Подібну функцію виконують 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, який пише вірші, хоче, щоб полонений, який розуміється на поезії, дав об'єктивну оцінку його творчості) "*Я покликав тебе сюди, полоненику, – [сказав він 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).

3.3.3.3 Компліментарні висловлювання як детермінанти певного стану речей чи ставлення мовця до співрозмовника

На думку О. М. Вольф, "в оцінках суто "емотивного" характеру, часто експресивних, де виражається лише ставлення суб'єкта оцінки до її об'єкта і нічого не повідомляється про властивості останнього, мотивування експлікують ці властивості ... Мотивування особливо часто має місце при загальнооцінних предикатах *подобатись / не подобатись*, предикатах переваги, оцінних модусах (*добре, погано, що*) і т. д., оскільки "емотивні" висловлювання під час комунікації виявляються або недостатньо вагомими, переконливими, і тоді мотивування посилюють їх ілюктивну силу (зближуючись у цьому відношенні

з інтенсифікаторами) чи, навпаки, свідчать про надмірну самовпевненість мовця, і мотивування, ніби слугуючи виправданням, знижують категоричність висловлення ..." [77, с. 120].

Маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання мовець може використовувати для пояснення певного стану речей чи своєї поведінки, що, зокрема, свідчить про його приязне ставлення до співрозмовника. Аргументованими в досліджуваних контекстах зазвичай постають дії, які маркують прихильність, та дії, що передують проханням, пропозиціям, запрошенням (*викликав вас, запропонував вашу кандидатуру, захотілось учитись, обрали вас, прийшов / мчав, летів до вас із проханням, за порадою, хочемо послухати, хочу вчитись* і т. п.), наприклад: (Аглая хоче сподобатися чоловіку) **"Ти маєш волю і ти відважний!** – [упевнено й навіть з деяким захопленням відзначила Аглая.] – Саме за це ти так скоро й сподобався мені <...> Сподобався, звичайно, як людина" (М. Хвильовий); (дівчина фліртує з хлопцем) Я, їй-бо, люблю тебе <...> Великі чіпляються, липнуть, в'язнуть, а ти малий і делікатний" (Б. Харчук).

Компліменти аргументують і непрямі висловлювання, що позначають певний стан речей чи дії мовця, які демонструють позитивне ставлення до нього, наприклад, пор.: (Маруся хоче випросити "колядне" в старого парубка, знаючи, що подобається йому) [МАРУСЯ.] А чом же тебе не згадувать? Ти щедрий. От і тепер, певно, нашого Хлопчика, Мелана, всім наділиш! (М. Старицький) – пор.: "Я тебе згадую, бо ти щедрий".

Посилення мовленнєвого впливу забезпечується компліментарним висловлюванням-аргументом у вигляді складної реченнєвої одиниці з градаційними відношеннями, що виражаються сполучниками *не тільки, але; не стільки, скільки; не лише, а й*, наприклад: (гетьман заохочує полковника до виконання роботи) *Топи, полковнику, їх чайки, лови в степах утікачів, кидай у льохи, повертай це бидло їх панам. Я призначив тебе комендантом фортеці, бо знаю, що ти не тільки хоробрий воїн, але й вірно виконуватимеш мої накази* (Т. Микитин). Градаційне значення виявляє ознаки суб'єктивно-модального

значення. Його зв'язок із комунікативною настановою (суб'єктивність "в інтересах слухача") відображається в градаційному структуруванні змісту. Градація в комунікативному аспекті – "це керування увагою слухача: мовець будує своє висловлювання в такий спосіб, щоб виділити ту його частину, яка допомагає йому адекватно висловити думку, і тим самим зосередити увагу слухача саме на цій інформативній частині" [345, с. 56].

Детермінантами певного стану речей, а також прихильності адресанта до адресата в маніпулятивному дискурсі найчастіше постають:

- а) загальна позитивна оцінка співрозмовника, наприклад: (жінка прагне змінити поведінку чоловіка) *Максимку, ти, звичайно, молодчина, я тобою пишаюся, бо ти у мене найкращий – найсильніший, найхоробріший, найвродливіший <...>* (Л. Романчук); (дівчина просить вищого за званням опікуватись її коханим) *"Я покладаюсь на тебе. – [Вона зовсім несподівано й невимушено перейшла на "ти", але це нікого не подивувало, либонь, ніхто й не помітив цього.] – Бо ти справжній мужчина, і мені хотілося б <...>"* (Р. Самбук);
- б) ділові якості (наполегливість, ініціативність, відповідальність, виконавчість, старанність, кмітливість і т. д.), професійна майстерність адресата, наприклад: (Гершко підбиває Герасима до афери)
 [ГЕРАСИМ.] *Це виходить я йому (Смоквинову. – І. Ш.) не позичу, а дам завдаток на землю і ще й процент візьму?*
 [ГЕРШКО.] *Зараз видко комерчеську голову, з вами легко діло мать* (І. Карпенко-Карий); (Олексій хоче уникнути бійки із захмелілими однокурсниками) *"Чому не поважаю, навпаки, таких, що відслужили, я поважаю особливо, бо це хлопці серйозні і навчені порядку", – [відповів Олексій, відчуваючи, що візит цей не мирний]* (А. Сивирин);
- в) розумові здібності співрозмовника, наприклад: (розвідник для збору інформації налагоджує дружні стосунки з "колегою") *Чашка міцної кави і розмова з людиною, яка може говорити про речі філософського порядку,*

- це такі рідкісні явища в Сан-Ремі! Тому я з радістю приймаю ваше запрошення. Скучив і за першим, і за другим!* (Ю. Дольд-Михайлик);
- г) моральні якості комунікативного партнера, наприклад: (Лесь просить священника відсудити землю в пана, бажаючи заробити на ній) ... *Не тягне, бачу, вас до земельки? Дивіться самі, а я вам хочу якнайкращого, бо **добрі ви, батюшко, такі, наче не батюшка*** (М. Стельмах);
- д) приваблива зовнішність і особистісні якості, що цінуються в суспільстві, наприклад: (князь прагне гармонізувати стосунки зі своєю нареченою) "*Але я щасливіший за біблійного Адама, – [засміявся він.] – Ще й через те щасливіший, що **таких красунь не було від початку світу й не буде до його кінця***" (В. Гжицький);
- е) винятковість співрозмовника, наприклад: (козацький ватажок заграє з натовпом) *Високе панство! **Ваш голос – то є голос Божий**, тому не смію перечити його волі!* (П. Наніїв); (Судислав просить воєводу прийняти його загін до війська) ***Ти один, воєводо, очолив ратників з простолюддя, ти один борешся за нього, і тому ми прийшли до тебе!*** (Ю. Опільський);
- ж) наявність в адресата необхідного для здійснення дії, наприклад: (начальник хоче, щоб підлеглий належно виконав завдання) ***Я знаю про ваші заслуги, пане Крайнюк, а тому покладаю певні надії*** (І. Головченко, О. Мусієнко); (професор намагається відвернути свого майбутнього учня від католицької віри) ... *Я чув, що ти кохаєшся в театрі. Ми теж улаштуватимемо вистави і дамо тобі гарну роль, бо **ти так добре знаєш латину*** (З. Тулуб);
- и) вік співрозмовника, наприклад: (приятелі вмовляють свого товариша піти "на діло" першим)
- *Ну, Мака, давай, – [підштовхнув мене Тихий.]*
- *Чого я?*
- ***Бо ти в нас старший*** (А. Кокотюха);
- к) тривале знайомство адресанта з адресатом, знання його характеру, заслуг, наприклад: (Матвій просить допомоги в Григорія, із яким перебуває в напружених стосунках)

– *І все ж після того, що сталося <...>. Не розумію, як ти можеш звертатися до мене по допомогу після всього?*

– *Того й звертаюся, що добре тебе знаю, – [перебив Матвій] (І. Головченко, О. Мусієнко);*

л) упевненість мовця в наявності в співрозмовника позитивних рис, віра в його можливості, сили, успіх, щасливе майбутнє і под., наприклад: (начальник доручає підлеглому виконання важливої справи)

– *Ця акція вимагає ретельної підготовки. Звичайну людину й близько не підпустять до Ставки. А ви уявляєте, як охороняють там членів Ставки чи інших керівників?*

– *Уявляю. І ми обрали вас, бо віримо, що зробите все, щоб виконати наше завдання (Р. Самбук).*

Детермінантом певного стану речей чи ставлення мовця до співрозмовника в маніпулятивному дискурсі може поставати деталізована й комплексна позитивна оцінка адресата, наприклад: (керівник умовляє нижчого за статусом працівника іншого відділу погодитися на співпрацю) *Я знаю ваші ділові якості, Фред. Вашу наполегливість, ініціативу. У процесі роботи щось винайдем. Тому-то я так і обстоював вашу кандидатуру (Ю. Дольд-Михайлик); (учителька хоче тактовно відмовитися від пропозиції свого учня – вийти за нього заміж) *Я люблю тебе, пишаюся тобою, ти – розумний, незвичайний, дуже вродливий. Але ти – мій учень, і я не можу дозволити <...>* (Л. Ковалишина).*

Комплімент найчастіше займає препозицію щодо висловлювання на позначення дії мовця, яку він аргументує, наприклад: (гауптштурмфюрер хоче доручити старості виконання завдання) *Хочу зауважити: мої люди дали вам найкращу характеристику. Тому я сподіваюся, що можу на вас в усьому покладатися. Чи не так? (І. Головченко, О. Мусієнко).*

Нечастотністю відзначаються випадки пост- та інтерпозиції компліменту відносно висловлювання на позначення дії адресанта, що прямо чи опосередковано стосується адресата, наприклад: (Владислав хоче викликати

колегу на відвертість) Для вас, пане Зайднер, я все зроблю. Ви людина сердечна, добра, і було б гріх відмовити вам! (Д. Ткач).

Загальний аналіз маніпулятивного потенціалу аргументом дає підстави для висновку про те, що аргументи, які базуються на логіці (раціональні), у досліджуваних контекстах частотніші за ті, в основі яких лежать емоції (нераціональні), незважаючи на те, що маніпулятивна стратегія позитиву реалізується здебільшого в неофіційному діловому та побутовому дискурсах – дискурсах, належних сфері спонтанної аргументації, де організація аргументації відповідає загальним комунікативним правилам. Так, відповідно до одного з них спонтанність аргументації призводить до відхилення від логіки під сильним впливом емоцій [41, с. 15].

На нашу думку, домінування раціональних аргументів можна пояснити тим, що мовець уникає тиску на співрозмовника, прагне завуалювати свої наміри, тому й дозує аргументацію, подає її раціонально й неемоційно, адже "втручання" в емоційну сферу може спричинити появу агресії – викликати "ідеальну сварку" [376, с. 4-14].

Структурування інформації в аргументованих і аргументувальних висловлюваннях, що репрезентують маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника, здійснюється переважно за допомогою загальновідомих логічних конекторів (з'єднувачів) переважно причиново-наслідкової семантики (*адже, бо, оскільки, тому, тому що* і под.).

Нумеративні конектори (*по-перше, по-друге, по-третє* і т. д.), а також конектори класифікації (наприклад: *воєнно, дипломатично, економічно, емоційно, історично, стратегічно* та ін.) у зібраному матеріалі не представлені. Частково це зумовлено тим, що в разі застосування маніпулятивної стратегії позитиву в побутовому та неформальному діловому дискурсах аргументація зазвичай не підготовлена. Нумераційні ж конектори і конектори класифікації більше притаманні планованій аргументації. До того ж здатність використовувати конектори класифікації вимагає від аргументатора аналітичного типу

мислення, ерудиції, а також високої мовної та лінгвістичної компетенції (див. про це [41, с. 9]).

Такі універсальні й основні прийоми аргументації, як повтор та протиставлення, що робить аргументацію більш наочною і дає змогу аргументаторові точніше передати свою позицію, для тактики підвищення значимості співрозмовника не характерні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Маніпулятивна стратегія позитиву є політактичною. Її основу становить тактика підвищення значимості співрозмовника, на периферії перебувають тактика солідаризації і тактика позитивної самопрезентації.

Тактика підвищення значимості співрозмовника реалізується шляхом повідомлення партнеру позитивної інформації про нього у вигляді компліменту, похвали, схвалення або вираження позитивного ставлення. Цю тактику репрезентують субтактика позитивного оцінювання та субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника.

Позитивна оцінка адресата і позитивне ставлення до нього в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву може виражатися прямо і 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 наявності у комунікативного партнера позитивних якостей, умінь, навичок, здібностей, спростування сумнівів щодо їх наявності; позиціонування адресата як прикладу для наслідування.

Непрямими способами вираження позитивної оцінки в маніпулятивних контекстах є висловлення припущення про здогадливість партнера, прохання про пораду, повідомлення інформації про запозичення ідеї в співрозмовника, доручення адресату виконання певного важливого завдання, висловлення жалю

через нехтування думкою чи порадою співрозмовника, констатування 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, співпраці, дружби з адресатом, побажання йому добра.

Непрямо своє позитивне ставлення до співрозмовника мовець-маніпулятор виражає шляхом опису свого емоційно-психічного стану, спричиненість якого приписує адресату, висловлення прохань про припинення адресатом здійснення "негативних" дій щодо нього, позитивнооцінного номінування співрозмовника або значимих для нього осіб, уживання пестливих форм звертань, виявлення інтересу до адресата, а також повідомлення інформації про моління за співрозмовника чи висловлення обіцянок молитися за нього.

Впливову функцію маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань дають змогу інтенсифікувати такі комунікативні прийоми, як "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 в співрозмовника позитивних якостей, заслуг, "подвійний комплімент".

Серед засобів посилення впливу тактики підвищення значимості співрозмовника виокремлюється прийом запевняння адресата в щирості.

Мовець-маніпулятор може засвідчувати свою щирість співрозмовнику прямо або опосередковано. Прямими способами її демонстрації є актуалізація думок / вербалізація свого внутрішнього мовлення, запевняння співрозмовника в об'єктивності передаваної інформації, спростування звинувачень у говорінні неправди, підлабузництві, заперечення акту висловлення компліменту, наявності (в себе) звички чи вміння перебільшувати, випередження закидів у введенні в оману, демонстрація своєї обізнаності з межами застосування тактики, апелювання до досвіду співрозмовника, вибачення за відвертість, патетичність, поетичність.

Непрямо запевняння в щирості відбувається шляхом апелювання до власного чи чужого досвіду, повідомлення про тривалість знайомства з адресатом, висловлення прохань подивитися на себе в дзеркало, спитати думку інших стосовно предмета похвали, посилян на сферу ірреального та на свої попередні висловлення позитивної інформації на адресу співрозмовника.

Способами інтенсифікації тактики підвищення значимості співрозмовника постають також прийоми протиставлення співрозмовника третім особам, підкреслення достовірності висловлюваного, "ховання" за МИ, непряме номінування співрозмовника в його присутності, підкреслення унікальності адресата, посилення чи послаблення категоричності висловлення, діалогізація мовлення, використання жартів і мовної гри.

Застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, із метою посилення впливу, зокрема демонстрації своєї щирості співрозмовнику, запобігання звинуваченням у підлабузництві, мовець аргументує компліментарні висловлювання, використовує компліменти як детермінанти певного стану речей чи позитивних почуттів до співрозмовника, послуговується експресивами для аргументації спонукальних висловлювань.

У маніпулятивних контекстах найчастіше аргументуються компліментарні висловлювання, у яких дається узагальнена або перебільшена позитивна оцінка співрозмовнику, адресат порівнюється з іншими особами, предметом

похвали постають професійна майстерність співрозмовника, його вміння, навички, здібності, врода, моральні та інші особистісні якості.

Аргументований маніпулятивно спрямований комплімент може мати вигляд складнопідрядного речення з підрядним причини, складної безсполучникової конструкції, реченнєвих одиниць, пов'язаних причиново-наслідковими відношеннями. Типовою є постпозиція аргументативної частини відносно компліментарного висловлювання, яке вона аргументує.

Аргументами до спонукальних висловлювань у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу постають висловлювання на позначення позитивного ставлення до співрозмовника та компліменти, що характеризують виконання ним певної дії або констатують факт її виконання, передають загальновизнаність заслуг і позитивних якостей адресата, наявність у нього необхідного для виконання дії, характеризують його особистісні якості, які цінуються в суспільстві взагалі та мовцем зокрема.

Посилення впливу на співрозмовника забезпечується вживанням мовцем у ролі аргументу до спонукальних структур компліментарних висловлювань, які мають складник зі значенням обізнаності та впевненості, а також аргументом, що вказують на досвід мовця.

Детермінантами певного стану речей і ставлення адресанта до адресата в маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника є загальна позитивна оцінка адресата, посилення на його зовнішність, професійну майстерність, розумові здібності, ділові, моральні та інші особистісні якості, що цінуються в суспільстві, винятковість, наявність необхідного для здійснення дії, тривале знайомство мовця із співрозмовником, знання його характеру, заслуг, а також упевненість у наявності в адресата позитивних рис, віра в його можливості, сили, успіх, щасливе майбутнє. Раціональні аргументи в маніпулятивних контекстах позитиву відзначаються більшою частотністю порівняно з нераціональними.

Основні результати розділу опубліковано в [412; 415; 416; 417; 418; 429; 434; 438; 414; 425].

РОЗДІЛ 4

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ Й ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ
ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ПОЗИТИВНОЇ ОЦІНКИ ТА
ПРИХИЛЬНОСТІ ДО АДРЕСАТА**

4.1 Лексико-фразеологічні особливості експресивів у маніпулятивному дискурсі

У лексиці закладено великі маніпулятивні можливості. Передумовами маніпулятивного використання слова в мовленні є:

- полісемія слова в системі мови, що спричиняє мовленнєву багатозначність або двозначність, набуття словом у певних контекстах смислу, не ідентичного значенню (семемі) слова в мовній системі;
- невираженість, імпліцитність смислу деяких слів у мовленні, унаслідок чого інформація передається через підтекст;
- наявність у слів переносного значення, що маркує такі слова як образні, непрямі засоби мови, що виражають оцінку й емоції мовця;
- нечіткість, розмитість меж поняття, що лежить в основі лексичного значення слова;
- суперечливість понять, які неадекватно відображають справжній стан речей;
- можливість навмисного спотвореного тлумачення деяких понять;
- конотативні компоненти значення слів, які містять інформацію про ціннісне, емоційне ставлення мовця до позначуваного, що дає змогу використовувати конотовані лексичні одиниці замість нейтральних слів у ситуаціях, у яких їх уживання логічно не виправдане;
- семна структура слова, реалізація семного механізму при переносному уживанні слова, переродження та видозміна сем;
- специфічність акту номінування;
- називання іменем об'єкта дійсності для введення в оману [246, с. 6].

Оскільки в маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника домінує субтактика позитивного оцінювання, оцінку можна вважати визначальною категорією, що лежить в основі маніпулятивної стратегії позитиву.

Особливістю оцінки є наявність суб'єктивного фактора, що взаємодіє з об'єктивним. Оцінне висловлювання навіть із прямо не вираженим суб'єктом оцінки передбачає ціннісне відношення між суб'єктом і об'єктом [77, с. 22]. Категорія оцінки об'єднує всі мовні засоби для категоризації й позначення розмаїття оцінних значень, мотивованих зв'язками, що виникають між мовцем і дійсністю [186, с. 305]. Але серед різних способів вираження оцінки домінують лексичні. Оцінка може виражатися експліцитно – за допомогою лексичних одиниць, що містять оцінні семи, а може будуватися на основі контексту, перед- чи післяконтексту [178; 450].

Маніпулятивний вплив як спосіб зміни поведінки людини, її ментального чи емоційно-психічного стану характеризується емоційністю й оцінністю, що пов'язані між собою і тому часто ототожнюються. Поняття емоційності двопланове: емоційний світ людини відображений за допомогою емоційно-оцінних засобів, здатних чинити вплив на почуття людини [352, с. 31].

Відношення між емоцією й оцінкою мають подвійний характер: "З одного боку, емоції нерозривно пов'язані з когнітивною оцінкою, оскільки є її результатом, з іншого боку, емоції можуть слугувати підставою для оцінки" [397, с. 40]. Оцінка ніби "вбирає" в себе відповідну емоцію, ховається в ній. До того ж параметри оцінки й емоційності збігаються: "приємне" – "добре", "неприємне" – "погане" [211, с. 45]. Оцінка й емоція можуть також комбінуватися – перетинатися, нашаровуватися одна на одну. Ступінь їх репрезентації буває різним, і супровід оцінки емоційним забарвленням не є обов'язковим. Так, у словосполученнях на зразок *гострий слух, цікава книжка, дивний чоловік* у прикметників нема емоційного забарвлення [362, с. 44-45].

Розмитість меж між емоційними й оцінними значеннями спричинила розбіжності в поглядах учених на склад оцінної лексики та її диференціацію. До числа оцінок відносять не тільки ціннісно орієнтовані концепти, але й поняття, що стоять далеко від ціннісних категорій.

Емоційно-оцінна лексика "за своїми емоційно-оцінними якостями й експресивними можливостями посідає важливе місце в системі прагматичних

(регулятивних, впливових) засобів мови, тобто тих мовних засобів, цільове призначення яких – впливати на психіку людини, її думки, почуття, волю і в результаті регулювати її соціальну та індивідуальну поведінку" [447, с. 4]. Вплив емоційної інформації на поведінку базується на "механізмі" емоційного "зараження" як вияву наслідувального рефлексу, описаного І. П. Павловим, Л. А. Орбелі та ін. [447, с. 39].

Отже, оцінна лексика – невід'ємний атрибут маніпулятивного дискурсу й тактики підвищення значимості співрозмовника зокрема.

Невирішеною протягом багатьох десятиліть лишається проблема розмежування емоційної та раціональної оцінки. Емоційне й раціональне в оцінці передбачають два різні аспекти ставлення суб'єкта до об'єкта: перший характеризує його почуття, другий – думки [77, с. 42]. Прибічники емотивних теорій [449; 349 та ін.] оцінне значення вважають вираженням емоцій суб'єкта і його ставлення до об'єкта. Емоційний аспект в оцінці вони розглядають як первинний, а раціональний – як вторинний. Н. Д. Арутюнова, О. М. Вольф, А. М. Баранов, А. Вежбицька трактують оцінні значення як властивості об'єктів, а не відношення, тому емоційну оцінку виводять із раціональної.

Оцінки за ступенем вияву в них дескриптивних властивостей мовознавці майже одностайно умовно поділяють на раціональні (об'єктивні) та емоційні (суб'єктивні). Ці типи оцінок різняться першочерговою спрямованістю: емоційні оцінки передбачають зміну стану співрозмовника, а раціональні – розраховані на згоду з висловленою думкою [77, с. 42]. Проте раціональні й емоційні оцінки не завжди можна чітко розмежувати. Наприклад, інтенсивні висловлювання щодо інтелектуальних якостей відносять до проміжного раціонально-емоційного типу оцінок.

Серед оцінних значень розрізняють загальні та часткові. Загальнооцінні значення репрезентують аксіологічний підсумок. Така оцінка виводиться за сукупністю ознак. Частковооцінні значення базуються на оцінці одного з аспектів об'єкта за певним критерієм. Ця група є більшою та різноманітнішою.

Класифікуючи частковооцінні значення, Н. Д. Арутюнова виділяє такі типи оцінок: 1) сенсорно-смакові, чи гедоністичні, оцінки (*приємний – неприємний, смачний – несмачний, привабливий – непривабливий* та ін.); 2) психологічні оцінки – оцінки, у яких зроблено крок у бік раціоналізації й осмислення мотивів оцінки. У межах психологічних оцінок виокремлюються такі: а) інтелектуальні оцінки (*цікавий – нецікавий, розумний – обмежений* і т. п.); б) емоційні (*радісний – засмучений, веселий – сумний* і под.); 3) естетичні оцінки – наслідок синтезу сенсорно-смакових і психологічних оцінок (*гарний – негарний, прекрасний – потворний* і т. п.); 4) етичні оцінки (*моральний – аморальний, добрий – злий* та ін.); 5) утилітарні оцінки (*корисний – шкідливий, сприятливий – несприятливий* і т. д.); 6) нормативні оцінки (*правильний – неправильний, нормальний – аномальний / ненормальний, стандартний – нестандартний* та ін.); 7) телеологічні оцінки (*ефективний – неефективний, доцільний – недоцільний* і под.) [14, с. 75-76].

Перераховані типи оцінок утворюють три групи: сенсорні, сублімовані та раціоналістичні оцінки. Сенсорні – оцінки, пов’язані з відчуттями, чуттєвим фізичним і психічним досвідом. До сублімованих оцінок відносять естетичні й етичні оцінки. Останні три розряди входять до групи раціоналістичних оцінок. Ці оцінки пов’язані з практичною діяльністю, реальними потребами і повсякденним досвідом людини. Їх основні критерії – фізична чи психічна користь, спрямованість на досягнення певної мети, виконання деякої функції, відповідність установленому стандарту [14, с. 76-77].

Заслуговує на увагу розгляд лексичних особливостей репрезентації оцінних значень у маніпулятивних контекстах позитиву.

4.1.1 Оцінні слова в тактиці підвищення значимості співрозмовника

Загальнооцінні слова заміщують певний спектр частковооцінних ознак, що входять до стереотипної уяви про об’єкт, пор.: *гострий – хороший ніж, дбайливий – хороший батько*. Діапазон цих ознак є досить розмитим [77, с. 64].

У маніпулятивному дискурсі позитиву загальнооцінні значення передаються лексемами *благодатний, гідний, дивовижний, достойний,*

ідеальний, непоганий, славний, хороший, чудовий і под. Найчастіше для передачі загальнооцінного позитивного значення використовується прикметник *хороший*. Загальне позитивнооцінне значення маркують також прикметники *гарний, прекрасний, файний* (діал.), що спеціалізуються на вираженні естетичних частковооцінних значень. Утрата семи "вродливий" (естетичний) згаданими лексемами здебільшого відбувається в сполученні їх з іменниками на позначення особи як утілення високих інтелектуальних здібностей і моральних якостей, її фаху, статусу, професії, а також із лексемами, що позначають результати діяльності людини, передусім інтелектуальної, наприклад: *гарна людина, гарні пророцтва, гарна книжка, прекрасний розвідник, прекрасна робота, прекрасна пропозиція, фayne питання* і т. д.

Утрата семи "вродливий" спричиняється не тільки значенням слова, якого стосується атрибутивний поширювач, але й контекстом, наприклад, пор.:

- 1) (дівчина хоче вирватися з полону, спокусивши наглядача) "*Ти хочеш мене? – [вдає з себе ледь не потішену Віруня.] – **Ти, я бачу, гарний** мужчина <...> Тільки ж у мене зв'язані руки*" (Ю. Бедзик);
- 2) (майор вербує хлопця-розвідника) "*Ти **гарний** хлопець, Юрко, – [присунувся до нього майор,] – тільки мусиш подумати. Бо завдання матимеш ризиковане і небезпечне*" (Р. Самбук). У першому прикладі в значенні прикметника *гарний* наявна сема "вродливий", у другому – ні.

Загальнооцінного позитивного значення може набувати прикметник *добрий*, уживаний як атрибутивний поширювач з іменниками на позначення фаху, посади, роду діяльності особи, наприклад: (пан хоче дешево найняти людей на роботу) *Гм! <...> **І звать гарно. Гм <...> мовби й робітник добрий*** (А. Тесленко); *Він (директор. – І. Ш.) викликає нещасну в кабінет; так і так, мені неприємно, але ми вас попереджали, **ви <...> добрий спеціаліст**, але це не від мене залежить, одним словом, ви <...> ви звільнені* (С. Процюк).

У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника загальну позитивну оцінку також маркують лексеми *молодець, молодчина, молодчага*, а також іменники, що набули метафоризованого значення на зразок

антик, золотко і под.

Серед частковооцінних значень, які виражають експресиви, ужиті з маніпулятивною метою, домінантними постають ті, що репрезентують психологічні оцінки, зокрема етичні, інтелектуальні, а також оцінки на позначення характеристик чи якостей співрозмовника.

Етичні оцінки передаються за допомогою прикметників: *благ* (заст.), *благородний, великодушний, відданий, вірний, добрий, добродітельний* (заст.), *доброзичливий, лицарський* (у переносному значенні), *милосердний, милостивий, моральний, побожний, порядний, правдивий, праведний, прямолінійний, світлий, сердечний, скромний, совісний, справедливий, чесний, чистий, шляхетний, щедрий, щирий* та іменників: *добрість, добродій, добродійник, доброта, милість, лицар / шляхтич* (у непрямому значенні), наприклад: (знахар хоче взяти хлопця собі в помічники) ***Це добре, що ти правдивий і вірний.*** *Мені якраз такого й треба* (Б. Харчук); (управитель хоче гармонізувати стосунки зі своїм роботодавцем) *Коли б я не був вдячний пану за виховання, я б довів пану шаблю, що моя мати була і є цнотлива пані. Але, як благородний, хоча й бідний шляхтич, я не можу звести руку на свого добродійника* (З. Тулуб).

В авторській вибірці великою кількістю прикладів репрезентовано компліментарні висловлювання на позначення моральних якостей співрозмовника з лексемами *добрий* та *чесний*. Етична оцінка також може маркуватися і прикметником *м'який*, що поєднується зі словами *серце* та *характер*. Типовими в маніпулятивному дискурсі позитиву є словосполучення, у яких атрибут поширює іменники *серце* і *душа* (*добре серце, щира душа, чесна душа* і т. д.).

Інтелектуальні оцінки в маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлюваннях виражені передусім за допомогою прикметників та іменників. Прикметники представлені лексемами *винахідливий, далекоглядний, мислячий, мудрий, розважливий, розсудливий, розумний, світлодумний, тямущий*. Опосередковано інтелектуальну оцінку передають лексеми *грамотний, образований* (розм.), *освічений, просвічений* (розм.), *учений*.

У позначенні інтелектуальної оцінки домінує прикметник *розумний*. На передачі інтелектуальних оцінок спеціалізуються лексеми *аналітик, геній, розум, розумашка, розумник, розумниця*. У зібраному матеріалі зафіксовано приклад компліменту, у якому атрибутивним поширювачем іменника *розум* виступає лексема *добрий*, що в такому сполученні втрачає сему "етичний", наприклад: (староста запобігає перед гетьманом) ***О, зараз видно, що пан гетьман є людина доброго розуму! Бо ж інші політики плутають на рівному*** (З. Тулуб). Периферію інтелектуальних оцінок в описуваній тактиці становлять лексеми *спостережливий* та *хитрий*.

Психологічні оцінки на позначення характеристик чи якостей співрозмовника репрезентують оцінки його: а) ***характеру***: *безстрашний, відважний, сміливий, хоробрий; завзятий, працьовитий, роботящий; міцний* (у непрямому значенні), *сильний; мужній, рішучий; веселий* (веселої вдачі), *вразливий, гордовитий, смирний, тендітний, щедрий* і т. д.; б) ***темпераменту***: *гарячий, енергійний, жвавий, моторний, проворний, спритний* та ін.; в) ***культурного рівня та ставлення до інших***: *галантний, гречний, інтелігентний, культурний; ласкавий, ніжний; дбайливий, пильний, турботливий, уважний* і под.; г) ***здібностей, здатності до розвитку***: *геніальний, здібний, обдарований, перспективний, талановитий* тощо.

Великий шар компліментарних висловлювань маркує естетичну оцінку, що вербалізується за допомогою лексем *красень, красунчик, красавчик, красуня, гарний, гарненький, гарнесенький, гарнюній, гарнюсінський, прегарний, вродливий, красивий, красний, чарівний, пишний, приманчивий, спокусливий, вишуканий, гожий, жіночний, чорнобровий, статурний, кремезний, богатир*. У поєднанні з іменниками на позначення предмета похвали (наприклад: *шийка, вушка, пальці*) естетичну оцінку передають лексеми *прекрасний, дивовижний, чудовий, вражаючий* і т. д. На вираженні естетичної оцінки спеціалізуються також метафоризовані лексеми на зразок *богиня, русалка, цариця* і под.

Мало представленими в маніпулятивному дискурсі позитиву постають утилітарні, нормативні та смакові оцінки, а також оцінки, що характеризують

адресата за соціальним статусом і рівнем успішності. Утилітарні оцінки виражаються за допомогою прикметників *корисний, сильний, дужий, міцний, кріпкий* (розм.), а також іменників на позначення фізичної сили *силач, богатир, дуб* (у непрямому значенні) і т. д. Засоби вербалізації нормативних оцінок становлять лексеми *пристойний, незвичайний, здоровий, чистий* (ужитий у значенні "здоровий").

Смакові оцінки передаються за допомогою лексем *смакота, смачний, смачнючий, медовий, солодкий* (у переносному значенні), *добрий* (у значенні "смачний"), наприклад: (хлопець залицяється до дівчини-американки) ... ***Ніч тепла, вечеря добра, дівчина – як морозиво, солодка і холодна <...> До речі, як би так, щоб дістати від вас хоч одного солодкого поцілунку?*** (Г. Черінь); (столоначальник повітового духовного правління хоче залишити священику на утримання своїх дочок) ***Та й добра ж у вас слив'янка! Така смачна, що я, мабуть, не швидко оце вирвусь з вашої хати*** (І. Нечуй-Левицький).

Оцінку адресата за соціальним статусом та рівнем успішності в маніпулятивному дискурсі передають лексеми *багатий, високий* (в поєднанні з іменником *пан*), *успішний, впливовий, могутній, переможний, переможець*.

Загалом у тактиці підвищення значимості співрозмовника емоційні оцінки домінують над раціональними.

Нестандартна репрезентація мовних засобів є прагматично значущою [146, с. 19]. Маніпулятивним контекстам притаманне вживання слів у переносних значеннях (*чиста робота, золоті слова, гостре слово, тонка натура, тонкий психолог, блискучий стиліст, черствий чоловічий рід, висока думка, залізна людина* і т. д.), а також в okazіональних значеннях (*великий смак, чемні слова, гарний язик, добрячий воїн, тонка людина* (у значенні "тонка натура") і под.). У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонують і слова з розширеною сполучуваністю: *знаменитий тютюн, симпатична справа* та ін., наприклад: (учитель хоче гармонізувати стосунки з війтом, від якого залежить фінансування ремонтних робіт у школі) "*Золото дістаю, не тютюн. Правда?*" ***Шагай*** (учитель. – І. Ш.) ***мусив признати, що тютюн був знаменитий***

(Б. Лепкий); (цирульник переконує заможну панночку в щирості своїх почуттів до неї) *Але Олена зовсім не така, як ви малюєте; то **ваш язик такий гарний, що з-під нього виходить якість все гарно*** (І. Нечуй-Левицький).

Г. Г. Почепцов слушно зауважує, що прагматика людських стосунків змінює семантику слова. Так, семантика висловлювання, усього мовленнєвого акту визначає семантику окремого слова: якщо вона негативна, то негативними і образливими стають нейтральні та навіть пестливі вживання; якщо вона позитивна, то "заперечні слова не перекреслюють цієї позитивності, тому що набувають рятівного і жартівливого відтінків" [287, с. 115].

В інтимно-фамільярному мовленні слова з негативним емоційним забарвленням, а також знижена лексика можуть уживатися для передачі позитивних почуттів, доброго ставлення, симпатії, приязні. І, навпаки, урочиста лексика може використовуватись для вираження негативних емоцій, іронії, сарказму, зневаги [64, с. 33]. До того ж використання лексичних одиниць із негативною конотацією в невідповідному контексті підсилює вплив.

У маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентована не тільки позитивнооцінна лексика. Тут функціонують також лексеми, що мають негативнооцінне значення. Вони вживаються мовцем переважно під час застосування прийому протиставлення співрозмовника іншим особам (зазвичай негативно оцінюваним) та прийому самоприниження – заради контрасту. Приклади функціонування лексем, що мають негативнооцінне значення, у компліментарних висловлюваннях стосовно адресата є поодинокими. Такі лексеми втрачають своє пряме значення, виконуючи функцію підсилення впливового ефекту й надаючи мовленню експресії, або їх значення нейтралізується супровідними лексемами чи самою ситуацією, контекстом, наприклад: (Пилип хоче покращити стосунки з дівчиною, із якою разом працює) [ПИЛИП.] *Бач, як **щебече!** **Ах ти лисичка лукава!** <...> *Та коли б я був молодший, то й посватав би* <...> (І. Карпенко-Карий); (Маюфес гармонізує стосунки зі своїм спільником) [МАЮФЕС.] *А через десять літ **Феноген Петрович** буде **такий великий пуріц**, що бідного Григорія Мойсєвича знатиме в шию* (І. Карпенко-*

Карий); (Феноген гармонізує стосунки з Маюфесом 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).

Позитивнооцінні висловлювання з негативнооцінною лексикою на адресу співрозмовника демонструють астеїзм як один із видів антифрази – похвалу у вигляді засудження чи докору. Завдяки імпліцитності позитивної оцінки ця фігура в маніпулятивному дискурсі виступає засобом компресії інформації та створення комізму, наприклад: (дворецький фліртує з покоївкою) [ПИЛИП. (Гладить її (Марину. – І. Ш.) по голові)] **Собача дівчина! Бач, як в Одесі навчилась грать на язиці** (І. Карпенко-Карий); (молодий репортер Юркович запобігає ласки акторки, що входить у зеніт слави)

[КВЯТКОВСЬКА.] *А пан отаман все лається, все допіка, що не хутко вбираюсь, що негарзд, не до ладу <...> і що мені нічого не личить <...> що я така незграбна, така негарна (копилить губки).*

[ЮРКОВИЧ.] ***І ви такі несправедливі?! Ай-ай-ай! Не вірте йому – ви самий смак!*** (М. Старицький).

Застосовуючи субтактику вираження позитивного ставлення до співрозмовника, мовець використовує (здебільшого для підкреслення сили та інтенсивності почуттів) і лексеми на позначення негативно оцінюваних дій – *заздрити / завидувати* (розм.), *дуріти, божеволіти, боятися* і под., наприклад: (журналістка кокетує з науковцем) *Та Господи! Це ви граєте мною! Хіба вам такій, як я, призначати побачення? **Ви такий молодий, гарний! Я просто боюсь вас** <...> Боюсь і все ж кажу: зателефонуйте через десять хвилин* (В. Гаман).

У контексті формується оцінна прагматика й системно-нейтральних слів. На думку В. В. Зірки, "оцінка в подібних словах вторинна, похідна від дескриптивного значення, залежить від моральних, духовних, матеріальних цінностей певного суспільства, конкретної епохи. Дескриптивні предикати

адекватно декодуються в оцінні" [133, с. 159]. Отже, характеристичних ознак можуть набувати і нейтральні в емоційно-стилістичному відношенні слова, що стають оцінними за певних комунікативних умов.

Так, позитивна оцінність у маніпулятивних контекстах притаманна лексемам *перший, справжній, новий, сучасний, дивний, світлий, чистий, молодий* і под., наприклад: (Віка хоче сподобатися хлопцеві) ***Дивний ви ... Але, може, тому з вами й цікаво: ви не повторюєте інших, ви не стереотипний*** (В. Дрозд).

4.1.2 Лексичні маркери психологічного зближення комунікантів

Психологи стверджують, що одним із шляхів зближення з адресатом є демонстрування спільного з ним: наслідування стилю одягу, манер поведінки, паравербальних засобів і т. д. (див., наприклад: [402, с. 245; 392, с. 165]. Далеко не останнє місце тут посідають мова та мовлення.

Російський мовознавець Й. Стернін серед основних законів спілкування називає "закон дзеркального розвитку спілкування", суть якого полягає в тому, що співрозмовники в процесі спілкування автоматично, підсвідомо імітують стиль один одного. На думку Ф. С. Бацевича, цей закон дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікантами і є одним із найважливіших принципів безконфліктного спілкування [28, с. 38-39].

Вибірка з творів художньої літератури містить приклади переходу мовця на мову співрозмовника під час здійснення маніпулятивного впливу за допомогою тактики підвищення значимості співрозмовника, наприклад: (москаль залицяється до вродливої сільської дівчини) ***Копитан і став до неї*** (Оксани. – І. Ш.) ***казати по-нашому, бо хоч і з москалів був, та, мабуть, розумний був, що й по-нашому вмів: "Што ти не виходила учора на салдацьке учення смотришь, га? [Оксана мовчить.] – Мені без тебе скушно було <...> Скушно було без тебе. Я кращої дівки і не видав нігде <...> і полюбив тебе <...> кріпко полюбив <...>". [Та узяв її за руку і каже тихенько:] "Тільки полюби мене, я тебе щасливою зділаю"*** (Г. Квітка-Основ'яненко); (вдова запобігає ласки сусіда-хлопомана, насправді не

поділяючи його захоплення) **"Як ви до нас говорите по-модному!" – промовила панія Висока й собі по українській!** (І. Нечуй-Левицький).

Намагання бути зрозумілим, продемонструвати бажання перейти на мову співрозмовника засвідчує також уживання адресантом окремих лексем у складі позитивнооцінних експресивів чи висловлювань, які їх супроводжують. Наприклад, селянка Ївга, звертаючись за допомогою до російськомовних державних службовців, уживає кальковану з російської мови етикетну мовну формулу "зділати милість" ("сделать милость". – рос.): **Коли б ви, паниченьку, зділали милість, та швидше допросили мого Левка!** (Г. Квітка-Основ'яненко). Заарештований Левко, просячи заступництва в російськомовного губернатора, послуговується російськими словами, при цьому наслідуючи навіть російську вимову:

- *Нічево, нічево, галубушка!* – [казав губернатор втираючися.] – *Я й сам рад, што он не винават <...> Толькі правду лі ти гавориш?*
- **Правда, сударю, добродію!** – [казав Левко, низенько поклонившись.] – **Чи можна, щоб я перед вашим лицем, що ви є у нас від самого царя постановлені, щоб нас ув абеду нікому не давати, та щоб я осмілився і подумати яку брехню або неправду сказати! Правда, іменно правда!** (Г. Квітка-Основ'яненко).

Значно більше прикладів із художніх творів демонструють прагнення адресанта наслідувати мовлення адресата. Уподібнення мовлення адресанта до мовлення адресата чи їх взаємодоповнення називають мовленнєвою конвергенцією [360, с. 6], пристосуванням під чужий реєстр [319, с. 164]. Залежно від ситуації, мети спілкування, особливостей стосунків між комунікантами та інших факторів, що впливають на інтеракцію, мовлення адресанта може змінюватися в бік неформалізації або, навпаки, – приводиться у відповідність до норм літературної мови, зокрема її книжного варіанту.

Досвідчений мовець "танцює" від співрозмовника, "... непоганим прийомом емпатії є часте повторення імені співрозмовника, прилаштування до

мовних огріхів співрозмовника (наприклад, використання суржику або професійного сленгу)" [307, с. 67].

Внутрішньогруповим маркером-ідентифікатором, що виконує функцію зближення із співрозмовником та сприяє створенню доброзичливої атмосфери спілкування, постає розмовна лексика. Лексику "зближення", притаманну маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника, репрезентують:

- **просторічні слова** (*гниляк, тарарам, шииші; гедзкатись, кумекати, хвицятись, шлятись, потикатись, розтринькувати, смалити, хряпати, штрикати* і под.), наприклад: (пан хоче найняти вродливу селянку на роботу) **"Гарна дівчина, та любить гедзкатись, – [сказав пан,] – ось я тобі одріжу на спідницю оцієї червоної матерії, то, може, ти перестанеш хвицятись"** (І. Нечуй-Левицький); (селянин-середняк, стурбований колективізацією, хоче дізнатися про її наслідки для себе в коваля) **Діло таке, Степане Трохимовичу, ви чоловік городський, шляється там по заводах тощо ("шляється" Корольчук сказав не з метою образи коваля), а ми люди тьомні і нічого нам не видно. Так от допоможіть, будь ласка, і скажіть нам, яка тут прахтіка проісходить?** (М. Хвильовий);
- **авторські новотвори**, представлені okazіональними, категоріальними та граматичними формами (*машинерія, сюрпризець, велемудрий* і т. д.), наприклад: (Терентій Дорофейович прийшов просити сусіда вигнати наймита, який покепкував із нього) **Небагато в нас людей мають твій розум. А вся машинерія де взялася в тебе? Не з великої батьківської калитки, а з свого мозоля і голови. І все в тебе гуде, веселить людину, як великодні дзвони** (М. Стельмах); (селяни торгуються з адвокатом щодо оплати за його послуги) **[ПЕРЕДЕРІЙ.] І од Бога гріх буде: сказано, якого батька – такі і діти! Велемудрого заводу** (М. Старицький);
- **діалектизми**, наприклад: (продавець умовляє відвідувача крамниці купити його товар) **[ХАЙКА.] Ах, як тобі слічно в цих кульчиках <...> ой, ой, ой!** (М. Старицький); (адвокат хоче заробити на справі ув'язненого)
 - *І скільки це мені коштуватиме? – [не стримався Олесь.]*

- *Но!* – [захоплено вигукнув адвокат.] – **Файно мати справу з мудрими людьми!** (Б. Гуменюк);
- **лексичні русизми**, наприклад: (голова колгоспу пропонує посаду парторга старому ковалеві) "*Так ото ж ми й вирішили <...> **Вирішили так, як Совітська власть писала по газетках: хоч як не крутись, а без шефа не обійдешся! Вибирайте, говорить Совітська власть, старих робітників на цюю должность, щоб вони вас зв'язали з заводом, а також сурйозно повели пропаганду за колектив. І тим болі просимо вас, Степане Трохимович, на цюю должность, – [несподівано закінчив Кліщ,] – що у вас діти партейні, а таких дітей у нас на селі нема***" (М. Хвильовий).
- Запозичення можуть відображати особливий місцевий колорит. Уживання русизмів в українському тексті, а українізмів у російському часто є засобом вираження позитивної оцінки та посилення виразності тексту [186, с. 209];
- **лексеми із суфіксами зменшеності, збільшеності, нестлиивості, згрубілості**, наприклад: (свекруха дає розпорядження невістці) *Не дуже дави ножем, моє серденько любе, то горщик не буде скавучать, наче собака, що зав'язла в тину* (І. Нечуй-Левицький); (дівчина хоче дізнатися від секретаря, куди перевели її заарештованого хлопця – Левка)
- *Тепер він (Левко. – І. Ш.) не у нашому вже суді, – [сказав секретар.]*
- *А де ж він, добродієчку?* (Г. Квітка-Основ'яненко);
- **сленгова лексика** (*крутий, класно, прикольно, всипати* і т. д.) та **професіоналізми** (*брити, клепати, лабати* та ін.), наприклад: (бізнесмен пропонує журналістці співпрацю) *А от героїв на рівному місці ти ліпила класно! Суперпрофесійна робота* (О. Забужко); (чоловік хоче відмовити жінку від дорогої покупки) "*Ти, – [мимрить,] – у мене і так золотце. Продукти дешево купуєш. Мені на службі прямо заздрять! А морквяні котлети готуєш навіть крутіше, ніж моя мама колись свинячі відбивні. І навіщо тобі цей ліфчик, що самознімається?*" (Н. Хаткіна); (слідчий гармонізує стосунки з допитуваним) *З доброго матеріалу вас склепано, та*

тільки ж <...> (І. Багрянний).

Уживаючи згадані мовні одиниці разом зі стилістично маркованими засобами інших функціональних стилів чи стилістично нейтральними, мовець реалізує прийом "уживання в одному контексті стилістично неоднорідних одиниць", який має високий маніпулятивний потенціал. Ідеться про так званий "стилістичний парадокс", що виникає внаслідок поєднання в одному контексті одиниць, які належать до різних стилів мовлення і мають різну стилістичну маркованість.

Вищі за посадою / статусом мовці, застосовуючи маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника щодо підлеглих і нижчих за цими характеристиками комунікативних партнерів, зазвичай прагнуть створити доброзичливу атмосферу спілкування та намагаються зменшити дистанцію, тому послуговуються розмовною лексикою і нелітературними різновидами мови. Наприклад, командир загону, який хоче налагодити виготовлення зброї своїми силами, прагне наблизити своє мовлення до мовлення рядового, на якого покладає виконання цього завдання, тому вживає русизми та просторічні слова: *Ви – за фахом коваль і, ясна річ, добре знаєтеся на вогні і металі. Отож я й хотів спитати: чи не могли б ви підсобити в одному ділі? Розумієте, командування вирішило створити групу мінерів. Мені доручено підібрати підходящих людей і разом з ними налагодити виготовлення саморобних мін* (І. Головченко, О. Мусієнко).

У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонує і пейоративна лексика, що може як входити до складу позитивнооцінних експресивів, так і супроводжувати їх. Як зауважує Ф. С. Бацевич, навіть лайливі слова і вирази можуть поставати "важливими прагматичними сигналами того, що мовець є "своїм" для решти учасників спілкування" [27, с. 220].

Пейоративну лексику в тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентують знижені, переважно просторічні, слова (*кепський, миришавий, паршивий* і под.), а також лайливі слова (*до біса, дурень, чорт* і т. п.) та звороти (*мать твою в солдатській лазні, пся кошъч, хай його маму мордує, чорт*

забирай, чорт побрав і т. д.), що сприяють створенню неформальної атмосфери спілкування, зближують співрозмовників й уживаються навіть у ситуаціях флірту, наприклад: (рецензент домагається ласки талановитої молодої актриси) [ЮРКОВИЧ. (цілує вище ліктя).] *Уф, рученята у вас – аж пече, як торкнешся, як самий кращий єдваб! А самі <...> Та хай його маму мордує, отут зараз умру – і вас арештують за душогубство* (М. Старицький); (сотник хоче помиритися з писарем, якого незаслужено образив) *Сідай же, приятелю; якого-бо ти чорта там біля порога маячиш, як той цуцик на вірвовці?* [Иди ж, іди; сідай біля мене; я буду обідати, а ти тягни дулівку (Г. Квітка-Основ'яненко).

Негативне значення пейоративних слів послаблюється не тільки загальним позитивним значенням висловлювання, до якого вони входять чи яке супроводжують, – його руйнують також суфікси зменшеності (*дурненький, дурнику, паршивенький*), наприклад: (куратор вербує на роботу свою колишню студентку) *А потім, дурненька, саме зараз твій час настав. Розробляється один дуже цікавий план... Коротше, проект, в якому і тобі раджу взяти участь. Для твого ж блага. Тим паче, що "Комітет порятунку Вітчизни" довіряє тобі, як нікому, і надіється на тебе. Так що – збирай торбу, голубонько, і притьмом до Учителя на курси* (Г. Тарасюк). Суфікси суб'єктивної оцінки є одним із засобів вираження емоційної оцінки змісту висловлювання поруч із лексичними, просодичними засобами, вигуками, складнопідрядними реченнями тощо [186, с. 282].

У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу для підкреслення дистанції між собою та співрозмовником (на користь останнього), виявлення шанобливого ставлення до нього, а також під час спілкування з освіченим адресатом мовець дотримується норм літературної мови і вдається до вживання книжної лексики, наприклад: (видавець чекає нових творів від письменника) *Тепер підтягайте русинів. Література виражає культуру мислі і душі народу. Мистецтво історично осмислює безрадні риси буття, органічно враховуючи структурну необхідність і доцільність усього, що відбувається в*

природі і людському суспільстві. Кому, як не вам, пане Федькович?
(Р. Андріяшик).

Книжна лексика – атрибут передусім ділового спілкування – у маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентована:

- *лексикою офіційно-ділового стилю*, зокрема канцеляризмами (*вищезгаданий, належний, одностайний, схвальний, чинний* і под.);
- *урочистими словами* (*велич, воскресіння, масштабність, міць, можуть, натхненник, нескореність, овиди, подвиг, помисли, поривання, схилення, хист, чесноти; благородний, вторений, довершений, достойний, невичерпний, невмирущий, незламний, непересічний, священний, сповнений, одвічний, уклінний; долати, сягати* і т. п.);
- *церковнослов'янізмами* (*благословення, владичиця, длані, єлей, єство, кладезь, премудрість; благ, благодатний, благодіяний, благочестивий, ізбранний, іскустельний, ліпообразний; зело; єси, єсмь, уповати* та ін.);
- *термінами та іншомовними словами* (*еклектичний, інцидент, сакраментальний, феноменальний* і т. д.).

Так, домагаючись зізнання від політичного в'язня, поета Олексія, слідчий добирає нетипові для себе, але близькі для тезауруса свого високоосвіченого співрозмовника слова, наприклад:

- *Вона мене схвилювала, ваша поезія. Попри еклектичність і надмірну ускладненість образу, зумисну спрощеність на межі примітивізму та зухвале новаторство, у ній проглядається можуть, крицева міць! Відчувається, що автор не сентиментальний плаксієв провінційного закутка, а босць!*
- *Зачарований вашою витримкою, – [тільки й сказав Олесь, а про себе подумав: "Це скільки ж часу треба було зачувати з папірця "еклектика" та "надмірна ускладненість образу" людині, котра, можна ручатись, не відрізнити Табачника від Тютюнника"]* (Б. Гуменюк).

Прагмалінгвістичні категорії оцінки, емоційності, експресивності пов'язані з явищем запозичення. Запозичена лексика досить обмежено

вживається мовцем під час здійснення мовленнєвого впливу через тактику підвищення значимості співрозмовника. Можливо, це пов'язано із тим, що іншомовні слова створюють дистанцію між комунікантами: "Чуже слово в глибинах історичної свідомості народів зросло з ідеєю влади, ідеєю сили, ідеєю святості, ідеєю істини і примусило думку про слово переважно орієнтуватися на чуже слово" [76]. І. Ю. Черепанова, розглядаючи дихотомію "рідне-іноземне (чуже)", вважає, що другому природно притаманний відтінок негативності [394, с. 31]. Звертаючи увагу на емотивну значущість слів, Ч. Стівенсон зауважує, що іншомовні слова з прагматичним (емоційно-оцінним, експресивним) значенням носії іншої культури сприймають як такі, що мають меншу прагматичну силу порівняно з аналогами рідної мови [349, с. 130].

Іншомовними словами адресант більше послуговується, впливаючи на комунікативного партнера через тактику позитивної самопрезентації – у тих випадках, коли хоче справити враження освіченої й розумної людини (див. про це в розділі 8 (пункт 8.2.)).

У маніпулятивних контекстах позитиву іншомовна лексика дає змогу мовцеві підкреслити повагу до співрозмовника, позиціонувати себе як людину, що високо цінує адресата й поділяє його інтереси, наприклад: (поневолений українець домагається прихильності поета Юсуф-паші, щоб отримати свободу) *"Капітане, – [сказав я майже щиро,] – ваш непересічний поетичний хист не викликає у мене щонайменшого сумніву. Вишукана форма у поєднанні з багатим внутрішнім змістом, глибоко орієнтальний ґрунт вашого світосприймання і водночас нехтування мертвою арабською традицією, яка стала гальмом для розвитку поезії, – узявши все це до уваги, маю я змогу дуже високо оцінити ваш версифікаційний внесок у річище сучасної поезії <...> Тобто поезії сімнадцятого століття. Вперше з такою силою в цій поезії зазвучала тема незамкненого простору, тема релятивності часу й одвічних людських почуттів"* (Ю. Щербак).

У ситуаціях ділового спілкування в складі експресивів, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, трапляються слова з дифузною (розмитою) семантикою. Це слова на зразок *відключення, забезпечення, змагання, зміцнення, координування, підписання, погіршення, поліпшення, розбудова, розширення, утвердження*, які в нейролінгвістичному програмуванні пов'язують із випадками редукування інформації, характерними для процесів упущення і генералізації [307, с. 124]. Серед таких слів високою частотністю в маніпулятивних контекстах відзначаються лексеми *належний / належно, достатній / достатньо* та *певний*, наприклад: (продавець запобігає перед потенційним покупцем) ***Маю сюрприз. Тільки ви зможете його оцінити належним чином. Якщо хочете пригостити гарною кавою, зробіть це зараз. Наша справа потребує певного інтиму*** (М. Меднікова).

Явище пристосування мовлення маніпулятора до мовлення його комунікативного партнера яскраво демонструють приклади з твору М. Старицького "За двома зайцями", де головний герой – Голохвостий у спілкуванні зі співрозмовницями, різними за соціальним статусом, освітою та світоглядом, у ситуаціях флірту послуговується різними мовними засобами. Так, спілкуючись із Пронею, яка хоче здаватися розумнішою, він використовує так звану "вчену", чи "панську", лексику, кальки з французької мови, русизми (у час, описаний у творі, російська мова мала привілеї щодо функціонування у сфері науки та ділових відносин). Розмовляючи ж із бідною міщанкою Галею, Голохвостий хоч і вживає русизми (намагається справити враження освіченої людини, підвищити свій статус), в основному послуговується нейтральними й емоційно забарвленими мовними засобами, не переобтяженими елементами чи псевдоелементами книжності, наприклад, пор.: 1) [ГОЛОХВОСТИЙ (до Проні. – І. Ш.)] ***Горю, палаю од щастя і такого розного, милая мамзель, што виджу вас на собственнім полу*** <...> (М. Старицький); 2) [ГОЛОХВОСТИЙ (до Галі. – І. Ш.)] ***Вся душа моя стрепенулась, як зачув я ваш ангельський голосок, мов дисконтів найкращих на концерті*** (М. Старицький).

4.1.3 Роль фразеологізмів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу

Одним із засобів вираження емоційної оцінки в експресивному контексті, що "повідомляє про якийсь "предмет" у певній об'єктивній модальності, одночасно ... виражає думку мовця про повідомлюване, його емоційне ставлення і оцінку "предмета мовлення", постають фразеологізми [211, с. 185]. Фразеологізми, будучи прецедентними феноменами, уживаються під час здійснення маніпулятивного впливу.

Прецедентне висловлювання – репродукований продукт мовленнєво-мислетворчої діяльності, що є складним знаком, сума значень якого не дорівнює його смислу, характеризується відтворюваністю в мовленні носіїв мови. Прецедентні тексти допомагають людині орієнтуватися у ментальному та вербальному просторах [187, с. 199]. Крім фразеологізмів, до прецедентних висловлювань також відносять цитати з текстів (див., наприклад: [292; 192]). Прецедентні тексти були об'єктом розгляду в працях Г. Г. Слишкіна, К. С. Серажим, Д. Б. Гудкова, Ю. М. Караулова, І. В. Захаренко, В. В. Красних, Ю. А. Блінової, Е. Б. Ушакової тощо.

Про впливову функцію прецедентних висловлювань, зокрема ідіом, писали Є. М. Верещагін, О. О. Юрковська та ін. На думку О. О. Юрковської, головне призначення ідіоми – бути знаряддям мовленнєвого впливу [444, с. 203]. Ідіоми підсилюють ефективність аргументації. Вони використовуються адресантом за відсутності та недостатності фактичного матеріалу чи підстав для здійснення впливу.

За законом економії мовленнєвих зусиль, ідіоми повідомляють адресату більше інформації, ніж нейтральні висловлювання [133, с. 126]. Мету вживання клішованих висловів Т. М. Ніколаєва вбачає в соціалізації особистості. Послугуючись мовленнєвими стереотипами за принципом згоди, мовець виявляє свою належність до певної соціальної групи: "Я – ваш!" чи "Я – з такої-то групи!" [250, с. 257-258]. Кліше скорочують дистанцію між співрозмовниками, посилюють експресивність. У прислів'ях до того ж акумулюється багатовіко-

вий досвід соціуму, тому текст, що їх містить, сприймається як переконливий і достовірний.

Фразеологічні засоби тактики підвищення значимості співрозмовника репрезентують переважно приказки, сполучення фразеологізованого типу (наприклад: *як не крути – як не верти; там, де сила, – там і правда*) та сполуки, що стоять на шляху фразеологізації, на зразок *вистрибнути на коня, ловити мишею у темній хаті*.

Мають місце в маніпулятивному дискурсі позитиву також і порівняльні звороти: *ревів як бугай, багата як земля, тверезий як скельце, (усе) вилізе як шило з мішка* та ін., наприклад: (голова місцевого осередку комуністичної партії заспокоює хлопця й заохочує його до роботи) ***Я тільки те знаю, хлопче, хочу сказати, що я впевнений, що ти не всипав би нікого, аби мали там з тебе живцем шкіру здерти <...> А щодо співпраці з поліцією, то так похоже на тебе, як свиня на Великий піст чи хвіст на панахиду*** (І. Вільде); (пан просить наймичку допомогти йому в сердечних справах) [ЦОКУЛЬ.] ***О, я знаю, що коли ти візьмешся за діло, то воно піде як по маслу. Іди ж поклич Панаса до мене та закинь йому кілька слів. Виручай, чорноброва!*** (І. Карпенко-Карий).

Фразеологізми в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника функціонують:

- а) у складі компліментарних висловлювань, 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 прикрості рідному батькові*** (Н. Сняданко); (народна цілителька запобігає перед дружиною можновладця) ***Хочу тільки попередити: на вас (робить паузу, натякаючи і на тих, хто стоїть за ним) чекає велике випробування. Але таких людей, як ви, важко вибити із сідла, тому все закінчиться (знову глибока пауза) благополучно*** (Г. Тарасюк); (науковець, який займається дослідженням лікарських трав, хоче, щоб

директор наукової станції науково-дослідного інституту оптимізував роботу своєї установи)

– *Ви й досі користуєтеся цими духовками?* – [співчутливо запитав Горностай у Олійника.]

– *На жаль, доводиться. Теж, бачите, є проблеми.*

– *Але ви ж не з тих, хто чекає манни з неба?* (В. Гаман);

б) у складі висловлювань, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника. Тут домінують фразеологізми, що маркують відданість (*передеру горло, у вогонь ладен скочити і под.*), передають інтенсивні позитивні почуття – кохання чи захоплення (*баньки більма засліпили, голова пішла обертом, голова макітриться, душі не чую, забила баки / памороки, утратив голову і т. д.*), наприклад: (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);

в) як супровід маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних експресивів, наприклад: (начальник дає підлеглому небезпечне завдання – ув'язнити розбійника) *"А тобі, братику, час подумати про власний маєток, якщо вже той, подарований, проциндрив, – [сказав Рибалко.] – І женитися тобі, братику, час, а таки час, п'ятий десяток побіг уже. Так що личить виявити старання. А поки що накивай п'ятами додому, щоб завтра був тверезий, як скельце на сонечку"* (В. Лис).

Особливою частотністю відзначаються фразеологізми, використовувані мовцем для реалізації прийому самоприниження (*руки опустилися, махнув рукою і под.*) та прийому протиставлення адресата третім особам, зазвичай негативно оцінюваним (*крутить хвостом, наставили роги, пасуть задніх, піджав хвіст, плунав на рівному, тікав без оглядки і т. д.*), наприклад: (Караїмович підбиває сотника ініціювати здачу фортеці) *Коли б ти, сотнику,*

був на моєму місці, то, мо', й вірадив би реєстровців від братовбивчої війни. **А я що <...> Я й балакати до пуття не вмію. Не вийшло, то й руки опустилися <...>. А тебе козаки люблять, вірять тобі. Ти б їх повів за собою** (В. Чемерис).

Фразеологізми в маніпулятивному дискурсі позитиву виконують функцію зменшення дистанції між комунікантами, вносять емоційну розрядку в спілкування, дозволяють 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-під землі, дістане зорі, дістане зірку з неба, дістане з пекла, полізе чорту на роги, полізе чорту в зуби (заради поставленої мети), скрутить роги самому чорту, скрутить в баранку, переверне гори* і т. д.), наприклад: (полковники хочуть доручити виконання завдання присутньому козакові Андрію Шпаченку)

– *Спіймали б якогось кнехта або драгуна,* – [додав Небаба.]

– *Доручимо це діло Шпаченкові,* – [запропонував Данило.] – **Андрій і чорта з пекла на налігачі приведе,** – [похвалив шурина] (Т. Микитин).

Типовими для маніпулятивних контекстів є позитивнооцінні експресиви з модифікованими фразеологізмами, наприклад: (редактор газети вмовляє робітника стати дописувачем – сількором) *"Що ви, папашо! – [сказав редактор.] – **Хіба сількори мусять обов'язково святі горщики ліпити?**"* (М. Хвильовий) – пор.: "не святі (не боги) горщики ліплять"; (начальник не хоче, щоб підлеглий звільнявся з роботи) ***Без вас ми не закінчимо "лоцмана".*** ***І в кого ви позичатимете очей, коли повернеться тато Гриша?*** (А. Дімаров) – пор.: "позичити очей у Сірка" – втратити почуття сорому, власної гідності; (Нетудихата запрошує гетьмана до співпраці) ***Ти іншому навчений. Вишкіл офіцерський маєш, освіту високу, красно балакати вмієш з усілякими людьми вельможними. Лиман і море Чорне знаєш як свої кишені*** (В. Савченко) – пор.: "знати, як свої п'ять пальців" – дуже добре, досконало.

Отже, позитивне значення в маніпулятивному дискурсі забезпечується переважно лексемами, що маркують позитивну оцінку. Залежно від позиції та контексту їх значення може варіюватися. Характерним для ситуацій здійснення маніпулятивного впливу є вживання мовцем слів у непрямих і незвичайних значеннях, нестандартне поєднання слів. Дескриптивні лексеми у складі речень, якими оформлені маніпулятивно спрямовані експресиви, можуть набувати позитивнооцінних значень.

Значення пейоративних слів і слів негативнооцінної семантики, ужитих щодо адресата, нейтралізується ситуацією вираження позитивної оцінки або прихильного ставлення до співрозмовника. Такими мовними засобами в ситуаціях маніпулювання послуговуються з метою посилення експресії: вони увиразнюють мовлення адресанта і як наслідок не формалізують стосунки між комунікантами. Намагання мовця сподобатись і догодити співрозмовнику виявляється в переході на його мову та в наслідуванні його мовлення.

4.2 Морфолого-синтаксичні особливості засобів вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника

Вербалізація позитивного оцінювання адресата і вираження мовцем позитивного ставлення до нього відбувається не тільки на рівні лексичної семантики, але й за допомогою семантичних і граматичних категорій, що виявляються в маніпулятивному дискурсі. З'ясуємо передусім специфіку репрезентації в тактиці підвищення значимості співрозмовника часової перспективи подій та опозиції синтаксичного часу.

4.2.1 Дієслівні форми в маніпулятивних контекстах

Дієслова краще, ніж інші частини мови, створюють образ в уяві реципієнта, спонукають, залучають його до дії. Будучи позначенням дії, дієслово містить у собі приховану динаміку, рух і відповідно – має більшу силу спонукання.

Діапазон видово-часового варіювання дієслів у складі реченневих одиниць, що оформлюють маніпулятивно спрямовані позитивнооцінні експресиви, невеликий. Більшість компліментарних висловлювань і висловлювань, які передають позитивне ставлення до адресата, мають форму розповідних речень із

предикатами, вираженими дієсловами теперішнього часу дійсного способу. Проте тут також функціонують конструкції з дієслівними формами минулого і майбутнього часу.

Форму минулого часу використовують у групах частковокомпліментарних висловлювань, що характеризують дії, учинки, ментальні акти адресата. Вона вказує на завершеність оцінюваної дії. У компліментах, що характеризують внутрішні якості адресата, форма минулого часу постає засобом обмеження позитивної оцінки. Дієслова у формі минулого часу домінують у контекстах докору, а також у тих ситуаціях, коли мовець, позитивно оцінюючи співрозмовника, удається до спогадів, наприклад: (начальник хоче взнати подробиці подій від підлеглого, який дивом уникнув полону) **Колись я знав вас, Северюк, як добрячого воїна. А виходить, ви – скиглій і ганчірка. Мені соромно за вас!** (І. Головченко, О. Мусієнко); (найманий працівник запобігає ласки свого господаря) **"Кажіть, кажіть, – [раптом похопився Нарівняк.] – Боже, як ми любили вас слухати"** (Р. Андріяшик).

Темпоральні вказівники *завжди, постійно, весь час* при дієсловах у формі минулого часу нейтралізують значення обмеженості позитивної оцінки чи позитивного ставлення мовця до співрозмовника, наприклад: (підлеглий, який дозволив собі зайве в спілкуванні з вищим за рангом, хоче гармонізувати стосунки) **Я зовсім не хотів вас образити. Це – зопалу. Повірте, я завжди цінував ваші мудрі поради** (І. Головченко, О. Мусієнко).

Дієслова у формі майбутнього часу в складі експресивів, за допомогою яких реалізується тактика підвищення значимості співрозмовника, не частотні. Вони притаманні переважно групі частковокомпліментарних висловлювань, що характеризують уміння адресата, виражають упевненість мовця в здатності співрозмовника досягти позитивних результатів, наприклад: (академіст Балабуха хоче одружитися з Онисею) **"О, з вас добра господиня буде", – [сказав поважним тоном Балабуха, поглядаючи на Онисю як на свою будуучу господиню]** (І. Нечуй-Левицький).

Для маніпулятивного дискурсу характерне функціонування позитивно-оцінних експресивів, що містять дієслівні форми теперішнього постійного часу й темпоральні вказівники *завжди, кожен день, кожного дня, постійно, щоденно, щодня*, наприклад: (учитель під час відкритого уроку хоче "нейтралізувати" нечемного учня) *Ти у нас кожен день дуже активний <...> нині можеш і перепочити <...>. Нині ми будемо слухати тих дітей, які іншим разом відмовчуються <...> А ти у нас кожного дня розумник <...> правда, дітки <...>* (Д. Кешеля).

За допомогою форм умовного способу вербалізуються як компліменти, так і висловлювання, що передають позитивне ставлення до співрозмовника, наприклад: (Гнат залицяється до Тетяни) [*ГНАТ* (тихо).] *Для такої Галочки і гульдена б не пожалував, а коли б покохала, то й дукача* (М. Старицький); (дівчина хоче сподобатися одруженому чоловікові) *З тебе вийшов би не зовсім поганий агітатор-прогресист* (М. Хвильовий).

Експресиви у вигляді конструкцій із фазисними дієсловами на зразок *починає* в зібраному матеріалі представлено одиничними прикладами. Типовими для тактики підвищення значимості співрозмовника є експресиви, оформлені конструкціями з авторизаторами *вважати, виявитися, виглядати* і под. Такі конструкції дають змогу адресантові некатегорично передати позитивну оцінку чи прихильність до адресата, наприклад: (слідчий домагається того, щоб ув'язнений визнав себе винним) *А ви, виявляється, інтелігентна людина? Виявляється, ви й говорити вмієте, і говорите – аж за серце бере: розумно, аргументовано й просто* (Б. Гуменюк).

Непрямо позитивне ставлення до співрозмовника може виражатися за допомогою спонукальних реченневих одиниць на зразок *Дайте надивитись на вас, Доповніть наше товариство, Не полишайте нас, Побудьте з нами*, що мають місце в досліджуваній стратегії, наприклад: (Гострохвостий фліртує з Оленкою) [*ГОСТРОХВОСТИЙ*.] *Оленко! Серце моє! Як я вас люблю! Дайте надивитись на ваші брівки, на ваше личко <...>* (І. Нечуй-Левицький); (актриса хоче вийти заміж за багатого пана) [*КВЯТКОВСЬКА*.] *Як я рада вас*

бачити! Дайте надивитись на вас: так занудилась, так занудилась!
(М. Старицький).

Грамати́ко-сема́нтичні переноси (використання грамати́чних форм для вираження нетипових значень) зазвичай супроводжуються додатковими відтінками, збільшують експресію висловлення. Непряме вживання особових форм дієслова маніпулятивній стратегії позитиву не притаманне. Картотека засвідчує лише поодинокі приклади функціонування дієслова першої особи множини замість дієслова у формі другої особи однини чи множини, наприклад: "А що ж ми у вихідний день працюємо?" замість "А що це ви у вихідний день працюєте?". Такі структури не позначають спільну участь, вони слугують створенню доброзичливої атмосфери спілкування, маркують невелику дистанцію між мовцем і співрозмовником.

Нечастотними є також приклади функціонування дієслова третьої особи на позначення дії адресата у формі множини замість однини. Така форма використовується щодо старших людей, родини і слугує виявленню поваги, наприклад: (дівчина хоче прискорити сватання родича Славка до її подруги)

– *Та що ж? Я ніщо проти того не маю. Але ти знаєш, що в Славка є ще батько.*

– *Е, батько! Як мамця скажуть, так буде. Ніби ми не знаємо, що татко зафіше їде за радою мамці?* (Л. Мартович).

У тому разі, коли мовець хоче надати своєму висловлюванню узагальнення й не формалізувати спілкування, замість дієслова у формі першої особи однини він уживає дієслово у формі другої особи однини, наприклад: (псевдограф збирає інформацію у свого полоненика, щоб використати її у своїх інтересах) *А в проникливості і кмітливості вам не відмовиш* (В. Лис); (Балабушиха кокетує з молодим і вродливим учителем музики своєї доньки) *Як побачиш просвічену людину, то не надивишся й не наговоришся* (І. Нечуй-Левицький); (Василь залицяється до Галі)

[ГАЛІЯ.] *Так я збігаю та й тобі винесу хоч цибулі.*

[ВАСИЛЬ.] *І без цибулі через тебе сльозами упиваєшся <...>* (М. Старицький).

4.2.2 Займенники як маніпулятивно марковані мовні засоби

Серед мовних засобів із великим маніпулятивним потенціалом вирізняються займенники. Вони є носіями прагматичних настанов мовців, їх протиставлення дає змогу виявити комунікативні наміри мовців [333, с. 30, 378].

Дослідженню семантики займенникових форм й особливостей їх функціонування у дискурсі присвячено монографії Н. Ю. Шведової [399] та Л. М. Синельникової [333], проте виявлення специфіки репрезентації займенників у маніпулятивних контекстах залишається актуальним.

Для тактики підвищення значимості співрозмовника характерне використання займенника "ми", з одного боку, для вираження спільності із співрозмовником (ми = я + ти), а з іншого, – для реалізації принципу "узагальненості" [323, с. 202], де "ми" означає "я".

Застосовуючи прийом протиставлення співрозмовника іншим особам, зазвичай нейтрально чи негативно оцінюваним, на їх позначення мовець використовує займенникові форми "вони" і "ті" – для надання вислову невизначеності чи передачі зневажливого ставлення.

У маніпулятивному дискурсі суб'єкт впливу використовує також експресію протиставлення займенників "я" – "ти", "я" – "ви", "ми" – "ви". Це буває здебільшого в тих випадках, коли мовець робить комплімент на тлі самоприниження, щоб підкреслити контраст між собою і комунікативним партнером, а також інтенсифікувати позитивну оцінку. Займенники *всі, будь-хто, будь-який, кожний, усякий*, будучи кванторними словами, передають значення всезагальності та постають засобами генералізації. Найбільшою впливовою силою відзначаються займенники "ти" і "Ви".

4.2.2.1 Опозиція займенників "ти"-"Ви"

Основу для виявлення прагматичного потенціалу маніпулятивної стратегії позитиву становлять засоби вираження значення адресності, що яскраво передається за допомогою особових займенників. Ключова роль у звертанні – центральній одиниці мовленнєвого етикету – належить саме особовим займен-

никам, які є відокремленим і досить своєрідним класом слів, "засобом індивідуалізації" [77, с. 24], "найбільш різноплановою за семантикою, граматичними ознаками і синтаксичними функціями частиною мови" [320, с. 114].

В українській мові особові займенники другої особи однини репрезентовані формами "ти" і "Ви", що різняться значенням та специфікою функціонування. Використання ти / Ви-форм як дейктичних указівників адресата з урахуванням ситуативних і соціально-узуальних умов інтеракції належить до глобальних правил мовленнєвої поведінки та спілкування загалом [384, с. 235].

Займенник "Ви" має семантику влади, передає пошану. В українській традиції поширена форма шанобливого звертання на "Ви" в родинному спілкуванні, зокрема при звертанні дітей до своїх батьків (див., наприклад: [53, с. 153; 281, с. 240]), частіше онуків до бабусь і дідусів. Таке звертання, як і форма множини займенника третьої особи, що слугує для номінації батька / матері, бабусі, дідуся ("вони" замість "він" / "вона") або дієслова третьої особи, що позначає дію суб'єкта ("скажуть" замість "скаже"), передає шанобливе ставлення, підкреслює повагу (див. про це, наприклад: [337, с. 284]). Згадані гіперпошанні форми побутують здебільшого в розмовному мовленні мешканців сільської місцевості.

Адресативна форма "Ви" як пошанна в українській мові міцно закріпилася в середовищі більшості, починаючи з другої половини XIX ст., будучи вже й не гонорифікативною, а ввічливо-нейтральною [353, с. 280]. Уживання ввічливої форми "Ви" маркує стосунки між малознайомими співрозмовниками або свідчить про дистанцію між ними у віці, соціальному положенні, статусі тощо.

Займенник "ти" звичний у спілкуванні між рідними, між батьками і дітьми, між добре знайомими людьми [225, с. 44-49] та є вираженням солідарності (з родинною чи професійною спільнотою, групами людей за віком чи переконаннями), підтвердженням групової належності. Ти-форма маркує інтимність, її використовують під час спілкування з друзями, коханими, між

подружжям і близькою родиною, у звертаннях до рівного за соціальним положенням та молодшого за віком [384, с. 244].

Водночас така форма може бути свідченням відсутності поваги, виявом агресії, невихованості, особливо якщо йдеться про ситуації спілкування незнайомих дорослих або звертання начальника до підлеглого з метою підвищення свого соціального статусу й зниження статусу адресата.

Функціональна відмінність займенникових форм "ти"- "Ви" в сучасній мові є семантично значущою, оскільки "вони не тільки вказують на дійову особу, але й створюють певну тональність спілкування, роблячи його нейтральним, діловим, дружнім, інтимним чи навіть навмисне грубим і неввічливим" [93, с. 62-66].

На вибір мовцем форм займенників другої особи однини впливають такі умови:

- 1) **ступінь знайомства співрозмовників:** Ви-форма вживається щодо незнайомого чи малознайомого адресата, займенник "ти" – щодо добре знайомого. Н. І. Формановська зазначає, що в процесі подальшого знайомства можливий перехід на "ти"; "... тривале знайомство не гарантує дружніх стосунків; ... і за дружніх стосунків іноді зберігається спілкування на "Ви" серед людей середнього та старшого покоління, інтелігентів. У цьому разі з переходом на "ти" пов'язується втрата шанобливого ставлення до адресата, поява певної фамільярності" [385, с. 16-17];
- 2) **офіційність / неофіційність обстановки спілкування:** в офіційній обстановці побутують Ви-форми, для неофіційної обстановки характерне підвищення частотності звертань до співрозмовника на "ти";
- 3) **характер взаємовідносин комунікантів:** займенник "Ви" маркує стримані, підкреслено ввічливі, холодні стосунки, а також ставлення до співрозмовника з повагою та захопленням, "ти" (передусім за умови рівних рольових статусів) – свідчить про дружні, теплі, інтимні, фамільярні стосунки;
- 4) **рівність чи нерівність (за віком, статусом, службовим положенням) рольових позицій співрозмовників:** займенникова форма "Ви" вживається у

звертаннях до колег, адресатів, рівних / вищих за статусом чи старших за віком, "ти" – у звертаннях до рівних / нижчих за статусом чи молодших за віком співрозмовників.

Якщо статусна дистанція між учасниками ситуації велика і при цьому положення співрозмовника у віковій ієрархії нижче статусу мовця, допускається скорочення міжособистісної дистанції. Звідси – звертання людей похилого чи середнього віку до молодих на "ти", прийнятне навіть за відсутності близькості в стосунках між комунікантами. Це свідчить про те, що соціальна ієрархія постає менш важливою порівняно з віковою [448, с. 268]. Старший за віком учасник спілкування вільніший у виборі дистанції, і "допустимість "батьківського" "ти" навіть за відсутності близьких стосунків пов'язана ще й із тим, що зі всіх можливих функцій Ви-форм превалюючою є функція маркування вікової переваги адресата, тому у звертаннях до молодшого використання ти-форм є цілком нормативним" [448, с. 342].

У рольових опозиціях "начальник – підлеглий" спілкування на "ти" з підлеглими можливе лише за підкреслення довірливої рівності та дружніх стосунків. Діти звертаються до незнайомих і малознайомих дорослих на "Ви", до родичів – на "ти" [385, с. 16-17].

У сфері позитивної ввічливості маркованим членом ти / Ви-опозиції є Ви-форма, немаркованим – ти-форма. Це зумовлено тим, що Ви-форми виконують одночасно дві функції: указують на наявність значної горизонтальної та вертикальної (статусної) дистанції між учасниками спілкування [448, с. 339] і виражають більший ступінь поваги до адресата, ніж звертання на "ти".

Удаючись до маніпулятивної стратегії позитиву в спілкуванні з рівним чи нижчим за статусом, мовець уживає Ви-форми для підкреслення шанобливого ставлення до співрозмовника. Але для такого функціонування займенника "Ви" характерний супровід розмовними елементами (фразеологізмами, сленгізмами, просторічними словами), що зближує комунікантів.

Наприклад, шинкар підлещується до селян, називаючи їх панами і підкреслено звертається до них на "Ви" (хоче, щоб громада дозволила йому

орендувати громадський шинок):

"... **Ви**, Грицьку, тепер пан! От хто пан! Що схочете в волості, те й зробите! **Ви**, Петре, тепер господар на все село, ніби князь! Тепер ви пани, а пани вже перевелись на Іцькову сучку, – [підлещувався Берко до мужиків.] – Та що ж, панове, чи згодитесь громадою оддати мені й свій шинк, і будете пускати людей в мої шинки?" (І. Нечуй-Левицький).

Займенник "ти" зазвичай пов'язують зі звертанням на ім'я, а "Ви" – зі звертанням на ім'я по батькові. Н. І. Формановська звертає увагу на відхилення, що мають місце і в маніпулятивному дискурсі: "Часто в службовому чи іншому колективі між людьми, які звикли до імені по батькові один одного, установлюється довірливо-дружнє звертання на "ти"" [385, с. 120]. На думку дослідниці, таке поєднання імені по батькові більш притаманне людям старшого і середнього покоління, часто неінтелігентам, а звертання на "Ви" – інтелігентам молодшого та середнього покоління [385, с. 120].

У межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву у звертаннях вищих за посадою / статусом до підлеглих часто функціонують як ви-форми, так і ти-форми. Типовим для тактики підвищення значимості співрозмовника є супровід займенникових ти-форм іменем та по батькові (або лише іменем по батькові), що, як уже зазначалось, більше притаманно Ви-спілкуванню, наприклад: (Обух просить допомоги у вищого за статусом Чумака – свого давнього знайомого) ... *Тебе, Дмитре Івановичу, згадую часто ... Далеко ти підеш, Івановичу, я вже бачу, розумна ти людина* (Ю. Збанацький). Так, за допомогою займенника "ти" мовець демонструє повагу до співрозмовника, шанобливе й водночас дружнє ставлення до нього.

На матеріалі з творів художньої літератури зафіксовано приклади вживання займенника "ти" до вищих за посадою, а також малознайомих адресатів із метою зменшення дистанції під час здійснення маніпулятивного впливу. При ти-звертаннях уживаються номінації, що передають позитивну оцінку співрозмовника чи виражають позитивне ставлення до нього. Часто такі номінації міс-

тять суфікси зменшеності, пестливості. Типовим є їх функціонування з присвійними займенниками *мій* (*моя, моє*), *наш* (*наша, наше*).

У маніпулятивному дискурсі Ви-звертання можуть супроводжувати:

- а) звертання-номінації дружності (*друже, дружище* і под.), наприклад: (начальник хоче, щоб його підлеглий очолив групу з виготовлення саморобних мін) *Маю до вас пропозицію, **друже*** (І. Головченко, О. Мусієнко). Супровід Ви-форм номінаціями дружності характерний для ділового спілкування вищого з нижчим за посадою, званням чи статусом співрозмовником;
- б) звертання-вторинні родинні номінації, що часто поширюються присвійними займенниками *мій, наш*, наприклад: (священик вербує до общини радянського шпигуна) *Ми знаємо, що ви, **сину мій**, ненавидите більшовиків і прагнете помститися за смерть вашого батька* (Ю. Дольд-Михайлик). Вторинні номінації родинності *дитино, сину, доню* характерні для Ви-звертань старших до молодших. Звертання *батьку* супроводжують ви-форми при спілкуванні молодших за віком зі старшими і переважно вищими за статусом співрозмовниками. Форми *брате, сестро* вживаються із займенником "Ви" у звертаннях до малознайомого адресата, зазвичай однакового з мовцем за віком;
- в) звертання-метафоричні номінації, що передають симпатію, приязнь, доброзичливе ставлення до співрозмовника (*ангелятко, голубе, голубчику, серденько, серце* і под.), наприклад: (начальник умовляє підлеглого погодитися на шпигунство)
- *Я все це добре розумію, **голубе**, – [ласкаво сказав шеф,] – але ми не допускаємо до державних таємниць людей, що Бога ставлять вище над усе.*
- *Що ж я буду робити?*
- *Ви можете займатися науковою роботою в іншій ділянці, наприклад, у психології* (Г. Черінь). Супровід Ви-форм вищезгаданими звертаннями притаманний ситуаціям флірту та ситуаціям неформального ділового

- спілкування вищого за посадою / статусом (і часто старшого за віком) із нижчим та молодшим співрозмовником;
- г) звертання-пестливі форми етикетних номінацій (*паничку, паноньку, паночку* і т. п.), номінацій за статусом і соціальною роллю (*княгинечко, кумонько* і под.), наприклад: (жінка просить заможного земляка викупити бранців) *Ой паночку ж! Та всі ж вони там залишилися* (бранки. – І. Ш.) <...> *Ой, та ви ж звідси й не бачите!* <...> *Ой, що там робиться! Скільки муки, скільки сліз* <...> *Сором який!* <...> *Ой, та врятуйте ж нас, викупіть!* (З. Тулуб).
Таке функціонування Ви-форм характерне для звертань нижчого за статусом до вищого, переважно незнайомого або малознайомого, співрозмовника;
- д) звертання-пестливі й скорочені форми імен, наприклад: (Олімпіада Никанорівна хоче бачити Павла Опішного чоловіком своєї доньки) *Спасибі вам, Павлуся, ви справжній наш друг* <...> *Давній добрий друг* (Ю. Збанацький); (німець-економ запобігає перед управляючим, який забрав у нього прислугу) [*ЕКОНОМ (чоломкаючись).*] *Морган, майн лібер! А зашем Филлимонушка, ви еті* <...> *взял од мене Микиту? ... Я і моя Кароліна, і усе семейство вас так уважайт* (І. Карпенко-Карий);
- ж) звертання, до складу яких входять прикметники, що маркують позитивну оцінку адресата чи позитивне ставлення до нього (*любий, дороженький, миленький, наймиліший, милостивий, красний* і т. д.). Такі звертання притаманні Ви-спілкуванню соціально гетерогенних пар: уживаються вищими за посадою до нижчих, старшими за віком до молодших, а також нижчими за соціальним статусом до вищого (зазвичай незнайомого або малознайомого) адресата, наприклад: [*Після того, як добряче відзначили захист моєї дисертації, Сава Петрович перейшов до діла:*] *"А тепер послухаємо вас, дороженький Вікторе Андрійовичу. Надіюся, що ви щось написали"* (А. Дімаров);
- и) активізатори уваги та інші засоби зменшення дистанції, за допомогою яких мовець прагне деякою мірою не формалізувати спілкування, наприклад: (розвідник зацікавлений у співпраці з новим знайомим)

– *Не бійтеся. Я сам не поїду.*

– *На що ви сподіваєтеся?*

– ***На вас. Мені сказали, що на вас можна покластися. Хіба ні?*** (В. Шкляр).

У ситуаціях флірту активно функціонують форми звертання на "Ви" і на "ти". Щодо колег, малознайомих, а також на світських бесідах та під час спілкування з "освіченим" адресатом домінують Ви-форми. В інших випадках у ситуаціях флірту прийнятне звертання до співрозмовника на "ти".

Перехід з однієї займенникової форми на іншу є теж семантично маркованим. Так, раптове вживання замість інтимного "ти" холодного "Ви" може бути ознакою відчуження, створення дистанції між комунікантами чи сигналізувати про сварку. Перехід із "Ви" на "ти" може передавати зневажливе ставлення до співрозмовника, свідчити про грубість та невихованість мовця, а також бути виявом близькості й зменшення дистанції між комунікативними партнерами. Матеріал вибірки містить приклади переходу мовця з однієї займенникової форми звертання на іншу під час однієї розмови.

Приклади з усного розмовного мовлення дають підстави говорити про функціонування Ви-форм у ситуаціях міжгендерної інтеракції мовця з адресатом, із яким він перебуває в близьких стосунках і зазвичай звертається до нього на "ти". Це вияв кокетування, застосований (як чоловіками, так і жінками) із метою удаваного створення дистанції в контексті любовної гри. Ідеться про псевдовідчужене "Ви", яке супроводжують номінації "мужчина" (наприклад: "Мужчина, я Вас боюсь", "Мужчина, Ви мене завстидали", "Мужчина, я ніяковію у Вашій присутності"), "девушка" (наприклад: "Девушка, чи можна з Вами познайомитись?", "Девушка, а куди це Ви зібрались?" і под.), рідше – "пан", "пані", "панночко", а також імена та по батькові співрозмовника. Випадків такого вживання Ви-форм у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу на матеріалі художньої літератури не зафіксовано.

Перехід із "Ви" на "ти" під час реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника інтимізує спілкування. У такий спосіб мовець прагне зменшити дистанцію між собою та комунікативним партнером, намагаючись не

формалізувати інтеракцію, наприклад: ("князь" Прокіп хоче залучити кмітливого полоненика Слєпньова до реалізації свого задуму) *"Та ти, виявляється, козак, Слєпень"*, – [якось сказав йому Прокіп, вперше звернувшись на "ти"] (В. Лис). Найчастіше "стрибки" з "Ви" на "ти" спостерігаємо в ситуаціях флірту, наприклад: (пан Сондецький домагається прихильності викраденої ним переяславки Ганни) *Господи! Ганю! Та ж ми умовилися: я ніякий не пан Сондецький, ніякий не коронний стражник – я ваш, я твій найближчий друг Єжи, або ж по вашому Юрій!* (С. Тельнюк).

Для маніпулятивного дискурсу позитиву не характерне функціонування займенника "ти" з метою приниження адресата, підкреслення зверхності щодо нього. Але в ситуаціях флірту особи жіночої статі вдаються до такого використання ти-форми (для таких випадків типова препозиція займенника "ти" та зосередження на ньому логічного наголосу). Це є своєрідним виявом кокетування, бажання з'ясувати справжні почуття співрозмовника, виявити його моральні якості. Контекст і сама ситуація (флірту) нейтралізує "негативне" значення займенника "ти", що дає змогу уникнути комунікативної невдачі, наприклад: (парубок Гриць залицяється до незнайомки, яка відповідає йому взаємністю)

- *З мене не будеш посвистувати*, – [відповідає нараз твердо, рішуче, та проте тоне, губиться своїм поглядом в його чорних очах.]
- *З тебе ні*, – [каже він (Гриць. – І. Ш.) впевняючим голосом.] – *Ти моя зозулька*.
- **Ти!** – [каже вона нараз понуро і простягає відпорно проти нього руки, так що її розпростерті пальці опираються об його груди.] – **Ти!!!** – [повторює ще раз.] – **Ти** знаєш що?
- *Знаю*, – [відповідає і сміється очима.] – *Ти красна, мов бояриня, і я тебе люблю* (О. Кобилянська).

В авторській картотеці зафіксовано приклад уживання займенника "ми" в значенні "Ви". У такий спосіб мовець зменшує дистанцію між собою і комунікативним партнером, надає спілкуванню неформального забарвлення,

наприклад: [*Прибулий по-панібратськи сунув Рехерові товстопалу, слизьку від поту руку, забухкотів хрипнувтим басом:*] *"Радий вітати рицаря мудрості! Тільки що ж це виходить: свята неділя, а ми на службі? А відпочинок коли?"* (І. Головченко, О. Мусієнко). Такий прийом не типовий для досліджуваної стратегії, оскільки вияви фамільярності та панібратства можуть негативно сприйматись адресатом і дати ефект, протилежний очікуваному.

У цілому ж комутація (стилістичний прийом і породжена ним стилістична фігура інвертування займенників або іменників, при якому відбувається заміна одних слів або форм іншими, зокрема займенник "я" вживається в значенні "ти" чи навпаки [219, с. 387]), маніпулятивній стратегії позитиву не притаманна.

Отже, займенникові форми "ти"-*"Ви"* постають мовними засобами, що реалізують маніпулятивний потенціал. Опозиція "ти"-*"Ви"* відображає різницю у віці, освіті, соціальному статусі співрозмовників, специфіку ситуації спілкування. Займенник "ти" вживають у ситуаціях неофіційного спілкування, зокрема інтимного, фамільярного, побутового. Займенникова форма "Ви" має місце в урочистому, офіційному, нейтральному спілкуванні, а також притаманна комунікації з незнайомими або малознайомими людьми. Це спостерігаємо і в маніпулятивних контекстах позитиву.

4.2.3 Синтаксичні особливості маніпулятивно спрямованих експресивів

Основний шар реченневих конструкцій, що репрезентують маніпулятивно спрямовані позитивнооцінні експресиви, становлять розповідні речення. Кількість питальних і спонукальних реченневих одиниць є відносно незначною.

Окличність є одним із засобів експресивності в мові. Оклична інтонація притаманна більшості експресивів, оформлених за допомогою емоційних конструкцій. Окличні речення, уживані мовцем під час здійснення маніпулятивного впливу, передають захоплення, радість, любов. Ними частіше оформлені компліментарні висловлювання, ніж висловлювання на позначення позитивного ставлення до співрозмовника. Оклична інтонація типова для вокативних і номінативних реченневих одиниць, а також для емоційних

компліментарних конструкцій, що супроводжуються вигуками (*ну, о, ой, ого, ах, ех*), містять частки (*от, ото, он, ось, але й, ну й, ну вже, та й, аж, що за, що то, а ще й*), та структур із препозитивними займенниковими інтенсифікаторами *який (-а, -е, -і), такий (-а, -е, -і), скільки*, а також якісно-означальними прислівниками *стільки, як, так*, наприклад: (журналістка хоче взяти інтерв'ю в полковника) [*Молодичка бігла попереду полковника, зазірала в усі розчинені двері та йойкала:*] "**Йой! Та ви багатий жених! Скільки у вас кімнат! Цілий особняк, певно, ще з часів Франца Йосифа, а які меблі, які картини! ...**" (Г. Тарасюк).

Експресивам фразеологізованого типу теж притаманна оклична інтонація. Це структури, побудовані за експресивними синтаксичними моделями на зразок *От голова, так голова!; От моя розумниця!; Оце так* + [предмет позитивної оцінки]!; *Василина так Василина!; До чого ж спритний хлопчина;* [іменник на позначення позитивної оцінки] + *ти наш (наша)!* і под., наприклад: (художник фліртує з вродливою жінкою) "**Оце так колір!** – [сказав Соник.] – Я художник, – [він уклонився, притискаючи до грудей вологий білячий пензлик.] – **Оце так колір!** Я хотів би написати ваш портрет у цій сукні, ви не проти?" (Дяченки); (майор гармонізує стосунки зі своїм підлеглим, задіяним у виконанні небезпечного завдання) **Геній ти наш!** *Далеко підеш* (Б. Хижняк).

Описувана тактика належить до маніпулятивної стратегії, застосовуючи яку мовець часто продумує свої комунікативні ходи, тому захоплення – інтенсивна емоційна реакція, котру важко імітувати, – у маніпулятивних контекстах постає мало представленим. Цим можна пояснити й порівняно невелику кількість експресивів, що передають захоплення та мають окличну інтонацію.

Експресиви у вигляді конструкцій питальної форми в зібраному матеріалі нечисленні. Це переважно компліменти, наприклад: (гість, який прийшов провести односельця до в'язниці, хоче гармонізувати стосунки з його дружиною) "*Доброго здоров'ячка, Зінько. **Гарнішаєш?***" – [оглядає туге, налите здоров'ям обличчя жінки] (М. Стельмах); (збирач податків хоче, щоб селянка в

рахунок боргу вибілила йому полотно) *Авжеж, положу. А щось і відробиш. Полотно, кажуть, ти найкраще білиш?* (М. Стельмах). Такі висловлювання мають низьку категоричність (питальна форма компліменту є ненав'язливою), страхують мовця від комунікативної невдачі, звинувачень у підлабузництві та нещирості тощо.

У картотечі зафіксовано також приклади компліментів питальної форми, структурне оформлення яких не відповідає їх прагматичному потенціалу та ілокутивному значенню, наприклад: (Мілер хоче бачити заможного Генріха своїм зятем) *Яка щаслива нагода привела до нас такого дорогого гостя?* (Ю. Дольд-Михайлик); (пан залицяється до наймички) *Які в тебе, Василю, очі! Які брови! Де ти взяла такі чудові карі очі?* (І. Нечуй-Левицький). Аналізу непрямих компліментарних висловлювань присвячено пункт 6.3 (див. розділ 6).

Для досліджуваної стратегії типовим є супровід експресивів питаннями, що активізують увагу співрозмовника: *Адже так?; Ви зі мною згодні?; Ви мене розумієте?; Еге ж?; Може, я брешу?; Правда?; Розумієш?; Розумієш, про що я?; Чи не так?; Хіба ні?; Чи, може, я помиляюся?; Як ви на це дивитесь?* За допомогою таких конструкцій адресант не тільки активізує увагу адресата, але також підкреслює значимість співрозмовника, із яким він ніби радиться, думку якого вважає за важливу. До того ж значна частина таких структур дає змогу мовцеві переконати співрозмовника в достовірності повідомлюваного, зняти із себе підозри в нещирості, запобігти комунікативним невдачам, наприклад: (злодій шукає спільника)

– *Що взамін такому твоєму ставленню повинен зробити я?*

– *Робитимемо все разом. Просто мені потрібні надійні люди, а в тобі, ще тоді в поїзді, я відчув ту надійність. Ти мене розумієш?* (А. Сивирин).

Питання-перепитування можуть адресуватися іншим особам, а не адресату похвали. У такий спосіб мовець прагне продемонструвати свою об'єктивність, неупередженість і заручитися підтримкою особи, зазвичай авторитетної для співрозмовника, наприклад: (редактор надихає журналіста на подальшу

роботу) "*Читав, читав!* – [сказав Голубович, ручкаючись.] – *Славно, славно! Сподіваюсь, пане Андріяне, ви так само жваво опишете й нинішні урочистості. Патосу вам не позичати. Чи не так, чарівна пані Фатімо?*" (М. Рябий).

Значно більшою кількістю представлені риторично-питальні реченнєві одиниці, за допомогою яких вербалізується тактика підвищення значимості співрозмовника. Серед них чимало конструкцій із займенниками *хто, що*, а також експресивно-підсилювальними частками *де там, куди там, що там: І де ти такий узявся?; І де у тебе стільки розуму взялось?; Хто б не зміг!; Хто ж не знає такого хазяїна?* і т. д., наприклад: (Горпина, у сестри чоловіка якої незаконно забрали сина в яничари, просить допомоги в законознавця) *Кажуть, що ти, ефенді, людина вчена і добре розумієшся на законах. До кого ж іти, як не до таких* (З. Тулуб); (Амвросій хоче бачити відомого оперного співака Мишугу своїм зятем)

[АМВРОСІЙ.] *Присядьте, пане Олександрє, послушайте. Ви багато вчилися, по закордонах їздили, в опері виступаєте <...>. Хочемо вашої поради почути.*

[МИШУГА.] *Коли зможу щось путнє сказати <...>.*

[АМВРОСІЙ.] *Хто б не зміг! Кращий тенор Галичини <...>* (Б. Мельничук, І. Ляховський).

Риторично-питальна форма притаманна і компліментам, що реалізують прийом самоприниження чи протиставлення співрозмовника іншим особам. Ідеться про конструкції на зразок *Куди мені до ваших голів?; Куди їм до вашого розуму?; Де вже вам рівнятися з ними?* Будучи оригінальним синтаксичним засобом, риторичні питання характеризуються незбіганням форми та змісту. Вони можуть як виконувати функцію привертання уваги адресатів, так і надавати процесу спілкування багатозначності: традиційне структурно-граматичне оформлення висловлювань у певних випадках відволікає адресата від їх внутрішнього смислу й призначення. За такої комунікативної ситуації, з одного боку, може бути неправильною інтерпретація мети висловлення з боку адресата впливу й створення ідеальних умов для приховування маніпулятором справжнього наміру і здійснення впливу [67, с. 101], а з іншого, – непряме

висловлення дає змогу адресантові легко вийти з неприємної ситуації, якщо висловлення сприйметься адресатом усупереч очікуванням адресанта.

На думку О. С. Іссерс, існує певне естетичне задоволення говорити непрямо: "Говорити прямо людині з високою мовною компетенцією просто нудно: утрачаються деякі імпліцитні смисли, що сигналізують про стосунки, почуття" [146, с. 54].

Маніпулятивним контекстам притаманне функціонування типів речень за метою висловлювання не у своєму значенні [67, с. 99]. Так, не у своєму значенні можуть уживатися заперечні й стверджувальні речення, що залежно від інтонації та специфіки ситуації функціонують як експресивні ствердження / заперечення, наприклад: (учитель залучає односельчанина-куркуля до просвітницької діяльності) *Розуміється. **Не сидіти ж вам, людині освіченій, склавши руки, коли твориться нове життя. Взяти хоча б просвіту ...*** (А. Іщук).

Маніпулятивно спрямовані експресиви репрезентовані як простими, так і складними реченневими одиницями. Серед простих найчастотнішими є двоскладні конструкції з підметом, вираженим займенником (рідше іменником чи власним іменем) та складеним іменним присудком із предикатом оцінки.

Компліментарні висловлювання в тактиці підвищення значимості співрозмовника здебільшого вербалізують реченнєві одиниці з:

- а) дієслівним присудком, вираженим дієсловами зі значенням відчуття, володіння, сприймання, сподівання, дієсловами на позначення почуттів і психічного стану (*бачити, відчувати, володіти, вражати, захоплюватися, кохати, любити, пишатися, подобатися, сподіватися* і т. п.), наприклад: (чоловік наполягає на продовженні стосунків із дівчиною) ... ***Ти – смілива дівчинка, Марго. Я тобою пишаюся. І хоч що кажи, я зустрічаюся з тобою. Це головне ...*** (Л. Баграт);
- б) іменним присудком, що вербалізується за допомогою дієприкметників на позначення емоційного стану адресанта (*вражений, захоплений, зачарований, здивований* і т. д.), іменників, прикметників і прислівників позитивнооцінної семантики (*геній, молодчага, гарний, грандіозний, прекрасний, чудово, славно*

і под.). Для таких структур характерне функціонування відносного займенника *який*, вказівного – *такий*, а також особових займенників *я*, *ми* (у формі Р. в.), наприклад: (мати вмовляє доньку вийти заміж за старого багатого чоловіка) "**Розумниця. Яка ти в мене розумниця!**". [Наступної суботи він пропонує подати заяву до загсу] (С. Грицюк).

Маніпулятивно спрямовані висловлювання похвали та схвалення можуть бути оформлені реченнями з:

- оцінними предикатами (*вірнo, вправнo, гарнo, добрe, дотепнo, ловкo, непоганo, правильнo, прекраснo, славно, чудовo* та ін.);
- дієсловами на позначення дії, позитивно оцінюваної соціумом і мовцем, та якості її виконання (*думати, допомагати, прагнути, робити, старатись* і т. д.);
- перформативами на зразок *схвалюю, хвалю* та їх синтаксичними синонімами;
- іменниками (*геній, молодець, розумник, талант* і под.), наприклад: (Філіпчук не хоче належним чином платити зарплату своєму учневі – сину пана Завадки) **Ви, пане Завадко, скажу вам в очі, – розумний чоловік. Це дуже файно, прошу я вас, з вашого боку, що ви не настоюєте, щоб я платив учневі** (І. Вільде); (Круп'як пропонує своєму знайомому співпрацю) *Добрий вечір, Сафроне Андрійовичу. І ви до нас приїхали? Назавше, може? Хвалю, хвалю за ухватку* (М. Стельмах); (Грига бажає гармонізувати стосунки з паном Закревським) "**Люди вашмоці заслужують похвали**", – [*схвально озвався Грига, бажаючи підтримати перервану розмову*] (Т. Микитин).

Похвала і схвалення також часто вербалізуються за допомогою вигуків (*Браво! Клас! Супер!* і под.).

Експресиви на позначення симпатії до співрозмовника в маніпулятивному дискурсі найчастіше репрезентовані реченневими одиницями, що містять:

- дієслова, які маркують прихильність: *захоплюватися, кохати, любити, пишатися, поважати, подобатись, почитати, схилитися, цінувати*, у тому числі непрямо – *божеволіти, вбивати, губити, полонити* і под.;

- дієслова з конотаціями обіцянки, дозволу, увічливості, співпереживання, моральної підтримки, припущення та примирення (*вболівати, співчувати, сподіватися, хвилюватися* і т. п.);
- предикативи: *в захопленні, захоплений, зачарований, потрібно, радий, треба, щасливий* і под.;
- іменники на позначення позитивного ставлення до співрозмовника. Серед них виділяють:
 - а) слова-маркери позитивного почуття чи потреби: *захоплення, любов, надія, повага, потреба, потяг, приязнь* та ін.;
 - б) номінації співрозмовника, що мають вигляд метафоризованих чи пестливих словоформ на зразок *зозулька, золотко, маленька* тощо;
 - в) самономінації: *друг, закоханий, залицяльник, поклонник* (розм.), *раб, слуга, шанувальник* і т. п., наприклад: (Клава хоче гармонізувати стосунки з Ганною, чоловіку якої вона симпатизує) ***Ви мені, їй-богу, подобаєтесь*** (М. Хвильовий); (полонений німець хоче, щоб його відвели до партизанського генерала) *І якщо зараз хочу повідати генералу Калашнику деякі речі, то лише винятково з поваги до його військового таланту. Так що не в моїх, а в ваших інтересах негайно доставити мене до Калашника* (І. Головченко, О. Мусієнко); (викладач гармонізує стосунки з колегою, яка займається вирішенням кадрових питань) *"А хто це телефонує?" – "Ваш шанувальник – Петро Миськів"* (з усного мовлення).

У маніпулятивних контекстах функціонують позитивнооцінні висловлювання, оформлені односкладними реченнєвими структурами поданих нижче типів.

- 1. Вокативні речення**, що містять атрибутивні поширювачі, які дають позитивну оцінку співрозмовникові на зразок *Красна дівчино!*
- 2. Номінативні речення**. Таку структуру зазвичай мають компліментарні висловлювання з окличною інтонацією, що передають захоплення чи інтенсивну позитивну оцінку (*Антик!; Геній!; Що за диво!; Що за фігура!; Яка завбачливість!; Яка краса!; Які гарненькі хлоп'ята!* та ін.), наприклад:

(старшина використовує писаря в особистих справах)

[ПИСАР.] *Мати, значить, Вербенчиха, дочки при ній, а Олекса Жупаненко особо остався – одиночка, значить, а одиночки йдуть! Так і по списку показано.*

[СТАРШИНА (цілує писаря).] **Голова!** (І. Карпенко-Карий).

За змістом, лексичним наповненням та інтонацією оцінні номінативні речення поділяють на оцінно-стверджувальні (*Жадана! Жінка моєї мрії!*) та оцінно-окличні (*Що за краса! Який виднокіл!*). У тактиці підвищення значимості співрозмовника представлені обидва види. Формальні інтенсифікатори *який, яка*, а також нульова форма дієслів чи атрибутивних поширювачів слугують вираженню вищого ступеня вияву почуттів.

Експресиви зі словами *який, як / такий, так* називають афективними [77, с. 182]. Ознака, не виражена атрибутивним поширювачем, визначається семантичним класом імен, до яких належить оцінюваний об'єкт. На думку О. М. Вольф, у таких оцінках (передусім естетичних і функціональних) ознака, як правило, орієнтована на плюсову частину шкали. Дослідниця це пов'язує із загальним позитивним характером норми і тим, що такі структури радше передбачають позитивні емоції мовця; негативна оцінка частіше буває виражена експліцитно [77, с. 182].

3. Означено-особові речення. Таку форму мають як висловлювання, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника, так і ті, що передають позитивну оцінку, наприклад: (селянка просить богатиря врятувати їхнє село від розбійника) ***Від тебе тільки й сподіваємось рятунку!*** (В. Шевчук).

Серед компліментарних висловлювань, оформлених такими конструкціями, домінують структури з перформативами (*схвалюю, хвалю, аплодую (вам), дивуюсь (з вашої + [позитивна якість чи характеристика]), підкреслюю (ваші + [позитивні якості чи характеристики])*) і т. д. Перформативні висловлювання дають змогу мовцеві виявити ввічливість, надають офіційності спілкуванню. Вони є нетиповими формами компліментарних висловлювань, мало представленими в розмовному мовленні.

4. Безособові речення, наприклад: (Третя сила вмовляє брамника відчинити їй двері) *Такі, як ти, народжуються раз на тисячоліття. Ти один можеш створити греблю для каламутного людського потоку. Тобі дано приборкати цей паводок нечистот, який плямує землю. І ти здасися?* (Дяченки).

5. Інфінітивні речення, наприклад: (цирульник має на меті вигідне одруження) [ГОСТРОХВОСТИЙ.] *Євфросино Сидоровно! Без вас мені не жити на світі!*

(І. Нечуй-Левицький); (Любава хоче заохотити свою подругу до навчання)

– *Талочко, ти матимеш незамолимий гріх*, – [посміхнулася Любава.]

– *Чому?* – [поцікавилася та.]

– *Мати такий геніальний талант і закопувати його в землю!* (С. Грицюк).

Різновид інфінітивних реченнєвих одиниць становлять оптативні речення, що виражають сильне бажання, потребу мовця. У сполученнях з *лише б, якби б, тільки б* вони передають значення одиничності та сконцентрованості бажання.

6. Безособово-інфінітивні речення, наприклад: (Василь домагається взаємності в коханні) [ВАСИЛЬ.] *Так тебе хотілось побачити* (М. Старицький);

(керівник перед тим, як висловити незадоволення, хвалить підлеглих)

"*Стараєтесь, бачу*, – [вів далі керівник.] – *Є за що вас хвалити. А проте*, –

[Лютиков тяжко зітхнув,] – *невдоволений я вами сьогодні, товаришу комісар"*

(Д. Бедзик); (вдова просить допомоги в мецената) *Мені ні з ким було*

порадитись. Я так чекала на вас (І. Вільде).

Домінування висловлювань, оформлених простими реченнєвими одиницями, у тактиці підвищення значимості співрозмовника, на наш погляд, зумовлене тим, що згадана тактика реалізується переважно в діалогах, на відміну, наприклад, від тактики позитивної самопрезентації, яку здебільшого репрезентують монологічні промови.

На думку Т. М. Колокольцевої, діалогічне мовлення не може мати дуже складної синтаксичної організації, і синтаксична складність дискурсу закономірно є більшою в разі монологічної комунікації, особливо писемної, коли на вибір мовних засобів не впливають обмеження, пов'язані з умовами перебігу мовлення [176, с. 17]. Переважання простих конструкцій можна

пояснити також прагненням мовця запобігти порушенню прагматичних правил, зокрема максими кількості (за Г. П. Грайсом [467, с. 45]), суть якої: "Не будь більш інформативним, ніж треба", "Повідомляй стільки, скільки необхідно".

Незважаючи на переважання простих речень, в описуваній тактиці достатньо репрезентованими є і складні структури. У складному реченні мовець прагне розмістити максимум інформації. Функціонування складних речень у маніпулятивних контекстах можна пов'язати з дослідженнями Дж. Мілера, згідно з якими оперативна пам'ять людини здатна утримувати 7+2 одиниць інформації одночасно. Коли кількість інформації перевищує вказану межу, свідомість "дає збій", тією чи іншою мірою "відключається", що дає змогу чинити прямий вплив на підсвідомість адресата [223, с. 195].

Таким чином, в умовах усного спілкування обмеженість оперативної пам'яті людини, що перешкоджає сприйняттю висловлювань значної довжини, може використовуватися співрозмовником у маніпулятивних цілях (див. про це: [67, с. 112]).

За одним з основних законів спілкування – "законом залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль", ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям: що більше комунікативних зусиль докладе адресант, то вищою буде ефективність його мовленнєвого впливу. Коротко висловлені прохання та розпорядження виконують із меншим бажанням, оскільки вони сприймаються як неввічливі, агресивні, тому для досягнення комунікативного успіху слід використовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватися законів, правил, конвенцій спілкування, норм етикету [28, с. 39].

Прагненням мовця не порушувати цей закон можна пояснити відносно велику кількість складних й ускладнених конструкцій, які він використовує при здійсненні маніпулятивного впливу.

Типовими для маніпулятивного дискурсу є компліментарні висловлювання, що мають вигляд:

- низки простих речень, наприклад: (хлопець залицяється до дівчини) *Хороша ти дівчина, Майоло. І щаслива, дуже щаслива в житті будеш <...> Ти просто створена для щастя* (В. Собко);
- складнопідрядних речень із декількома підрядними частинами, наприклад: (вищий за посадою надихає підлеглих на роботу) *Будьте з народом, зумійте підняти його на опір, на боротьбу з окупантами. Я певний, що незабаром ми почуємо про ваші славні діла, що ви виправдаєте довір'я партії, створите нестерпні умови для ворога і всіх його підсобників* (Д. Бедзик).

Мовна репрезентація тактики підвищення значимості співрозмовника часто має вигляд емоційного тексту, характерною рисою якого є також повтор структурно-синтаксичних моделей, тобто синтаксичний паралелізм. Сутність цього явища полягає в тотожності побудови двох чи більше речень. Основною функцією паралельних конструкцій є посилення висловлюваної думки й емоційного впливу на читача (слухача). Ступінь емоційної насиченості таких текстів збільшується при взаємодії цього прийому з іншими синтаксичними засобами – повторами, парцеляцією [254, с. 44], наприклад: (дівчина хоче обмежити свободу свого друга) *Не треба, Владе, я була про тебе ліпшої думки <...>. Та ти сам у це не віриш. Ти не істерик. Ти ніколи себе не вб'єш, ти сильний <...>. Ти любиш життя. Ні, ти не суїцидник. До того ж ніхто тобі не дозволить. Ти будеш спокійно працювати. Спокійно. Ти ж цього хотів. Самотності. Ти ж цього хотів <...>* (Дяченки); (захопленим у полон сестрі Вірі та її другові неонацисти пропонують співпрацю) *Тільки не хвилюйтеся. Ваше життя нам дорожче за власне, і ваша честь вища за нашу власну* (Ю. Бедзик).

У маніпулятивних контекстах позитиву представлені також речення ускладненої будови, уживані мовцем з експресивною метою. Однією з їх функцій є приховування маніпулятивного задуму висловлення, наприклад: (полонена шляхтянка хоче використати племінника воєводи у своїх інтересах)

Так, це правда, що у вашій землі не цвітуть такі квітки, але неправда те, що ти не лицар. Ти лицар тілом і душею, і будь ти під рукою короля, ти, певно, носив би вже золоті остроги та лицарський пояс. Дивлячись на тебе, бачила я те, відчувала це всім моїм серцем, яке тужить за втраченою красою життя там, далеко на батьківщині <...> Я бачу у тобі те, що втратила, і тому вибрала тебе своїм лицарем <...> (Ю. Опільський).

Реченнєві структури, якими оформлені маніпулятивно спрямовані позитивнооцінні експресиви, ускладнюються:

- *однорідними членами речення* (найчастіше – підметами, додатками, присудками, означеннями), *звертаннями*, часто кваліфікувальними – вираженими переважно іменниками, що передають оцінне значення, та сполученнями іменника й атрибутивного поширювача (*красуне, красна дівчино* і т. д.). Оскільки звертання мають великий маніпулятивний потенціал, з'ясуванню особливостей реалізації їхньої регулятивно-впливової функції присвячено окремий параграф (див. пункт 4.3.);
- *відокремленими членами речення*, наприклад: (Гетяна хоче втекти з полону) (князь застерігає молодого сміливця від зближення з черню) *Ах, як так, то й мені не дивно, що по твоїй голівці ходять усілякі лицарські замисли, як ось у блаженної пам'яті боярина Миколи з Рудників* (Ю. Опільський); (начальник розвідної служби вербує Іполітова) *Отже, ми зупинилися на тому, що вимагатимемо від вас роботи, гер Іполітов, віддачі, так би мовити, рівної вашим здібностям* (Р. Самбук); (вищий за посадою хоче переманити здібного Генріха до свого відділу) *Ваше місце не в армії, а в нас, у гестапо. І я перетягну вас сюди, присягаюся!* (Ю. Дольд-Михайлик).

Найчастіше в межах реалізації описуваної тактики відокремлюються означення та прикладки, що дають змогу в стислій формі висловити думки, передати їх ієрархію та є яскравим зображувально-оцінним засобом [357, с. 285]. Прикладки характеризують переважно іменники-номінації співрозмовника, наприклад: (зрадник, що підвів під суд командира, просить про помилування) *Тимофію Петровичу, батьку рідний, не губи душу,*

прости іудин гріх (В. Пеунов); (гетьман хоче відрадити пана Могилу від співпраці з молдавськими купцями) ***Ти чоловік наш, православний, маєтки маєш*** – *нащо тобі шукати щастя в чужині?* (О. Маковей);

- ***вставними словами та конструкціями***, що, виражаючи різні види комунікативного контакту мовця й адресата, у маніпулятивних контекстах виконують впливову функцію, наприклад: (Онися хоче сподобатись академісту Балабусі) "*Ото, як би я хотіла побачити, як ви вбиралися за прекрасного Іосифа, – [сказала Онися, спідлоба поглядаючи на Балабуху.] – **Мабуть, воно вийшло дуже гарно***" (І. Нечуй-Левицький); (керівник просить підлеглу написати цікаву статтю про злочинний світ) ... *Трішки праці, трішки фантазії. **Далєбі, вам це вдається*** (Р. Андріяшик); (видавець хоче залучити до співпраці письменника) ... ***Часопис друкуватиметься у моїй друкарні, німецький відділ я поведу, в газеті я не в змозі публікувати все, що надходить з Галичини і німецьких королівств, а ви, я цього абсолютно певен, швидко зорієнтуєтесь*** (Р. Андріяшик).

У маніпулятивному дискурсі вставні слова можуть уживатись як відволікальний засіб, передавати впевненість мовця, бути знаряддям переконування, маркувати обґрунтованість і логічну послідовність. У маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника їх функція дещо інша. Тут вставні слова та вставні конструкції виражають суб'єктивно-модальні значення, що передають ставлення мовця до співрозмовника, дають загальну оцінку повідомлюваному, містять указівку на джерело повідомлення, зв'язок з іншими повідомленнями чи з ширшим контекстом мовлення, зокрема:

- а) маркують упевненість: *безперечно, безумовно, звичайно, звісно, певен; без сумніву, нема сумнівів, не сумніваюсь (ані трішки), упевнений на сто відсотків, я в цьому (цього) абсолютно певен, як-не-як, ясна річ* і под.;
- б) активізують співрозмовника: *важайте, гляди, диви, погодьтесь*;
- в) сприяють створенню довірливих відносин: *бачите / бачиш, (ви) знаєте / (ти) знаєш, (ви) розумієте / (ти) розумієш*;
- г) забезпечують перехід від однієї думки до іншої, логічність і послідовність

- викладу чи його завершення, демонструють ставлення мовця до повідомлюваного: *а між іншим, власне, зрештою, коротше, краще сказати, мовляв, на жаль, нівроку, отже, скажім(о), сподіваюсь, треба сподіватись, утім, я б сказала, якщо бути лаконічним та ін.*;
- д) указують на постійність чи повторюваність ознаки: *як завжди, як тоді*;
- е) містять указівку на джерело інформації: *кажуть, казали, чув від людей*;
- ж) використовуються мовцем для запевняння співрозмовника в щирості: *бігме, далєбі, їй-бо, їй / ей-богу, запевняю вас, по-чесному, присяйбі; бачте, бачу, Бог свідок, кажу відверто, кажу серйозно, кладу руку на серце, між нами кажучи, не буду приховувати, признатися, признаюсь, слово честі, (третя особа) не дасть збрехати, (як) по правді, чесне слово і т. д.*;
- и) маркують некатегоричність, невпевненість чи сумніви: *видається, здається, імовірно, либонь, мабуть, мені здається, мо', може, можливо, можна сказати, напевно, певно, як на мене, по-моєму*;
- к) виражають радість: *Богу дякувати, слава Богу, хвалити Бога, нарешті*;
- л) мають перформативний характер: *мушу похвалити, повинен сказати*.

Прикладів ускладнення реченневих одиниць невідокремленими дієприкметниковими зворотами в зібраному матеріалі не знайдено. Це можна пояснити тим, що такі мовні засоби більше притаманні офіційному діловому спілкуванню, уживаються переважно вищими за посадою чи статусом співрозмовниками щодо нижчих, збільшуючи дистанцію.

Нечастотними у вибірці є речення, ускладнені вставленими конструкціями. Вставленими структурами можуть оформлюватися компліментарні висловлювання та висловлювання, що передають прихильність до співрозмовника, наприклад: (слідчий допитує ув'язненого) "*Слухайте, Чумак, – [кинув понуро Сафигін,] – якщо ви любите свою матір, а ви її любите, як і вона вас, – то покиньте опиратись і робіть те, що вам пропонують <...>*" (І. Багрянний); (Олексій умовляє друга не вплутувати в справу міліцію) *Миколо, якщо ми справжні друзі, а в цьому я не сумніваюсь, ти повинен мені вірити* (А. Сивирин).

Серед складних конструкцій картотекою зафіксовано складносурядні, складнопідрядні та складні безсполучникові реченнєві одиниці. Найбільше кількісно представленими є складнопідрядні речення.

Форму складносурядної конструкції можуть мати і компліментарні висловлювання, і висловлювання, що передають прихильність до адресата, наприклад: (ватажок партизанського загону дає завдання, які потрібно виконати в тилу ворога) *Коротше, я надаю вам непочату сторінку історії, і в ваших силах заповнити її такими зверненнями, пам'ять про які б надовго пережила нас* (І. Головченко, О. Мусієнко); (чоловік просить жінку повернутися) *Ти – моя муза, і без тебе я пропаду* (Г. Черінь).

У межах складносурядного речення компліментарне висловлювання може поєднуватися з висловлюванням на позначення позитивного ставлення до співрозмовника, наприклад: (Марков хоче перевірити правомірність своїх здогадок стосовно колеги) *"Так, пане Кирило, – [мовив,] – ви ас, справжній ас розвідки, і всі ми схиляємось перед вами. Але ж одна акція – і ціла війна ... Неспівставні виміри <...>" – [Марков явно провокував Валбіцина]* (Р. Самбук).

Серед складнопідрядних речень виокремлюємо з'ясувальні, означальні та обставинні конструкції. З'ясувальні складнопідрядні речення репрезентовані структурами, головна частина яких містить одиниці модусу *вважаю, гадаю, думаю, здається, знаю, припускаю, сподіваюсь* або оцінні предикати на зразок *добре, прекрасно, похвально*, а також предикати, виражені позитивнооцінними іменниками, прикметниками, дієприкметниками, наприклад: (Валбіцин на неформальній вечері з нижчим за рангом колегою хоче вивідати потрібну інформацію) *Я завжди був певен, що ви геній, Марков* (Р. Самбук).

Маніпулятивно спрямовані експресиви оформлюються і складнопідрядними означальними реченнями, наприклад: (командир надихає солдат до бою) *Ви солдати могутньої держави, яка подала руку допомоги афганській революції, і повинні цим гордитися* (Р. Брезіцький); (Лівія хоче вийти заміж за правителя Риму) *Маю таке відчуття, ніби твоїми очима на мене дивиться Бог!* (В. Чемерис).

Експресиви в маніпулятивній стратегії позитиву можуть мати вигляд обставинних складнопідрядних речень із підрядною частиною міри або ступеня, часу, причини, умови, наслідку, наприклад: (Василь фліртує з Галею) [*ВАСИЛЬ (обніма).*] *Так люблю, що і себе не тямлю* (М. Старицький); (кріпак запобігає перед ватажком повстанців, маючи надію на звільнення від панського ярма) *Коли почув про тебе, отамане, то почав збиратися тікати на зламаних головах* (М. Івасюк); (офіцер хоче зав'язати знайомство з дівчиною, яка йому сподобалася) *Якби я міг, я б вам поставив отут трон, посадив би вас на троні, бо ви й сьогодні, і кожного вечора цариця балів і вечорів!* (І. Нечуй-Левицький); (бурлака залицяється до заробітчанки) *Як Василина піде танцювати, то ладен грати* (І. Нечуй-Левицький); (Вепр гармонізує стосунки з князем, від якого залежить) *Турботу про люд тиверський угледіли в тім твоїм повелінні, тому й пішли усі в пониззя* (Д. Міщенко).

Матеріал вибірки засвідчує відносно незначну кількість складних безсполучникових речень, якими оформлені позитивнооцінні експресиви, наприклад: (управитель багатого графа хоче продати отцю Харитону свій старий екіпаж) *Отець Харитін! Чи вам же не сором їздити на драбинчастому возі, ще й свою матушку возити? Тепер ви багаті: не личить вам цей візок тепер* (І. Нечуй-Левицький).

Заперечні конструкції описуваній тактиці не притаманні. Вони функціонують здебільшого в ситуаціях докору, умовляння, переконування і представлені в картотеці поодинокими прикладами: (батько просить сина добре зарекомендувати себе в підпільній організації) *Ти комсомолец, Володимире, і тебе не треба вчити, як маєш поводитись* (Д. Бедзик); (слідчий допитує підозрюваного) *Ти брехати, чоловіче, не вмієш. І шахрайство – не твоя парафія. Бо ти розказуєш-брешеш, а воно тут мені не сходиться – і край <...>* (М. Матіос). Кількість прикладів компліментарних висловлювань із "подвійним" запереченням є також незначною. Така структура дає змогу підкреслити позитивну оцінку, надати їй більшої інтенсивності, наприклад: (американський дописувач наполягає на поверненні курсу Президента на Захід,

відмову від дружби з Росією) ***Не можу не визнати, що дякуючи Вашим сміливим і послідовним реформам останнього часу ви почали жити краще*** (Ю. Бедзик).

Емоційний синтаксис характеризується значною кількістю "граматично і логічно незавершених, перерваних моделей, у чому простежується загальна тенденція до розчленованості емоційно забарвленого мовлення" [254, с. 44]. Вивчаючи мовні особливості вираження емоцій, О. В. Вауліна дійшла висновку, що в емоційному мовленні рідко спостерігаються ланцюжки складних поширених речень: мовлення персонажів, які перебувають у стані емоційного збудження чи піднесення, поділяється на дрібні речення, синтагми. Тут уживаються різного роду незакінчені речення, приєднувальні конструкції, відокремлення, має місце сегментація та їх комбінації, що, на думку дослідниці, робить мовлення живим і легким для сприйняття [64, с. 33]. Цим можна пояснити наявність у маніпулятивних контекстах позитиву експресивів, що мають форму речень обірваної структури.

Обірвані речення не закінчені і в змістовому, і у структурному, і в інтонаційному плані [127, с. 110-111]. Обірваність фраз притаманна передусім ситуаціям флірту, у яких здійснюється маніпулятивний вплив. Обірваними зазвичай є висловлювання, що передають позитивне ставлення до співрозмовника, наприклад: (Гострохвостий хоче запевнити Олену в марності її підозр)

[ОЛЕНКА.] *Перенесіть для своєї Євфросини. Таких помічників мені не треба (одходить з відрами).*

[ГОСТРОХВОСТИЙ (доганяє й бере її за руку).] ***Коли б ви знали <...>*** (І. Нечуй-Левицький).

Недоговорювання маркує не тільки схвильованість і натяки, воно також може запобігати інформативній надлишковості. Так, І. О. Зимня сутність механізму прогнозування висловлення вбачає в тому, що в процесі слухання людина, сприйнявши перше слово фрази, уже може припустити (не усвідомлюючи, звичайно, цього), яке слово буде з найбільшою вірогідністю наступним. "Вочевидь, – зауважує дослідниця, – сприймаючи фразу, людина

основну інформацію отримує вже на її початку. Кінець фрази, що визначається з контексту, тобто на основі найбільшої вірогідності її завершення, є ніби зайвим, надлишковим, оскільки це слово чи групу слів уже можна було вгадати з контексту" [132, с. 165]. Це явище також бачимо в маніпулятивному дискурсі позитиву, наприклад: (пан заспокоює наймитів, яким обіцяв за роботу дати сорочки) *Нащо вам свою красу ховати? Це в кого парші або ще якась вада, тому, справді, без сорочки не можна, а вам <...>* (З. Тулуб); (Печариця мріє стати зятем Хропка)

[ХРОПКО.] *А, ви тут? Чули, який синок? Діждався!!*

[ПЕЧАРИЦЯ.] *Чув і поражен печалію <...> **Єслі такого родителя <...>** Ох, Господи <...> да тогда уже всьому світу розпасться следует, погрузиться в мрак ничтожества, потому даже серце заніміло* (М. Старицький).

4.3 Звертання як засіб здійснення маніпулятивного впливу

Звертання – один з органічних і водночас специфічних елементів структури будь-якої мови, одна з мовних універсалій комунікативно-функціонального характеру [281, с. 11].

Будучи словом чи сполученням слів, що називають особу, до якої мовець звертається з промовою чи під час спілкування, звертання є оцінно-характеризувальним мовним засобом. Уживання звертань, у тому числі нейтральних, виражених власними іменами, несе значне комунікативне навантаження. Їх вибір і використання відбувається не автоматично, а після оцінки адресантом багатьох лінгвальних та екстралінгвальних факторів [216, с. 6].

Специфічною особливістю звертань є комунікативна поліфункціональність. Основною функцією звертань із позицій теорії мовленнєвої діяльності є апелятивна функція.

Функція називання того, кому адресоване мовлення, досить часто сполучається з експресивною оцінкою, вираженням суб'єктивного ставлення автора мовлення і слугує зовнішнім показником прихованих намірів мовця. За допомогою звертань можуть реалізуватися і прагматично орієнтовані функції встановлення, підтримання та розривання контакту між співрозмовниками,

привертання і переключення уваги адресата, а також інформативна функція, зокрема емоційно-оцінна, яку використовують для передачі суб'єктивного ставлення мовця до адресата, оцінної характеристики адресата, полегшення подальшої комунікації тощо.

Звертання може надати відтінок ввічливості вибаченню, незгоді, пом'якшити відмову, маркувати щирість. Форма звертання, особливо в препозитивній позиції, може налаштувати співрозмовника на певну тональність спілкування (звертання може передавати ласку, насмішку, лестощі), перевести розмову в певну сферу – офіційну або неофіційну [212, с. 24]. І. П. Сусов влучно назвав звертання "гарним індикатором стосунків між комунікантами" [355, с. 85].

Усі засоби звертання, як граматичні, так і лексичні, є "способом створення особливого комунікативного простору до початку розмови і підтримання або зміни його в процесі спілкування" [194, с. 133].

Більшість учених, які вивчають звертання, стверджують, що звертання – компонент, який дає характеристику особі, може позначати і визначати стосунки між учасниками спілкування [12, с. 355-356; 204; 97, с. 83; 336; 337; 335, с. 73; 128, с. 267]. Так, Н. Д. Арутюнова відзначає функціональну "двоїстість" звертання: "Воно, з одного боку, дає змогу адресатові ідентифікувати себе як одержувача мовлення, а з іншого, – в апелятиві часто виражається ставлення мовця до адресата. Функціональна двоїстість призводить до того, що в апелятиві можуть уживатися, а іноді й поєднуватися, ідентифікувальні та предикатні (суб'єктивно-оцінні) дескрипції. При цьому у звертанні, що є прагматичною вставкою у висловленні, вибір номінації безпосередньо зумовлений ситуацією спілкування" [15, с. 115].

Звертанням через їх емоційність і оцінність належить "презумпція" позитивного ставлення до співрозмовника в налагодженні контакту, установленні міжособистісних зв'язків [304, с. 6]. Звертання, ужиті з такою метою, називають регулятивами.

Про використання звертань як засобу здійснення мовленнєвого впливу для досягнення бажаного ефекту говорили ще такі класики лінгвістичної думки,

як Л. А. Булаховський [57, с. 305], О. М. Пешковський [274, с. 407-409], О. О. Потебня [285, с. 1]. Звертання має особливу інтенційну оформленість і особливе комунікативне призначення – керування поведінкою адресата [100, с. 90]. Досліджуючи звертання як засіб регулювання дистанції між співрозмовниками, Н. Д. Арутюнова помітила, що апелятиви, які передають ставлення мовця до адресата, часто передують проханням [15, с. 117].

Вивченню прагматичних особливостей звертань, зокрема їх прагматичної відповідності / невідповідності інтенціям мовця, присвячено також праці В. Є. Гольдіна [96], Л. П. Рижової [313], І. В. Мальцева [216], М. Д. Городникової [100], Л. В. Корновенко [183], Е. С. Вєтрової [70] та ін. Так, І. В. Мальцев, визначаючи звертання як засіб мовленнєвого впливу, використовуваний мовцем для досягнення бажаного результату, зауважує, що прагматичний підхід до вибору звертання дає змогу залучити до сфери функціонування звертань значний шар лексики з емоційно-оцінним змістом [216, с. 6-7].

Звертання в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву може виступати знаряддям впливу. Ілокутивна сила звертання полягає в тому, що воно викликає запланований суб'єктом мовлення перлокутивний ефект і є засобом цілеспрямованого регулювання поведінки адресата. Таким чином, звертання в роботі розглядаємо як активний впливовий мовний засіб, що, крім своєї основної функції привертання уваги, спричиняє зміну ментального й емоційного стану адресата, його поведінки.

Назви осіб як лексико-семантичну основу апелятивних номінацій поділяють на ідентифікувальні та кваліфікувальні номінації [304, с. 7]. Ідентифікувальними постають номінації осіб за їхніми реальними, диференційними ознаками, головними з яких є власне ім'я, стать, вік, сімейний чи соціальний стан, професія, рід занять, виконувана функція. У кожній ситуації, як правило, одна з ідентифікувальних ознак є домінантною. Кваліфікувальні номінації є якісними й оцінними назвами осіб, що маркують ставлення адресата до адресанта. Їх комунікативне призначення – не називати співрозмовника, а приписувати йому певну ознаку. Місце такого

(кваліфікувального) звертання – середина або кінець фрази [304, с. 12].

Маніпулятивно марковане звертання може бути "самостійним", тобто виступати основним засобом здійснення 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. Самостійно як засіб маніпулювання можуть уживатися лише кваліфікувальні звертання. Ідентифікувальні ж номінації-звертання входять до складу маніпулятивно спрямованих експресивів.

Тактику підвищення значимості співрозмовника репрезентують звертання-загальні назви та звертання-власні імена.

4.3.1 Звертання-загальні назви

У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонують звертання-загальні назви поданих нижче тематичних груп.

1. Звертання, що позначають усталені в суспільстві етикетні номінації.

Вони можуть бути виражені: а) нейтральними формами іменників: *громадяни-не, громадянко, мадам, місіс, містере, пане, пані, панове, сударю, товаришко, товаришу* і т. д.; б) пестливими та зменшувальними формами іменників: *паниченьку, панночко, паноньку, паночку, панунцю* і под.; в) етикетними словами з конотацією урочистості та шанобливості: *Ваша величність* (форма звертання до монарших осіб), *Ваша милість, Ваша світлість, Ваша / твоя світлосте, Ваше сіятельство* (форма звертання до князів і членів імператорських родин), *Ваша честь, Ваша ясновельможність, ефенді* (увічлива форма звертання в Туреччині), наприклад: (гетьман Потоцький заспокоює повсталих реєстровців і жовнірів, яким не платили зарплату) *Я проганяю від себе думку, панове, щоб це зборище могло зібратися з лихими намірами щодо маєстату! Знаю, що ви люди благородних сімей і завжди добровільно віддавали своє життя на вітар нашої ойчизни* (В. Чемерис); (придворний лакей просить у цариці вотчину в Малоросії) *– Ха-ха! А чим же ти заслужив, ненажеро нечупарна, козаків?*

– Але ж помилуйте, **ваше сіятельство**, чей же не прошу у вас бозна-чого. Хіба вони для вас чогось варті, ті козаки? А мені ласка ваша була б дорога, я б до могили молився за ваше здоров'я (Р. Іваничук).

У ролі атрибутивних поширювачів згаданих номінацій найчастіше виступають прикметники, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника (переважно повагу): *шановний / вельмишановний, поважний, коханий, наймиліший, достойний, високомаєстатний* та присвійні займенники (*мій, наш*).

До 1917 року в офіційному та неофіційному звертанні форми *пан* і *пані* переважали над усіма іншими [281, с. 242]. У радянському суспільстві вони, як і інші статусні звертання в непоширеній формі, що фіксували соціальну цінність особистості (*месье / мосье, мадам*), були відсутні. До того ж слово *пан* потрапило до переліку "репресованих" [373, с. 380]. Сьогодні звертання *пан* і *пані*, традиційно притаманні мовленню мешканців західних областей України, повертаються до комунікативного обігу [281, с. 244], наприклад: (чоловік хоче гармонізувати стосунки з жінкою, що стала на його місце в черзі за його відсутності) **Панунцю**, я перепрошую. Але це моя черга. Я тут стояв (з усного мовлення).

Звертання *товаришу* містило яскраві позитивні конотації в революційні та післяреволюційні роки [385, с. 173]. Сьогодні в алокутивній функції звертання *товаришу*, а особливо – *товаришко*, характерні для радянської доби, мало вживаються більшістю громадян України [281, с. 245].

2. Звертання на позначення статі співрозмовника: *чоловіче, жінко* (рідко – *чоловіки і жіноцтво*), наприклад: (переодягнений на мусульманина козак намагається поводитися так, щоб його не викрили яничари) "*Мудрість світиться у твоїх словах, чоловіче*, – [сказав Петро.] – Цьому храму, – [він кивнув на мечеть,] – і вірним його, – [подивився на яничарів,] – поталанило, що в них такий імам" (В. Савченко). Звертання на позначення статі співрозмовника характеризуються нечастотністю та мають низький маніпулятивний потенціал.

У зібраному матеріалі знайдено приклади звертання на позначення статі співрозмовника, що містять атрибутивний поширювач *добрий (добра)*: (суддя переконує селянина підписати документ) "**Чоловіче добрий**, – [почав суддя наново,] – *таж кажеш, що заплатиш, правда?*" (Б. Лепкий); (біженці просять притулку в місцевої жінки) **Жінко добра**, *поможи, чим можеш. А як можеш, забери з собою, або скажи, де можна переховатися* (М. Матіос). Причому типовою є постпозиція атрибутивного поширювача щодо означуваного слова. Приклади з препозитивним прикметником одиничні: (ув'язнений хоче зробити бартерний обмін зі своїм наглядачем) "*Зачекай хвильку, добрий чоловіче*, – [згодом Олесь сам не міг пояснити свій мимовільний порив:] – *Краще подивитися сюди. В разі чого ти завжди встигнеш напустити газу*" (Б. Гуменюк).

3. Звертання, що позначають вік співрозмовника: *дівчинко, дівчино, молоді, мо'лодці, молодий звідарю, молодий чоловіче, хлопче, хлопчику, юначе, юні друзі* та ін., наприклад: (кошовий надихає козаків на перемогу в битвах із ворогом) "**Панове мо'лодці!** – [сказав кошовий.] – *Я радий, що ви всі як один відгукнулися. І вірю, що лядська фортеця буде в наших руках*" (В. Чемерис); (Розумовський хоче бути меценатом юного Бетховена) *Я послав би вас у Петербург, юначе. Росія уміє шанувати таланти* (Р. Іваничук); (академік хоче залучити до роботи над секретним проектом аспіранта) *Прошу, прошу, молодий чоловіче, заходьте*, – [голосно прогудів голос.] – *Мене звали Олександр Борисович Чуровський. А ви, певно, Олег Богуславець, здібний і надзвичайно перспективний молодий учений, як мені рекомендував Василь Архипович Корнієнко* (І. Бузько). У зібраному матеріалі не зафіксовано прикладів уживання лексем *малюче, малючко* для впливу на дітей. Частково це можна пояснити тим, що діти прагнуть швидше стати дорослими, а вищезгадані номінації підкреслюють те, що вони ще маленькі.

Цікаво, що звертання, які актуалізують старший вік, у досліджуваних контекстах є малочастотними порівняно зі звертаннями на позначення осіб молодого віку. Прикметники *старий, старі* зазвичай тут супроводжуються

означуваними словами, що мають позитивне значення (наприклад: *воїн, орел*) або набувають його в контексті. Так, у поєднанні з прикметником *старий* у слові "вовк" сема "хижак" послаблюється, а словосполучення має позитивне значення "досвідчений". Інакше кажучи, означувані слова можуть нейтралізувати негативне значення лексем *старий, старі*, надати їм таких позитивних конотацій, як "досвідчений", "мудрий", "розумний", "випробуваний", "бувалий" і т. д., наприклад: "*Поїдеш, **старий** леве, з молодим орлятком, – [напучував гетьман сотника в присутності Тимоша (перед поїздкою до Криму. – І. Ш.),] – навчиш розуму козацького, та й ти зуби з'їв на тих крутіїствах татарських. Мову знаєш, людей поміж них знайомих маєш, навіть друзів ...*" (Н. Рибак).

Звертання, вираженого субстантивованим прикметником *старі*, у картотеці не зафіксовано. Субстантивований прикметник *старий* у ролі звертання в маніпулятивному дискурсі функціонує як номінація дружності, що вживається стосовно давнього приятеля чи старого друга як синонім до слова *старина*, наприклад: (літературний критик заспокоює свого приятеля – поета, якому не було створено належних умов для презентації книжки) *Ну що ти, **старий**, перестань! Ми ж тебе любимо і все розуміємо; просто не тут і не зараз* (С. Процюк); (літературний редактор хоче, щоб односільчанин-завгосп дав йому ключі від ксерокса)

– *Значить, ти пропонуєш, аби я взяв на себе твій клопіт?*

– *Не сердься, **старий**. Я б сам тут працював, місце прибуткове, та ніколи. Так що не відмовляйся* (П. Щегельський).

Маніпулятивно маркованим є звертання *малий / мала*, наприклад: (старший поліцай хоче надпити молока, яке несе до пункту здачі підліток) ***Малий**, давай молоко сюди: я зніму пробу – розбавляєте водою чи ні!* (Б. Харчук). Звертання *малий / мала* можуть функціонувати не тільки як такі, що характеризують вік адресата, але і його зовнішність – ріст. У розмовному мовленні для ситуацій неформального, часто інтимного, спілкування типовим є вживання таких звертань як номінацій дружності та приязного ставлення до співрозмовника. Матеріал вибірки з творів художньої літератури таких

прикладів не містить.

Наявністю маніпулятивного потенціалу відзначається й звертання *дівчино* до жінки середнього або старшого віку, наприклад: (чоловік залицяється до незнайомки, яка йому сподобалась) "*Дівчино, ви когось шукаєте?*" [*Ого, зразу аж два компліменти!* "*Справжній полковник*", як співала Пугачова. Лицар і поет – "*два в одному*", і дуплетом – компліменти! Хоч ясно, що навряд чи *дівчина у твоєму віці* когось шукатиме у будинку, де можуть собі дозволити жити тільки найбагатші з українців. Та все одно приємно <...>] (Г. Тарасюк).

4. Звертання на позначення місця проживання співрозмовника. У картотеці знаходимо поодинокі приклади вживання таких звертань. Усі вони містять атрибутивний поширювач, що дає позитивну оцінку співрозмовникові чи виражає позитивне ставлення до нього мовця, наприклад: (пан коронний стражник, який украв дівчину, хоче запопасти її ласки, увійти в довіру) *Добриденю, славно переяславко!* ... *Мої люди врятували тебе від страшної біди, красуне!* (С. Тельнюк).

5. Звертання, що маркують соціальну роль співрозмовника: *газдо, господарю, господине, гості, гостоньки, дружино, імениннику, колего, куме, муже, наречена, паніматко, посланче, слідопити, хазяїне, хазяйко, шефе* і т. д., наприклад: (академіст хоче сватати доньку священика) *Який у вас, паніматко, рай!* (І. Нечуй-Левицький).

Звертання на позначення соціальної ролі в межах реалізації досліджуваної тактики часто виражаються пестливими та зменшувальними формами іменників: *газдинько, дружинонько* і под. Атрибутивними поширювачами таких звертань постають прикметники, що дають позитивну оцінку співрозмовникові та його заслугам (*відважний, гостинний, достойний, душевний, царствений* і т. п.), або прикметники, що виражають позитивне ставлення до нього (*діамантовий, дорогий, золотий, коханий, любий, світлий, славний, солодкий, срібний, шановний* і т. д.), наприклад: (козак хоче відволікти увагу работорговця, щоб визволити запорожців) *Розмовляти з тобою, о гостинний*

господарю, все одно, що в літню спеку пити прохолодну паклаву, але вже настає ніч і я мушу воздати молитву Богові на своєму судні (В. Савченко).

У зібраному матеріалі зафіксовано приклади функціонування в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу звертання *шефе*, уживаного нижчим за посадою, статусом співрозмовником щодо вищого, але зазвичай молодшого адресата, а також стосовно таксистів, шоферів, працівників міліції, ДАІ – для зменшення дистанції, наприклад: [*За кермом червоного легковика, який виповз із мийки, сидів ще зовсім юний хлопець.*]

– **Шефе**, підкинь у центр, – [звернувся до нього Тищенко.] – *Бо наша тачка щось забарахлила. – [І показав на білий автомобіль з піднятим капотом, біля якого порався Дряпун. Хлопцеві полестило слово "шеф". Він кивнув на сидіння; машина зірвалась з місця]* (В. Савченко).

Приклади з усного мовлення засвідчують факти функціонування як маніпулятивно маркованої форми звертання *хазяйко*, уживаної до провідниці пасажиром.

6. Звертання, що актуалізують соціальний статус співрозмовника: *бароне, імператоре, княгине, княгинечко, князю, царю* та под. Такі звертання в більшості випадків поширюються прикметниками на зразок *благочестивий, любий, вельмишановний, шановний, преславний, найясніший, найсвітліший, пресвітлий, ясновельможний, милостивий, великий* і т. д. Найчастіше необхідність підкреслення міжособистісної дистанції виникає тоді, коли "між комунікантами існує значна статусна дистанція, і при цьому статус партнера вищий від статусу суб'єкта" [448, с. 267]. Тобто нижчі за статусом удаються до підкреслення статусу свого співрозмовника.

У вибірці наявний приклад, у якому мовець, звертаючись до адресата з маніпулятивною метою, повинен свідомо завищити його статус, удавшись у такий спосіб до лестощів, наприклад: [*Він (Б. Хмельницький. – І. Ш.) покликав джуру і наказав йому негайно їхати до Чигирина й запросити в гості військового осавула.*]

– Скажеш Барабашеві, – [навчав Богдан,] – що пан Хмель знайшов ще одне барильце малаги, але не наважується відкрити його без допомоги пана Барабаша. А тому уклінно просить вас, **пане гетьмане** <...>, **так-так, саме пане гетьмане!** <...> приїхати до нього, бо ж звик найкраще вино пити тільки з найдорожчими гостями (В. Кулаковський). Назвавши осавула гетьманом, джура непрямо покаже, що він припускає можливість заміщення співрозмовником такої статусної позиції, уважаючи його відповідно гідним цього.

7. Звертання на позначення віросповідання співрозмовника: *браття-християни, мусульманине, рабе Божий, рабо Божя, правовірний, православні, християни* і т. п., наприклад: (араб-господар підлещується до багатого постояльця) *О, мусульманине, я – твій слуга, і зроблю все, як ти кажеш* (В. Савченко).

Прикладів звертань цієї групи в зібраному матеріалі зафіксовано порівняно небагато. Звертання-номінації, що маркують віросповідання співрозмовника, дають змогу мовцеві непрямо апелювати до моральності адресата, його поступливості, смиренності, доброти, щедрості, мудрості та інших чеснот, які передбачає віра, наприклад: (підкуплений війтом священик прийшов насильно повінчати доньку війта з сином кріпачки) *А так, так, рабо Божя, вже не будете одинокі мешкати, а будете мати поміч надійну, і, я б сказав, багатство прийде на цей ґрунт, почнеться красне життя з сусідами* <...>. *Бо то ж і в Біблії пишеться* <...> (М. Крилатий); (полонений гармаш просить селян-повстанців про помилування) *Помилуйте, люди добрі, чесні браття-християни* <...> (М. Івасюк).

8. Звертання, що позначають посаду, професійну належність співрозмовника. Такі звертання в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника виражаються:

- а) іменниками: *батюшко, воїне, гармаше, генерале, гетьмане, десантники, інструкторе, капітане, козаче, комсоргу, майоре, осавуле, отамане, (святий) отче, охоронцю, панотче, полковнику, професоре, сотнику* і т. д.;
- б) словосполученнями:

- "іменник *пане, пані, панове* чи *товариш, товариші* + іменник на позначення роду діяльності / професії, посади співрозмовника": *пане вййте, пане начальнику, пане сотнику, пане чарівник, панове офіцери, панове хлібороби, товаришу капітане* і т. п.;
- "прикметник на позначення позитивної оцінки співрозмовника чи позитивного ставлення до нього + іменник на позначення роду діяльності чи професії співрозмовника", наприклад: *великий полководцю, великодушний воїне, вельмишановний професоре, добрий поете, гетьмане, шановний отамане* та ін.

Показово, що звертання на позначення службової належності, застосовуються переважно нижчим за посадою щодо вищого. У такий спосіб нижчий за посадою / званням прагне підкреслити вищий службовий ранг співрозмовника, наприклад: (вохв Кирилюлька хоче бути прийнятим до повстанського загону) *Отакий-от розказ дали мені. І я мусив їх* (людей, яких зустрів. – І. Ш.) *послухати, світлий отамане* <...> (М. Івасюк).

Маніпулятивно маркованим є звертання *начальник*, ужите щодо працівників міліції, ДАІ, служби безпеки, наглядачів в'язниці мовцем, зазвичай залежним від адресата – затриманим, підозрюваним чи ув'язненим. Така номінація не формалізує спілкування, є виявом поваги, симпатії та дружельності, наприклад: (затриманий таксист хоче, щоб міліціонер відпустив його)

- *В Києві живе, Іване Гнатовичу?*
- *Вулиця Гарматна, сорок шість, квартира десять. Сім'я, дружина, двоє дітей, може, домовимося, начальнику?*
- *Ух ти, бач, уже начальник! Ти де так звертатися навчився? У місцях позбавлення волі, га, Іване Гнатовичу?* (А. Кокотюха).

У вибірці з творів художньої літератури знайдено приклад, у якому номінація співрозмовника за посадою не відповідає дійсності і є виявом бажання / мрії мовця: (майор хоче бачити комсоргом сержанта, що звернувся до нього з проханням направити в третю роту брата його дівчини) *Добре, майбутній комсоргу, виконано ще й це твоє прохання, але ти переді мною в боргу! Говориш ти правильно, буду радий, коли, очоливши комсомольську*

організацію роти, зможеш утвердити інтернаціоналізм, адже це на сьогодні у військах серйозна проблема (А. Сивирин).

9. Звертання на позначення родинних взаємин. Звертання-імена родинності, використовувані мовцем під час здійснення маніпулятивного впливу, репрезентують:

- а) нейтральні форми іменників: *батьку, брате, брати, дитино, діти, дочко, дядьку, кузине / кузино, мамо, тату, тітко, свате, свахо, сестро, сину, тестю*;
- б) пестливі й емоційно забарвлені форми іменників: *бабунечко, бабусечко, бабусю, бабцю, батечки, батечку, братику, братку, братове, браття, дитинко, дитя (моє), дітки, дідусику, дідусю, донечко, доню, доцю, дядечку, кузиночко, мамочко, мамуню, мамусенько, мамусечко, мамцю, мамцюню, матусю, папашо, сватику, сестрице, сестричко, синку, синочки, синочку, таточко, татусю, тестоньку, тітонько, тіточко і под.;*
- в) субстантивовані прикметники: *рідний (- а), ріднесенький (- а), ріднюсінький (- а)*;
- г) словосполучення: "іменник на позначення родинних зв'язків + прикметник + присвійний займенник *мій (моя, моє, мої)*", наприклад: *далекий мій родичу*.

Іменами родинності постають також номінації, уживані у вторинному значенні щодо незнайомих або стосовно знайомих як бажані номінації, що не відповідають дійсності, наприклад: лексема *мамо* до "потенційної" тещі: (Гострохвостов прийшов на іменини матері дівчини, до якої залицяється, має намір сподобатися, увійти в довіру)

[ГОРПИНА.] *Хто тут уліз у хату? Чого це Педора репетує? Чи це ви, Свириде Івановичу?*

[ГОСТРОХВОСТИЙ.] *Це я, мамо! Добридень вам в вашій господі (І. Нечуй-Левицький).*

"Вторинні номінації родинності щодо незнайомих – *братику, батьку, доцю* – також оцінно-конотативні й соціально забарвлені ... вони, скорочуючи дистанцію між співрозмовниками, ніби програмують позитивне ставлення і

тому часто передують проханням" [100, с. 88]. Поділяємо думку В. Е. Райлянової, яка вважає, що оцінка людей, із котрими мовець не пов'язаний родинними зв'язками, яка містить таке звертання, "дається не тільки і не стільки адресату мовлення, скільки ситуації спілкування загалом як такий, що репрезентує певний проміжок об'єктивної дійсності" [304, с. 5].

У ролі вторинних номінацій родинності в маніпулятивному дискурсі часто функціонують лексеми *бабусю, батьку, брате, братику, братове, дитино, дитя, діти, доню, сестрице, сестричко, сестро, синку, синочки, сину*, наприклад: (жінка просить охоронців пропустити її на сеанс "зцілення") *Боже, та де ж я візьму такі гроші, **синочки!** Та я й на лікарство не маю! А можна лиш послухати?* (Г. Тарасюк); [*Він (незнайомець. – І. Ш.) перехопив її (дівчини – І. Ш.) руки і, майже благаючи:*] "*Зажди, **сестрице**, прохання маю <...> – [І завагався: чи варто посвячувати її в таємниці? Але іншого виходу в нього не було.] – Ти Ковтуна добре знаєш? <...> Микола <...>*" (І. Головченко, О. Мусієнко); (Нухим хоче дешево купити нивку в старій Грицихи) – *А тебе ж яка хвороба так пізно носить? Не міг зачекати до рана?* – *Що хвороба? Нащо хвороба має носити? Я до вас за інтересом, **мамуню.*** – *Сусе Христе! Забрав'єсь мені рідні діти, а тепер мене такий паршак мамунєю кличе!* – [*бурмотіла під носом ...*] (Б. Лепкий).

У зібраному матеріалі є приклад, у якому лексема *брати'*, ужита в значенні вторинної номінації родинності, сполучається з лексемою *пани*, наприклад: (отаман виступає перед козаками з промовою, надихаючи їх на перемогу в битві) *Оце прибули ми, **пани брати**, до Тавані-острова, що на ньому бусурманський Аслан-город стоїть. Тут вражі турки перетяли Дніпро залізними ланцюгами, щоб нас у Чорне море не пускати та не дати нам братів своїх з неволі визволяти* (М. Вовчок). В. П. Пономаренко таку оригінальну алокутивну комбінацію вважає засобом інтимізації мовлення [281, с. 246].

Звертання *дитинко*, ужите до жінки чи дівчини чоловіком (переважно значно старшим від неї), маркує його позитивні почуття і часто має місце в ситуаціях флірту, наприклад: (потенційний роботодавець пропонує співпрацю

молодій жінці-перекладачу, до якої він небайдужий) *Яка розкіш! Ти – прекрасна, дитинко* (Л. Баграт).

10. Звертання на позначення дружніх стосунків. Такі номінації представлено іменами дружності, за допомогою яких створюється дружня тональність спілкування: *друже, дружище, друзі, земляче, побратиме, подруго, приятелю, славне лицарство запорозьке, старий, старик, старина, товариство*, наприклад: (Андрій хоче, щоб сусід по палаті поділився з ним їжею) "*Чуєш, **друже**, – [впавши на ліжку, без будь-якого вступу звернувся Андрій до сусіда,] – я щойно з запою вийшов. Три доби нічого не їв. Тільки-но вискочив до магазину за хлібом, мене й прихопило відразу. "Швидка" просто з вулиці забрала <...>. На твоїй бутерброд дивитись боляче <...>*" (О. Волков); (жінка просить козаків не здаватися ворогові) *Прошу вас, **славне товариство**, не обійдіть мене своєю ласкою і шляхетністю* (М. Івасюк); (працівник внутрішніх органів гармонізує стосунки зі своїм спілником – народним депутатом) *Ну й голова, **старик**. Бачу, тебе важко вибити з колії. Ти, як Чапай, рішення приймаєш неординарні* (Б. Хижняк). Типовим є поєднання номінації дружності з іменем співрозмовника, наприклад: (вищий за посадою вмовляє командира партизанського загону погодитися на командування великим партизанським формуванням) *А чи не драматизуєте ви ситуації, **друже Артеме?*** (І. Головченко, О. Мусієнко).

Конотації дружності містять також звертання *хлопці* та *дівчата*, наприклад: (полковник надихає на роботу своїх підлеглих) "*Хлопці, – [до полковника повертався настрій.] – Пам'ятайте: за битого двох небитих дають. І на нашій вулиці буде свято. Не за горами. Дочекаємося*" (Б. Хижняк).

11. Метафоричні звертання. Цю групу репрезентують номінації, що містять метафору або стоять на шляху до метафоричного створення словесного образу. Зазвичай за їх допомогою мовець виражає свою приязнь до співрозмовника, демонструє позитивні почуття.

Метафоричні звертання в маніпулятивному дискурсі можуть бути виражені:

- а) словосполученнями: "атрибутивний поширювач + присвійний займенник (*мій, моя, мої, моє / наш, наша, наші, наше*) + іменник на позначення:
- міфічних істот і релігійних понять: *ангеле, ангелику, ангелятко / янголятко, богине, русалко;*
 - персоніфікованих найменувань, серед яких вирізняються: 1) назви рослин (переважно квітів): *трояндо, лотосовий квіте, чудова квіточко Едему* і т. д.; 2) назви органів людського тіла: *серце, серце моє кохане, моє серденько любе* та ін.; 3) назви предметів: *перлино, пуколько, щіточко* і под.; 4) назви птахів: *вуточко, голубе, голубоньки, голубонько, голубчику, зозулько, качечко, куріпочко, ластівко, лебедіку, соколики, соколику, соловеєчко, орли* та ін.; 5) назви тварин: *білочко, зайчику, кице, киці, котику, лева, ясочко* і т. п.; 6) назви явищ природи на зразок *чиста краплинко роси;* 7) назви небесних світил: *зірко, зірочко, найкраща зірко світу, сонечко, сонінько наше красне, сонце* і т. д.";
- б) пестливо-зменшувальними словами: *золотко, крихітонько, лапочка, лялечко, лялюсько* та под.;
- в) субстантивованими прикметниками: *брильянтовий* (розм.), *вафельний, діамантовий, дорогенький, дорогесенький, дорогий, злотний* (поет.), *золотий, найдорожчий, найсвітліший, сердечний, солоденький, солодкий, сонцесяйний, цяцяний, чудовий, ясний* і т. д.;
- г) абстрактними іменниками: *втіхо, доленько, душе, душенька, життя, золото, кохання, мріє, порадонько, радосте, раю, скарбе, щастя, щастячко* і т. п.;
- д) перифрастичними зворотами: *боронителі віри* (яничари), *володарі ночі та спокою* (охоронці) і под., наприклад: (чоловік гармонізує стосунки з телефоністкою) *Дівчинко, золотко, якщо можна – пошвидше, в область спішу!* (А. Дімаров); (міліціонер опитує підозрюваних) *"Все це добре, киці мої солодкі, – [сказав я,] – але де ж ви грошей взяли на таке діло!"* (Л. Кононович); (таксист жартує з пасажирками) *Я хлопець постаріший, мої*

лялюськи, по ночах їздити не люблю (з усного мовлення); (актриса хоче вивідати інформацію у своєї колеги-суперниці) [*КВЯТКОВСЬКА* (з захватом).] ... *Я до тебе, моя цяцяна, так прив'язалася, так прив'язалася* <...> *Так тому правда, що той хапа?* (М. Старицький).

Серед звертань цієї групи спостерігаємо й індивідуально-авторські номінації на зразок *ліпото уязвляющая, ласа хвилино, притулок щастя*, наприклад: (дяк залицяється до молодиці Солохи)

[*СОЛОХА* (засоромилась)]. *Я вас сьогодні й не второпаю, про що ви кажете?*

[*ДЯК.*] *О, ліпото уязвляющая, сосуде іскусительний! Хитриш, а розумієш добре, чого алчет душа моя!* (М. Старицький).

12. Звертання, що в прямий спосіб маркують прихильність до адресата.

Ідеться про іменники на зразок *любчику / любонько*, адвербіалізовані прикметники, що "спеціалізуються" на вираженні кохання, поваги, любові: *єдиний, коханий, ласкавенький, любий, милий, преславний, шановний* і под., наприклад: (чоловік хоче пом'якшити відмову жінці в наданні робочого місця) *Зрозумійте, любонько, щоб отримати хорошу роботу, замало бути молодого, звабливою і енергійною. Недостатньо навіть такого дивного поєднання краси і розуму, як у Вас* (О. Компанієць); (професор Іов Борецький відвертає від католицизму свого майбутнього учня)

– *А хто нам викладатиме латину?*

– *Я, мій любий,* – [усміхнувся Борецький] (З. Тулуб).

13. Звертання, що дають позитивну оцінку співрозмовникові. Звертання-оцінні номінації в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву можуть бути виражені іменниками, субстантивованими прикметниками, словосполученнями "прикметник + іменник", "іменник + іменник", за допомогою яких мовець дає оцінку співрозмовникові, зокрема його: а) розумових здібностей: *наймудріший, найсвітліший* і т. д.; б) моральних якостей: *благодійнику, добродієчку, добродії, добродію, добрий / великодушний, ласкавий, милостивий пане, люди добрі, хороша дівчино* та ін.; в) зовнішності: *красна дівчино, красавчику, красуне, красунечко, красунчику, (мої) молодички гарнесенькі, чарівна королево,*

чорнобрива / чорноброва і под.; г) особистісних якостей: *відважні мої слідопити, сміливці, хоробрий молодче, хоробрі мужі варязькі* та ін.; д) різних якостей і заслуг (*великий і преславний лицарю, мужній і достойний повелителю, панове ви мої гречні та учені* і т. п.), наприклад: (циганка шукає заробітку) ***Красива, хороша, давай поворожу – твою долю вгадаю!*** (А. Дімаров); (бідний селянин запевняє податкового інспектора, який прийшов накладати на нього штраф через несплату податків, що йому нічим сплатити борг)

– *Що маєш рухомого?*

– *Хороми?! Ей де! Хоромів нема, проше пана, штири голі стіни, та й по всьому.*

Бідно си діє, пишний, та й годний, та чемний панчіку! (М. Черемшина).

Звертання-кваліфікувальні назви часто мають складну структуру, що утворюється внаслідок об'єднання кількох лексем та їхніх поширювачів у сурядні ряди [70, с. 61-63]. У маніпулятивних контекстах позитиву частотними є кваліфікувальні звертання складної будови, наприклад: (козаки в листі просять царя про військову допомогу в битві проти поляків) ***Найясніший вельможний православний государю московський і нам великий милостливець і добродій. Пишемо ми до твоєї царської величності од імені війська Запорозького та всього народу українського ...*** (Н. Рибак).

Кваліфікувальні звертання на позначення позитивної оцінки співрозмовника можуть мати вигляд фразеологізованих сполук на зразок *наймудріший серед скіфів, найхоробріший з найхоробріших, лицарю між лицарями* тощо.

Цікавим, на наш погляд, є висновок В. І. Жельвиса про те, що звертання, які містять позитивну оцінку, характеризуються більшою різноманітністю порівняно з негативнооцінними. На думку дослідника, це зумовлено тим, що негативні емоції "примушують сприймати опонента більш стереотипно" [122, с. 19].

За функціональною ознакою звертання поділяють на нормативні, акцентовані, компліментарні та потенційно адекватні [184, с. 63]. Нормативні звертання виконують контактну функцію: використовуються для привертання і

підтримання уваги адресата під час спілкування, для контролю й актуалізації комунікативного процесу.

Акцентованими є звертання, що викликають позитивні емоції, створюють доброзичливу атмосферу, свідчать про "перехід від ідентифікувальної, об'єктивної семантики до семантики суб'єктивного типу, відповідної номінаціям, ужитим в позиції предиката" [10, с. 344].

Компліментарними називають звертання, мовленнєва ефективність яких часто досягається свідомим порушенням максими щирості. Цю групу становлять звертання, бажані та приємні для адресата: це вирази з емоційним зарядом схвалення, лестощів, похвал. Потенційно адекватними є звертання, що містять номінації співрозмовника, які набувають адекватності в контексті чи в певній ситуації [184, с. 63-64].

У маніпулятивних контекстах позитиву найбільш частотними є компліментарні й акцентовані звертання. Нормативні звертання, зокрема номінації за статевою ознакою, віком, соціальним статусом, соціальною роллю, місцем проживання, віросповіданням, постають рідковживаними.

Звертань-інвективів, що можливі за умов панібратських стосунків між співрозмовниками, у вибірці не зафіксовано.

Матеріал дослідження підтвердив думку вчених (наприклад: [304, с. 12; 183, с. 37]) про те, що ідентифікувальні звертання стоять зазвичай у препозиції, виконуючи контактовстановлювальну функцію, а кваліфікувальні – часто займають інтер- і постпозицію, забезпечуючи конативну функцію – функцію орієнтації на адресата, що може сигналізувати про інтимно-довірливий тон спілкування.

Серед звертань, уживаних мовцем під час здійснення маніпулятивного впливу, знайдено поодинокі приклади звертань, що дають негативну оцінку співрозмовникові. Такі звертання здебільшого не є самостійними, їхнє негативне значення нейтралізується або суфіксами зменшеності та присвійними займенниками *мій, моя* (*дурненький, мій дурнику*), або загальною позитивною

семантикою компліментів чи висловлювань, що передають позитивне ставлення до адресата, до складу яких вони входять, наприклад:

1) (боярин Тугар Вовк хоче використати полоненого хлопця як посередника на переговорах із тухольцями) *"Дурний хлопче, – [говорив він (Тугар Вовк. – І. Ш.),] – таким, як ти, треба жити, а не про смерть думати (І. Франко). Так, значення непрямого компліментарного висловлювання "Таким, як ти, треба жити" – "Тобі треба жити, бо ти хороший" нейтралізує негативне значення лексеми дурний, маркує емпатію, дає змогу мовцеві створити образ покровителя, великодушної людини, яка дбає про співрозмовника;*

2) (гетьман не хоче втратити в бою талановитого молодого козака, що винайшов "підводні чайки")

– *Краще б ти мене прогнав був тоді, коли я прибудився.*

– *Стривай, грамотію. Ну, вмієш ти, вмієш володіти шаблею. Але річ не в тім <...> (В. Савченко). Так, ужите значно старшим за віком і посадою мовцем звертання грамотію не є образливим для співрозмовника. До того ж негативні конотації лексеми послаблює компліментарне висловлювання, яке вона супроводжує.*

Послугуючись фамільярною формою звертання "папашо" щодо старого коваля у висловленні *Що ви, папашо! Хіба сількори мусять обов'язково святі горщики ліпити?* (М. Хвильовий), редактор газети не формалізує спілкування. Контекст – прагнення вселити в співрозмовника віру у власні сили, надихнути його на творчість – робить таку форму звертання неконфліктогенною, що дозволяє запобігти комунікативній невдачі.

4.3.2 Звертання-власні імена

Власне ім'я є одним із засобів здійснення впливу [10; 96; 97; 189; 310]. Звертання до адресата на ім'я чи на ім'я та ім'я по батькові діє на нього набагато ефективніше, ніж інші види номінацій [310; 311]. Психологи обґрунтували прагматичну значущість звертань на власне ім'я. Так, на думку американського психолога Д. Карнегі, пересічну людину її власне ім'я цікавить більше, ніж будь-які інші імена: воно є найсолодшим і найважливішим для неї

звук, що вимовляється будь-якою мовою, ім'я виокремлює індивідуума, робить його унікалом серед інших [156, с. 107].

Отже, уживання імені співрозмовника є одним із найдієвіших способів домогтися його симпатії. Варіанти власних імен – носії соціальних і стилістичних конотацій – "дають змогу в службових і особистих стосунках переключати спілкування з однієї тональності на іншу, виконуючи таким чином регульовальну функцію" [100, с. 87].

У картотеці кількість прикладів маніпулятивно спрямованих позитивно-оцінних експресивів зі звертаннями на власне ім'я становить 46 % усіх експресивів зі звертаннями.

Серед звертань на власне ім'я можна виділити такі групи: звертання на ім'я, звертання на прізвище, звертання на ім'я та по батькові, звертання на ім'я по батькові, звертання на прізвисько.

1. Звертання на ім'я. Ця група звертань є найбільше кількісно представленою.

Поширювачами звертань на ім'я в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника можуть виступати:

- прикметники, що маркують позитивне ставлення до співрозмовника (*дороженький, дорогий, любий, милий, рідний, славний, шановний* і под.), наприклад: (заможний сусід умовляє Івана прийти до нього на косовицю) *Ну, то приходи, любий Іванку, у вівторок* (М. Матіос);
- прикметники, які дають позитивну оцінку співрозмовникові (*добрий, ізбранний, ліпообразний* (заст.), *благословенний, найблагородніший, незрівнянний, преславний, сердешний* і т. д.), наприклад: (сусідка просить чоловіка відпустити з нею його дружину) *А що, добру пропадати? Ходім зо мною, Матронко, пусти її, Михайлику сердешний, бо мені самій страшно іти в Курикову порожню хату* (М. Матіос); (чоловік, який удає із себе пророчицю, заохочує Хаврону поставити на стіл вино) *А що ти там ховаєси, благословенна Хавроно?* – [усе бачить зіркоока великомучениця.] – *Став на стіл і не мучся, бо всякий харч – від Бога!* (Г. Тарасюк);

– іменники: а) на позначення усталених у суспільстві номінацій (*пан, пані, месьє, мосьє, фрау* і т. п.); б) родинних відносин / дружніх стосунків (*батьку, друже, мамцю, тітонько* і под.); в) статусу, сану чи професії (*князю, отче* і т. д.), наприклад: (учня відомого вченого запрошують провести лекцію) **Шановний пан Анджей**, ми чули, що ви нещодавно побували у видатного професора Курца. Запевняю, що нас надзвичайно цікавлять його дослідження. Ми знаємо, що ви належите до його найкращих учнів, і з вдячністю послушали б про його останні відкриття (Д. Білий).

Типовим є супровід звертань на ім'я вигуками *ай, ах, ех, о, ой, ох*.

Звертання на ім'я часто підсилюється кваліфікувальним звертанням, що дає позитивну оцінку співрозмовникові чи виражає позитивне ставлення до нього мовця. У таких випадках кваліфікувальне звертання стоїть зазвичай у постпозиції щодо імені, наприклад: (дівчина просить комсорга факультету дозволити їй не співати в університетському хорі) **Ігор, лапочка**, ну ти ж можеш, коли хочеш! (Н. Хаткіна); (сільський староста хоче залучити вчительку до роботи на фашистських окупантів) **Пані Катерино, голубонько**, так ідіть же до нас у сільську управу! Будемо вдвох працювати! (Д. Бедзик); (старша за віком лікарка перекладає виконання своїх обов'язків (писати історії хвороб) на молодшу колегу) [... *Ізоolda медово засокотіла:*] "**Софієчко, ангелятко**, знаю, знаю, що вже по третій, знаю, знаю. Але ви так чудово пишете історії, у вас такий чудовий почерк, такий гарний стиль <...>" (Л. Романчук); (дяк залицяється до молодиці) **О ізбранная Солохо, О владичице моя!** Ощаслив хоч вельми трохи Дні моего битія! (М. Старицький).

Слов'янським мовам притаманні зменшувально-пестливі, збільшувальні, фамільярні форми імен, як загальних, так і власних. Це явище репрезентоване поєднанням оцінного елемента з ідентифікувальним у семантиці звертання та суфіксальними утвореннями (-ечк-, -єчк-, -очк-, -инк-, -іньк-, -оньк-, -ус-, -юс-, -юськ-, -уськ-, -ульк-, -чик-, -юш-, -ушк-, -инк-, -ин-, -ик-, -к-, -ц- і т. д.) власних імен у звертаннях, наприклад: *Марієчко, Ніночко, Улінько, Ларонько, Павлусю, Нелюсько, Ганнулько, Ігорчику, Андрюшо, Філімонушка, Маринко, Мариню,*

Михайлику, Владку, Мирцю, Славцю і под. Суфіксовані форми імен особливо характерні для мовлення жінок [335, с. 39].

Згадані суфіксальні утворення трапляються у звертаннях, уживаних мовцем при реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника. Своєю оцінністю вони регулюють появу певних засобів впливу, виключаючи інші, наприклад: (Параска вмовляє чоловіка Матрони дозволити своїй жінці пошити для неї одяг) *Михайлику, злотний, пусти Матронку мені помагати* (М. Матіос); (парубок хоче заспокоїти дівчину, із якою не збирається одружуватись)

– *Так я матері об сім скажу* (ідеться про майбутнє весілля. – І. Ш.).

– *Ні, моя Оксаночко, ще не час їй об сім казати. Я думаю ось як: ні словечка їй не кажучи, ми звінчаємося і прийдемо до матері і принесемо їй і шовкових платів, і платків, і хусток, і золотих очіпків, і усього, що звичайно для паней, бо вона стане панею, як буде копитанська теща. А що я тебе виряджу, так <...>* (Г. Квітка-Основ'яненко).

Пестливі демінутиви (пестливо-зменшувальні слова) найчастіше використовуються для впливу на дітей, молодших за віком та в ситуаціях флірту і зрідка – під час ділового спілкування у звертаннях вищих за посадою до підлеглих, старших (за віком) до молодших, наприклад: (старша за віком лікарка просить молодшу колегу про допомогу) *Софієчко, тут до мене в палату хвора поступає, опишіть, будь ласка, її історію... От і добре, серденько, я знала, що на вас можна покластися* (Л. Романчук).

У компліментах щодо віку для впливу на дітей (зокрема хлопчиків) використовують скорочені або повні імена. Демінутиви в такій функції вживаються рідко, наприклад: *Толю, ти вже такий великий, тобі вже десять років, а ти знову забув принести хліба!* (О. Іваненко).

При апелюванні до найрідніших людей українці полюбляють навіть найхімернішу словотворчу еквілібристику [335, с. 59], але у вибірці з творів художньої літератури нетипово утворених імен, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, не зафіксовано.

2. Звертання на прізвище. Серед антропонімів прізвище найкраще характеризує адресата як особу, що перебуває в офіційних стосунках із мовцем [304, с. 10]. Використання автономного прізвища в ролі звертання, за правилами українського етикету, вважають не дуже ввічливим [335, с. 41]. Але за часів Радянського Союзу звертання на прізвище навіть у неформальному спілкуванні не було ознакою поганого тону та не трактувалось як вияв зневаги чи зверхності з боку мовця. До того ж для розмовного мовлення мешканців східних та центральних регіонів України і сьогодні характерним є маніпулятивно марковане функціонування звертання лише на прізвище в ситуаціях неформальних контактів, зокрема при звертанні дружини до чоловіка чи подруг одна до одної. На матеріалі художньої літератури зафіксовано поодинокі приклади вживання такого звертання мовцем-маніпулятором, наприклад: (Туся вмовляє свою приятельку прийти до неї на весілля)

– *Яка тобі радість з того, що прийду?* – [запитала Меланія.]

– *Ти вродлива, Левченко, як тіціанівська мадонна, і талановита до біса* (П. Гуріненко); (міліціонер, зацікавлений у зборі інформації, гармонізує стосунки із затриманою дівчиною асоціальної поведінки)

– *В мене є важлива інформація, тільки для тебе і капітана твого.*

– *Бач, Рожкова, яка ти сьогодні грамотна. Не встигла черговий раз до мене в гості залетіти, як уже в тебе інформація є* (А. Кокотюха).

Прізвище у звертаннях, що входять до складу позитивнооцінних експресивів, часто виконує акцентну функцію і стоїть в постпозиції щодо займенника другої особи (*ти / ви*), наприклад: (начальник концтабору хоче отримати від ув'язненого достовірну інформацію) "*Так-то воно так ...*, – [застукотів дрібно пальцями по столу Корж, не знаючи, як підійти до в'язня, щоб не наполохати його.] – *От ти, Іванов, божественний чоловік, мабуть, і Біблію читав <...>*" (Б. Антоненко-Давидович).

Маніпулятивно марковані звертання на прізвище найчастіше супроводжують лексеми на позначення етикетних номінацій (*пан / пані, містер / місіс* і т. д.), статусу, соціальних ролей, звань (*колего, гер, фон* і под.) і

атрибутивні поширювачі, які виражають позитивне ставлення до співрозмовника, зокрема повагу та прихильність: *дорогий, шановний, вельмишановний* і т. п., наприклад: (неонацисти хочуть перетягнути на свій бік впливового бізнесмена) [*Зараз господар, раптово подобрішавши на лиці, переходить до іншої тактики. Він просто і привітно подає Теренсові руку зі словами:*] *"Яке щастя, що ви з нами! Я був певен, що ви почуєте голос титанів, голос своїх предків. І тому ми тішимся з вашого приходу до нас, **дорогий містер Реттіган**, син славнозвісного володаря "Мажестіка-12" Пауля Реттігана"* (Ю. Бедзик).

Позиція прізвища в компліментарних висловлюваннях та у висловлюваннях, що виражають позитивне ставлення до адресата, не є фіксованою і не має смислового навантаження.

У певних контекстах маніпулятивного потенціалу може набувати звертання на прізвище до дітей і підлітків, слугуючи маркером "дорослості" співрозмовника, наприклад: (начальник умовляє хлопця Бронка Завадку не йти на роботу до конкурентів) *Завадко (звертанням на прізвище шеф, очевидно, хотів підкреслити своє ставлення до Бронка як до дорослого чоловіка), я це зробив винятково задля тебе, і ти, прошу я вас, повинен оцінити це <...>* (І. Вільде).

3. Звертання на ім'я та по батькові. Звертання на ім'я та по батькові є емоційно нейтральним. Воно типове для ситуацій ділового спілкування, уживається щодо осіб, старших за віком, вищих за посадою, статусом, малознайомих. Під час здійснення маніпулятивного впливу такі звертання зазвичай займають початкову позицію привертання уваги, наприклад: (режисер запопадає ласки буфетниці, яка керує накриванням святкового столу з приводу прем'єри фільму) *Райсо Пилипівно, ти вже, кицюню, навчи, навчи цих білоручок хоч ковбасу різати, бо ж вони (його дружини. – І. Ш.) тільки й знають, що чужі тексти читати та щось там мурзати по мішковині* (Г. Тарасюк); (редактор хоче, щоб журналіст догодив впливовим особам) *Ваше слово, Романе Панасовичу, серед читачів має великий авторитет. Ми будемо підтримувати*

вас морально й матеріально, але й ви маєте йти нам назустріч (В. Авраменко). Атрибутивні поширювачі в складі звертань такого типу є нечастотними. Вони репрезентовані етикетними словами *дорогий (-а), шановний (-а), вельмишановний (-а)*, а також *милий (-а)*.

Маніпулятивної маркованості звертання на ім'я та по батькові набувають при адресуванні підліткам, а також близьким людям – у ситуаціях неформального, радше інтимного, спілкування – як псевдовідчужені форми. Прикладів таких комунікативних ситуацій у вибірці не знайдено.

4. Звертання на ім'я по батькові. Ця група звертань на власне ім'я представлена в зібраному матеріалі одиничними прикладами. Н. І. Формановська вказує на різноплановість інформації про адресата й адресанта, яку містить самотійне ім'я по батькові, що має ознаку шанобливості та фамільярності: "Адресант характеризується за віком і соціальним положенням, освітнім рівнем, а адресат – головним чином із боку шанобливого ставлення до нього адресанта" [385, с. 121].

Найпоширенішим випадком використання в сучасному мовленні самотійного по батькові є вживання його в неофіційному спілкуванні при називанні та звертанні до осіб старшого, похилого віку колегами по роботі, які є вищі за суспільним (посадовим) статусом [335, с. 39]. До того ж номінація на ім'я по батькові є релятивно регулятивною, оскільки вона демонструє певний ступінь близькості між адресантом і адресатом [188, с. 6]. Саме тому соціально-регулювальна функція постає основною прагматичною функцією для такого типу звертань.

Отже, звертання лише на ім'я по батькові часто маркує старший вік адресата та панібратські стосунки між співрозмовниками. У ситуаціях ділового спілкування звертання лише на ім'я по батькові часто є свідченням невеликої дистанції між мовцем і адресатом, тому може використовуватися для встановлення дружніх стосунків, неформалізації інтеракції, наприклад: (Хома підбурює сотника покарати відьом, які, на його думку, "украли" дощі) *Спасибі вам, пане Уласовичу, що кохаетесь у старовині. Ще покійний ваш дідусь, пан*

Опанас, таки Забрьоха, нехай над ним земля пером! І той не давав нас зобиджати (Г. Квітка-Основ'яненко); [*Аж тут Ївга* (дівчина заарештованого Левка. – І. Ш.) – *беркиць йому* (писарю, від якого залежить доля арештанта. – І. Ш.) *в ноги і стала прохати:*] "**Братіку Кіндратовичу**, соколику, що хоч озьми <...> от намисто <...> от і дукати <...> І ще тобі дякуватиму <...> *дозволь мені з Левком на самоті переговорити <...> розпитати його!*" (Г. Квітка-Основ'яненко).

5. Звертання на прізвисько. Розрізняють прізвиська, утворені від власної назви (імені, прізвища особи), та прізвиська за зовнішніми та внутрішніми характеристиками. Семантика прізвиська за внутрішніми характеристиками відрізняється наявністю оцінно-характеризуючого компонента [335, с. 41].

Звертання на прізвисько в маніпулятивних контекстах позитиву кількісно найменше представлені. Аналіз поодиноких прикладів показує, що використання таких звертань у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу є конфліктогенним, часто спричиняє комунікативні невдачі, наприклад: [*У Григорія щодо Середи були свої наміри, і тому він зробив спробу вплинути на завжди похмурого і мовчазного парубка.*]

– *Послухайте, **Малий**,* – [сказав він (Григорій. – І. Ш.) *якось, зайшовши ввечері до нього* (Середи. – І. Ш.) *в кімнату,*] – *я прийшов не як офіційна особа, тобто ваш вихователь, а просто як давній знайомий, який ставиться до вас доброзичливо. Мені хотілося б <...>*

– *По-перше, у мене є власне ім'я і нічого мені чіпляти собачу кличку. По-друге, я по горло ситий доброзичливцями!* (Ю. Дольд-Михайлик).

Але сказане не стосується звертань на прізвисько, утворених від прізвища, та тих, що мають пестливо-зменшувальну форму, а також оказіональних звертань-компліментів, наприклад: (Заплітний просить Дмитра Ластівку про допомогу) *Ластівко, ти наймоторніший, ану візьми двох-трьох хлопців та розрадь того розтуженого сича* (М. Івасюк); (викладачка агітує старосту групи вступити до партії) *Олійничку, дорогий, та не підводь ти нас!* (Є. Дімарова); (партизан умовляє побратима Івана на прізвисько Олина

перетнути лінію фронту, щоб їх виправдав ЦК) "На каторгу нічого їхати! Ти підеш <...>". – [І тут йому сяйнула щаслива думка:] "На тебе, **Олинонько**, моя остання надія. Ти маєш перебратися через лінію фронту і вручити секретареві ЦК мій звіт про роботу в тилу ворога" (І. Головченко, О. Мусієнко); (член журі заохочує конкурсанта взяти участь у літературному конкурсі) *Та що ж, товаришу **Перспективний**? Будемо щось подавати на конкурс, чи прийдемо тоді, коли ділитимуть гонорар?* (П. Щегельський).

4.3.3 Прийоми посилення впливової функції звертань

Розкриттю впливового потенціалу звертань у межах реалізації маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника сприяють такі прийоми:

1) **акцентування звертання**. Цей прийом забезпечується постпозицією звертання щодо займенника другої особи (*ти / Ви*) та постпозицією атрибутивного поширювача відносно означуваного слова, наприклад: (Гострохвостов фліртує з бідною Оленкою, маючи на думці сватати іншу) [ГОСТРОХВОСТОВ.] *Я вас, **Оленко моя дорога**, люблю і більше нікого не буду любити!* (І. Нечуй-Левицький); (Балабуха хоче сватати Онисю) *Ви, **Онисіє Степанівно**, мов лісова Діана!* (І. Нечуй-Левицький); (Лівія домагається, щоб її чоловік прийняв закон про заборону безшлюбності – для зміцнення римської імперії) *Я тобі кажу, **муже мій державний**: римська сім'я під загрозою зникнення. І ти, наш *pater*, мусиш її врятувати* (В. Чемерис);

2) **уточнення звертань**. Звертання-уточнення можуть мати вигляд відокремлених означень, підрядних означальних частин складнопідрядних речень або сполучень іменника з прикладкою (*кумонько-голубонько, князю-батьку, мамцю-господине, хазяїне-душко, брати-товариство, отці-сенатори* і т. д.), наприклад: (на вечорницях молодиця просить хлопця купити вина) [ПАЛАЖКА.] *Краще от ти, – молоденький, жвавенький, що вже вусик чорненький, – збігай до діда хутенько та принеси пляшки* (М. Старицький); (циган переконує пана купити в нього краденого коня, хоче розвіяти його сумніви) *Хазяїне-душко, твоя ж голова, як маківка, до самого віночка*

розумом набита. То посуди: який же дурень, багатий чи бідний, буде з-за покражі переходити Прут? Це ж границя, а не свинячий брід! (М. Стельмах);

3) **контактний повтор звертання**. При частому повторі основна функція звертання відходить на задній план. Крім якісної оцінки співрозмовника, звертання в такому разі виражає особисте ставлення мовця до співрозмовника [67, с. 107]. Повтор звертання може бути синонімічним, супроводжуватися підсилювальними частками, означеннями, мати вигляд фразеологізованих сполук, наприклад: (шинкар умовляє мужиків продати йому громадський шинок) *Так що ж, панове, та ще й які панове! Що тепер пан перед вами!* (І. Нечуй-Левицький); [*Ївга* (наречена заарештованого Левка – І. Ш.), *нічого не знаючи, поклонилась усім і стала їх* (суддів – І. Ш.) *жальбно прохати:*] **"Пани мої милі, пани мої любезні! Кого мені прохати об моєму Левкові?"** (Г. Квітка-Основ'яненко);

4) **часте вживання звертань до адресата**. Кількість уживань звертань до однієї людини в процесі мовленнєвої взаємодії характеризує ставлення мовця до адресата. Часті звертання свідчать про позитивні почуття до комунікативного партнера з боку мовця, посилену увагу до нього. За допомогою такого прийому мовець підкреслює значимість співрозмовника, наприклад: (Сагайдачний хоче довідатися від свого джури про наміри черні) *"Юзику, хлопче, – [сказав він, коли вірний джура його виструнчився на порозі.] – Піди сюди, синку. Скажи, як перед Богом, що затіває голота? ... Та ти, синку, не лякайся! Ти ж козак"* (З. Тулуб); (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, або я сам собі світ заподію!* (Д. Яворницький);

5) **гетеронімінація** (контактна чи дистантна) **у звертаннях**. Суть цього прийому полягає в уживанні різних номінацій при звертанні до тієї самої особи в діалозі, наприклад: (лікар хоче одружитися зі своєю колишньою викладачкою) *Софіє Андріївно, Софійко, дівчинко моя свавільна, чому ви <...>*

ти так вперто тікаєш від щастя? (Л. Романчук); (дівчина заарештованого хлопця просить допомоги в губернатора) ***Батечку, ваше благор*** <...> *Не знаю, як вас величати? паночку, губернаторчику, голубчику, сьому неправда: його* (Левка. – І. Ш.) *не допрошували; я заприсягну в тім* (Г. Квітка-Основ'яненко); (Череваниха хоче пом'якшити відмову на сватанні, не зіпсувавши стосунки з давнім приятелем чоловіка, оскільки хоче іншого зятя для своєї доньки) ***Панотче, пане полковнику, приятелю наш любий!*** *Нема на Україні чоловіка, щоб не знав, чого стоїть старий Шрам, і який старшина, який полковник не отдав би дочки за твого пана Петра?* (П. Куліш).

Різноманітність номінацій до співрозмовника може сприяти створенню гумористичного ефекту, не формалізувати спілкування між комунікантами та в такий спосіб посилювати маніпулятивний вплив, наприклад: (ув'язнений намагається гармонізувати стосунки зі своїм наглядачем і домогтися від нього поступок)

– ***Командірчик***, відкрути, будь-ласка, кран – що тобі стоїт?

– *Не положено.*

– *Открой на секунду кормушку.*

– *Сказав – не положено.*

– *А дам класну сігарету.*

– *Ну?*

– *Ах ти ж батенько наш ріднесенький! Держи, малиш. Чуєш, скажи чесно, де вас таких красивих набирають?* (Б. Гуменюк);

б) **порушення мовних норм у звертаннях.** Передусім ідеться про порушення граматичних норм української мови – правил узгодження форм роду та числа означення й означуваного слова, наприклад, звертаючись до земського судді, староста вживає неправильну форму роду: ***Благородія ваша висока, дайте нам агітатора, бо як перед Богом кажу: показалися тепер дядьки*** (М. Стельмах). Щирість, безпосередність, підкреслення статусної дистанції в непрямий спосіб ("Ми люди темні, неграмотні" → "Куди нам до вас / нам до вас далеко") дозволяє домогтися прихильності співрозмовника й посилити вплив на нього.

Уживаючи означення у формі множини при означуваному слові у формі однини, мовець маркує повагу до співрозмовника, наприклад: (полонений парубок Лук'ян просить допомоги у війта, який раніше хотів одружити його зі своєю вагітною донькою) [*Лук'ян голосно, але дуже жалібно промовив:*] "*Тестоньку мої милесенькі <...>*" (М. Крилатий).

Наведені приклади репрезентують анаколуф – стилістичну фігуру, побудовану з порушенням граматичної узгодженості між словами, членами речення. Анаколуф підкреслює відтінки емоцій того, хто говорить, свідчить про його внутрішній стан (найчастіше – схвильованості), слугує засобом створення комічного враження, інтонацій живої розмовності [86, с. 228];

7) **римована форма звертань**, наприклад: (учитель праці заохочує учнів до прибирання території) *Молодці! Пишаюсь вами, дорогі товаришочки сини й дочки! ... Завзятушники-передовушники, як я таких називаю* (В. Нестайко); (посильний розповідає князю Потоцькому про нібито мужню загибель його сина, прагнучи увійти в довіру) "*Пан Стефан, – [осмілів трохи Янек,] – бився, як лев. Йому пропонували скласти зброю і вийти з оточення <...> Казали капітулювати <...> а він, милостивий пане великий гетьмане, як вірний син вітчизни, відкидав усі ті негідні пропозиції*" (В. Кулаковський). Римованість звертання може посилювати його вплив на співрозмовника. Так, І. Ю. Черепанова слушно зазначає: "Звук дійсно доволі часто пов'язують із ритмом, а звуко-ритмічний вплив вважають основою будь-якої релігійно-магічної системи" [394, с. 38];

8) **супровід звертання вигуками** (*а, ай, ех, о, ой, ох*) **та присвійними займенниками** (*мій, моя, моє, мої; наш (-а, -е, -і)*);

9) **звертання-авторські новотвори**, наприклад: (прислужниця пана хоче домогтися ласки до нього полонянки Марусі) "*Ясочко моя, королівно заморська, сонінько наше красне*", – [*яких улесливих слів не підбирала, з якими прислугами не відзивалася до неї*] (Б. Лепкий); (дівчина питає суддів про свого заарештованого хлопця) *Скажіте, будьте ласкаві, господа служба, чи водили Левка сьогодні у допрос?* (Г. Квітка-Основ'яненко); (чоловік хоче, щоб його

разом із приятелями-пияками пустила додому його жінка-науковець) *Прекрасномудрая профессоршо всіх наук, жоно моя Ган<...>но Парфено<...>нівню!* *Зустрічай! Ми прийшли палити Парфенон <...>* (Г. Тарасюк).

За комунікативною метою розрізняють такі типи спілкування: нормальне (служує передачі повідомлення), фатичне (передбачає підтримку контакту) та екстремальне (забезпечує підтримання надпозитивного або наднегативного тону спілкування) [287, с. 117].

Маніпулятивна стратегія позитиву часто застосовується під час екстремального спілкування. А такий вид інтеракції розмиває межі, роблячи комунікативно дозволеною будь-яку референцію [287, с. 117]. Оскільки досліджувана стратегія нерідко має на меті створення надпозитивного тону спілкування, вона передбачає деталізацію, адже деталізація тяжіє до позитивності.

На думку Г. Г. Почепцова, вичерпність стандартної деталізації стимулює створення індивідуальних посилянь, що слугують деталізації тільки в певній комунікативній спільноті. "Процес деталізації, наштовхнувшись на мовні межі, зміщує їх і починає займатися словотворчістю – варіюється "пестлива морфологія", створюється своя власна пестлива лексика ... При цьому прагнення деталізувати виявляється сильнішим за можливості мови" [287, с. 117]. Цим можна пояснити досить велику кількість авторських новотворів-номінацій, зокрема тих, що функціонують як звертання в маніпулятивному дискурсі позитиву;

10) **обумовлення дозволу на звертання.** Цей прийом вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур на зразок *Дозвольте мені так вас називати; Можна я так звертатимусь до вас?; Насмілюся називати вас так,* наприклад: (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); (чарівник хоче бути васалом вищого мага) *Я такий радий бачити вас, добрий пане Легіаре, насмілюся сказати, дорогий Ларте, що забув запитати, так би мовити, про мету* (Дяченки);

11) **жартівливі форми звертань**. Удаючись до звертань-жартівливих номінацій під час здійснення маніпулятивного впливу, мовець намагається створити доброзичливу атмосферу спілкування, уникнути конфлікту, не формалізувати стосунки з адресатом, наприклад: (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).

Таким чином, однією з особливостей граматичних засобів об'єктивації позитивної оцінки та позитивного ставлення до адресата в маніпулятивному дискурсі є домінування особових форм дієслів теперішнього часу дійсного способу. Маніпулятивно маркованими постають опозиції займенників "я" / "ми" – "ти" / "ви", "ти" – "Ви", "ти" / "ви" – "ті", "вони", "ти" / "ви" – "всі", "будь-який", "будь-хто", "кожний", "усякий". Частки та вигуки, що виражають різні відтінки емоційних і модальних значень, роблять мовлення адресанта виразнішим, посилюють смисл висловлення, передають почуття, емоції.

До синтаксичних засобів репрезентації тактики підвищення значимості співрозмовника належать різні за метою висловлювання речення (окличні, питальні, розповідні), прості (як двоскладні, так і односкладні) та складні, зокрема складнопідрядні й складносурядні, реченнєві одиниці. Типові для маніпулятивних контекстів позитиву обірвані реченнєві конструкції. Надлишковими елементами реченнєвих одиниць, за допомогою яких вербалізується маніпулятивна тактика підвищення значимості співрозмовника, є вставні слова і конструкції, відокремлені члени й однорідні члени речення, а також звертання – комунікативно значущий, культурно і соціально зумовлений інструмент здійснення впливу на адресата.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4

Оцінна лексика – невід'ємний атрибут маніпулятивного дискурсу й маніпулятивної стратегії позитиву зокрема. У тактиці підвищення значимості

співрозмовника реалізуються загальнооцінні та частковооцінні значення. Частковооцінні значення репрезентують психологічні й естетичні оцінки. Серед психологічних оцінок виокремлюються етичні, інтелектуальні та оцінки на позначення характеру, темпераменту, здібностей, культурного рівня співрозмовника, його ставлення до інших. У маніпулятивному дискурсі спостерігається домінування емоційних оцінок над раціональними.

Оцінні значення лексем, що входять до складу реченнєвих одиниць, якими оформлено маніпулятивно спрямовані експресиви, можуть бути контекстуально зумовленими. Їх набувають і дескриптивні лексеми. Особливою здатністю виражати контекстуально зумовлені значення й відтінки в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника відзначаються прикметники *добрий* та *хороший*.

Типовим для маніпулятивного дискурсу є функціонування слів у переносних та оказіональних значеннях, слів із розширеною сполучуваністю.

Слова з негативнооцінним значенням у тактиці підвищення значимості співрозмовника не є конфліктогенними. Вони використовуються для зменшення дистанції, а також для посилення експресії та контрасту – при реалізації прийомів самоприниження і протиставлення співрозмовника іншим особам.

Прагнення мовця зблизитися з адресатом засвідчують його 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 врочистої лексики, книжних зворотів, термінів, слів іншомовного походження, слів із дифузною семантикою.

Більшість компліментарних висловлювань і висловлювань, що передають позитивне ставлення до адресата, стосуються плану теперішнього моменту мовлення. У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонують експресиви зі значенням позачасовості, яке створюється за допомогою темпоральних указівників *завжди*, *щодня*, *щоденно*, *кожного дня*, *кожен день*, *постійно*.

Здійсненню маніпулятивного впливу сприяють частки та вигуки, що увиразнюють мовлення адресанта.

Прагматично значущим у маніпулятивних контекстах є протиставлення займенників "я" – "ти", "я" – "ви", "ми" – "ви". Займенники *всі, будь-який, будь-хто, кожний, усякий* постають засобами генералізації.

У маніпулятивному дискурсі займенники "Ви" і "ти" постають знаряддям здійснення впливу: займенник "Ви" маркує повагу до адресата, "ти" – дружнє чи приязне ставлення. Уживання займенника "Ви" як засобу відчуження, а займенника "ти" як вияву фамільярності, неповаги, зверхнього ставлення до комунікативного партнера не типові.

Ти-форми в тактиці підвищення значимості співрозмовника супроводжуються звертаннями, що передають повагу до адресата, дистанціюють його від мовця. Займенник "Ви" часто поєднується з пестливими формами імен, атрибутивними поширювачами звертань, які виражають приязнь, інтимізують спілкування. Переходи з однієї форми звертання на іншу постають семантично значущими: перехід із "ти" на "Ви" свідчить про шанобливе ставлення до комунікативного партнера, із "Ви" та "ти" – про намагання мовця скоротити дистанцію.

Маніпулятивно спрямовані експресиви у формі розповідних речень домінують над тими, що мають вигляд окличних і питальних структур. Прості конструкції відзначаються частотністю порівняно зі складними. Типовим для експресивів, що функціонують у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, є оформлення реченнєвими одиницями обірваної будови та реченнями, ускладненими надлишковими елементами.

У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника звертання можуть бути "самостійними" або входити до складу компліментарних висловлювань чи висловлювань, що передають прихильність до адресата.

Звертання в маніпулятивному дискурсі репрезентовані такими тематичними групами: етикетні звертання; звертання, що маркують стать, вік, місце проживання, соціальну роль, соціальний статус, віросповідання, посаду, професійну належність адресата, дружні стосунки між співрозмовниками;

звертання на позначення родинних взаємин; метафоричні звертання; звертання, які дають позитивну оцінку співрозмовникові, та звертання на власне ім'я. Найчастотнішими в маніпулятивних контекстах є компліментарні й акцентовані звертання.

Посиленню впливу на комунікативного партнера під час інтеракції з маніпулятивним вектором сприяють акцентування й уточнення звертань, їх контактний і дистантний повтор, гетеронімія та порушення мовних норм у звертаннях, римована форма звертань, супровід звертань вигуками і присвійними займенниками, звертання-авторські новотвори, обумовлення дозволу на звертання, звертання-жартівливі номінації.

Основні результати розділу опубліковано в [407; 408; 410; 411; 422; 427; 430; 431; 433; 424].

РОЗДІЛ 5

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

МАНІПУЛЯТИВНО СПРЯМОВАНИХ ЕКСПРЕСИВІВ

Засобами інтенсифікації позитивної оцінки адресата і вираження прихильності до нього з боку мовця в маніпулятивній стратегії позитиву постають функції значень мовних одиниць в умовах незвичної предметної співвіднесеності, стилістичні фігури й художні тропи, що розглядаємо як фігури слова (мови). Вони посилюють дієвість висловлення завдяки тому, що до суто логічного змісту додаються різні експресивно-емоційні відтінки [67, с. 116].

Серед фігур слова розрізняють фігури накопичення (різноманітні повтори, синонімічні "підкріплення", багатосполучниковість), фігури уникнення (еліпс, силепс, асиндетон, безсполучниковість, анаколупф (синтаксична неузгодженість)), фігури переміщення, чи розміщення – інверсія, різні види паралелізму, фігури переосмислення: а) з перенесенням значення (метафора, метонімія, синекдоха, іронія); б) зі звуженням значення (емфаза, мейозис); в) з посиленням значення (гіпербола); г) з деталізацією значення (перифраз) [367, с. 297]. Розглянемо стилістичні засоби тактики підвищення значимості співрозмовника.

5.1 Фігури накопичення в маніпулятивному дискурсі

До фігур накопичення (додавання, плеонастичних чи тавтологічних) належать повтори та градація.

Як стилістичний засіб повтор використовується в різних функціональних стилях мови, але найяскравіше він репрезентований у художньому стилі, де основною його функцією є посилення експресивно-зображувальних властивостей мови та її художнє увиразнення.

На зв'язок емоційного мовлення і повтору одним із перших указав Ж. Вандрісс, який вважав, що повтор бере витoki з емотивної, а не з раціональної мови.

Повтору притаманна поліфункціональність: він уможливорює нове сприймання, підкреслює емоційний аспект, бере участь у створенні почуттєвих

домінант, підвищує дієвість намірів мовця, виконує апелятивну функцію, дозволяє утримувати увагу співрозмовника. Ще О. О. Потебня звернув увагу на стилістичне значення повторів, зауваживши, що "збільшення вживання в мовленні одного і того самого слова дає нове значення, об'єктивне або суб'єктивне" [284, с. 552].

Іноді повтори "сигналізують про напружений емоційний стан мовця, якому внаслідок хвилювання інколи досить важко дібрати необхідне слово" [47, с. 7]. Це так звані "мимовільний повтор", що протиставляється власне повтору і заповнює мовні паузи.

На думку Ю. М. Скребньова, функція навмисного повтору як стилістичного засобу (на відміну від випадкового повтору при непідготовленому усному мовленні) завжди є підсилювальною: відправник мовлення підкреслює значення повторюваного слова; поняттю, що виражається цим словом, приділяється особлива увага адресата мовлення [340, с. 139].

Досліджуючи повтор як художній засіб індивідуально-авторського естетичного й емоційного освоєння, більшість учених трактують його як семантично значущий елемент, що бере участь у формуванні змістової структури тексту (див., наприклад: [334; 118; 33; 343; 172]). Погляд на повтор як на засіб посилення, експресивного виокремлення, вираження інтенсифікації ознаки, з'ясування його прагматичної ролі репрезентовано в роботах І. В. Арнольд, В. В. Одинцова, Ю. М. Скребньова, І. І. Туранського, С. О. Швачко, Ж. С. Павловської, І. В. Соколової, В. І. Охріменко, Е. Ф. Маліновського та ін.

За рівнем мовної реалізації розрізняють звукові, лексичні та синтаксичні повтори, за формально-семантичним вираженням одиниць – повні та часткові, за функціями в мові – композиційні й номінативно-експресивні, за місцем розташування повторюваних елементів – контактні та дистантні. Композиційні повтори постають засобом організації художнього тексту і мають вигляд анафори, багатосполучниковості, паралелізму, епіфори, хіазму.

Суть номінативно-експресивних повторів полягає в подвоєнні окремих мовних елементів із метою увиразнення й підсилення мовцем свого емоційного

стану, передаваних почуттів. Одним із видів повтору є підсилювальний повтор, за допомогою якого відбувається увиразнення відтворюваної лексеми семантикою інших слів.

На лексико-синтаксичному рівні розрізняють власне лексичний повтор, синонімічний повтор, антонімічний повтор, уживання слів-субститутів та перифразів, лексико-синтаксичний паралелізм тощо.

Функції повторів корелюють із їхнім видом. Так, контактний повтор (безпосереднє розташування однієї одиниці після іншої) емоційно і логічно підкреслює важливі за змістом слова, дає змогу уточнити та деталізувати зміст тексту, слугує засобом зв'язку елементів усередині синтагми, фрази і надфразної єдності, а також його використовують із метою емпатизації висловлення.

Дистантний повтор сприяє фокусуванню уваги слухачів на певних елементах повідомлення, зокрема на словах-центрах семантичного напруження і текстах, передає їхній смисл зі збільшеною інтенсивністю, установлює ієрархію частин тексту для їх подальшої інтеграції в єдине ціле [21, с. 5]. Дистантний синтаксичний повтор охоплює весь текст, об'єднуючи великі його фрагменти, виконує текстотвірну функцію, забезпечує зв'язок із провідною темою твору, а лексичний повтор макроконтексту сприяє виведенню окремої ізольованої частини тексту [125, с. 11].

Повтор у маніпулятивному дискурсі інтенсифікує позитивну оцінку. Досягнення впливового ефекту відбувається за рахунок надлишковості: повтор підсилює ілокуцію позитивнооцінного експресива і відповідно – позитивну оцінку адресата чи вираження прихильності до нього мовця.

У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника домінують безсистемні повтори (епізевкис); мають місце контактні повтори, чи епімона, – кількаразове повторення слова в реченні або рядку без інтервалу та дистантні повтори.

Епімона порівняно з дистантним повтором є менш частотною. У маніпулятивних контекстах позитиву такий вид повтору вербалізується за

допомогою дієслів (переважно перформативів (*схвалюємо, хвалю* та ін.), дієслів на позначення почуттів (*люблю, шаную* і т. д.) та дієслова зі значенням обізнаності – *знаю*), прикметників (наприклад: *радий*), прислівників (*дуже, славно, похвально, цікаво, гостро* і под.), займенників (зазвичай особових – *ви, ти*), іменників, що передають позитивну оцінку, захоплення (*чудо, диво* і под.) чи позначають предмет позитивної оцінки (*очі, ручки, щедрість* і т. д.), а також лексико-граматичних структур (*така красна, що за фігура, так прив'язалася, дуже раді, так занудилась, який голос* та ін.), наприклад: (татарин хоче, щоб дівчина-українка показала дорогу в село) **Хороша дівчина! Хороша дівчина!** *Ми тобі нічого не зробимо, пустимо на волю, тільки ти нам скажи, де тут є село?* (О. Левицький); (старі панни сподіваються вийти заміж за холостяка Прушинського) **Дуже раді, дуже раді, що побачились з вами так несподівано** (І. Нечуй-Левицький).

Дистантний повтор, типовий для досліджуваного типу дискурсу, репрезентують:

- **іменники**, ужиті: а) в ролі звертань; б) як непрямі номінації співрозмовника; в) на позначення предмета позитивної оцінки (*жест, ідея, руки, слова, убрання, фігура, хода* і т. д.), наприклад: (циганка вимагає в перехожого грошей за ворожіння) **Красавчику, подай руку. Перед тобою довга-довга і весела дорога. Ти зустрінеш найкрасивішу у світі жінку. Не скупись, красавчику, жени монету** <...> (Д. Кешеля);
- **займенники** (у різних відмінкових формах): особові, присвійні, означальні, вказівні, наприклад: [*Агмед-баша зрозумів, що довше годі вже зволікати з тим, за чим прийшов. І сказав помалу:*] "*Я приходжу до наймудрішої з жінок Падишаха з великим проханням. Як воно буде в ласці сповнене, то стану до смерти вірним невольником усіх замислів **Твоїх** і сина **Твого**, хай потіхою **Тобі** буде, о Велика Хассеке Хуррем!"* (О. Назарук); (Учитель надихає на роботу своїх учнів – екстрасенсів) **Страх – ваша велич. Ваша слава. Ваша сила. Світ – належить вам... Отож забудьте, що ви – прості смертні! Ви – ловці людських душ!** (Г. Тарасюк);

- **прикметники** (переважно ті, що містять позитивну оцінку, позначають емоційний стан, передають ставлення до комунікативного партнера), наприклад: (отець Миколай, який має незаміжніх дочок, цікавиться неодруженим братом Вікентія Петровича) "*Достойний у вас брат, зело **достойний!** ... І дівчата мої не раз про нього згадують*", – [розкриває свої потаємні замисли отець Миколай і зітхає: "*Коли вже він позбудеться своїх відданиць?*"] (М. Стельмах);
- **прислівники** на позначення часу, кількості, оцінки, періодичності, наприклад: [*Він (Псович. – І. Ш.) взагалі вдавав безумно закоханого, й княгиня цьому вірила.*] "*Королево! Чарівна королево!* – [бурмотів він патетично.] – *У вас **стільки** величі, **стільки** блиску, **стільки** чарів сьогодні, що ви більше, ніж королева, більше, ніж усі королеви світу!*" (В. Гжицький);
- **дієслова**, що прямо чи опосередковано маркують прихильність до адресата і дають позитивну оцінку його діям (*вміти, допомагати* та под.), наприклад: (отаман посилає побратима в небезпечну подорож) *Я **вірю** в тебе, молодий звіддарю, і **вірю**, що твій розум і твоя лицарська відвага принесуть полегшу нашому збиткованому й придушеному людові ... Я **вірю** в тебе, Іванку! І **вірю** у відданість Кожухаря й Гордила* (М. Івасюк);
- **позитивнооцінні словосполучення** ([іменник + прикметник], [присвійний займенник + прикметник + іменник]): *моя кохана пані, людина інтелігентна, червона вода, чудова людина* та ін., а також **лексико-граматичні структури** (*прийде час, раді старатись, тільки ви, чиста правда, що таке, як до тата рідного* і т. д.), наприклад: (селянин просить освіченого сина священика допомогти йому засадити до в'язниці сина дідича)
- *Я до вас, паничу, **як до тата рідного**. Нема в кого порадитися, тільки ви одні в селі.*
- *Чого ж вам від мене потрібно?*
- ***Як до тата рідного** приходжу до вас, паничу, бо не можу витримати <...>*
- *Чого ж ви від мене хочете?* – [вже знетерпеливився Славко].

– *Я до вас, паничу, як до тата рідного: зробіть мені право, я вам і заплачу, а до криміналу мушу его (сина дідича. – І. Ш.) всадити!* (О. Маковей).

Підсилення й емоційне увиразнення змісту повідомлюваного може досягатися за допомогою прозової анафори. Для тактики підвищення значимості співрозмовника характерним є анафоричний повтор займенників (як у початковій формі, так і в непрямих відмінках), а також вигуків, наприклад: (жінка, яка завинила перед чоловіком, прагне залагодити конфлікт) *Ти не можеш так, ти завжди чинив правильно, ти можеш все зрозуміти, ти єдиний, хто мене розумів* (Д. Білий).

У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника має місце кільцевий, чи рамковий, повтор. Удаючись до такого повтору, адресант акцентує увагу адресата на тому, що вважає найважливішим для цієї ситуації, резюмує сказане, наприклад: (батько хворої запобігає перед лікарем) *Дай Боже вам, Андрію Михайловичу, рятівник наш, дай Боже* (І. Костиця); (Гармаш просить писаря підписати грамоту на послушення селян) *Знаю, пане писар, і не перший рік знаю. І люблю, і поважаю, і прийде час, коли кричатиму зі всім достойним людом славу вам яко гетьману України. Прийде час, Іване* (Н. Рибак).

Дистантний повтор може мати вигляд усталених зворотів фразеологічного типу, наприклад: (автор листа схиляє Президента до зміни зовнішньополітичного курсу) *... Тільки Ви, глибокошановний Президенте, сьогодні маєте достатній авторитет і реальну владу в Україні, щоб відвернути її з того сакраментального шляху, який веде український народ до прірви загину. Повторюю: Ви і тільки Ви!* (Ю. Бедзик); (Сидір підхваляє свого спільника) [СИДІР.] *От голова так голова! Ну, нехай хто другий мудріше пригадає* (І. Карпенко-Карий); (бурлака залицяється до молодиці) *Ну, Василина так Василина!* (І. Нечуй-Левицький).

Повтори знаходять вияв і у явищах ампліфікації (нагромадження синонімів та слів із близьким значенням, однотипних висловів і синтаксичних

конструкцій, однорідних членів речення) і тавтології, що емоційно підсилюють висловлену думку.

Експресиви, у яких реалізується маніпулятивна тактика підвищення значимості співрозмовника, репрезентують тематичний, чи синонімічний, контактний і дистантний повтори. При синонімічному повторі дублюються лексеми, що виражають думку, важливу для адресанта. Синонімічний ряд посилює ознаку, виражену першим синонімом. Додавання нового синоніма та відмінність семантичних відтінків і стилістичних властивостей синонімів сприяє посиленню смислу повідомлюваного й забезпечує збільшення перлокутивного ефекту висловлювання.

У маніпулятивному дискурсі позитиву домінує контактний синонімічний повтор. При цьому контекстуальні та стилістичні синоніми переважають над абсолютними, що можна пояснити прагненням мовця внести нові відтінки в значення, увиразнити передавану думку, наприклад: (панський управитель умовляє Демида виселитися з лісу) *І покращала, і погладила вона* (жінка. – І. Ш.), *Демиде, в тебе. Прямо мов писанка* (М. Стельмах); (розвідник хоче увійти в довіру свого "начальника") *"Отець Василь має світлу голову, – [ствердив Юрко.] – Крім того, він завжди дивував мене своєю освіченістю"* (Р. Самбук).

Одним із видів ампліфікації є гетерономінація. У маніпулятивному дискурсі її репрезентують низки звертань до співрозмовника (*донечко – серце, славна переяславко – красуне – ясочко, умниця – чорноброва і под.*) або низки його номінацій (*друг – комісар – серце, дуже вчена людина – вчитель, мужчина – композитор, рідний батько – ватажок, старий робітник – учасник революції, чоловік – золото і т. д.*), наприклад: (незнайомець хоче співпрацювати з викладачем) *А ви справжній герой, Павле Сергійовичу, романтик* (Д. Білий); (дяк хоче, щоб молодиця відповіла взаємністю на його упадання) *О внемли, як тя кохаю: Ти для мене цілий мир! Тутло серця, путь до раю І душі моєї клир!* (М. Старицький).

У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника спостерігаємо як контактну, так і дистантну гетерономінацію. Гетерономінація має місце переважно в ситуаціях флірту та ситуаціях неформального спілкування між знайомими й незнайомими комунікантами, а також у випадках пафосного звертання вищого за статусом, посадою співрозмовника до нижчого, часто колективного, адресата або нижчого до вищого в статусній ієрархії співрозмовника. Посилену емотивність мають повтори з наростанням, що передбачають синонімічну заміну ознакового імені ім'ям, сильнішим за семантикою.

Маніпулятивним контекстам притаманна не тільки тавтологія, а й морфемний повтор – уживання в одному реченні спільнокореневих слів, що не об'єднуються в одне найменування на зразок *любити любов'ю*. Такий прийом також забезпечує затримання уваги співрозмовника, увиразнює та ритмізує мовлення. Зібраний матеріал засвідчує приклади повторів різних форм того самого слова та варіювання спільнокореневих слів, що є різними частинами мови, не тільки в межах речення, але й фрази, наприклад: (Виговський, викритий у змові проти Хмельницького, хоче зменшити свою провину) *Мудре рішення, мудріше й учинити не можна* (Н. Рибак); (дяк просить молодицю, до якої залицявся, сховати його) [*ДЯК (тремтить).*] *Бога ради <...> добродітельна Солохо <...> ваша добрість, як глаголет писаніє <...> глава тринад <...> тринад <...> стука, стука! Йй-богу, стука! Ой сховайте мене куди-небудь!* (М. Старицький).

У досліджуваних контекстах трапляються також і тавтологічні звороти фразеологічного типу: *диво дивне, жде не діждеться, зернятко в зернятко, лицар поміж лицарів, найхоробріший із найхоробріших, рука за руку* і под., наприклад: (слідчий Орач прийшов до голови колгоспу для збору інформації) *"Але ж ваша (пшениця, вирощена в колгоспі. – І. Ш.), як пишуть газети, найкраща за всіх. Зернятко в зернятко! Цього року центнерів по сорок п'ять візьмете", – [похвалив Орач працю хлібороба]* (В. Пеунов); (учитель музики

гармонізує стосунки з роботодавцем) *Які скелі, які млини, яка червона вода в Росі! Диво дивне! Зовсім червона вода!* (І. Нечуй-Левицький).

Маніпулятивному дискурсу притаманна багатосполучниковість, чи полісиндетон. За допомогою багатосполучниковості відбувається впорядкування висловлення, здійснюється його ритмізація, забезпечується перехід від однієї частини до іншої, підкреслюється рівноцінність перелічуваного. Із такою функцією на початку суміжних елементів у межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника найчастіше повторюється сполучник сурядності *і*, наприклад: (великий візир султана переконає полонянку бути прихильною до нього) *Смерті ніхто не мине ... Але такій молодій і красивій дівчині ще треба довго жити. І жити в розкоші, в коханні. І це тобі можу дати тільки я!* (В. Малик); (керівник хоче скоригувати дії своїх підлеглих) *Молодці, хлопці, бачу, з фантазією. Розпустили концтабір – теж непогано, можна вам "відмінно" поставити, чиста робота. І за спалену біржу праці можемо вас похвалити, зірвали їм мобілізацію молоді на каторжні роботи в Німеччину. І на шляхах умієте поратись. По-хазяйському <...>* (Д. Бедзик). Повторення сполучника *і* сприяє створенню епічної тональності, враження безперервності дії, різнобічності характеристик.

Багатосполучниковість охоплює не тільки сполучники сурядності, але й сполучники підрядності, зокрема *бо, хоч, щоб, якби, якщо*. Типове для маніпулятивних контекстів нанизування риторичних питань, характерним для якого є повторення питальних часток *хіба, чи*, прислівників *куди, скільки*, ужитих у значенні сполучного слова, а також питального займенника *хто* (у різних відмінкових формах), наприклад: (Ігор спокушує Віку) *"Та чи пара він тобі, селяк репаний? Хіба він може оцінити твою красу, твій стан, твої очі? Чи ти хоч розумієш, що ти найкрасивіша жінка на усе місто? Куди до тебе усім іншим!"* – [Ігор увімкнув свій спокусливий голос на майже повну потужність] (Л. Романчук).

Таким чином, повтор посилює прагматичний потенціал експресивів, підвищує ефективність здійснюваного впливу на співрозмовника, дає змогу мовцеві актуалізувати нові відтінки в значенні, конденсувати думку.

Засобом посилення впливової функції маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних експресивів постає і така стилістична фігура, як градація, наприклад: (Гострохвостий домагається прихильності вродливої дівчини-міщанки) [*ГОСТРОХВОСТИЙ (бере Оленку за руку).*] *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).

Градацію в досліджуваних контекстах репрезентують експресиви на позначення позитивного ставлення до співрозмовника з дієсловами у формі минулого, теперішнього та майбутнього часу (*віддали і віддають, любив, люблю і любитиму* і т. д.), наприклад: [*ГОСТРОХВОСТИЙ.*] *Ви не вірите (приступає). Ви не вірите? Так знайте, що я більше нікого **не любив, не люблю й не любитиму**, окрім вас* (І. Нечуй-Левицький).

Градація може мати вигляд нанизування риторично-питальних речень, за допомогою яких у непрямий спосіб передається позитивна оцінка, наприклад: (Мавра, звинувачена господинею в неправильному вихованні її доньки, виправдовується) "*А от, – [каже, і все якось згорда, мов про своє говорить,] – **чий полонини найкращі на Чабаниці, як не Іванихи Дубихи? Чий товар такий гладкий, угодований, як не Іванихи Дубихи? А сама прекрасна, чорнобрива Тетянка, пристроєна пишно, чи не в Іванихи Дубихи?***" (О. Кобилянська).

5.2 Маніпулятивність фігур переосмислення

5.2.1 Метафорична репрезентація тактики підвищення значимості співрозмовника

Посилити позитивну оцінку мовцем адресата й добре ставлення до нього дає змогу метафора, сутність якої полягає в осмисленні та переживанні явищ одного роду в термінах явищ іншого роду [200, с. 89]. За допомогою метафори

відбувається виділення і підкреслення статичної чи динамічної ознаки певного предмета.

Метафора характеризується дієвістю: тут один предмет набуває здатності діяти подібно до іншого. Перенесення властивостей і ознак певного предмета, явища, стану, аспекту буття на інші під час метафоризації здійснюється за принципом уподібнення чи розподібнення: "... метафора ніби руйнує одні логічні межі назви, щоб над ними звести інші. Вона немовби заперечує належність об'єкта до того класу предметів, до якого він насправді входить, і переносить його в інший клас, до якого він на раціональній основі не може бути віднесений" [219, с. 329]. Що далі стоять один від одного протиставлені розряди об'єктів, то яскравішим є "метафоричний сюрприз" від їх контакту [363, с. 20].

Метафора узгоджується з експресивно-емоційною функцією практичного мовлення [363, с. 15]. За допомогою метафор мовець створює когнітивно-образну, соціальну, індивідуально-особистісну картину світу, що дає змогу розкрити прагматичний потенціал цього художнього тропу. Семантика метафори пов'язана з такими лінгвістичними явищами та категоріями, як категорія імплікації, явище пресупозиції, асоціювання, вторинна номінація [352, с. 44-45]. Метафоричний вираз має більшу наочність і більше сенсорне навантаження, тому метафора є суттєвим засобом здійснення впливу, який може змінювати свідомість [286, с. 223].

Указуючи на можливість метафор набувати маніпулятивного потенціалу, Д. Болінджер найвпливовішою вважає метафору, пов'язану з вираженням оцінки в мові [49]. Як і інші виразні засоби, метафора дає змогу "яскравіше передати від відправника до одержувача душевне хвилювання, переживання, почуття" [381, с. 15].

У теорії метафори прийнято розрізняти конвенційні ("стерті") метафори і креативні (творчі, або "живі"). У маніпулятивному дискурсі представлені як конвенційні, так і креативні метафори. Із трьох семантичних типів метафори (номінативна, образна, когнітивна), що їх виділяє Н. Д. Арутюнова [11,

с. 234-236], у маніпулятивних контекстах позитиву домінують номінативні та образні метафори.

Уживання метафор у маніпулятивній функції особливо характерне для ситуацій флірту (притаманне більшою мірою чоловічому мовленню) та ситуацій формального ділового спілкування, зокрема при звертанні мовця до колективного адресата. У мовленні вищих за посадою, статусом, а також старших за віком співрозмовників метафор більше, ніж у мовленні тих, хто посідає нижчі посадові сходинки чи є молодшим. Серед таких метафор частотністю характеризуються метафоричні сполучення з компонентами "ворота", "душа", "слово", "сльози", "сторінка", "честь" і под., наприклад: (запорозький гетьман-зрадник хоче налагодити дружні стосунки з Байдою для подальшого збору інформації) *О князю-батьку! Дай **омити слізьми** З твоїх **чобіт кров християнську чесну**, **Що з бусурменською в бою скипілась!*** (П. Куліш); (сотник домагається прихильності регіментаря) *"**Слово** **коронного регіментаря для мене святе!** – [вигукнув з пафосом.] – **Для вас завжди відкриті наші серця і ворота**"* (Т. Микитин).

Особливо інтенсифікує позитивну оцінку метафора, посилена повтором, наприклад: (Передерій, який хоче просити адвоката про послугу, запобігає перед ним) *[ПЕРЕДЕРІЙ.] **Та чуєте ж, ото клопочеться все, де б того аблаката взять? Чого ти, кажу клопочешся, коли у нас один аблакат на всю округу – Василь Трохимович: він у законах, як миша в крупі, – на законах спить, законами укривається, законами дише! Самий настоящий законник!*** (М. Старицький).

Підвищеним впливовим потенціалом відзначаються й 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); (Бонковський залицяється до панни Олесі) *От і мені такі **квітки сняться, тільки з панянськими головками та з карими очима*** (І. Нечуй-Левицький); (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, та присвійними займенниками: *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. п.) 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).

Різновидами метафори є метонімія, чи перейменування, синекдоха, перифраз та персоніфікація. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника метонімія постає засобом інтенсифікації позитивної оцінки: виділяючи частину чи атрибут певних рис, учинків чи явищ, які заслуговують схвалення, цей стилістичний прийом допомагає сконцентрувати увагу адресата на головному, що робить компліментарне висловлювання конкретнішим, лаконічнішим і виразнішим, наприклад: (князь Волконський переконує свого соратника належним чином прийняти послів) *Найсвітліший! Вустами своїх послів з вами бажає розмовляти Європа* (П. Наніїв); (гестапівець умовляє полоненого лікаря співпрацювати) *Я був терплячий, бо знав, що мистецтво скальпеля є вище мистецтво, і воно служить не лише гуманності, а й науці* (Д. Бедзик); (журналістка бере інтерв'ю в художниці – своєї давньої приятельки)

– *Ти б повісила?* – [художниця зненацька чутко подається наперед.] – *Чесно, повісила б?*

– *Го, ще й як – із вистрибом! Тільки, вибач, Владо, де в нас гроші на такі розкоші? Я стільки не заробляю, щоб на Владиславу Матусевич собі дозволити!* (О. Забужко) – пор.: "Я стільки не заробляю, щоб дозволити собі (купляти) картини Владислави Матусевич".

Видом метонімії є антономазія, що полягає в заміні загального поняття, як правило, людської якості, власною назвою. Цей художній троп також притаманний маніпулятивному дискурсу, наприклад: (слуга запобігає перед артистом, у якого постійно позичає гроші)

[КРАМАРЮК.] <...> *Я вмент (бере шапку!). Іван Макарович, Кактус живе далеко, ножки у мене старенькі <...> А?*

[ІВАН.] *Грошей?*

[КРАМАРЮК.] *Яка догадливість! Бісмарк!* (відомий німецький державний діяч, дипломат. – І. Ш.). *По одному натяканню все зрозумів <...> Що я сказав?*

Людмила Павловна, що я сказав? Одно слово, і не слово, а літеру "а"? І Іван Макарович догадався. Великий артист <...>

[ІВАН (дає гроші).] На, щоб ти мені тиждень не приставав за грішми!]

*[КРАМАРЮК (взявши).] Боже мій, місяць не скажу ні слова (трясе на руці червонець).] А щедрість, щедрість, щедрість яка! **Кін** (відомий англійський актор-трагік – І. Ш.) <...> що Кін? Кін – цуценя в порівнянні з нашим Іваном Макаровичем (І. Карпенко-Карий). Так, номінація "Бісмарк" маркує позитивну оцінку розумових здібностей адресата і його неконфліктність, а номінація "Кін" дає змогу мовцеві високо оцінити акторський талант комунікативного партнера.*

У маніпулятивних контекстах частотністю характеризується синекдоха, чи кількісна метонімія, наприклад: (гетьман хоче повернути на свій бік старійшин) *Усі ми перед **вашими сивими чупринами** діти і дурні* (П. Куліш) – пор.: "Усі ми перед вами (старшими та досвідченішими) діти і дурні"; (парламентар намагається запобігти конфлікту з генералом табору противника) *Поважаю **вашу мужність**, генерале* (П. Наніїв) – пор.: "Я вас поважаю, генерале (за мужність)".

Тактику підвищення значимості співрозмовника репрезентує і художній троп, що описово виражає одне поняття за допомогою декількох, слугує для заміни якоїсь загальноприйнятої назви, – перифраз. У перифразах назви предметів та людей замінюються вказівками на їхні ознаки. Зазвичай перифраз є довшим і багатослівнішим порівняно з прямим позначенням: він не тільки називає предмет дійсності, але й характеризує його. Перифрази мають загальну здатність підсилювати виразність тексту, характеризувати об'єкт, образно розкриваючи певну його специфічну, особливу ознаку, допомагають уникнути повторів. Їх поява спричинена бажанням мовця дати предмету, явищу чи дії певну емоційну оцінку.

Отже, перифрази виконують номінативну, оцінну й експресивну функції, а також функцію уникнення тавтології. У маніпулятивному дискурсі мають місце загальноприйняті та індивідуально-авторські перифрази, значення яких розкривається в контексті. Появу індивідуально-авторських перифразів

зумовлює здебільшого бажання мовця-маніпулятора підкреслити якусь характерну рису, яскраву видільну ознаку співрозмовника, що сприяє їх легкому розумінню.

Перифрастичними в маніпулятивних контекстах постають передусім номінації адресата: *господар всієї лісової займанщини, лісовий цар* (лісник); *золотий фонд партії* (партійні ентузіасти); *літописець славного колективу* (помічник директора, репортер); *невмирущий символ народу, оборонці славного міста, орли королівства* (воїни); *непереможний орел* (гетьман); *син пустелі* (туркмен); *скромна польова квітка* (дівчина-полонянка); *цариця балів і вечорів* (вродлива жінка) і т. д., наприклад: (начальник сприяє кар'єрному росту підлеглого, щоб пізніше використати його у своїх інтересах) *Кому ж іще очолити каральні органи, як не переможцю тутешнього партизанства?* (І. Головченко, О. Мусієнко); (чорний лицар чинить тиск на президента через його жінку) *... І разом з ним (президентом. – І. Ш.) несете його тягар ви, вродлива, інтелігентна жінка, мати прекрасних дітей, душевний нерв родини. ... Ви істинно достойна половина Президента України!* (Ю. Бедзик).

Одним із видів перифразів є евфемізм. Евфемізми не є частотними в ситуаціях маніпулювання позитивом, що пов'язано зі специфікою тактики підвищення значимості співрозмовника – переважним домінуванням позитивної інформації та відповідністю правилам увічливості й етикету. Але в окремих випадках, коли компліменти є респонсивними, а також у контексті любовної гри – у ситуаціях флірту, може виникати необхідність пом'якшення (подекуди й удаваного) оцінних висловлювань, що спричиняє їх евфемізацію, наприклад: (чоловік домагається прихильності заміжньої жінки)

– *Така жінка може дуже подобатися. Ви рвійна, рішуча, примхлива, з завихреннями.*

– *З вітерцем у голові?*

– *Ні <...> ексцентрична* (Ю. Мушкетик);

(Нестор залицяється до Орисі) *"Цілую рученята, кузиночко, – [згрібає у жменю Нестор пружкі, виточені Орисині пальці і з гріховною побожністю прикладає їх собі до губ,] – а я тебе цілу ніч виглядав, недобра"* (І. Вільде).

Яскравим художнім засобом, до якого вдається мовець, застосовуючи тактику підвищення значимості співрозмовника, постає і такий різновид метафори, як персоніфікація, чи уособлення. Персоніфікація увиразнює мовлення, не формалізує спілкування, надає повідомлюваному врочистості. У маніпулятивних контекстах позитиву найчастіше персоніфікуються поняття, пов'язані з предметом позитивної оцінки, наприклад: (покоївка залицяється до панського сина) *О, як ви гарно граєте! Скрипка ваша до кожного серця балака <...> Ну, прямо душу вивертає* (І. Карпенко-Карий).

Персоніфікованими часто є й абстрактні поняття: "душа", "серце", "слово", "думка", "замисли", "розум", "надія", "почуття", "багатство", "слава", "доля" і т. д., наприклад: (батько переконає доньку відмовитися від участі в небезпечній операції та зайнятися агітацією) *Я говорив з тими, хто слухав твоє слово. Полум'ям ненависті обпікає воно, гнівом до ворога і великою чудодійною силою любові до своїх* (Д. Бедзик); (Іван Брюховецький "заграє" зі старійшинами) *Що ж здолаю видумати путнє своїм нікчемним розумом? У ваших-то сивих, шановних головах увесь розум сидить!* (П. Куліш).

5.2.2 Епітети, порівняння, антитеза як засоби інтенсифікації маніпулятивного впливу

Серед художніх засобів тактики підвищення значимості співрозмовника високою частотністю відзначається епітет. Епітети, що дають характеристику особи (портретну, психологічну, поведінкову) та свідчать про позитивне ставлення мовця до співрозмовника, у маніпулятивних контекстах домінують над епітетами, що характеризують об'єкти за формою, розміром та ін. У зібраному матеріалі зафіксовано і контекстуально-авторські епітети.

Типовим для маніпулятивного дискурсу є функціонування в ролі епітетів лексем "блискучий", "високий", "діамантовий", "дорогий", "золотий", "казковий", "легкий", "міцний", "райський", "світлий", "святий", "слізний", "солод-

кий", "срібний", "тонкий", "чистий" і под., наприклад: (вищий за статусом просить нижчого про послугу) *Фатіма хвалилася, що ти блискучий стиліст і знавець мови. Тут ми засідали й склали один державний документ. Подивись-но професійним оком, чи все тут гаразд з українською мовою* (М. Рябий).

За допомогою епітетів, уживаних для здійснення маніпулятивного впливу, мовець підкреслює: а) поняття, що характеризують індивідуально-психологічні особливості співрозмовника, його моральні якості: *весела вдача, золота душа, тонка натура, м'який характер*; б) поняття, що маркують розумові здібності адресата: *блискача ідея, добрий розум, гостре / дороге, святе слово*; в) назви частин тіла: *міцна голова* (у значенні "розумний"), *світле обличчя, золоті руки, легка / міцна рука*; г) поняття на позначення вмінь, здібностей, якостей співрозмовника: *ангельський / ніжний, срібний голосочок, легке перо*; д) назви результатів праці: *блискучі перемоги, світла / чиста робота*; е) номінації співрозмовника (зазвичай за професією та статусом): *блискучий стиліст і знавець мови, золота людина, мужній боєць, світлодумний володар* і т. п. Прикладів із довгими ланцюгами епітетів у картотеці не зафіксовано.

До вживання епітетів мовець-маніпулятор удається здебільшого в ситуаціях флірту й офіційного ділового спілкування, зокрема врочистого звертання нижчих за посадою, статусом до вищих за цими характеристиками співрозмовників, наприклад: (євнух хоче вислужитися перед султаном) *Не барися, господарю! Блисни кровоточителем-мечем або смертельною стрілою, тому що не лише дрібна дичина тікає з рук твоїх, але і великий хижак, о велителю. А ми, найвідданіші слуги, мовчимо і чекаємо твого наказу, щоб виконати всемогутню волю твою* (З. Тулуб).

Великою частотністю в маніпулятивних контекстах характеризуються також порівняння. Цей художній троп, як і інші засоби художнього увиразнення мовлення, не лише конкретизує уявлення про описуваний предмет, але й відображає емоційне ставлення до нього мовця.

Розрізняють логічні та образні порівняння. Логічне порівняння передбачає встановлення ступеня схожості чи відмінності між предметами одного класу, урахування всіх властивостей, якостей, ознак порівнюваних предметів, але виділення чогось одного. Образне ж порівняння "вихоплює одну якусь найвиразнішу ознаку, часом несподівану, і робить її основною, ігноруючи всі інші" [219, с. 359-360]. У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонують як логічні, так і образні порівняння.

Типовим у порівняннях, що трапляються в досліджуваних контекстах, є супровід образу порівняння лексемами *просто, прямо, справжній, цілий, правдивий*, а також словами, що демонструють щирість мовця – *справді, дійсно*. Приад'єктивні порівняння домінують над привербальними.

Об'єктом порівняння найчастіше виступає адресат (його позитивні риси, дії або вчинки), але ним може бути і мовець – як суб'єкт, що має позитивні почуття до співрозмовника: шанувальник, залицяльник, закоханий і т. д. Предмет порівняння в маніпулятивному дискурсі позитиву становлять: а) якості та здібності співрозмовника, що цінуються в суспільстві взагалі й мовцем зокрема; б) дії, учинки адресата; в) зовнішній вигляд співрозмовника чи близьких йому осіб; г) почуття мовця до адресата, наприклад: (король лестить підданому, із чисєю дружиною танцював) *Пане полковнику, ваша дружина в танку – мов лебедиця в небі. Цей зал ще не бачив такої грації* (П. Наніїв); (пан не хоче давати робітникам обіцяні сорочки) *Але ж які ви стали без сорочок здорові та кремезні. Справжні дуби* (З. Тулуб); (Варка хоче вийти заміж за Степана) [*ВАРКА.*] *Давно я тебе бачила, Степане, аж наче чого зраділа – мов брата стріла* <...> (І. Карпенко-Карий).

Порівняння постає універсальним засобом створення висловлювань із переносним значенням, що, на відміну від висловлювань із прямим значенням, не є повідомленнями, викладом чи констатацією факту: "Це завжди відкриття, оновлення знань про певне явище, тобто інтерпретація, творче розкриття певного явища" [214, с. 38].

Поодинокими є приклади вживання мовцем порівнянь, оснований на відмінності, наприклад: (Балабуха хоче слати сватів до Онисі) *Ні, якби ви за мене пішли заміж, бо я <...> я <...> Бо Купідон пронизав наскрізь моє серце стрілою. Амур не любить так Псіхеї, як я люблю вас* (І. Нечуй-Левицький).

Мовець-маніпулятор порівнює адресата не тільки з позитивно оцінюваними в суспільстві реаліями. У фамільярному спілкуванні мають місце порівняння співрозмовника з нечистою силою, особами асоціальної поведінки й аморального способу життя, наприклад: (пан Бжевський заохочує до роботи свого управителя) *"Янеку, ти – золото, – [захоплювався пан Бжевський.] – Спритний, як **чорт**, і рахубний, як **краківський лихвар**"* (З. Тулуб); (староста налагоджує дружні стосунки зі своїм прислужником, щоб використати його в особистих цілях) [*СТАРОСТА.*] *Ти розумний і хитрий, як **чорт**! Не раз мені ти вже служив, і я тебе не забував за всі твої послуги! Служи ж ще і тепер* (І. Карпенко-Карий).

Приклади функціонування в ролі образів порівняння лексем зі зниженим значенням або лексем, що мають негативне забарвлення, є нечастотними. Як і в згаданих вище випадках, їх негативне значення нейтралізується ситуацією спілкування та загальним позитивним значенням експресива, наприклад: (управитель графа вмовляє священника купити в нього старомодний екіпаж) *Купіть в мене! В мене є екіпаж на ресорах, зовсім панський. Їй богу, купіть! Я дешево продам. Перепряжете свої коні, сядете, розіпретесь, неначе справжній **панюга**, та вкотите в свій двір, мов **якийсь** князь, – і матушка вас не впізнає* (І. Нечуй-Левицький).

У зібраному матеріалі також зафіксовано приклади експресивів, у яких вибір образу порівняння є несподіваним для мовця, що створює гумористичний ефект, сприяє гармонізації стосунків між співрозмовниками, наприклад: [*Таня дала йому роботу. Андрій переписував – старався, кожну літеру виводив, наче готував її на виставку. Побачивши його почерк, пухлявочка Таня навіть у долоні заплескала:*] *"Андрюшо, миленький, та я на вас молитимуся, як на*

друкарську машинку!" (В. Пеунов). Що більша невідповідність між порівнюваними об'єктами, то більше комізму в порівнянні.

Порівняння нерідко переплітаються з метафорами, утворюючи "компаративні комплекси" чи зрощення [270, с. 157]. Це явище притаманне маніпулятивним контекстам позитиву, наприклад: (євнух запобігає перед жінкою султана, маючи корисливі наміри) *Слушно сказано, господине! Адже ж ти бачиш у нітьмі, як чарівна кицька Мірза з казок Музафер Ібн-Фацлана* (З. Тулуб).

Використовуючи маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника, мовець послуговується і таким стилістичним прийомом, як антитеза, чи протиставлення. При протиставленні збільшується емотивна сила висловлення: емотивний блок містить дві частини – позитивну, у якій дається оцінка об'єктів (подій), і негативну, де оцінюються предмети, що зіставляються з першими [82, с. 652].

Антитеза спрямована на підкреслення властивостей чи на показ спектру дії та здебільшого реалізується через мовні й контекстуальні антонімічні опозиції. Прийом поляризації значень слів шляхом їх протиставлення посилює стилістичний і смисловий ефект повідомлюваного. Антитеза в маніпулятивних контекстах представлена експресивами, у яких здійснюється протиставлення: а) різних рис адресата; б) мовця співрозмовнику; в) того, яким адресат є зараз, із тим, яким він може стати; г) співрозмовника негативно чи нейтрально оцінюваним іншим особам.

Особливою частотністю в маніпулятивному дискурсі відзначаються експресиви, у яких мовець протиставляє співрозмовника собі чи іншим особам. Причому частина висловлювання, що передає позитивну оцінку адресата, часто стоїть у препозиції відносно частини, яка маркує оцінку інших осіб чи самооцінку, хоч подекуди трапляється й постпозиція позитивнооцінних висловлювань, адресованих співрозмовнику, пор.: (донька хоче переконати батька допомогти Ярополку) *"Отче! – [казала 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 коректорові, а після вас, слава Богу, переглядати не треба, може йти прямо в набір (Г. Черінь).

Впливовий ефект протиставлення підсилюють порівняння, особливо сатиричні, наприклад: (цирульник хоче вигідно одружитися) [ГОЛОХВОСТИЙ.] *Натурально, куди їм усім до вас? Всьо равно, што, примєром взять, – Мусатов і хранцюзька помада* (М. Старицький); (прислужник, звинувачений княгинєю в зраді, хоче виправдатися) "... *Та вона перед вашою ясновельможністю, мой лойова свічка перед сонцем!*" – [докінчив він з робленим обуренням] (В. Гжицький).

У зібраному матеріалі спостерігаємо одиничні приклади використання мовцем із маніпулятивною метою такого стилістичного засобу, як оксиморон, у котрому свідомо поєднуються протилежні за змістом поняття: (впливовий чоловік фліртує з дівчиною, якій знайшов роботу)

– *Я вас не дуже обтяжую?*

– *Ну що ви! Така жінка – присмний тягар. Відверто кажучи, заздрю Сергієві. Дивлячись на вас, не можна не думати про <...>* (Л. Баграт).

5.2.3 Функціонально-семантична категорія кількості та інтенсивності в тактиці підвищення значимості співрозмовника

Функціонально-семантична категорія кількості та інтенсивності представлена перебільшенням – гіперболою, що виявляється в помноженні дій, імен, ситуацій, і применшенням, чи мейозисом. З'ясуємо специфіку їх вираження в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника.

Гіпербола є безпосереднім, не стримуваним етичними умовностями вираженням інтенсивності емоційної оцінки дійсності відправником мовлення [340, с. 122], свідомим перебільшенням, що "підвищує експресивність висловлювання, надає йому емоційного характеру" [464, с. 84].

У маніпулятивних контекстах гіпербола безпосередньо апелює до уяви адресата, прямо і незавуальовано виражає емоції [67, с. 118].

Одним зі способів репрезентації перебільшення в тактиці підвищення значимості співрозмовника постає плюралізація, що забезпечується:

- а) активним уживанням у різних контекстах означальних займенників *весь* (*увесь, всенький*), *вся* (*уся*), *все* (*усе*), *всі* (*усі*), *всі як один, кожний* у значенні "цілком", "повністю", "у повному складі", наприклад: (викладачка запрошує поета на зустріч зі студентською молоддю) ***Всі на вас чекають, всі стільки про вас начувані*** (С. Процюк); (старший чоловік хоче вигідно одружитися) *Сонце моє, та ти ж королева! Справжнісінька королева! Коли говорити щиро, я себе зараз почуваю найщасливішим чоловіком у **всім** білім світі!* (С. Грицюк). Згадані займенники, як і інші слова з генералізованим референтним індексом (наприклад: *завжди, ніколи* і под.), характеризуються наскрізною семантичною дифузністю, тому їх відносять до універсальних квантифікаторів, які спричиняють утрату об'єктної ідентифікації) [307, с. 124];
- б) числівниками (як кількісними, так і порядковими): *три, десять, сто, тисяча, мільйон, десятий* і т. д., наприклад: (боярин схиляє княгиню до вбивства дружини козацького отамана) *Я вже **три** доби женуся за тобою, княгине, аби глянути у твоє світле обличчя* (М. Івасюк); (товариство вмовляє Арлама погодитися бути кошовим отаманом) *Та й голова в тебе **за десять** наших* (Т. Микитин); (Гострохвостий хоче справити гарне враження на заможну панночку, із якою хоче одружитися) [*ГОСТРОХВОСТИЙ.*] ... *Прошу вас, порікіміндуйте мене своїй родичці. Для вас, Євфросино Сидоровна, я готовий познакомитись з вашими родичами, хоч би і в **десятому** коліні, хоч би вони й яблуками та медяниками торгували* (І. Нечуй-Левицький);
- в) структурами, що становлять закритий ряд – "від ... до ..." за зразком "від *а* до *я*" (*від колиски до гробу, від немовлят до старих, від початку світу до кінця, від старого до малого, день і ніч, мале і старе* і т. д.) або формально відкритий (*від пелюшок (до сьогодні) здавна, змалку, з колиски*), наприклад: (візир запопадає ласки жінки падишаха з корисливих міркувань) *О найкраща з жінок Падишаха, о Радісна Мати Принца Селіма, нехай Аллаг буде йому прихильний **від колиски до гробу*** (О. Назарук); (Ілля Митрофанович хоче

відмовити слідчого від розслідування злочину) "*І що такого примітного знаходить у тобі сорокінська жіноча стаття, від немовлят до старих!*" – [пожартував Ілля Митрофанович] (В. Пеунов); (дівчина фліртує з хлопцем, який їй сподобався) *Ру, я про такого хлопця з колиски мріяла <...>* (Дяченки).

Засобами гіперболізації в маніпулятивних контекстах також виступають слова тотальності, чи категоричні квантори: *абсолютно, буквально, виключно, винятково, вічний, востаннє, жоден, завжди, завше* (розм.), *зовсім, зроду, єдиний, лише, навіки, навсе* (розм.), *назавжди, ні за який (-і, -у), ніде, (як) ніколи, ніхто, ніщо, ніякий* (у значенні "жоден"), *останній, перший, повік, повністю, самий* (ужите для передання високого ступеня вияву ознаки, розм.), *тільки, унікальний, уперше, цілковито, цілком*, наприклад: (пан куратор домагається прихильності Зоні, щоб використати її у власних цілях) ... *Саме ви, а не жодна інша з ваших сестер! Бо тільки ви, як жодна жінка досі, втілюєте присутність тієї* (І. Вільде); (начальник дякує підлеглому, який погодився їхати у відрядження) "*Федоре, я завжди говорив: ви істинний патріот відділу!*" – [несподівано обняв його шеф.] – *Спасибі, друже!*" (С. Грицюк); (Рехер дає доручення своєму підлеглому) *Головне – владняйте непорозуміння з Ерлінгером, а в усьому іншому дійте на власний розсуд. Я цілком покладаюся на вас* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Серед лексем-маркерів перебільшення та інтенсифікації можна виділити:

- а) іменники: *геній, диво, дивовижа, сила* (у значенні "багато"), *унікум, чудо* і т. д.;
- б) прикметники на позначення великої міри вияву позитивної ознаки: *безмірний, блискучий, великий, величезний, геніальний, грандіозний, дивовижний, ідеальний, істинний, колосальний, надзвичайний, неабиякий, небувалий, неймовірний, неосяжний, неперевершений, неповторний, нечуваний, правдивий, рідкісний, розкішний, справжній, цілий, цілковитий, чудесний, чудовий* і под.. Маркерами перебільшення постають також прикметники із суфіксами *-енн-, -анн- / -янн-* (*незрівнянний, неоціненний, неказаний, страшений* і т. д.) та з префіксом *пре-* в значенні "дуже"

(прегарний, премилый, премудрий, пресвітлий, прехороший, пречудовий та ін.) та утворювані від них прислівники, якісні прикметники вищого й найвищого ступенів порівняння (достойніший, найвродливіший, найкоштовніший, найкращий, наймогутніший, наймудріший, найповніший, найсильніший, найулюбленіший, найхоробріший, найшановніший, найясніший, освіченіший, розумніший, хитріший, щасливіший і т. д.), прикметники з першим компонентом *вельми-*, *високо-*, *глибоко-* і т. п. (*вельмишановне панство*, *високопоставлені гості*), прикметники та займенники із суфіксами *-ісіньк-*, *-усіньк-*, *-юсіньк-* (*самісінький*, *справжнісінький* і под.);

в) прислівники *безмежно*, *без міри*, *безмірно*, *більше*, *блискуче*, *геніально*, *грандіозно*, *дивовижно*, *до біса* (у значенні "дуже"), *дуже*, *зело* (заст.), *істинно*, *надзвичайно*, *надміру*, *надто*, *напрочуд*, *неймовірно*, *неперевершено*, *неповторно*, *нівроку*, *по-справжньому*, *постійно*, *правдиво*, *уклінно*, *феноменально*, *чудесно*, *чудово* і под., а також прислівники *просто*, *прямо*, *стільки / скільки*, ужиті в значенні підсилювальної частки, адвербіалізовані іменники *страсть*, *страх*, частка *таки*, що може функціонувати самостійно або з прикметниками чи прислівниками *абсолютно*, *буквально*, *зовсім*, *просто*, *прямо*, *цілком*, займенником *такий*, ужитим для передавання перебільшеної оцінки;

г) дієслово *обожнювати*;

д) іменники та прикметники з префіксом *супер-* (*супермен*, *суперпрофесійна робота* і т. д.), наприклад: (старший чоловік хоче одружитися з дівчиною, щоб покращити свої житлові умови) *Ніночко, мушу вам засвідчити: ви **просто-таки** чарівна* (С. Грицюк); (Одарка з чоловіком прийшли до сусіда, який став начальником, для збору інформації) [*Коли Степан Трохимович зупинився, Одарка глибоко зітхнула й сказала:*] "*Страсть* як люблю такі пісні – *цілий би вік їх слухала!*" (М. Хвильовий); (розвідник фліртує з дівчиною, яка йому сподобалась) *Ви сьогодні **напрочуд** красива, Моніко!* (Ю. Дольд-Михайлик);

[Директор, улесливо відрекомендувавши її (ученицю з телепатичними здібностями. – І. Ш.) чужинцям:] *"Ось наш унікал, наша чудо-дівчинка"* (Г. Тарасюк).

Перебільшена позитивна оцінка зазвичай маркується компліментарними висловлюваннями, оформленими реченнєвими конструкціями, що:

- а) містять емоційно-експресивні й експресивно-підсилювальні частки *як, який (яка, яке), що за, що то за, що то, куди там, де там, такий (така, таке), на що вже*, видільну частку *аж*. Такі конструкції можуть супроводжувати вказівні частки *он, ось, от, оце* та вигук *ну / але + й*, наприклад: (перебіжчик пан Шмигельський хоче увійти в довіру отамана) [ШМИГЕЛЬСЬКИЙ.] *Я он який радий, що так сталось, що в час короткий заслужив від тебе, пане отамане, щире слово і хвалу* (І. Карпенко-Карий);
- б) ускладнені уточненнями (із приєднувальними сполучниками *до того ж, і (а, та) ще (й), хоч / хоча (би), причому, нехай*, що виконують модально-оцінну функцію [298, с. 15-16]), наприклад: (академіст хоче сподобатися дівчині, до якої вирішив слати сватів) *Який в вас гарний садок, та ще й над водою* (І. Нечуй-Левицький); (запрошена на весілля приятелька запобігає перед нареченою) [НАТАЛКА.] *А як до лиця все вам, хоч малюй!* (М. Старицький);
- в) мають форму інфінітивних речень, наприклад: (патер хвалить свого духовного сина, який обіцяє взяти на себе всі витрати козацького сотника-перевертня, у чому зацікавлений сам патер) *Простягти руку ворогові, хамові <...> Винагородити в сто разів за збитки, що заподіяли йому інші!* (З. Тулуб); (художник-початківець фліртує з дівчиною, що згодилась позувати для портрета)
- *Ви любите Бетховена?* – [спитав Олексій.]
- *Уявіть собі, люблю. Навіть більше "Барабана",* – [засміялась Варя.]
- *Ви оригінальна й до того ж дотепна дівчина. Так замахнутись на "Барабан" Вознесенського!* (В. Захарченко);
- г) побудовані за схемами:
- *"(та) це не + [нейтральна / узагальнена назва предмета похвали], а [іменники*

на позначення позитивно оцінюваних реалій, що в контексті набувають експресивності (золото, диво, рай, чудо і т. п.)", наприклад: (козацький полковник хоче використати у своїх інтересах полоненого турецького доводця) *Та це ж не договір, а чудо! Ніякому султанові не вдавалося без пролиття крові, мирно й тихо укласти такий договір, а вам, о найхоробріший з найхоробріших* (С. Тельнюк);

- "частка *сам / навіть, аж* + [номінація високої посадової особи, авторитету в певних колах] + [дієслово, що прямо чи опосередковано виражає позитивне ставлення до адресата (*доручив, згадав, подарував, похвалив* і т. д.)]";
- "*Якщо / коли ти (ви)* + [дієслово у формі минулого або теперішнього часу на позначення дії, позитивно оцінюваної мовцем], *то* + [дієслово на позначення бажаної дії у формі майбутнього часу]"; "*Ви* + [дієслово у формі майбутнього часу на позначення бажаної дії], *не то що* (*не кажучи про, а не тільки*) + [дієслово на позначення менш значної дії]"; "[об'єкт оцінки] + *не то* (*не тільки, не лише*) + [позитивна оцінка], (*а й, навіть*) + [позитивна оцінка більшої інтенсивності]", наприклад: (Маюфес підхвалює свого спільника перед обладункою) [*МАЮФЕС.*] *Зате ж який опит і яку практику маєте! Ви своє надолужите. Коли ви змогли обманювать Терентія Григоровича* (хазяїна. – І. Ш.), *то кого ж після цього ви не обманете* (І. Карпенко-Карий).

Передача інтенсивних позитивних почуттів до адресата відбувається за допомогою маніпулятивно спрямованих експресивів, у яких акцентовано увагу на незначній дії з боку адресата й перебільшено її значення для адресанта. Це структури на зразок *Ви подивились на мене!* та *Дозвольте (дайте) мені (хоч) + [дієслово на позначення дії, що виражає позитивне ставлення до співрозмовника]*, наприклад: (цирульник удає із себе закоханого, щоб одружитися з розрахунку) [*ГОСТРОХВОСТИЙ.*] *Ви заговорили до мене! Який я щасливий, що почув ваш срібний голосочок, Євфросино Сидоровно. За одно ласкаве слово дякую вам (кланяється)* (І. Нечуй-Левицький); (Хвиля залицяється до жінки друга) [*ХВИЛЯ.*] *Дозвольте хоч дивитися на вас*

(І. Карпенко-Карий).

Таку ж функцію в маніпулятивному дискурсі виконують й експресиви на позначення почуттів до співрозмовника, у яких перебільшено передається ознака, стан, дія. Серед них можна виділити висловлювання, що репрезентують:

- **вплив адресата на органи сприйняття адресанта**, наприклад: (запрошена на весілля подружка лестить нареченій) [НАТАЛКА.] *Ах, яке на вас убрання, аж очі вбира!* (М. Старицький);
- **вплив співрозмовника на процес виконання мовцем певної роботи, здійснення дії**, наприклад: (дівчина кокетує зі своїм колегою) *Не дивіться на мене – у мене все вивалюється з рук* (з усного мовлення); (незаміжня жінка фліртує з чоловіком) *Я ніяковію у вашій присутності* (з усного мовлення);
- **вплив адресата на емоційний стан адресанта**, наприклад: (академіст Балабуха хоче свататись до Онисі) *"Ви, Онисіє Степанівно <...> я <...> ви <...> – [знов почав Балабуха,] – як побачив я вас, то мені став світ милий!"* (І. Нечуй-Левицький);
- **вплив співрозмовника на стан здоров'я мовця або інших осіб**, наприклад: (Герцель залицяється до Тетяни) [ГЕРЦЕЛЬ.] *А я не можу жити в той день, в який тебе не бачу!* (І. Карпенко-Карий); (аферист хоче повернути прихильність ошуканої ним дівчини) [Артур, ставши в театральну позу, виголошує:] *"Я кохаю її! Більше за життя кохаю! Мені без неї не жити! Фросю, зглянься наді мною! Я гину!"* (Л. Ковалишина);
- **значимість адресата для адресанта та відданість мовця співрозмовнику**, наприклад: (чоловік запевняє дівчину в щирості своїх почуттів до неї) *Лучше нехай мене винесуть на Щекавику* (цвинтар – І. Ш.), *ніж я маю жити без Вас* (І. Нечуй-Левицький); (хлопець залицяється до дівчини) [ВАКУЛА.] *Яка ти хороша, Оксано! Дивився б на тебе <...> здається б, і закам'янів на цьому місці <...> та все б дивився!* (М. Старицький).

Гіперболізовано передають позитивну оцінку також компліменти, що мають вигляд речень, побудованих за схемами:

- *"Я так + [дієслово, що прямо чи опосередковано виражає позитивне почуття*

до співрозмовника], *що* + [конструкція на позначення перебільшеної міри]", наприклад: (любитель жінок домагається прихильності сільської дівчини) **Я он занудився так за тобою, що два дні і rischi в роті не мав** (М. Старицький); (Хвиля фліртує з жінкою свого друга) [ХВИЛЯ.] **Ви не любите слухать того, що я говорю, а я так переповнений одною думкою про вас, що мені нічого більше в голову не лізе** (І. Карпенко-Карий);

– "Я не тільки (не лише) + [дієслово, що виражає позитивне ставлення до адресата], *але й* + [дієслово на позначення більшої міри прихильності до адресата]", наприклад: (Лиходід хоче ближче познайомитися з дівчиною, яка сподобалась йому) **Я з тобою не лише в твою Новогродівку – на край світу готовий їхати!** (С. Грицюк).

Одним із засобів гіперболізації є вигуки (*А Божечку святенький! Ай-ай-ай! Ах! Ба-ба-ба! Боже! Боже мій! Браво! Вау! Гай, гай, милий Боже! Го! Господи! Ех! Єзус Марія! Іч як! И-и-и! Йой! Моя матінко! Но! О! Ого! Ой! Ой Господи! Ой ненько! Ой-ой-ой! Ох! Ох-ох-ох! Подумати тільки!* (без іронічного відтінку), *Уй! Уф! Ух! Цу, цу, цу!*), наприклад: (наймит запобігає перед господарем) **А Божечку святенький, пане хазяїне, їх (дітей. – І. Ш.) життя при вас як у Бога за пазухою** (М. Крилатий); (запрошена на весілля Настя хоче догодити подрузі-нареченій) **Ой ненько, моя матінко! Який же у вас, Проню, брансолет, а сережки аж горять, мов саме сонце вскочило в хату!** (М. Старицький).

Функцію посилення впливу на адресата виконують і висловлювання на зразок *Ви (навіть) не уявляєте / не здогадуєтесь; Ви не можете уявити собі*, що супроводжують маніпулятивно спрямовані експресиви, наприклад: (пан Проценко запопадає прихильності керівника організації українських націоналістів повіту для подальшої співпраці) **Ви не уявляєте, який я радий** (Д. Бедзик).

Перебільшення в описуваній тактиці може маркуватись і навмисними недомовками, демонструванням мовцем браку слів (*Коли б Ви знали <...>; Як не знаю що <...>; Не знаю прямо <...>* і т. д.), наприклад: (Суліман залицяється

до Нелі) **"Ох, Нелюська, – [він прищмокнув, начеб прихвалював клієнтові товар,] – яка ви гарна! Ви така гарна, що я ну <...>. ну, що я не можу"** (І. Вільде); (вищий за статусом хоче доручити Уляниній підпільній групі виконання складного завдання) ***Те, що в тебе тут робиться, Уляно Петрівно, того не оціниш ніяким словом, ніякою похвалою.*** Для початку – це добре. Поліцію навколо пальця треба обкрутити (Д. Бедзик).

Навмисні недомовки є різновидом комунікативно значущого мовчання. Будучи включеним до структури мовного спілкування як один із його компонентів, комунікативно значуще мовчання "здатне виконувати певну комунікативну функцію, тобто здатне бути одиницею спілкування, знаком, комунікативним актом" [193, с. 93]. Мовчання буде комунікативно значущим, якщо за його допомогою може бути передана певна інформація від відправника до одержувача і розшифрована останнім завдяки знанню контексту, ситуації, пресупозицій та всіх інших обставин, за яких відбувається процес спілкування. Таке мовчання може зберігати інтенційний зміст мовленнєвого акту, імплікувати психічний стан суб'єкта, соціальні умови спілкування [193, с. 93].

Паузи характеризуються прагматичною поліфункціональністю, їх трактують з урахуванням контексту. Вони можуть бути зумовлені різними причинами – підшукуванням потрібного слова, хвилюванням мовця (передають імпліцитний зміст: "Я дуже схвилюваний", отже, щирий і не байдужий), неочікуваним переходом від однієї думки до іншої та ін. Мовчання може бути "виявом особливо інтенсивного почуття" [82, с. 651]. Цим можна пояснити неоднозначність поглядів психологів і лінгвістів на паузи.

Так, О. В. Пузирьов вважає мовчання та паузу виразним фонетичним засобом, що на рівні комунікації може маркувати і безпомічність, і майстерність [300, с. 58]. П. Екман трактує паузи як ознаку говоріння неправди: "Паузи можуть бути дуже тривалими чи дуже частими. Затримки перед словами, особливо, якщо це відбувається під час відповіді на питання, завжди викликають підозру. Підозрілими також постають і короткі паузи в мовленні, якщо вони трапляються дуже часто" [443, с. 67].

На думку Л. Ю. Веретенкіної, основне призначення пауз у маніпулятивних контекстах полягає в створенні емоційної і смислової напруженості. За допомогою пауз усередині фрази мовець може свідомо створювати враження схвильованого мовлення, розіграти необхідний емоційний стан. Навмисно недоговорюючи свою думку, мовець робить паузи, "щоб, по-перше, підвищити інтерес співрозмовника до повідомлюваної інформації і тим самим утримати його увагу; по-друге, дати співрозмовнику час домислити сказане, те, що через певні обставини мовець не може (або не хоче) висловити до кінця словами" [67, с. 68-69].

Удаючись до комунікативно значущого мовчання, зокрема емпатичних пауз, під час здійснення маніпулятивного впливу, мовець демонструє щирість, невимушеність мовлення, показує силу захоплення адресатом, що загалом може підсилити вплив на нього.

В основі гіперболи "завжди лежить елемент певної абсурдності, різкого протиставлення здоровому глузду або суспільного досвіду", несподіваності [86, с. 223]. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника спостерігаємо висловлення-"нонсенси", що є непрямим вираженням надмірних позитивних почуттів до адресата. Такі експресиви функціонують переважно в ситуаціях флірту, наприклад: (молодий рецензент домагається прихильності знаної актриси) [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).

Отже, у маніпулятивному дискурсі гіперболізації здебільшого зазнають позитивні якості співрозмовника та інтенсивність почуттів адресанта до адресата.

Фігурою слова, протилежною гіперболі, є мейозис – кількісне применшення справжніх властивостей об'єкта, його якостей, стану і под. Мейозис, як і

гіпербола, інтенсифікує ілокутивну силу експресивів. Цей стилістичний прийом дає змогу мовцеві приховати своє справжнє ставлення до повідомлюваного, прикрасити дійсність, підкреслити позитивну оцінку співрозмовника та силу своїх почуттів до нього.

Засобами вираження применшення в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника постають реченнєві одиниці з числівниками (*десята* (частина), *одна* (брова) і под.) та іменниками на позначення об'єктів невеликого розміру, обсягу, кількості: *мізинець*, *риска* та ін., наприклад: (чоловік, запідозрений у зраді, переконує дівчину в щирості своїх почуттів до неї) *Ті всі баришині не варті однієї вашої брови* (І. Нечуй-Левицький); (Іван Іванович хоче, щоб дівчина, яка врятувала від смерті його сина, дозволила забрати його додому) *"Я знаю, – [зітхнув Іван Іванович,] – 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).

До применшення мовець-маніпулятор найчастіше вдається в ситуаціях висловлення компліментів на тлі самоприниження (*скромні мури нашого тихого замку, за одне ласкаве слово дякую вам, на знак мого найнижчого схиляння* і под.), а також при протиставленні адресата іншим особам, наприклад: (комендант хоче заручитися підтримкою запорожців) *То які ж іще причини привели ваше хоробре військо на чолі з таким світлодумним полководцем під скромні мури нашого тихого замку?* (С. Тельнюк); (музикант хоче переконати царицю підтримати ідею князя про заснування музичної академії) *Дозвольте, ваша величність, уклінно просити вас прийняти на знак мого найнижчого схиляння оперу, написану мною на честь блискучих перемог флоту вашої імператорської величності* (М. Дашкієв).

5.3 Маніпулятивний потенціал фігур переміщення

У маніпулятивних контекстах фігури переміщення репрезентують паралелізм та інверсія.

Паралелізм притаманний ситуаціям ділового спілкування, а також поде-

куди і ситуаціям флірту, у яких реалізується тактика підвищення значимості співрозмовника, наприклад: (Половець запобігає перед ясновидицею, просить її не казати правди своїй доньці) ... *Тільки Спаситель воскресив Лазаря ... Та й то всього кілька чоловік у те повірили ... А тут вроді й ви такі саме чудеса витворюєте ... Бачите те, чого не бачить ніхто* (В. Міняйло); (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).

Хоча в українській мові порядок членів речення є вільним, домінантним вважається прямий: підмет + присудок + другорядні члени речення, препозиція узгодженого й постпозиція неузгодженого означення відносно означуваного слова. Інвертованість визначається місцем слова в реченні та розташуванням пов'язаних між собою членів речення один щодо одного.

Зміна порядку розміщення членів речення спричиняє певні смислові й експресивні зміни: інвертований компонент постає комунікативно виділеним. Найбільше привертають до себе увагу члени речення, що займають препозицію або постпозицію в реченні, тобто інверсія індивідуалізує й емоційно увиразнює мовлення. Синтаксично інвертований порядок членів речення дає змогу виокремити найвагоміші в контексті певного висловлення слова. Інвертоване слово за рахунок того, що потрапляє в незвичну для нього синтаксичну позицію, мимоволі привертає й затримує на собі більше уваги.

Розрізняють речення з нейтральним порядком слів, з інвертованим і з нерелевантним. До останньої групи належать нечленовані, вокативні та неповні реченнєві одиниці, що мають один чи два члени речення [67, с. 110]. Для маніпулятивно спрямованих експресивів характерною є постпозиція атрибутивного поширювача відносно означуваного слова, наприклад: (запідозрений у зраді Виговський виправдовується перед гетьманом) *Служу тобі шість років, як батькові рідному* (Н. Рибак). Такий вид інверсії

репрезентований у звертаннях (про це йшлося в розділі 4, пункті 4.3.3), наприклад: (Байда прагне гармонізувати відносини з послами) *Шановні гості, славних потенатів Намісники і речники **достойні!** Не можу я тепер вам обіцяти, Кому з вас буду скорше помагати* (П. Куліш).

Реченням, якими оформлені маніпулятивно спрямовані експресиви, притаманна інверсія прислівників – постпозиція щодо дієслів на позначення дії, яку вони характеризують, наприклад: (дівчина хоче вийти заміж за хлопця на зло іншому) *Ти парубок, як дуб, на все село – і глянуть **любо*** (І. Карпенко-Карий) – пор.: "любо глянути"; (староста просить свого прислужника допомогти йому здобути прихильність красуні Бондарівни) [*СТАРОСТА.*] *Люблю тебе за службу твою **дуже!*** (І. Карпенко-Карий) – пор.: "(Я) тебе дуже люблю за твою службу".

У маніпулятивному дискурсі функціонують також експресиви у вигляді конструкцій, у яких підмет знаходиться в постпозиції – для акцентування уваги на ньому, наприклад: (обергрупенфюрер для зменшення провини виправдовується перед фюрером) *Найкращу в світі охорону маєте **ви, мій фюрере*** (Р. Самбук) – пор.: "Ви, мій фюрере, маєте найкращу охорону у світі".

Результати аналізу семасіологічних особливостей маніпулятивно спрямованих експресивів дають підстави для спростування тези про стереотипність мовленнєвих актів компліментів та вираження позитивних почуттів.

Отже, застосовуючи тактику підвищення значимості співрозмовника, для увиразнення мовлення, надання йому образності, експресивності, збільшення переконливості мовець послуговується різноманітними художніми тропами та стилістичними фігурами. Найяскравіше представлені в маніпулятивних контекстах позитиву фігури накопичення і переосмислення, а також стилістичні засоби, що репрезентують мовну категорію кількості та інтенсивності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 5

Засобами посилення впливу в межах реалізації маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника постають фігури слова, зокрема фігури накопичення, переосмислення та переміщення.

Основні фігури накопичення в маніпулятивному дискурсі позитиву репрезентують повтор і градація. У маніпулятивно спрямованих експресивах найпоширенішими видами повтору є лексичний і синтаксичний дистантний повтор. Найбільшою частотністю характеризується дистантне повторення займенників, іменників, дієслів та лексико-граматичних структур. Градація в маніпулятивних контекстах забезпечує інтенсифікацію впливової функції позитивнооцінних експресивів.

Метафоричні слова та словосполучення, уживані мовцем-маніпулятором, представлені номінативними метафорами і метафорами дії та процесу, що мають оцінне забарвлення, надають висловленню експресії, активно функціонують у ситуаціях флірту й урочистого ділового спілкування. Метафоризованість більшою мірою притаманна мовленню вищих за посадою, статусом, старших за віком співрозмовників, зазвичай чоловічої статі. Позитивне оцінювання адресата під час здійснення маніпулятивного впливу увиразнюється також за допомогою таких різновидів метафори, як метонімія, синекдоха, перифраз і персоніфікація.

Емоційності й піднесеності маніпулятивно спрямованим позитивнооцінним висловлюванням надають епітети та порівняння. Ці стилістичні засоби частотні в ситуаціях флірту й урочистого ділового спілкування. Використання антитези з маніпулятивною метою дозволяє мовцю за рахунок контрасту підкреслити позитивні характеристики та інтенсифікувати оцінку.

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

комунікативного партнера. Одним зі способів гіперболізації, до якої вдається мовець, використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, є плюралізація. Мейозис має місце переважно в ситуаціях висловлення компліментів на тлі самоприниження, при протиставленні адресата іншим особам. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника применшення вербалізується за допомогою реченнєвих одиниць із числівниками та іменниками на позначення малої кількості об'єктів, а також об'єктів невеликого розміру, обсягу тощо.

Фігури переміщення в маніпулятивних контекстах представлено паралелізмом та інверсією. Мовець-маніпулятор застосовує паралелізм найчастіше в ситуаціях ділового спілкування (здебільшого у звертаннях до колективного адресата) і у ситуаціях флірту. Типовою для маніпулятивного дискурсу є постпозиція підмета щодо присудка, атрибутивного поширювача – відносно означуваного слова, прислівника – щодо дієслова на позначення дії, яку він характеризує.

Основні результати розділу опубліковано в [409; 413; 420; 432; 437; 425].

РОЗДІЛ 6

**КОМПЛІМЕНТАРНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ:
СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА**

6.1 Семантичні різновиди компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву

За способом вираження позитивної думки мовця про співрозмовника компліменти поділяють на два типи. Перший тип становлять висловлювання, що характеризують адресата. Вони виражають позитивну думку мовця про комунікативного партнера як особистість, його якості, дії, учинки, особисті речі, осіб, із якими він пов'язаний. Компліментарні висловлювання другого типу передають ставлення адресанта до адресата. За їх допомогою мовець описує свої позитивні почуття, емоції, враження, які викликає співрозмовник.

Оцінки, що маркують *почуття* симпатії, антипатії, прихильності, байдужості та ін., тобто мають суб'єктивну основу, називають безпосередніми, чи внутрішніми [141, с. 31]. Оцінки, у яких ціннісна значущість об'єкта виражається шляхом указівки на наявність у нього якостей і властивостей, виявлених емпірично, що повно чи частково розкривають його функціональне призначення, базуються на об'єктивній основі (наприклад: *хороша земля – врожайна, хороша сім'я – дружна, хороший друг – вірний, надійний, відданий*), є опосередкованими, чи зовнішніми.

За аналогією до загальних і часткових оцінок розрізняють загально- та частковокомпліментарні висловлювання [8, с. 12; 14, с. 75]. У перших дається оцінка адресату загалом, у других – оцінюються окремі його риси. Провести чітку межу між деякими групами частковокомпліментарних висловлювань не завжди можливо, тому в роботі не акцентується увага на поділі компліментарних висловлювань на загально- та частковооцінні.

6.1.1 Компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника

Ця семантична група компліментів репрезентована найбільшою кількістю прикладів (28,5 % усіх компліментів вибірки). Сфера функціонування таких

висловлювань не обмежується лише формальним спілкуванням, однак простежуємо їх домінування в ситуаціях ділової інтеракції. Розглянемо підгрупи компліментів щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника.

1. Компліменти щодо виконання адресатом певних дій, наприклад: (гість запопадає ласки господині) *"Як чудово ви вмієте готувати! Яка з вас, Олександро Петровно, господиня!"* – [хвалив Бонковський, уплітаючи поросля] (І. Нечуй-Левицький).

2. Компліменти щодо вмінь, навичок, знань, наприклад: (ув'язнений намагається гармонізувати стосунки з адвокатом) *Ви говорите, як заштатний поет. Вам не юристом, а психологом треба бути* (Б. Гуменюк); (син хворої просить лікаря врятувати його матір) *В Полтаві ви один лікар. Ви все вмієте* (Б. Левін).

3. Компліменти щодо успіху співрозмовника. Такі компліментарні висловлювання представлено реченневими одиницями з лексемами *ас, віртуоз, заслужений, знаменитий, знаменитість, знаний, легендарний*, лексико-граматичними структурами *Ваш подвиг високо оцінять; Ви визначна людина; Вітаю / поздоровляю з успіхом; Досягаєте великих успіхів; Маєте успіхи; Робите успіхи* і т. д., наприклад: (Валбіцин прагне добути інформацію у свого колеги) *Ви робите успіхи, пане Григорію* (Р. Самбук); (журналістка прийшла взяти інтерв'ю в полковника-пенсіонера) *Молодичка зацокотіла, що "така щаслива, така щаслива, нарешті, побачити такого легендарного чоловіка, такого знаменитого, такого <...>"* (Г. Тарасюк).

До цієї семантичної підгрупи можна віднести і висловлювання, у яких стверджується наявність чогось, що свідчить про успіхи співрозмовника: влади, авторитету, визнання, досвіду, поваги, слави, багатства та ін. Їх репрезентують компліменти, до складу яких входять такі мовні засоби: лексеми *авторитет, бувалий, геній, досвідчений, могутній, переможець, солідний* та ін.; характеризувальні словосполучення *багата людина, багатий жених, взірець для всіх / для наслідування, досвідчений сім'янин, заможний пан, чоловік*

народного депутата і т. д.; лексико-граматичні структури *Вам випала честь / місія; Вас згадують / пам'ятають; Вас любить народ; Ваші заслуги всім відомі; Маєте мастки; Ти – великий віщун* і т. п., наприклад: (секретарка хоче, щоб начальник роздобув бланки для їхньої установи) *Сідайте на телефон і дзвоніть у редакції, у видавництво – ви ж авторитет, вам позичать* (П. Щегельський); (Олексій хоче помститися за бійку) [*На тренуванні (з боксу. – І. Ш.) він (Олексій. – І. Ш.) знову намагався потрапити в пару до "Ряхи", але той здивувався:*]

– *Ти що братан? Може, влюбився в мене?*

– ***В тебе можна дечому навчитись,*** – [відповів йому Олексій] (А. Сивирин).

Компліментами стосовно успіху співрозмовника є також висловлювання, що підкреслюють його статус, посаду, професію або соціальну роль (*господар на все село, начальство, поважний пан, повелитель, справжній гармаш / комсомолец, комуніст, староста* і т. д.), наприклад: (під час фашистської окупації швець запобігає перед поліцаєм-замовником)

– *Вам із рипом шити чи без?*

– *А ти як думаєш?*

– *Та я думаю, що коли б ви були просто поліцаєм, то краще було б без рипу.*

Щоб тихше скрадатися. А вам треба з рипом: хай здалеку чують, що начальство йде (А. Дімаров).

4. Компліменти щодо здібностей та можливостей. Такі компліментарні висловлювання містять лексеми *здібний, непересічний, обдарований, перспективний, талановитий* і под.; лексико-граматичні структури *Ваша поезія для еліти; Ви б могли ...; Ви все можете; Далеко підете; З вас вийшов би гарний / непоганий, хороший* + [іменник на позначення фаху]; *З вашими можливостями ...; При ваших можливостях ...; Маєте необмежені можливості / талант, хист; На вас покладаємо великі надії* та ін., наприклад: (чарівник хоче продати друкарську машинку) *"Апарат у зразковому стані, – [замуркотів опецькуватий чарівник.] – Може, саме на ній друкував Марк Твен. Придбайте – не пожалієте. Миттю осідлаєте Пегаса* (Вацек – так звали

товстуна – знав, що я трохи пишу)" (О. Романчук); (батько, фашистський прислужник, переконує свого сина-партизана змінити погляди) ... *Ні, кому справді болить справа визволення вітчизни, той неодмінно має шукати іншу, правильнішу дорогу до перемоги. Тим більше, що особисто ти маєш для цього необмежені можливості* (І. Головченко, О. Мусієнко). Компліментарні висловлювання щодо здібностей і можливостей співрозмовника можуть також маркувати унікальність адресата й супроводжуватися протиставленнями співрозмовника іншим особам.

5. Компліменти – "констатанти" позитивних результатів, учинків, дій.

Ідеться про "фактологічні" компліменти, у яких, на відміну від власне оцінних, оцінка є опосередкованою: *багато зробили для села, відслужив у армії, допомагаєте, сам розробив весь план* та ін. Для таких висловлювань характерне нанизування дієслів, переважно у формі теперішнього та минулого часу доконаного виду, наприклад: (критики вмовляють відому артистку залишитися працювати у Варшаві) [КРИТИК 2-Й.] *Пригадую свій відгук на "Жидівку". (Цитує). Артистка викликала у слухачів не одне благородне поривання, порушила не одну сильну струну почуттів, передаючи напружений до трагізму стан душі Рахлі* <...> (Б. Мельничук, І. Ляховський). У складі компліментів цієї семантичної підгрупи домінують дієслова на позначення дії: *видати, захопити, зробити, передати, продемонструвати* та ін.

6.1.2 Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата

Компліменти, предметом оцінки в яких постають інтелектуальні якості адресата, становлять 14 % від загальної кількості компліментарних висловлювань, зафіксованих у картотеці. Такі висловлювання мають місце в ситуаціях ділового спілкування, здебільшого супроводжують запрошення, пропозиції, умовляння та переконування.

Оцінка розумових здібностей у компліментарних висловлюваннях часто здійснюється за допомогою лексем *аналітик, голова, догадливий, інтелект, інтелектуальний, кмітливий, мислячий, мудрий, розважливий, розум, розумний,*

розсудливий, світлодумний, світлочолій, толковий, тямущий і т. д., наприклад: (начальник заохочує підлеглого до роботи) *"Славцю, – [лагідно сказав я,] – твоя робота – не в тому, щоб кидати гранати чи з автомата смалить! Твоя зброя – інтелект. І глибина його неосяжна, сам знаєш! Стріляти кожен дурень зможе, а от <...>"* (Л. Кононович); (майор розпитує діда, у якого на ніч зупинялися підозрювані) *Але ж з розмов завжди можна щось зрозуміти. А ви людина тямуща!* (Р. Самбук).

У маніпулятивних контекстах позитиву лексеми на позначення інтелектуальних якостей можуть сполучатися з групами слів у таких парадигмах (за основу виокремлення груп взята схема І. В. Навроцької [244, с. 7]):

- а) "людина чи група людей": *ви людина доброго розуму / мисляча, тямуща, мудрий батько, розумний учень / чоловік, розумна дитина / жінка, людина і т. д., наприклад: (мати заохочує доньку до навчання) Ну, сонечко моє, давай іще раз поспробуємо. Ти ж у мене розумна дитина* (А. Дімаров); (адвокат пропонує ув'язненому співпрацю)
 – *І скільки це мені коштуватиме?* – [не стримався Олесь.]
 – *Но!* – [захоплено вигукнув адвокат.] – **Файно мати справу з мудрими людьми!** (Б. Гуменюк);
- б) "голова та обличчя людини": *комерческа (розм.) / міцна, мудра, розумна, світла голова, мудрий погляд, розумні очі; Куди мені до ваших розумних і досвідчених голів; Твоя голова набита розумом; У вас голова, повна розуму; У вас розуму добра макітра; (Ваша) голова – кладезь премудрості та ін., наприклад: (князь хоче переконати отамана не кривдити боярство) "Можже, й так, отамане. Сідай отут, біля мене. Ласкаво прошу, – [показав Стефаниця на високий стілець.] – У тебе розумна голова. Я радий, що ти завітав до мене в гості"* (М. Івасюк);
- в) "результати розумової діяльності людини": *гарне / доречне, цікаве питання, добра / мудра, слушна думка, масштабний / мудрий задум, мудра порада, мудре слово, потрібне рішення, розумна відповідь, розумні ваші слова; Ваші*

слова – золото; Твоя рада мудра і велику обіцяє славу; Це дуже розумний погляд (на щось) і т. п., наприклад: (Бертольд хоче, щоб Генріх став його зятем) *Дуже розумний погляд на речі. Хвалю* (Ю. Дольд-Михайлик); (митрополит домагається того, щоб цар підтримав видавничу справу в країні) – *Час нам самим видавати друковані книги, як у греків, Венеції, Італії, як у інших державах,* – [мовив цар.]

– *Ця думка тобі, царю, надіслана, як святий дар,* – [сказав митрополит Макарій, старий, розумний книголюб] (О. Іваненко) – пор.: "Це дуже розумна думка";

г) "мовленнева чи розумова діяльність людини": *мудро вчиняєш, мудро / розумно говориш, мудро міркуєш,* наприклад: (перевдягнутий на купця козак гармонізує стосунки з вельможею, який тримає в полоні його друзів) *Ти мудро міркуєш. І це ще більше переконує мене, що я маю справу з порядною і відвертою людиною. Я радий бачити захисника ісламу таким, як ти* (В. Малик).

У тактиці підвищення значимості співрозмовника домінує парадигма "результати розумової діяльності людини". Узагальнену оцінку інтелектуальних якостей адресата в маніпулятивних контекстах передають зазвичай висловлювання з лексемою *розумний*.

Серед компліментів, предметом позитивної оцінки в яких постають інтелектуальні якості, можна виокремити компліментарні висловлювання, у яких:

а) розумові здібності адресата є підставою для позитивного ставлення – захоплення, поваги: *Захоплююсь вашою мудрістю; Поважаю тебе за розум; Схиляюся перед мудрістю ваших слів* і под., наприклад: (підлеглий підлещується до начальника) *Я завжди був захоплений вашою мудрістю!* (І. Головченко, О. Мусієнко);

б) констатуються факти, що свідчать про наявність розумових здібностей у адресата: *Бачиш у п'яті; Ви мені розплющили очі; Ти вмієш читати думки співрозмовника; Ти розумієшся на ...* і т. д., наприклад: (Сомов хоче використати підлеглого для реалізації своїх планів) *... Неприязнь,*

ворожість – це сфера почуттів, а я прийшов, щоб звернутися до вашого розуму (Ю. Дольд-Михайлик);

- в) дається оцінка діям адресата чи результатам його праці, зокрема інтелектуальної: *Вірне рішення; Гарно / здорово придумали; Голова в тебе канцелярська; І прийде ж таке в голову!; Нездарма твій розум світлим нарекли; Ну й вигадали ж таке!; Яка догадливість!* та ін., наприклад: (учитель, який хоче одружитися з донькою адвоката, запобігає перед ним) [ПЕЧАРИЦЯ.] *У ваших бумагах тільки і усмотрюється величіє* (М. Старицький); (колишній партизан прагне заручитися підтримкою начальника загону) *"Здорово придумано! – [аж пританцьовує Іван. Та нараз супиться.] – От тільки, знаєте <...>. Мені хотілося б, щоб у тій операції взяв участь і котрийсь із калашниківців"* (І. Головченко, О. Мусієнко);
- г) прямо чи в непрямий спосіб стверджується наявність у співрозмовника інтелектуальних якостей: *Ви дотепний; Ви наділені неабиякими розумовими здібностями; Мудрість світиться в твоїх словах; Мудрість твоя безмірна; У вас завжди ясність в голові; У вас стільки мудрості* та ін., наприклад: (хлопець має намір одружитися з донькою директора) *Не примушуйте мене повторювати банальщину. У вас аналітичний розум, ви все розумієте. Я мушу вас бачити. Інакше <...>* (В. Дрозд); (генеральний писар на переговорах намагається покласти кінець суперечці) *"Навіщо сваримось, – [втрутився Виговський,] – пан канцлер своїм світлим розумом все зважить і все обміркує"* (Н. Рибак);
- д) виражається згода: *Ви праві!; Маєте (цілковиту) рацію!; Погоджуюсь із вами повністю; Розумно!; Свята істина!; Слушна думка!; Слушно сказано* і под., наприклад: (Леся запобігає перед ревизором) *"Ваші порівняння, – [сказала Леся,] – безперечно вдалі, але радісного в них дуже мало. Я ніколи не припускала, що Берестечко живе таким культурним життям"* (М. Хвильовий); (літературний критик прагне встановити дружні стосунки з режисером театру) [КОТЕНКО. (режисер. – І. Ш.)] *Е! Що мир, що громада? Їй нових божків*

подавай, а старих – під лаву! <...>

[ЮРКОВИЧ. (літературний критик. – І. Ш.)] ***Так, так! Зовсім справедливо <...> Ви мені просто розплющили очі <...> Це зовсім вірний і оригінальний погляд <...>*** (М. Старицький);

е) дається номінація співрозмовнику за його інтелектуальними якостями: *мудрагель, рицар мудрості, розумашка, розумник, розумниця* і т. п., наприклад: (князь хоче залучити полоненого ад'ютанта до реалізації свого задуму) *"Та добре вже, не суптєся, пане ад'ютанте, – [сказав він,] – Ви справді виявилися і найхитрішим, і найдостойнішим моїм противником. Але я остаточно прошу вас, якщо ви допоможете мені у другій моїй операції"* (В. Лис);

ж) у прямій чи непрякій формі висловлюється необхідність поради чи консультації співрозмовника, наприклад: (Сіроштан прийшов до свого давнього знайомого, щоб він визначив, чи приймуть його до капели) *Бачиш, пасти задніх – не дуже приваблива штука. Якщо звичайним хористом, то краще я лишуся в Глухові. Або до гетьмана поїду. Отож і прийшов порадитися* (М. Дашкієв).

Компліментарні висловлювання, що визначають межу оцінки розумових здібностей особи (компліменти на зразок *Ви досить / доволі розумні*), маніпулятивній стратегії позитиву не притаманні. Поодинокі приклади таких висловлювань зафіксовано в ситуаціях ділового спілкування при звертанні старшого за віком і вищого за посадою чи статусом адресанта до молодшого та нижчого адресата. Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата, відзначаються відносною частотністю в ситуаціях докору, а також переконування та вмовляння.

Висловлювання на зразок *Ви розумніші, ніж я думав; Ви розумніші, ніж здається* є конфліктогенними і не представлені в маніпулятивних контекстах позитиву, наприклад: (знана співачка, родичі якої були заарештованими, виставляє зі свого помешкання працівника МДБ, що прийшов її допитати)

[СОЛОМІЯ.] <...> Зрештою, мені здається, що ви засиділися в моєму помешканні.

[ПЕТРО ПАВЛОВИЧ.] Ви мене виганяєте?

[СОЛОМІЯ.] Юначе, **ви розумніший, ніж я думала.**

[ПЕТРО ПАВЛОВИЧ.] Тоді я дозволю собі сказати вам ще кілька фраз <...>

(Б. Мельничук, І. Ляховський).

Якщо ж висловлювання щодо розумових якостей співрозмовника має натяк на іронію, воно здебільшого нейтралізується вибаченнями, самоприниженням або іронічність "знімається" контекстом: маніпулятивна стратегія позитиву виключає конфлікти й спрямована на створення позитивної тональності спілкування, наприклад: (чоловік прагне продовжити знайомство з дівчиною, яка йому сподобалась)

– Німецька, англійська, іспанська.

[Він (пан Костянтин. – І. Ш.) присвиснув:]

– **То я розмовляю з такою розумною жінкою** <...>

– А ви це тільки зараз помітили?

– Ідіот! Так мені й треба! Вибачте, я не вмю говорити компліментів
(Л. Баграт).

Периферію цього семантичного різновиду компліментів становлять висловлювання, що маркують освіченість адресата. Їх репрезентують компліменти з лексемами *вчений, грамотний, знаючий, обізнаний, образований* (розм.), *освічений* та лексико-граматичні структури *довго вчилися, маєте освіту, чули про вашу вченість* і под. Опосередковано оцінку розумових здібностей передають за допомогою лексем *далекоглядний, завбачливий, проникливий, спостережливий, стратег, хитрий* тощо.

6.1.3 Компліменти із загальною позитивною оцінкою співрозмовника

Серед маніпулятивно спрямованих компліментів висловлювання цієї групи становлять 12 % загальної кількості компліментів картотеки. Загальна позитивна оцінка в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву передається за допомогою таких мовних засобів: лексем *найкращий, приємний,*

самий-самий (розм.), *славний, файний* (діал.), *хороший* і т. д. (див. розділ 4, пункт 4.1.); словосполучень *гарна / гідна, достойна, оригінальна, прекрасна, справжня, хороша, чудова людина; ідеальний / справжній мужчина* (розм.) / *чоловік; ідеальна жінка; прекрасна / приємна дівчина / жінка, молода леді; приємний хлопець / юнак; справжня жєницина* (розм.) / *жінка, леді*; лексико-граматичних структур *Ви – індивідуальність / молодець, (сформована) особистість; З доброго матеріалу вас зроблено; Не знаєш собі ціни* і т. д., наприклад: (майстер хоче гармонізувати стосунки зі своїм учнем)

– *Що це вас розвеселило, товаришу наставник?* – [зразу відреагував Ферापонт.] – *Об заклад б'юся, ти думаєш про мою бороду.*

– *Про твою бороду ще доведеться подумати, але пізніше. А посміхнувся я не того. Просто хороший ти хлопець. Сподобався мені* (В. Собко).

Загальну позитивнооцінну конотацію в маніпулятивних контекстах можуть передавати й компліменти з лексемами *козак, лицар, шляхтич*. Одиичними прикладами в зібраному матеріалі представлено фамільярні компліментарні висловлювання, що дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові: (злодій шукає спільника) *Тобі даватимуть направлення, і коли це буде якийсь гниляк, можеш приїхати до мене в Лиман. Ти, я бачу, мужик нічого, лише дуже правильний* (А. Сивирин).

До цього семантичного різновиду певною мірою можна віднести також компліменти, які характеризують культурний рівень адресата. Великий шар висловлювань на позначення загальної позитивної оцінки становлять прямі та непрямі експресиви, що позначають прихильність до адресата (*Вас люблять діти; З вами мир і спокій; Я в вас не помилюся* та ін.). Серед висловлювань, які передають позитивне ставлення до співрозмовника, багато таких, що містять метафоризовані іменники, наприклад: [... *Приїздить до дітей яось мама. Виховательки люб'язно усміхаються.*] "*Ваша дитина прєлєсть, прямо удівительно*". [Мама мліє] (М. Хвильовий).

Непрямо загальну позитивну оцінку адресата передають компліментарні висловлювання, у яких мовець повідомляє про те, що давно знайомий з

адресатом, добре його знає, довіряє йому, щирий та відвертий із ним, а також висловлювання, що маркують потрібність адресата адресанту, наприклад: (господар просить наймита допомогти йому в любовних справах) [МИХАЙЛО.] *Ну гаразд! Ти у мене права рука! Слухай, Захарку, піди до Мар'яни й скажи їй на самоті, та не перебреши гляди: Михайло нові міцні тенета плетуть і сьогодні увечері тобі принесуть* (І. Карпенко-Карий).

6.1.4 Компліменти на позначення моральних якостей адресата

Частка маніпулятивно спрямованих компліментів, що дають характеристику моральних якостей адресата, у вибірці становить 11 %. Такі висловлювання побутують у ситуаціях ділового та неділового спілкування, де мовець ставить короткострокові цілі щодо співрозмовника, чітко формулює своє прохання. Компліментарні висловлювання цього семантичного різновиду зазвичай супроводжують прохання. Але є приклади їх уживання з пропозиціями і запрошеннями.

До складу компліментів на позначення моральних якостей співрозмовника входять мовні засоби, що маркують: а) моральність та духовну силу: *духовний, духовно сильний, моральний, морально стійкий / чистий, ясний, порядний, совісний, Маєш совість*; б) доброту: *благ, благий, брат милосердя, добра душа, добрий, добродій, добросердий, милостивий, милосердний, сердечний, Маєш серце; Твоє серце добре / м'яке; У вас очі добрі* та ін.; в) побожність: *благочес- тивий, богобоязний, віруючий, побожний, православний, християнин*; г) чесність і справедливість: *відвертий, правдивий, справедливий, чесна людина, чесний, щирий; Брехати / почуттів своїх приховувати не вмієш; Вірю тобі на слово; Вірю у вашу чесність; Ти завжди говориш правду; Ти людина, якій можна вірити; Ціную вашу чесність* та ін.; д) альтруїзм, великодушність, здатність на глибокі почуття до інших: *великодушний, дбайливий, доброзичливий, люблячий, людина, приклад людяності, саможертвований, турботливий, уважний (до інших); Ви до мене з відкритим серцем; Вмієте любити / цінувати, шанувати; Добре ставишся до ...; У вас стільки материнського клопоту про мою долю і под.*; е) відданість та вірність: *відданий, вірний, надійний,*

*незрадливий; Відчув у вас надійність; Людина, котрій довіряю; Людина, що не підведе / тримає слово; На вас можна покластися і т. п., наприклад: (Мирослав Миронович умовляє дівчину стати членом общини баптистів) **Я збагнув одне: у моральному відношенні ви стоїте дуже високо над нашим грішним світом. Та це ви, мабуть, самі вже відчули** (С. Грицюк); (княжна просить митця намалювати церкву, у якій поховано її батька) **О мій добрий поете, якби я коли-небудь палко бажала багатства, то це зараз <...>. Якби в мене були ще мої брильянти!** (В. Дарда); (чоловік хоче сподобатися жінці) **Любо слухати щиру жінку. Мені не таланило на таких. Усі, як не своя жона, так інші – брехливі язики. Не віряться, що недалеко від села, під боком, є віддавна чиста на слово жінка** (Я. Орос).*

Оцінку моральних якостей співрозмовника передають висловлювання, що містять лексему "душа". Її атрибутивними поширювачами в маніпулятивних контекстах часто виступають прикметники *золота, світла, чесна, чиста, щира*, наприклад: (Петро Шраменко хоче, щоб Кирило Тур передав звістку його нареченій) **"Кирило! – [каже Шраменко.] – У тебе душа щира, козацька <...>"** (П. Куліш).

Периферію компліментарних висловлювань на позначення моральних якостей адресата становлять компліменти, предметом позитивної оцінки в яких постають щедрість і скромність. Зазвичай такі структури містять лексеми *нескупий, скромний, скромняга, щедрий*. Сполучення іменника *характер* із прикметником *м'який* опосередковано дають моральну характеристику особі.

До околу цієї семантичної групи можна віднести також компліменти з лексемами *благородний, лицар, шляхетний*, що в контексті можуть набувати значення "моральний", наприклад: (полонена шляхтянка хоче через племінника воєводи здобути волю) ... **Дивлячись сьогодні на ваші змагання, побачила я у тобі на твоїй поведінці зразок цієї лицарської благородності, яка обдавала все моє минуле. Я побачила у тобі справді взірць лицаря, у тобі одному <...> і тому мусила тобі це сказати** (Ю. Опільський).

Значно меншою кількістю прикладів репрезентовано компліментарні висловлювання, у яких констатуються факти, що є виявом моральних якостей співрозмовника (*зміг увійти в становище, намагаєтесь зрозуміти мою душу, не зрадив, не кинув на поталу ворогам і т. д.*), наприклад: (Еверс прагне гармонізувати стосунки зі своїм колегою) *Похвально! Дуже похвально! Не кидати товариша в біді – обов'язок офіцера! Німецького офіцера* (Ю. Дольд-Михайлик).

Непрямо моральну оцінку виражають висловлювання, у яких мовець повідомляє про те, що довіряє комунікативному партнерові, вірить йому, наприклад: (слуга боїться, що дружина падишаха викаже своєму чоловіку його таємниці)

– *А як ти думаєш, Кассім, чи єсть на світі така жінка, що могла б видержати і не сказати чоловікові своєму: Я чула від того і того таке й таке. Він зачав говорити і не хотів скінчити <...>.*

[*Кассім, притиснений хитрістю Ель Хуррем, пробував востаннє боронитися і сказав:*]

– *Така жінка єсть, о Хуррем. Се одинока подруга падишаха, котрій я вірю, що не видасть тайни, повіреної їй на слово* (О. Назарук); (Роксолана домагається відмови чоловіка від гарему) *Сулейманові вірю на слово! Іншому не повірила б* (О. Назарук).

Компліменти, у яких предметом позитивної оцінки є аморальність, у зібраному матеріалі представлені одиничними прикладами. Зазвичай такі висловлювання виголошуються мовцем, що займається асоціальною діяльністю, і його розуміння поняття "добро" не збігається із загальносуспільним: (торговець людьми налагоджує співпрацю зі своїм клієнтом) *Тепер видно. Став справжнім бізнесменом. Цинізм, злість, нахабність у нашій справі – головний двигун. Думаю, мене зрозумів. М'якотілість, жалі, переживання – не для нас. Чим більше у вас, в Україні, буде твердих, рішучих, непоступливих, тим швидше виберетесь із болота. За вами майбутнє* (Б. Хижняк).

6.1.5 Компліменти щодо зовнішності співрозмовника

Частка компліментів на позначення зовнішності комунікативного партнера, ужитих із метою здійснення маніпулятивного впливу, у вибірці становить 10 %. Тут переважають висловлювання, у яких чоловіки звертаються до жінок (83 %). Це можна пояснити тим, що "жінки більше уваги приділяють своїй зовнішності й менш упевнені в собі, тому завжди прагнуть отримати підтвердження своєї привабливості від людей із близького оточення, особливо чоловічої статі. Чоловікам більш притаманне прагнення отримати оцінку власних учинків, продемонстрованих у дії якостей, результатів діяльності або належних їм предметів" [174, с. 135].

Серед компліментарних висловлювань цієї семантичної групи можна виокремити ті, у яких дається:

а) **загальна оцінка зовнішності:** *вродиливець / вродиливиця* (заст.), *вродливий, гарний, гарнесенький, гожий* (нар.-поет.), *дивовижний, краля, краса, красава* (заст.), *красавець / красавиця* (розм.), *красивий, красний* (нар.-поет.), *красунчик / красунечка, красень, красовитий* (діал.), *красунь / красуня, прегарний, прекрасний, привабливий, чарівний, чудесний, чудовий; З вашою / такою зовнішністю ...; Дівчина / парубок, хлопець – любо глянути; У вас зовнішність королеви і под.,* наприклад: (хлопець пом'якшує відмову дівчині, яку не кохає) "**Ти дуже гарна, Ельзо,** – [жартівливо відповів Клим,] – *але ж ми не одружені і тому не повинні грішити!*" (А. Сивирин); (Віктор хоче запропонувати одногрупниці працювати на його клієнта) *Здрастуй, Марго. Давно не бачились. Мабуть, з півроку. А ти стала ще красивішою, не думав, що таке можливо* (Л. Баграт).

Загальну оцінку зовнішності можуть виражати також компліментарні висловлювання з дієсловами *гарнішати, дивитися, милуватися, цвісти* (*Дай хоч надивлюсь на тебе; На тебе любо глянути; Тільки б і милувався би тобою і т. д.*), наприклад: (парубок фліртує з молодою вдовою) *Не старієш ти, Маринко, хоч і двох чоловіків пережила. Цвітеш, як півонія* (А. Іщук); (жінка хоче вийти заміж за давнього знайомого) "... *Слухай, але ти змінився.*

Ти знаєш, що ти виріс? – [Я почала впадати в сентименти.] – **На тебе ж приємно дивитися. Те, що я пам'ятаю, це ж був якийсь кошмар"** (С. Пиркало);

б) **"локальна" оцінка зовнішності** (щодо очей, брів, щік, обличчя, вусів, рук, талії, ніг, пальців, усмішки: *гарні очі, чорні брови, рум'яні щічки, чорні вуса, тонка талія, гарні ніжки, чарівна посмішка* і под.), наприклад: (Гострохвостий хоче запевнити дівчину в щирості своїх почуттів до неї) [ГОСТРОХВОСТИЙ.] **Навіщо вам те дороге убрання, коли ваші очі, ваші брови красять вас краще од Євфросининих золотих сережок? Виходьте до мене тихенько от матері сюди хоч щовечора. Добре?** (І. Нечуй-Левицький); (художник просить жінку, яка йому сподобалась, позувати для картини) **Пані має такі очі <...>. Пані має таку лінію носа <...>** (М. Гримич);

в) **оцінка фігури, зросту, комплекції** (делікатний, здоровий, кремезний, маленький, малесенький / манесенький, малий, пишний, статурний, стрункий, тендітний, фігуровий (розм.), худенький; *Ваша жінка так погладила; Останнім часом ви так схудли; Яка / що за фігура!; Який стан!; Які ви тендітні зробились!* і т. д.), наприклад: (рецензент домагається прихильності видатної актриси) [ЮРКОВИЧ.] **Манесенька та гарнесенька! Ще ручку, ще й другу! (Цілує)** (М. Старицький); (старий циган хоче вивідати, до кого ходить Гриць) **Не сказала би ти мені, донько, чия ти? Така красна, пишна, приманлива?** (О. Кобилянська);

[ПОКУПЕЦЬ.] **Пані, сукня гарна, але для неї треба стрункої фігури.**

[ПРОДАВЕЦЬ.] **Та ви такі худенькі, пані, вам нічого не бракує!** (з усного мовлення);

г) **оцінка зачіски, ходи, погляду**, наприклад: (слідчий хоче дізнатися правду про пограбування колгоспного заготівельника від його доньки) **Дарусю, а хто тобі так гарно заплітає кісочки?** (М. Матіос);

д) **оцінка одягу, аксесуарів, прикрас** (Вам дуже до лиця цей піджак; Оце так колір!; Яке модне на вас вбрання!; Яке плаття!; Який у вас смак! і т. д.), наприклад: (хлопець залицяється до дівчини-американки) [Роман зняв білу

сорочку з рукавами, одягнув на дівчину.] **"Яка ти гарна в моїй сорочці! Як польова царівна, хоч вона на тебе велика"** (Г. Черінь); (пан хоче найняти робітницю на сезон) **"Гарна в тебе сорочка,** – [сказав панич через зуби і все дивився на Василю, а руками насилу ворушив п'ятаки по столі.] – **А чи не стала б ти, дівчино, робити в мене на буряках ціле літо й осінь?"** (І. Нечуй-Левицький); (немолода вдова кокетує зі студентом) **Як гарно ви, Павле Антоновичу, убралися по-сільській!** (І. Нечуй-Левицький).

Хоча в цілому 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).

6.1.6 Компліменти з акцентом на ділових якостях та професійній майстерності комунікативного партнера

Частка компліментарних висловлювань на позначення ділових якостей та професійної майстерності адресата не перевищує 6 % усіх компліментів вибірки. Вони зазвичай функціонують у ситуаціях ділового спілкування і супроводжують пропозиції про співпрацю, запрошення, настанови перед виконанням завдання.

Складниками компліментарних висловлювань цієї семантичної групи можуть виступати такі мовні засоби: лексеми *відповідальний, діловий, діловитий, ініціативний, компетентний, надійний, наполегливий, обов'язковий, працелюбний, професіонал, пунктуальний, роботящий, серйозний, стахановець / стахановка, точний, упадливий* (біля роботи); словосполучення *людина діла, природжений / визначний, справжній, чудовий* і под. + [іменник на позначення посади чи професії], *добрий / хороший, чудовий спеціаліст / фахівець, фахівець високого класу, професійний / великий, видатний, відомий, знаний* + [іменник на позначення фаху], *один із наймудріших* + [іменник на позначення фаху, рідше посади], *бог горна* та ін.; лексико-граматичні структури

Ви / ти + іменник на позначення фаху + на всю округу; Вмієш домагатися свого; Добре знаєтесь на ...; Знаю ваші ділові якості; Крутишся цілий день коло тієї роботи; Маєш хватку / пильні, золоті руки; Роботу любиш і т. д., наприклад: (священик вербує на роботу полоненого радянського шпигуна) *Дуже приємно розмовляти з людиною діла. Ви, любий бароне, звільнили мене від потреби, краще сказати, нудного обов'язку марнувати час на вступну промову. У вашому характері, мені здається, поєдналися німецька пунктуальність і американська діловитість* (Ю. Дольд-Михайлик); (перший секретар райкому пропонує давньому знайомому посаду другого секретаря) *... Отож, коли зрозумів мене і віриш, давай разом працювати. В тебе хватка є, роботу любиш* (Ю. Збанацький).

Доволі часто позитивна оцінка стосується результатів професійної діяльності адресата: віршів, статей, урожаю, винаходів і т. д. Типовою для маніпулятивного дискурсу є опосередкованість оцінки на позначення ділових якостей співрозмовника чи його професійної майстерності. Ідеться про вербалізацію позитивної оцінки за допомогою речень, що констатують факт виконання адресатом його посадових обов'язків, наприклад: (курсант просить лейтенанта не нагороджувати його за знешкодження злочинця, тому що в тій справі був замішаний його друг) *"Для чого? – [запитав Дмитро.] – Я діяв по совісті, а за це ніяких нагород не треба, нехай вас нагородять, ви на службі і виконали свій обов'язок"* (А. Сивирин).

Компліментарні висловлювання цього типу оформлені переважно означено-особовими реченнями з предикатом – дієсловом обізнаності (наприклад: *Знаю* ваші ділові якості; *Знаємо* вашу постійну зайнятість творчими справами) та дієсловами-маркерами позитивного ставлення до співрозмовника (наприклад: *Люблю* тебе за працелюбність; *Поважаю* точних людей). Периферію цього семантичного різновиду компліментів становлять висловлювання, що підкреслюють професійну належність співрозмовника і його професіоналізм, наприклад: (начальник звертається з проханням до підлеглої-філолога) *Наталю Петрівно, підкажіть мені як фахівець, як*

правильно писати – "торгівельний" чи "торговельний"? (з усного мовлення); (адвокат зацікавлений у співпраці з поетом-політичним в'язнем) Ні, це місце не для вас, і ми зробимо все, що в наших силах, аби витягнути вас із цієї ями на світ Божий якомога швидше. Але як письменник ви здобудете тут неоціненний досвід: може, потім ще не раз шкодуватиме, що так квапилися звідси вийти (Б. Гуменюк).

Частотністю серед компліментів на позначення ділових якостей і професійної майстерності адресата відзначаються висловлювання, за допомогою яких мовець виражає сподівання на успіх операції чи виконання якогось завдання, у якому буде задіяний адресат, наприклад: (працівник міліції прагне залучити до розшуку злочинця свого давнього знайомого) *"То не махінація, а оперативна комбінація, – [усміхнувся Вітренко.] – А що операція завершується успіхом, я не сумніваюсь, адже ти мені допоможеш"* (А. Сивирин); (редактор умовляє журналіста бути толерантним до замовників) *Не будемо зараз про це, не будемо. Усе вилізе, як шило з мішка <...>. Сьогодні перед нами стоїть інше завдання, і, сподіваюсь, ви проявите себе* (В. Авраменко).

6.1.7 Компліменти з відзначенням предметів, об'єктів чи осіб, що мають відношення до адресата

Компліменти цієї семантичної групи становлять 6 % компліментарних висловлювань вибірки. Предметом похвали та схвальної оцінки в маніпулятивних контекстах постають помешкання співрозмовника, населений пункт, із якого він родом чи в якому мешкає, місцевість, належна співрозмовнику, сад, автомобіль, магазин, ресторан, човен, тварини, речі, їжа, напої і т. д. Здебільшого такі компліменти мовець-маніпулятор уживає тоді, коли він опиняється в ролі гостя / пасажира, прохача, наприклад: (викладач, що прийшов у справах до начальника відділу кадрів університету, у якому працює, хоче домогтися прихильного ставлення до себе) *У вас так затишно, ніби в казку потрапляєш!* (з усного мовлення); (жінка просить отамана врятувати її сина) *Ти – отаман Дитинка? Та-ак?! Я ж бачу. По твоїй вродливій жоні, по*

твоєму білому коні <...>. Порятуй мого Мико! Не дай йому загинути, чесний отамане, добрий Дитинко! Змилуйся, порятуй! (М. Івасюк).

Часто маніпулятивно спрямовані компліменти стосовно особистих речей адресата мають вигляд висловлювань, які передають бажання мовця мати те, що має співрозмовник, наприклад: (семінарист запобігає перед батьком дівчини, яку хоче сватати) ***Покличу, отець Степан, і звелю йому намалювати таку саму "Неопалиму купину", як у вашій церкві*** (І. Нечуй-Левицький).

Найбільшою частотністю серед компліментарних висловлювань цієї семантичної групи відзначаються компліменти стосовно рідних: дітей, дружини / чоловіка, рідше щодо інших родичів – дядька, тітки, нареченого, батьків. При похвалі сина підкреслюють його моральні якості, розумові здібності, риси характеру і дуже рідко дають характеристику зовнішності. Хвалячи доньку, наречену чи дружину співрозмовника, мовець зазвичай говорить про її вроду, зрідка – про вміння (танцювати, добре готувати їжу і т. д.) та моральні якості, наприклад: (жінка хоче продати курей)

– *Одчепись ти к нечистому! Мені не треба твоїх курей!*

– *Як же не треба. Я знаю, що треба. Видаєте таку доню, таку гарну, як сонце, а курей не треба* (І. Нечуй-Левицький);

(козак намагається вивідати в господаря інформацію про своїх полонених друзів) *"О, та тут справжній рай! – [вигукнув Арсен, милуючись затишним куточком.] – Для повного щастя бракує тільки гарненької дружини <...>. Ба-ба-ба! Беру свої слова назад! Для повного щастя тут, здається, є все!" – [І кивнув на далеку лаву, де сиділо двоє: сивий чоловік у чорному одязі і тендітна дівчина]* (В. Малик).

6.1.8 Компліменти на позначення рис характеру співрозмовника, його індивідуальних особливостей

Частка маніпулятивно спрямованих компліментів, предметом позитивної оцінки в яких постають риси характеру співрозмовника та його індивідуальні особливості, у картотечі становить 4 % від кількості всіх компліментарних висловлювань.

Предметом позитивної оцінки у висловлюваннях цієї семантичної групи виступають і характер співрозмовника загалом, і окремі його риси: витримка, працелюбність, старанність, сміливість, рішучість, нескореність, наполегливість, дисциплінованість, акуратність, прямолінійність, сила волі, наприклад: (командир роти вмовляє курсанта залишитися в полку) *Тут від тебе буде більше користі з твоїм характером* (А. Сивирин); (парламентар із ворожого табору пропонує козакам здатися) *"Пан Краковський, – [сказав депутат,] – дивується з вашої хоробрості і, шкодуючи мужніх бійців, дарує вам життя, якщо ви здаєтеся"* (О. Іваненко).

Індивідуальними особливостями, що становлять предмет позитивної оцінки як інструменту впливу, постають вияви темпераменту (*буйна невгомна натура, вразливий, гарячий, жвавий, завзятий, запальний, енергійний, моторний, проворний, рвійний, смирний, спокійний, спритний* і т. д.), а також фантазія, поетичність, романтичність, чуйність, душевність, гостинність, весела вдача тощо, наприклад: (ув'язнений домагається пільг для себе в охоронця)

- *Охоронцю, якщо я тебе попрошу відімкнути в цій клятій клітці ці кляті двері – то що буде?*
- *То буде виглядати, наче ти вважаєш, що я лише зовні мент, а всередині – сама добрість.*
- *А хіба ні? Я переконаний, що всередині ти романтик і поет. Ти – герой, котрому не забракло мужності грати роль циніка, хоча вона зовсім не узгоджується з твоєю внутрішньою роллю* (Б. Гуменюк).

6.1.9 Компліменти стосовно імені адресата

Компліментарні висловлювання, предмет позитивної оцінки в яких становить ім'я адресата, у зібраному матеріалі репрезентовані одиничними прикладами (0,5 % компліментів вибірки): (жінка-науковець, зацікавлена в отриманні гранта, налагоджує дружні стосунки з потенційним меценатом-американцем – родичем відомого українського письменника) *Пане Романе, я навіть свого сина назвала на Вашу честь* (з усного мовлення); (хлопці-

абітурієнти хочуть, щоб дівчина згодилась позувати для малюнка-допуску до іспитів)

– *Давайте познайомимось*, – [запропонував він.] – *Я – Олексій. А він – Петро.*

– *Варя*, – [сказала дівчина.]

– *Гарне ім'я*, – [озвався Петро.] – *Рідко тепер зустрінеш таке.*

– *Хіба що тільки в прислів'ї наткнешся: Варвара ночі увірвала*, – [сказав Олексій.] – *Варю, ви нас могли б дуже виручити. Та що там виручити. Врятувати* (В. Захарченко);

(майстер хоче гармонізувати стосунки зі своїм учнем-однолітком)

– *Чого це ти моє ім'я так часто повторюєш? Не бійся, не забудеш. Такі імена не забуваються.*

– *Це правда, Феранте. Залізний місток. Або, може, залізне море. Гарне ім'я* (В. Собко).

Однак кількість компліментів щодо імені, висловлених із маніпулятивною метою чоловіками жінкам, є більшою.

6.1.10 Компліменти інших семантичних груп

У маніпулятивних контекстах компліменти, що характеризують фізичну силу співрозмовника, не частотні (0,6 %). Такі висловлювання містять лексеми *богатир, витривалий, дужий, кріпкий* (розм.), *міцний, моцний* (розм.), *невтомний, силач, сильний* і т. д., наприклад: (викладач просить студента про допомогу) [*З того дня Софія всюди, де потрібно, використовувала неабияку фізичну силу хлопця:*] "*Сергію, допоможи перекласти жінку з каталки на ліжко. Потримай, будь ласка, хвору за руку, їй дуже боляче. Ти ж сильний, її це заспокоїть*" (Л. Романчук); (Заплітний переконує Георгія віднести покараних бояр воєводі) *Е-е, братче, не бреш, ти ж такий моцний, як тур. Тобі треба дати двох битих* (М. Івасюк).

Компліменти щодо віку маніпулятивному дискурсу також не притаманні. У таких компліментарних висловлюваннях функціонують лексеми *молодий* (*молоденький, молодесенький, молодюсінський*) у значенні "такий, у якого все попереду, сильний, енергійний" та *старий* – у значенні "досвідчений, бувалий",

а також *великий* – у значенні "дорослий, не маленький, розумний", наприклад: (хлопці хочуть вивідати в старого ветерана таємну інформацію) *"Це буде вам подарунком до Дня перемоги, – [пояснив Олексій.] – Наші діди вже померли, то ми вирішили допомогти вам, бо в селі старішого ветерана немає!"* (А. Сивирин). Для ситуацій здійснення маніпулятивного впливу типові респонсивні компліменти стосовно віку співрозмовника. Їх виголошують мовці, які керуються правилами етикету й не хочуть здатися не ввічливими, наприклад: (чоловік, що приніс погану звістку старим людям, гармонізує стосунки з ними)

– ... *І де воно правда в Бога: молоді помирають, а старі ніяк смерті собі не вимолять!*

– *Ну, не такі ви вже й старі!* – [заперечив *ввічливо* Юрченко] (А. Дімаров).

Загалом у маніпулятивних контекстах вікові характеристики рідко є єдиним предметом позитивної оцінки співрозмовника: компліментарні висловлювання щодо віку здебільшого входять до блоку компліментів, у яких йому даються різноаспектні оцінки, наприклад: (Ейдос хоче увійти в довіру полоненого) *Феноменально. Такий молодий вік – і такий дипломатичний талант* (В. Гарнавський).

Зібраний матеріал містить поодинокі приклади компліментів, що характеризують манеру поведінки співрозмовника чи його ставлення до комунікативного партнера. Предмет оцінки в таких висловлюваннях становлять ніжність, товариськість, лагідність, сарказм, галантність, тактовність, гордовитість, привітність і под., наприклад: (слідчий намагається налаштувати політичного в'язня на співпрацю) *"А знаєте, мені до вподоби ваш сарказм, – [говорив чоловічок доброзичливо,] – це свідчить про те, що навіть за цих обставин ви не розкисли і зберігаєте добре почуття гумору"* (Б. Гуменюк); (цариця хоче, щоб гетьман стабілізував обстановку в Малоросії) *... Я вважаю ці перепони зовсім маловажними, тому що на Комісії ні ви, ні я не надамо їхнім претензіям ніякої уваги ... Ваш тон начальницький зовсім пристойний, Петре Олександровичу* (Р. Іваничук).

Нечастотністю в маніпулятивному дискурсі відзначаються також і компліменти, предметом оцінки в яких постають походження / місце проживання співрозмовника (з міста, людина міська, городський (розм.)), його національність, спосіб життя адресата, відсутність шкідливих звичок тощо, наприклад: (американець прагне одружитися з українкою) *Скільки вам треба часу на ознайомлення? Ми могли б сьогодні заручитися, а через два тижні одружитися. Для мене було би справжнім щастям одружитися з українкою* (Г. Черінь).

6.1.11 Комплексні компліменти

Такі компліментарні висловлювання дають різнопланові характеристики співрозмовника. Їх частка у вибірці не перевищує 8 %, наприклад: (житлоздавач запобігає перед потенційною квартиранткою)

- *Що, зовсім? У твоїй матері немає жодної краплі єврейської крові?*
- *Е <...> ну, я точно не знаю. – [Я була децю заскочена такою вибагливістю.]*
– *Можливо, і є.*
- *Напевно що є, – [переконано сказав старий хрич.] – Ти така молода й така розумна, ти мусиш бути єврейської крові* (С. Пиркало).

Предмет оцінки в комплексних компліментарних висловлюваннях здебільшого становлять блоки: "талант + розумові здібності" / + вік", "моральні якості + ділові якості", "розумові якості + риси характеру / вияви темпераменту", "інтелектуальні якості + моральні якості", "моральні якості + успішність / професіоналізм + інтелектуальні якості", "врода + риси характеру / + інтелектуальні якості". Найчастотнішими є комплексні компліментарні висловлювання, у яких предметом позитивної оцінки постають моральні та ділові / інтелектуальні якості співрозмовника, наприклад: (посли від печенігів хочуть вивідати інформацію від воєводи) *Так, так, бачу, що ти мудрий чоловік і вірний свого господина слуга* (Б. Лепкий); (козак хоче гармонізувати стосунки з Ямгурчі-агою, у якого знаходилась його полонена сестра) [*Арсен зрозумів, що вони потрапили в скрутне становище і силою тут нічого не зробиш. Потрібно було хитрувати.*] *"Ямгурчі-ага, не личить правовірному так*

приймати гостей, ніби ми ввірвалися в твій дім, як розбійники <...> Ай-ай-ай! А Кучук, Чора і Варвара-ханум вихваляли тебе як розумного, доброго і відданого їхній сім'ї чоловіка" (В. Малик).

Співвідношення маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань різних семантичних різновидів графічно відображено в додатку Г.

6.2 Прагматична багатозначність компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву

Ідентичні за своєю семантично-синтаксичною характеристикою висловлення можуть трактуватися по-різному й слугувати вираженню різних комунікативних цілей мовця [327, с. 194; 288, с. 10; 365, с. 480]. Те саме висловлювання може мати декілька прагматичних значень [347, с. 68], наслідком чого може бути поява нових прагматичних утворень як простої, так і складної будови – об'єднання дискретних інтенцій в одній складно структурованій номінанті. На позначення таких об'єднань використовують терміни "комунікативні блоки" [347, с. 99], "мовленнєві блоки" [2], "мовленнєві макроакти" [170, с. 95], "секвенції мовленнєвих актів" [295].

Явище, в основі якого лежить процес контамінації (контракції) прагматичних значень, у лінгвістиці має назву "процес прагматичного суміщення" [295, с. 93], чи поліілокутивності (бівалентності, плюривалентності) висловлювань.

За кількістю ілокутивних сил мовленнєві акти поділяють на прості та комплексні [36]. Власне оцінні висловлювання відносять до простих мовленнєвих актів, що слугують для автономного вираження суб'єктивної оцінки. Комплексними мовленнєвими актами є оцінні висловлювання, ілокутивний потенціал яких уміщує більше однієї комунікативної інтенції мовця. Виражаючи свою оцінку з приводу чогось, мовець одночасно стверджує / заперечує, підтверджує, пояснює висловлене співрозмовником чи ним самим, пом'якшує або робить різкішою висловлену оцінку. Це можна передати за допомогою схем "стверджувальна відповідь + оцінка підтвердження + оцінка", "пояснення + оцінка" [186, с. 297] та ін.

Комплексними можуть бути і компліментарні мовленнєві акти [517; 174]. Їх поліфункціональність дослідники аргументують тим, що вони виконують у розмові власне комунікативну, фатичну (контактовстановлювальну і контакто-підтримувальну) та регулятивно-координаційну функції, а також мають оцінне значення й слугують вираженню емоцій.

За словами О. Г. Почепцова, можливими є ситуації, за яких "знаряддям здійснення одного перлокутивного акту стає інший перлокутивний акт, тобто ситуація, коли має місце перлокутивна ланцюгова реакція – один перлокутивний акт спричиняє інший перлокутивний акт" [291, с. 60]. Перлокутивний акт компліменту часто є знаряддям перлокутивних актів утішання, заспокоєння, підбадьорювання [229, с. 90].

Дж. Остін розмежував інтенціональні та неінтенціональні перлокутивні акти й ефекти [259, с. 90]. Ідеться про те, що під час інтеракції можуть реалізовуватись перлокутивні акти, які не становили мети мовця. У межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву компліментарні перлокутивні акти можуть бути інтенціональними та неінтенціональними, але типовою є їх інтенціональність.

Прагматична багатозначність компліментарних висловлювань простежується і в маніпулятивному дискурсі, де реалізуються їх супутні функції (див. додаток Д).

Маніпулятивно спрямовані компліменти часто вживають із фатичною функцією і використовують як привід для початку розмови, наприклад: (дівчина хоче дізнатися про долю лікаря, що потрапив у полон) [*От тільки де схопили лікаря Мироновича? <...> Невже він такий необачний, що залишив за собою "хвоста"? Спитати б якось у цього перельотного типа <...>. І таки насмілилася:*]

– *Так граєте душевно, пане Вадим.*

– *Згадав юність, школу, університет.*

– *Чуйна ви людина, хоч і в шинелі з чорним коміром. А чім завинив той лікар <...> Базилевич, чи як його? – [навмисне перекрутила Галя] (П. Автомонов).*

До групи висловлювань, що відкривають мовленнєвий контакт, можна віднести також компліменти-привітання, компліменти-вітання та компліменти-представлення при знайомстві, наприклад: (завідувач сільгоспвідділу, який прокрався, прийшов на прийом до прокурора) *Гарячий привіт невтомним стражам! Івану Семеновичу моє сорок одно з половиною* (Ю. Збанацький); (полковник напрошується на весілля) *Ось справжня причина виклику до Порт-Артура командира роти мисливців-пластунів поручика Стефановича. Вітаю вас – чудовий смак, гідний вибір. Мало хто з нас, військових, може проголосити з гордістю життєву істину: "Вона за мною – хоч на край світу". Сподіваюся отримати запрошення на ваше весілля* (В. Пеунов); (Некрасов просить колегу відремонтувати взуття його гості) *"Муштрук, – [представляє чоловіка Некрасов,] – завідуючий лабораторією, головний господарник нашої кафедри. Віталію Яковичу, виручіть жінку! Каблук обламався"* (Є. Дімарова).

Під час здійснення мовленнєвого впливу важливим є порядок подання найважливішої інформації. Її розташовують на початку (антикульмінація) або в кінці комунікативного ходу (кульмінація), але не в середині.

Досліджуючи зв'язок позиції найважливішої інформації в тексті з його впливовістю, Є. Ф. Тарасов дійшов висновку, що розташуванню значущої інформації в кінці тексту / мовлення – кульмінації – слід надавати перевагу тоді, коли читач чи слухач доброзичливий і зацікавлений, "для якого досить невеликого стимулу, щоб примусити прочитати текст чи дослухати мовлення до кінця, де він очікує найвагоміших аргументів. Антикульмінація найбільш ефективна в тексті, адресованому нейтральному чи незацікавленому читачеві, якому найсильніший вплив необхідний на початку тексту, щоб дочитати його до кінця" [359, с. 11].

Антикульмінація в тексті, адресованому ворожій і / чи байдуже налаштованій аудиторії, на думку психологів, краща, оскільки вона налаштовує реципієнтів на сприйняття намірів автора. Особливо важливо зробити це тоді, коли вони здогадуються про цілі автора. У такому разі доцільніше починати з аргументів, прийнятних для потенційної аудиторії, щоб створити ґрунт для

співпраці комунікатора і реципієнта, а потім переходити до аргументів, непереконливих для того, хто сприймає текст [359, с. 12].

Маніпулятивний вплив є специфічним, оскільки свої наміри мовець приховує від співрозмовника. Компліментарні висловлювання часто слугують маскуванню істинних намірів мовця і зазвичай займають препозицію щодо іншої інформації, передаваної мовцем слухачу. Ті випадки, коли після власне прохання або нейтральної інформації мовець робить комплімент адресату чи хвалить його за щось, швидше свідчать про відсутність маніпулятивного впливу і щирість намірів мовця. Однак зібраний матеріал дає приклади вживання з метою здійснення маніпулятивного впливу компліментарних висловлювань, що завершують інтеракцію. Це відбувається тоді, коли в мовця 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.

Компліментом виражають подяку за надану послугу, прагнення порозумітись із співрозмовником і налагодити співпрацю з ним. До таких компліментарних висловлювань мовець удається тоді, коли адресат висловлює згоду виконати його прохання, або тоді, коли мовець дякує співрозмовнику за виконане, приміром, попередні його заслуги, та має на меті подальшу співпрацю з ним, наприклад: (рибалка дякує невільниці, яка позичила йому гроші) *"Правдиво сказав наш пророк, – [прошепотів він (Нур'ялі. – І. Ш.)] – що нема скарбу кращого, як хороша жінка, бо невичерпне джерело самовідданого жіночого серця"* (З. Тулуб); (старшина Клиш запобігає перед князем, якому служить) – *Приємно, що ви дотримуєтесь вірності і присяги, пане Клиш. Я видам охоронний універсал на ваше майно, звільню вас від поборів!*

– *Вік будемо служити вашій щедрій милості!* – [розцівів Клиш] (В. Чемерис); (пан просить наймичку допомогти йому в сердечних справах)

[ЦОКУЛЬ.] *Так побалакаєш?*

[МЕЛАШКА.] *Попробую.*

[ЦОКУЛЬ.] *От моя умниця!* (І. Карпенко-Карий).

У висловлюваннях з експліцитно вираженою подякою компліменти часто позначають її підставу, наприклад: (поляк пан Замоїський планує використати ораторський хист та розумові здібності Сагайдачного) *Дякую вельможному панові гетьману за пораду і корисну розмову* (З. Тулуб); (постоялець гармонізує стосунки з господарем) *Дякую тобі, друже, що ти до мене з відкритим серцем* <...> *А тепер покажи моє помешкання* (В. Савченко).

Завершальна позиція в діалозі притаманна також компліментам-сподіванням. Такі висловлювання часто супроводжують пропозиції, прохання, настанови перед виконанням доручень, наприклад: (Мордвинов надихає Нестора Кукольника на творчість, щоб підірвати славу Пушкіна) *"Що ж, такі таланти нам потрібні, – [підвівся Мордвинов.] – Схвалюємо, схвалюємо вашу діяльність в саду російської словесності. Сподіваємось, що ці квіти забувають і в їхньому буянні зблякнуть деякі інші"* (Ю. Мушкетик).

Характерна риса більшості компліментарних мовленнєвих актів – поєднання функцій схвалення і згоди. Комплімент-згода є радше етикетним, ніж інструментальним мовленнєвим актом. Компліментарні висловлювання згоди типові для світського спілкування, але трапляються і в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, наприклад: (підлеглий хоче налагодити дружні стосунки з новим начальником)

- *То, може, для знайомства ми вип'ємо з вами по бокалу хорошого вина?* –
[запропонував Гольдрінг.]
- *Вважатиму за честь!* (Ю. Дольд-Михайлик).

У маніпулятивному дискурсі функціонують також компліменти-емпатія. Компліментарне висловлювання такого типу не тільки вивищує співрозмовника, але й позитивно характеризує мовця як людину, здатну на співчуття, і є виявом тактики позитивної самопрезентації, наприклад: (пан залицяється до своєї наймички)

[ХРОПКО.] *Дурна ти: за цілий день не настоялась? Усе на ногах: ти ж молоденька, так і ніженьки надірвеш.*

[ПРІСЯ.] *Ото, пане, що вигадали?*

[ХРОПКО.] *А то хіба ні? Ти вже занадто упадлива, крутишся цілий день коло тієї роботи <...> Тобі, як по правді, то і наймицкою не пристало бути <...> отакі рученята зовсім не до того* (М. Старицький). Подібну функцію в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виконують і компліменти-втішання, наприклад: (підлеглий заспокоює свого начальника, у якого виникли проблеми, сподіваючись, що він зніме з нього керівництво операцією, приреченої на невдачу) *Ви тільки не сприймайте всього цього близько до серця. Ваші заслуги перед фюрером і рейхом усім відомі, і Гальтерману не під силу опорочити ваше ім'я. А от що стосується сина <...> Я радив би вам якомога швидше відправити Олеся з Києва <...>* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Типові для маніпулятивного дискурсу й компліменти-запрошення, компліменти-пропозиції і компліменти-прохання, наприклад: (Капніст, оберігаючи спокій княжни Варвари, хоче забрати Т. Г. Шевченка в Яготин) *Ждемо вас, Тарасе Григоровичу, давно і з нетерпінням! Знаємо вашу постійну зайнятість творчими справами й буйну невгомону натуру, та все ж сподіваємось, що ви хоч день-два побудете в нашому осиротілому Яготині* (В. Дарда); (сирітка хоче, щоб їй дали їсти)

[ФРОСЬКА.] *Ах, як тут славно пахне! <...> Скільки всього!*

[ТЕКЛЯ.] *Голодне, бідне! На тобі шматочок!* (М. Старицький). Більшість таких компліментів є непрямими або імпліцитними (див. пункт 6.3.).

Маніпулятивним контекстам притаманні також компліменти-буфери (у Дж. Хомса, Г. С. Білоус – комплімент-"соціальна змазка"(Social Lubricant)), що використовуються для пом'якшення відмови, критики чи висунутих адресатові претензій, заборон, наприклад: (дівчина хоче позбутися надокучливого залицяльника, не образивши його) *Сергію, ви – чудовий хлопець, з вами дуже приємно розмовляти, але я мушу йти* (Л. Баграт); (начальник забороняє підлеглому провідати хвору колегу)

– *Я можу їхати! Вже!..* – [вискочив Онисько, наче з конопель.]

– *Ви людина сімейна*, – [пригасила Емма Іванівна.] – З'являтися вам, *досвідченому сім'янину*, у помешканні дівчини – просто аморально. Щоб не сказати, вельми небезпечно (А. Морговський).

Автори монографії "Лінгвістика впливу" серед психологічних ефектів впливу, зокрема прихованого, поряд з ефектами "престижу" (інформація з авторитетного джерела є впливовішою), "спільності поглядів", "своєї людини", "симпатії-антипатії" (впливовішим є повідомлення особи, якій симпатизує адресат), наводять "ефект візитної картки", який полягає в тому, що автор спочатку подає інформацію, прийнятну для адресата. Після демонстрації "спільної точки зору" викладається думка (частіше прохання), заради якої створювалось повідомлення [307, с. 117].

Маніпулятивно спрямований комплімент-буфер здебільшого займає препозицію щодо висловлювань, які маркують відмову чи передають інформацію, неприємну адресату, наприклад: [Після кінцевого іспиту він (Генк. – І. Ш.) офіційно попросив дозволу моїх батьків на одруження. Я думала, що мама відразу підійме сцену. Проте вона зробила невинну, солодку міну:] **"Дякую за шану. Ви – першорядна партія. Однак одруження – дуже серйозна справа. Звичайно, ви обоє вже дорослі, рішення ваше. Можете й без дозволу"** (Г. Черінь); [Йому (Салтикову. – І. Ш.) не хотілося випустити жар-птицю, яка сама влетіла йому в руки.] **"Виконати будь-яке бажання такої вродливої жінки – це велике щастя <...>. Але шляхи до ставки головнокомандуючого відрізані <...> скрізь турки й татари, вороги наші. Недавно мало не потрапив до них у полон мій фельд'єгер <...> ні, ні, не можу ризикувати вами"** (П. Наніїв).

Комплімент-буфер не завжди супроводжується експліцитно вираженою відмовою. Її значення може диктуватися контекстом чи ситуацією, наприклад: (хлопець пом'якшує відмову дівчині, що його кохає)

– *А як твої справи, в тебе є хлопець?*

– *Є, але що з того?* – [гірко усміхнувшись, мовила Світлана і, дивлячись в очі Олексієві, додала:] – *Невже ти нічого не розумієш?*

– *Я все розумію, Світлано, ти дуже хороша людина, і той, хто заволодіє твоїм серцем, буде щасливим* (А. Сивирин).

У ролі буфера в маніпулятивному дискурсі часто вживають компліменти-докори / засудження. Для ситуацій докору, у яких реалізується маніпулятивна стратегія позитиву, характерна така послідовність висловлювань мовця: "[компліментарне висловлювання], (а) + [висловлювання, що передає неналежний стан речей]", наприклад: (учитель хоче покращити успішність своєї учениці) "*Ну, що ж, Стародуб, – [сказав учитель фізики.] – У тебе така мама стахановка, а ти так підкачала* (погано написала контрольну. – І. Ш.)" (О. Іваненко); (Василина прагне визволити з-під арешту свого чоловіка) [ВАСИЛИНА.] *І ви Бога не боїтесь так балакати зо мною? Я жду від вас ради, як од рідного батька, а ви глумитесь надо мною* (І. Карпенко-Карий).

Одиничними прикладами репрезентовані компліментарні висловлювання, що стоять у постпозиції відносно висловлювань докору чи осуду, наприклад: (Платон хоче вплинути на брата, замішаного у вільнодумстві, який жертвує собою заради друзів) "*Дурень, дурень, – [Рука чи лапа лягла Несторові на плече, й була вона не страшна, не кігтиста, а м'яка й тепла.] – Зіпсував собі життя. Ти розумієш – уже тобі ніколи не бачити столиці, не гуляти по Невському, не одягати фрак <...> жодного рядка <...> Не надрукують жодного твого рядка. А в тебе ж – талант. Усі вчителі кажуть. І ті глави, що ти мені прислав, про Тасса свого, я прочитав <...> Перо легке, й грає думка. Хоч доведеться тобі поховати її в глушині*" (Ю. Мушкетик).

Типовою особливістю маніпулятивно спрямованих компліментів, що функціонують у ситуаціях докору, є їх низька категоричність, яку забезпечують лексеми *нібито, наче, начебто, здаватися, видатися*, а також лексико-граматичні структури, що маркують суб'єктивність думки на зразок *Склалось враження*.

Удаючись до докору, мовець може оформлювати компліментарне висловлювання у вигляді демонстрації ходу своїх думок, що мали місце в минулому, наприклад: (селянин домагається прийняття німецького шпигуна в

партизани) *А ми вас тут, як Христового пришестья, чекали <...> **Думали: ви в горі наша надія й розрада.** А виходить <...> Кириле, голубчику, та зглянься ж над нещасним чоловіком* (І. Головченко, О. Мусієнко); (лікар гармонізує стосунки з пацієнтом, лікування якого виявилось неефективним) *А я, **признатися, думав, що ти – силач, богатир,** а ти взяв і загноївся* (Б. Харчук).

Більшість компліментів, що супроводжують або виражають докір, стосуються плану минулого. Проте типовими також є компліменти з дієсловами теперішнього часу та дієслівними формами умовного способу, наприклад: (наглядач мотивує ув'язненого на співпрацю) ***Ви ж розумний чоловік! Невже так важко втямити: там, де сила, – там і правда*** (Б. Гуменюк); (старшина хоче змінити позицію кошового отамана) *"Раду скликай, Петре, або хоч старшинське коло, – [мовив Гаврило.] – Козацтво ремствує на тебе. Встала Україна, бо, роздерта навпіл, так жити більше не може, кров стікає з ран – з'єднатися мусить. **А ти міг би її усю повести за собою. Та ти мовчиш"*** (Р. Іваничук).

Маніпулятивному дискурсу притаманні компліментарні висловлювання-докори у вигляді питання. Питальна форма дає змогу мовцеві пом'якшити комунікативний намір, послабити тиск на співрозмовника, робить висловлювання ввічливішим, наприклад: (поневолений українець домагається прихильності поета Юсуф-паші) ***Але чи не здається вам, капітане, абсурдною та ситуація, за якої ви, тонка і, безумовно, обдарована людина, мусите брати участь у найогиднішому злочині перед людством – у поневоленні людини людиною?*** (Ю. Щербак).

Компліменти-докори, що слугують маніфестації подиву чи обурення, часто оформлені питальними й окличними реченнями, наприклад: (Кубишкін "надихає" свого підлеглого на наступні спроби пошуку транспорту)

- *Та вже просив, як міг, а він затявся – не поїду до району, і квит.*
- *Такого не може бути, щоб два професійні журналісти та не вмовили одного водія!* (П. Щегельський).

Для ситуацій докору, у яких реалізується маніпулятивна стратегія позитиву, характерний супровід компліментарних висловлювань вигуками зневаги (*тьху, тю, фе, фі, фу* і под.) та розчарування (*ех*), наприклад: (коханець матері хоче одружитися з її донькою з розрахунку) ***Фе, сонце моє! Фе! Навіщо придурюватися, коли про твої розумові здібності мені відомо все. Нам треба поспішати. В сільраді нас розпишуть щонайбільше через тижнів два*** (С. Грицюк).

Компліментарні висловлювання, до яких удається мовець-маніпулятор у ситуаціях докору, можуть мати відтінок фамільярності. Типовою для них є наявність фразеологізованих елементів, наприклад: (німецький прислужник хоче через пасинка поліція Громова викрити підпільну молодіжну організацію) ***"Дурниці говориш, пане Громов. – [Слідчий закрив папку і з досадою вдарив нею об стіл.] – Хто-хто, а ти міг би стати справжнім паном. А то який з тебе зараз пан? Так собі – шпиндик. Тільки й того, що заздрість з'їдає тебе"*** (Д. Бедзик).

Компліментарам-докорам притаманні паузи, незакінченість фраз і супровід обірваними конструкціями, наприклад: (слідчий збирає інформацію) ***Е-е, та ви, бачу, не в курсі справи. А чи, може, мені вас перехвалили. Мені сказали, що ви є відважна й прямолінійна людина і "свій парень в доску", з яким легко буде вести справу. А ви, я бачу <...> Гм <...>*** (І. Багрянний). Близькими до компліментів-докорів є компліменти-підбурювання та компліменти-під'юджування, що функціонують у маніпулятивному дискурсі. Для них характерні питальна форма, синтаксичний паралелізм, повтори, гетерономінація, а також наявність підсилювальних часток, наприклад: (шляхтич підбурює Інгвара помститися русичам, які його ошукали)

– *Не кипи. Я завтра скажу князеві – він покарає зухвалих псів.*

– *Як? Ми вже самі не можемо покарати смердючих русів? Се я чую від тебе?*

Від героя Інгвара? Від непереможного ярла варягів? (В. Босович);

(Хома хоче чужими руками усунути суперника)

[ХОМА.] *А ти візьми для помочі товариша в халюву <...>.*

[ПОТАП (з жахом).] *Щоб шелеснути?*

[ХОМА.] *Хе-хе-хе-хе! Гарячий ти і завзятий! Страх отаких палених люблю, що нікому, мовляв, не спустить, не дасть собі на хвіст наступити! Я не знаю, і як тій Марусі мінять такого козака на слинявого Грицька?* (М. Старицький).

Різновидом компліментів-буферів є компліменти-вибачення та компліменти-виправдання, наприклад: (магістри німецьких орденів хочуть, щоб князь став їхнім союзником) *"Вибачайте мені, побожний магістре,* – [заговорив Анзельмус.] – *Я вбогий францисканець, то куди мені до ваших розумних, досвідчених голів"* (Ю. Опільський); (боярин, який хоче купити села, запобігає перед воєводою)

– *Ти, логофете, добре вивчив маєтки Урсакія,* – [іронічно зауважив Дука.]

– *Я лиш підкреслюю твою доброту і благородство. А названі села, твоя величносте, я хотів би мати* (М. Івасюк).

Подібним до згаданих типів компліментарних висловлювань є комплімент-зменшення провини, наприклад: [Крім того, вона (Ніна. – І. Ш.) почувала себе трохи винною перед дамою, – адже через неї Валентина Іванівна не могла дослухати її до кінця.] *"Яка гарненька у вас донечка – як лялечка! Вилита мама"* (А. Дімаров).

Не частотні в маніпулятивних контекстах компліменти-відповіді. Вони репрезентовані в зібраному матеріалі одиничними прикладами:

(оберштурмбанфюрер вербує до свого відділу здібного працівника)

– *Уявляєте, що робитимете?*

– *Розвідка?*

– *Вас недаремно навчали в нашій школі* (Р. Самбук) – пор.: "Так";

(професор хоче гармонізувати стосунки зі своєю колегою)

– *Вам налити вина?*

– *З ваших ручок хоч ціанистий калій* (з усного мовлення) – пор.: "Ви настільки гарна жінка / подобається мені, що заради вас я готовий навіть випити отруту (померти)" = "Так".

Кількість маніпулятивно спрямованих компліментів-відмов і компліментів-обіцянок у вибірці є також порівняно невеликою, наприклад: (нижчий за статусом запобігає перед можновладцем) [*І Кальокір присів на краю, як кіт на поручу. Але побачивши, що князь стоїть, знову піднявся.*]

– Сідай, кажу тобі!

– **Не годиться сидіти слугі, зак господин сяде** (Б. Лепкий);

(Юстина кокетує з кавалеристами)

– *Здоровствуйте*, – [тільки й спромоглась відповісти на таке добірне вітання веселих кавалеристів.]

– *Водички можна?*

– *А чого ж ні? Можна водички, можна й молочка, й вишень можна нарвати для добрих людей*, – [граючи очима, наобіцяла вже, може, й зайвого Юстина] (А. Іщук).

Компліменти можуть виступати також засобом переведення розмови в інше русло. Одним із комунікативних прийомів, способів параінформування (натяків, латентних смислів [124, с. 114-146]) є прийом підміни тези, суть якого полягає в тому, що співрозмовник, не бажаючи відповідати на запитання або приховуючи свої думки, висуває іншу тезу, найчастіше – семантично суміжну, цим самим зміщуючи акцент на другорядне або інше.

Прикладів, у яких компліментарні висловлювання постають засобом підміни тези, у картотеці не зафіксовано. Натомість знайдено поодинокі приклади еквівокації – ухильного переводу розмови в інше русло, чи "комунікативного саботажу", при якому попередню репліку ігнорують, а у відповідь уводять новий зміст ("Я можу з вами розрахуватися за товар?" – "Ви що, оголошень не читаєте?" [249]). Такі компліменти слугують знаряддям переключення уваги і часто запобігають конфліктам, наприклад: *Мирослав Миронович, очевидно, прочитав щось у Любавиному погляді, бо раптом збентежився й поспішив перевести розмову на інше: "Я чув, як ви граєте. Я працюю викладачем музичної школи, тож з упевненістю можу сказати: **при***

великому бажанні ви могли б стати справжнім віртуозом. У вас усе є: і слух, і техніка, і <...>" (С. Грицюк);

Січкоріз такої передачі не бачив, але обурення Шмельової поділяв. Перевів розмову на іншу тему: "Лідіє Власівно, а ви за цей час буквально змінилися! Колір обличчя <...> Грайливість у погляді <...> а хода, яка хода! Лебедина" (В. Пеунов).

Невелику кількість прикладів уживання компліментарних висловлювань із метою переключення уваги співрозмовника частково можна пояснити тим, що маніпулятивна стратегія позитиву є гармонізуючою, а явище еквівокації притаманне конфліктним ситуаціям, маркує дискомфорт, може свідчити про напруженість стосунків, натягнутість розмови.

За тональною спрямованістю компліменти поділяють на серйозні, награні, фамільярні, грубі, жартівливі та іронічні [238]. У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу домінують серйозні компліменти. Приклади жартівливих і фамільярних компліментарних висловлювань у вибірці є поодинокими.

Комплімент-іронія та комплімент-образ для маніпулятивних контекстів не типові. Іронічна модальність – вияв імпліцитної суб'єктивної модальності, яка виражає авторську аксіологічну позицію, протилежну узуальному значенню речення-висловлювання. Авторська іронічна модальність базується на значеннєвій невідповідності, що є наслідком асиметричного використання мовної одиниці [269, с. 6]. Оскільки за іронією "ховається" переважно негативна авторська оцінка предмета мовлення, у досліджуваній стратегії іронія виключена як конфліктогенний прийом, що не сприяє досягненню мовцем бажаного результату.

У сучасному суспільстві спостерігаємо збільшення фамільярної та грубої лексики в складі компліментів, а також появу антикомпліментів (*Які у тебе гарні рідкі зуби; Маючи такі форми, можна обійтись і без змісту*) [238, с. 7]. 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 здійснення маніпулятивного впливу.

6.3 Непрямі компліменти

Зразки поведінки, що забезпечують емоційну комфортність спілкування, у різних культурах є різними. Вони ґрунтуються на відмінностях ціннісних орієнтацій етнокультур, ментальних рис. Однією з особливостей менталітету українців є імпліцитність, завуальованість думок, почуттів, прагнень. А одним з ефективних засобів приховування намірів мовця виступає слово [79, с. 225]. Українцям притаманно непрямоговоріння: використання переносного значення слів, гумор, іронія, некатегоричність, аргументованість, позитивна мотивація (мовні формули з позитивним налаштуванням), іронічна емоціогенність, дружня тональність [307, с. 81]. Схильність до непрямоговоріння виявляється передусім у непрямих мовленнєвих актах – мовленнєвих діях, ілокутивна мета яких не знаходить прямого відображення в мовній структурі вжитого висловлювання.

Непрямими постають мовленнєві акти, смисл яких виводиться не буквально, а з опертям на підтекст. Висловлювання, "що містить показники ілокутивної сили для одного типу ілокутивного акту, може вимовлятися для здійснення, *крім того*, ілокутивного акту іншого типу" [328, с. 195]. Інакше кажучи, ілокуція може передавати інший пропозиціональний зміст: у ситуаціях непрямоговоріння "один ілокутивний акт здійснюється шляхом з'ясування того, яким чином мовець може за допомогою певного висловлювання виражати не тільки те, що воно безпосередньо означає, але і щось інше" [328, с. 196].

За допомогою непрямих мовленнєвих актів мовець передає слухачеві більший зміст, ніж той, який він реально повідомляє, "і він робить це, спираючись на загальні фонові знання, як мовні, так і немовні, а також на загальну здатність до розумного міркування, наявність чого передбачається ним у слухача" [328, с. 197].

Отже, розмежування прямих і непрямих висловлювань відбувається за принципом відповідності / невідповідності структурно-семантичного змісту

висловлювання його ілокутивній функції. Непрямі висловлювання характеризуються додатковим смислом [458; 177; 501; 59, с. 338; 405, с. 84-85; 88, с. 151; 181; 308; 404], невідповідністю структурного оформлення висловлювання його прагматичному потенціалу й ілокутивному значенню, незбігом експліцитних та імпліцитних інтенцій мовця [248, с. 729].

У непрямому ілокутивному акті спостерігаємо невідповідність форми речення типу ілокутивного акту при відповідності пропозицій. В імпліцитному ілокутивному акті пропозиція розпізнається шляхом прагматичного висновку з пропозиції прямого ілокутивного акту (*Передайте мені сіль* – пряме висловлювання, *Можете передати мені сіль?* – непряме висловлювання, *Суп зовсім несолений* – імпліцитне висловлювання).

Імпліцитний зміст – це зміст, виражений в особливий спосіб [381; 272, с. 7; 28, с. 157]. Імпліцитність можна з'ясувати, лише виходячи з аналізу конкретної ситуації. Прихована інформація міститься у фонових знаннях співрозмовників або передбачається адресантом як результат раціонального мислення адресата [327, с. 174]. Об'єктивними умовами імпліцитності є необлігаторність, вторинність, особливість вираження, наявність джерел виявлення латентного смислу та здатність виступати зв'язним елементом (конектором) у тексті.

За способом репрезентації комунікативного наміру (способом реалізації) на прямі та непрямі поділяють і компліментарні висловлювання.

Ознаками прямих компліментів є експліцитне вираження об'єкта позитивної оцінки й оцінного предиката, форма стверджувального чи окличного двоскладного речення. Л. О. Кокойло однією з ознак прямих компліментів також вважає безпосередність відношення об'єкта позитивної оцінки до адресата [174]. На думку В. В. Зірки, основна відмінність між прямою та непрямою оцінкою полягає в тому, що пряма оцінка категорична, вона – абсолютно якісна, а непряма – ще й кількісна [133, с. 157]. Компліменти, у яких позитивна оцінка адресата не виражена експліцитно, а виводиться як

семантичний наслідок із репліки, що є більшим посиленням, О. С. Іссерс називає "дедуктивними" [146, с. 186].

До прямих компліментарних висловлювань належать не тільки ті, у яких об'єкт позитивної оцінки та об'єкт вираженого інтенційного стану збігаються, а також висловлювання, у яких вони не збігаються. Так, комплімент *Яке смачне тістечко!* адресований господині, що його приготувала, а не тістечку.

Непрямими постають ситуативні компліментарні висловлювання, комунікативний смисл яких не має спеціальних формальних показників у структурі висловлювання і впливає із загальної ситуації мовлення, тобто виражений імпліцитно [229, с. 9].

Непрямі компліментарні висловлювання поділяють на власне непрямі та імпліцитні. У власне непрямих компліментах об'єкт позитивної дії й оцінний предикат виражені експліцитно, але при цьому висловлювання має форму питального речення або оцінне судження не вичерпує пропозиціонального змісту висловлювання.

Розміщення бажаного для адресата компонента смислу в імпліцитному шарі висловлення є одним із найважливіших способів мовленнєвого впливу [44; 249; 262; 146, с. 36], тому непрямомоворіння та імпліцитність – невід'ємний атрибут маніпулятивної стратегії позитиву як способу здійснення впливу на співрозмовника.

Власне непрямі компліменти, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, репрезентують:

а) речення, питальна форма яких передає стверджувальний зміст, зокрема маркує позитивну оцінку. У таких конструкціях об'єкт позитивної оцінки експліцитний, а оцінний предикат може бути або експліцитним, або невираженим. Ідеться про компліменти, оформлені риторично-питальними реченнями з питальними словами *куди, як, де, звідки, хто, кому, чий, хіба, навіщо* на зразок *Куди нам до тебе?; І де ти такий узявся?; Хто тебе народив такою щирою?; Хто вас не знає?; І звідки ти узявся такий*

розумний?; Кому, як не тобі, керувати відділом?, наприклад: ("новий українець", що потрапив до лікарні, залицяється до медсестри)

– Вас не пече під голкою? То ж хлористий, він має потрапляти тільки у вену.

– Хіба може пекти з таких ніжних рук <...> (Б. Мельничук);

(головний редактор хоче, щоб штатний журналіст виступив на засіданні круглого столу)

– В план виступів я себе не включала, – [почала Вербицька.] – Думаю, що це правильно.

– Ні, неправильно, – [енергійно заперечив Пастушенко.] – Ні, неправильно, Мар'яно Святославівно. **Порушуємо тему, важливу тему, ви – чудова журналістка, навіщо ж нам оцей талант тримати в резерві?** (В. Гаман).

До цієї групи можна віднести також висловлювання, оформлені питальними реченнями із присудком на позначення позитивної оцінки на зразок *А ти все цвітеш? Гарнішаєш?*;

б) реченнєві структури, оцінний компонент у яких не вичерпує пропозиціонального значення висловлювання, наприклад: (самотня жінка кокетує з чоловіком)

Чи ви, бува, не той пан, за якого всі заміж хочуть?

(Г. Тарасюк) – пор.: "Я припускаю, що Ви – пан, за якого всі хочуть заміж";

(начальник заохочує підлеглого до виконання складного і небезпечного завдання) **Я вважаю, що вам випала щаслива нагода показати свої здібності**

(І. Головченко, О. Мусієнко) – пор.: "Вам випала щаслива нагода (показати свої здібності)" ↔ "Ви здібні";

(таксист фліртує з пасажиркою)

– *Прошу пана, рушаймо!*

– **Куди бажає така гарненька панночка?** (М. Юхно) – пор.: "Куди їхати?" +

"Ви гарна панночка";

в) конструкції, у яких значення позитивної оцінки набуває вказівний, рідше присвійний займенник (такий (-а, -і), твій (твоя, твої) / ваш (-а, -і)),

наприклад: (майор опитує свідка) **Я б ніколи не дозволив собі обманути таку дівчину.** [*Кондукторка зітхнула, але очі в неї посвітлішали*] (Р. Самбук) – пор.: "Я б ніколи не дозволив собі обманути вас", "ви – хороша дівчина"; (викладачка університету запрошує поета на фуршет) *Проходьте, проходьте, трошки тісніше посілкуємося, а то ви вже хотіли тікати; у нас нечасто бувають поети вашого рівня* (С. Процюк) – пор.: "У нас нечасто бувають поети високого рівня".

Імпліцитними компліментами, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, є позитивнооцінні висловлювання, у яких мовець передає сподівання, припущення, бажає добра чи висловлює віру в можливості / успіх співрозмовника, наявність у нього позитивних якостей, наприклад: (науковець домагається належної плати за свої винаходи від роботодавця-замовника) *"Досі ви платили за шанс, – [спокійно відповів біолог.] – А зараз треба платити за предмет, який щонайдовше через півтора року зробить вас **наймогутнішою людиною у світі**"* (В. Савченко) – пор.: "Я вважаю, що Ви можете стати наймогутнішою людиною у світі" = "У вас є те, що дає підстави мені вірити в це"; (редактор газети хоче, щоб старий коваль співпрацював із газетою) *"Чого ж це ви до нас не заходите? – [спитав редактор.] – **Мабуть, вирішили цілу статтю дати про своє село?**"* [*Як відомо, Степан Трохимович ніяких таких вирішень не приймав, але припущення редакторове йому подобалося: як не як, а все-таки не прийдеться позичати очей у Сірка*] (М. Хвильовий) – пор.: "Я вважаю, що ви здатні написати статтю"; (Маюфес гармонізує стосунки зі своїм спілльником, який служить управителем панського маєтку) [*МАЮФЕС.*] **Пора, пора вже вам на своє хазяйство** (І. Карпенко-Карий) – пор.: "Ви заслуговуєте на те, щоб мати своє хазяйство".

Типовими для маніпулятивних контекстів позитиву є імпліцитні компліменти, виражені реченнями з узагальненим значенням, що передають певний стан речей, закономірності, тенденції, наприклад: (священик намагається сподобатися пані Зоні – делегату громадської організації "Наша школа", яка має виступати перед його парафіянами)

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

– **Тепер майже кожна елегантна дама курить** <...> (І. Вільде) – пор.: "Ви курите" → "Ви – елегантна дама"; (Конецпольський покращує стосунки зі своїм підлеглим) **Отож слухай. Тебе вплутувати в цю справу я не буду. Навіщо? Треба цінувати того, хто вірно нам служить. Ми візьмемо Хмельницького руками тих, хто сукупно з ним мед п'є!** (В. Кулаковський) – пор.: "Ти вірно нам служиш", "Я тебе ціную".

У структурах з узагальненим значенням іменник на позначення об'єкта позитивної оцінки часто має форму множини, наприклад: (слуга запобігає перед артистом, у якого постійно позичає гроші)

[ІВАН.] *Ну йди вже! Ти так тут нагадив улесливістю, що у мене почина голова болить.*

[КРАМАРЮК.] *Нерви, нерви! У геніїв благородні нерви!* (І. Карпенко-Карий) – пор.: "У вас починає боліти голова" → "У вас благородні нерви" → "У геніїв благородні нерви" → "Ви – геній!".

Серед імпліцитних компліментів частотністю функціонування в маніпулятивному дискурсі відзначаються полілокутивні висловлювання, що в прямий або непрямий спосіб передають пропозиції про співпрацю, а також запрошення обійняти вищу посаду чи виконувати громадську роботу, наприклад: (замполіт умовляє сержанта стати комсоргом роти) **Я пропоную тобі посаду комсорга роти, фактично будеш помічником у замполіта** (А. Сивирин) – пор.: "Я високо тебе оцінюю, тому пропоную посаду комсорга роти"; (начальник шукає надійного водія)

– *Зарікся я за кермо сідати! До віку вічного зарікся!*

– *М-да* <...> – [На лице Ксьондза лягла тінь смутку.] – *А я на вас так розраховував* <...>. **Мені, бачте, потрібен рішучий і безстрашний напарник. І при цьому – класний водій авто** <...> (І. Головченко, О. Мусієнко) – пор.: "Я вважаю вас рішучим і безстрашним напарником і класним водієм авто".

Типовим для компліментів-пропозицій є оформлення безособовими реченневими одиницями, а також структурами, у яких іменник на позначення

об'єкта позитивної оцінки має форму множини, наприклад: (роботодавець запрошує на роботу фахівця) [*Ого вагався.*]

– *У мене нема освіти.*

– ***Нам потрібні талановиті спеціалісти, а не дипломовані нуки,*** – [заявив роботодавець, чим ущент розбив останні сумніви Ого] (В. Слапчук) – пор.: "Ви – талановитий спеціаліст" → "Ви нам потрібні".

Імпліцитно позитивну оцінку передають конструкції з дієсловами у формі умовного способу з бажальним значенням на зразок *Тебе б до нас у бюро! Мені б твоє перо!*, а також речення, що виражають заздрість чи вказують на можливість крадіжки об'єкта позитивної оцінки, наприклад: (панський управитель прийшов просити селянина переселитися з лісу) ***Гляди, чоловіче, отаку молодицю й викраде якийсь дідько з лісу*** <...> (М. Стельмах).

До імпліцитних компліментів відносять прохання про пораду та висловлювання, у яких констатується факт, із якого виводиться позитивне оцінне судження / передається стан мовця, наприклад; (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); (староста-"перевертень" хоче співпрацювати із шевцем) *Шевцюю вільно, заробляй добрі гроші, живи спокійно. Адже сам пан офіцер замовив у тебе чоботи. Постарайся зробити так, щоб йому сподобалися. Для тебе ж краще буде* <...> (Д. Ткач) – пор.: "Сам пан офіцер замовив у тебе чоботи" = "Ти добре шиєш чоботи"; (художник-нездара запобігає перед відомим художником) [*Покликаний оглянути нову картину високого метра, ледве переступивши поріг, зупинявся, широко розкривав очі, розтуляв рота, німів на хвилину, відтак скрикував верескливим голосом, затуляв обличчя руками й кидався геть з майстерні:*] ***Недостойний! Недостойний єсьмь!***" (Ю. Мушкетик) – пор.: "Картина настільки гарна, що я недостойний бачити її"; [*Одначе позавчора, переступивши поріг майстерні, де на мольберті стояв новий, щойно завершений портрет Кукольника, він* (Яненко. – І. Ш.) *ледве блиснув на портрет очима, заплющив повіки, захитався й вигукнув трагічним*

голосом:] "**Осліп. Братці, осліп!**" (Ю. Мушкетик) – пор.: "Картина настільки гарна, що я втратив зір (від надмірних почуттів)".

Маніпулятивну стратегію позитиву репрезентує і такий різновид імпліцитних компліментарних висловлювань, як компліменти-натяки. Натяк – слово чи вираз, у якому думка висловлена неявно, не повністю, передбачає розуміння за здогадкою. Отже, натяк є одним із способів непрямой передачі інформації.

Близьким до поняття "натяк" є введене в лінгвістику Г. П. Грайсом поняття мовленнєвої імплікатури, що позначає лінгвальне явище, яке полягає в розмежуванні того, що звучить у висловлюванні, і того, що насправді має на увазі мовець. Можливість імплікацій залежить від того, як оцінює адресат конотативні можливості адресата, тобто ступінь розуміння й засвоєння повідомлення [133, с. 84].

Компліменти з натяками в маніпулятивних контекстах не чисельні. Найчастіше вони функціонують у ситуаціях флірту, коли мовець хоче сподобатися представнику протилежної статі або (щоб) використати його симпатію у своїх інтересах, наприклад: (Домантович, який здогадався про наміри розвідниці закохати його в себе і вивідати необхідну інформацію, підігрує їй)

– *А ви надовго приїхали до брата?*

– *Це залежатиме від того, як мене тут прийматимуть <...>*

– *Коли б це залежало від мене <...>*

– *А чому б і ні, – [лукаво посміхнулася Нонна.] – Брат, ви бачите, з ним і не порозмовляєш, і не розгуляєшся (Ю. Дольд-Михайлик);*

(відвідувач корчми залицяється до господині)

[ГОРПИНА.] *Спасибі. Не минайте ж нашої хати <...>*

[СТЕПАН.] *Та я щодня б завертав, якби ласка (підморгує і чуха потилицю) Га?*

[ГОРПИНА.] *Якої ж вам ще ласки? (М. Старицький).*

Компліменти-натяки в ситуаціях флірту слугують непрямому вираженню позитивних почуттів (симпатії чи кохання) до адресата. З одного боку, вони "страхують" мовця від комунікативної невдачі, дають можливість легко вийти із ситуацій невзаємності, відмови, а з іншого, – дозволяють мовцеві продемонструвати свою кмітливість, дотепність, розумові здібності, слугують засобом зменшення дистанції між співрозмовниками, наприклад:

(квартирант гармонізує стосунки з господинею)

– *Коли ваш план здійсниться, я обіцяю вам пост незмінного друга дому!*

– **Боюсь, що Штенгель** (наречений господині. – І. Ш.) **не затвердить мене на цій посаді** <...> (Ю. Дольд-Михайлик) – пор.: "Штенгель не затвердить мене на цій посаді, бо ревнуватиме" – "Ревнують гарних жінок та тих, яких люблять" → "Ви гарна жінка / заслуговуєте любові";

(Варка хоче вийти заміж за Степана на зло Гнату)

[ВАРКА.] *Ти думаєш, що я до Гната?*

[СТЕПАН.] *Кажуть.*

[ВАРКА.] *Не вір. Мені такі парубки не до вподоби. Правда, він упада за мною, а мені про нього байдуже* <...>. **Я скоріше полюблю смирного, роботящого** <...> (І. Карпенко-Карий) – пор.: "Я люблю тебе".

За результатами дослідження серед видів непрямих ілокутивних актів компліменту в маніпулятивному дискурсі домінують важчі для розпізнавання – імпліцитні компліментарні висловлювання (54 % порівняно з 46 % власне непрямих).

У мовознавстві побутує думка про зв'язок непрямих висловлювань із категорією ввічливості. Так, непрямим висловлюванням приписується здатність створювати приємну атмосферу для спілкування [484, р. 25; 496, р. 263; 92, с. 20-21; 405, с. 89; 328, с. 213; 91]. Але це передусім стосується таких мовленневих актів, як директиви, прохання, накази, докори, звинувачення тощо.

Непрямі мовленневі акти вважають увічливішими, тоді як прямі сприймаються як увічливі лише за певних обставин [509, с. 7; 488, с. 118]. Однак непрямі висловлювання не повинні суперечити максимі прагматичної

зрозумілості: "Зважуй співвідношення ступеня примусу, який відчуває адресат, коли ти спонукаєш його вчинити певну дію, і ступеня примусу, який він відчуває, коли ти робиш своє повідомлення важким для розпізнавання" [452, р. 144]. Сказане стосується здебільшого негативної ввічливості. Причиною ж непрямого вживання компліментарних висловлювань, які репрезентують позитивну ввічливість, є прагнення мовця не порушувати норм увічливого спілкування (дотримуватися міри, бути скромним і т. д.).

Деякі мовознавці обстоюють думку, що виражені в непрямий спосіб компліментарні висловлювання виглядають більш щирими [174], відмова від кліше та шаблонів уможливорює переконання співрозмовника в щирості [229]. Так, українська дослідниця В. Я. Міщенко зауважує, що хоч, з одного боку, непрямі компліментарні висловлювання ускладнюють розпізнавання повідомлень, з іншого, – "сприяють тому, щоб в адресата лишилось якомога менше сумнівів у щирості мовця" [229, с. 73].

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 непорозуміння. Запевнення в щирості мовцем-маніпулятором здійснюється зазвичай у прямий спосіб (див. розділ 3, пункт 3.3.2). Цим можна пояснити те, що серед компліментарних висловлювань, зафіксованих картотекою, на непрямі припадає невеликий відсоток (6 %) (див. додаток Е).

Таким чином, використовуючи як прагматичні прийоми різні імплікатури, адресант із маніпулятивною метою закодує зміст повідомлення, для розшифрування якого адресат повинен удатися до тлумачної (прогностичної) діяльності. У такий спосіб у тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентована категорія прогностичності, співвідносна з категорією інтерпретованості тексту.

Загалом здійснений аналіз семантичних різновидів маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань дає підстави для висновку про

персоніфікованість мовлення суб'єкта здійснення маніпулятивного впливу й урахування ним пріоритетів комунікативного партнера.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 6

У маніпулятивній стратегії позитиву представлені такі семантичні різновиди компліментарних висловлювань, як: компліменти, що дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові, характеризують його зовнішність чи зовнішній вигляд, позначають моральні, інтелектуальні, ділові якості, професійну майстерність, риси характеру, індивідуальні особливості адресата; компліментарні висловлювання щодо вмінь, здібностей, можливостей, заслуг, імені співрозмовника, а також стосовно предметів, об'єктів чи осіб, що мають відношення до нього.

Компліментарні висловлювання різних семантичних груп різняться частотністю функціонування в маніпулятивних контекстах та сферою вживання. Серед семантичних груп маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань переважають компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей і заслуг співрозмовника. Цю семантичну групу репрезентують компліменти стосовно виконання адресатом певних дій, компліменти щодо вмінь, навичок, знань, успіху співрозмовника, його здібностей та можливостей, компліменти – "константи" позитивних результатів, учинків, дій.

У маніпулятивному дискурсі функціонують комплексні компліменти, найчастотніші серед них – висловлювання, у яких предметом позитивної оцінки постають моральні та ділові / інтелектуальні якості співрозмовника. Компліментарні висловлювання, що базуються на іронії, і знижені компліменти маніпулятивним контекстам не притаманні.

Маніпулятивно спрямовані компліменти характеризуються прагматичною багатозначністю. Їх другорядними функціями є фатична, функції вітання, привітання, подяки, емпатії, утішання, запрошення, пропозиції, прохання, буфера, відповіді, обіцянки тощо. Комплімент як підміна тези чи засіб еквівокації, комплімент-образ для маніпулятивної стратегії позитиву не типові.

Ілокуція компліменту, ужитого з метою здійснення маніпулятивного впливу, частіше виражається прямо (94 %). 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 реченнями, питальна форма яких передає стверджувальний зміст; конструкціями, оцінний компонент у яких не вичерпує пропозиціонального значення висловлювання; реченневими одиницями, у яких значення позитивної оцінки набуває вказівний чи присвійний займенник.

Імпліцитними компліментами, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, є висловлювання, у яких мовець передає сподівання, припущення, бажає добра адресатові, висловлює віру в позитивні якості, можливості чи успіх співрозмовника; висловлювання з узагальненим значенням, що маркують певний стан речей, закономірності, тенденції; компліменти-пропозиції, компліменти-запрошення, компліменти-прохання, компліменти-натяки, компліменти-заздрість, прохання про пораду та висловлювання, у яких констатується факт, із якого виводиться позитивне оцінне судження, чи передається стан мовця.

Основні результати розділу опубліковано в [428; 426; 425].

РОЗДІЛ 7

СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ

ТАКТИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧИМОСТІ СПІВРОЗМОВНИКА

Варіативна інтерпретація дійсності зумовлена не тільки лінгвальними, але й екстралінгвальними передумовами – семіотичними, соціологічними і когнітивними [146, с. 36]. Тлом реалізації комунікативних стратегій є об'єктивна соціальна дійсність. Тривалий час у лінгвістиці побувала думка про те, що впливовість тексту залежить від його зрозумілості та логічності. Не відкидаючи цього, сьогодні вчені говорять про більшу залежність впливовості тексту від екстралінгвальних чинників: характеру ситуації (приватна, офіційна, професійна), мети й кількості учасників комунікативного акту, конфігурації статусів комунікативних партнерів, їхнього віку, статі, ступеня знайомства, типової концепції адресата (рівний – підлеглий), зверненості до співрозмовника чи її відсутності, активності – пасивності адресата.

Мовленнєве спілкування тісно пов'язане зі структурою соціальної взаємодії комунікантів, що визначає їхню мовленнєву поведінку [400, с. 29-30]. Нехтування соціальними факторами функціонування мови не дає зрозуміти, як "за допомогою мови виражаються і реалізуються етичні цінності, способи пояснення та регуляції дії, характерної для спільноти людей" [461, с. 1].

Соціальні норми регламентують мовленнєве і немовленнєве спілкування. Через мовленнєву діяльність здійснюється вплив соціальних факторів і на мову. Особистісні характеристики учасників інтеракції, їх психологічний тип, вік, стать, рівень освіти, соціальний та культурний статуси зумовлюють варіювання мовлення [483; 72]. Інакше кажучи, ці параметри є комунікативно релевантними ознаками.

Розглянемо вплив екстралінгвальних чинників на тематику, частотність та специфіку функціонування в маніпулятивному дискурсі компліментарних висловлювань і висловлювань, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника.

7.1 Структура комунікативних ситуацій здійснення маніпулятивного впливу

Одним із компонентів дискурсу постає комунікативна ситуація. Комунікативні ситуації є фрагментами дійсності, що утворюють комунікативний контекст, у якому відбувається мовленнєва діяльність індивіда, складний комплекс зовнішніх умов спілкування і внутрішніх станів комунікантів. Ознаки комунікативної ситуації – місце, час, причина та мета спілкування, соціокультурологічні норми поведінки комунікантів, їх статус, ролі, ступінь знайомства, характер взаємин і рівень формальності умов спілкування [319, с. 75] – впливають на вибір мовцями тематики та форми висловлення. Комунікативну ситуацію визначають також мовна, культурна компетенції та лінгвістична свідомість учасників інтеракції [138, с. 8].

Як феномен прагмасемантичного порядку комунікативна ситуація містить власне комунікативні фактори (мовленнєві акти) та докомунікативні – "предмет", "мотив", "учасники" (мовець-слухач). У комунікативній ситуації розрізняють фази: зав'язування контакту, його підтримання і завершення. У першій фазі використовують звертання, привітання, у другій – засоби авторизації й адресації, покликани викликати і підтримати увагу, інтерес, емоційне переживання і т. д. У третій фазі мовці прощаються, обмінюються благопобажаннями та ін. (див. [46; 385]).

Маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника мовець може застосовувати на різних фазах комунікативної ситуації. У діалогічному мовленні позитивнооцінні висловлювання виконують контактовстановлювальну, контактопідтримувальну і контакторозривну функції. Контактвстановлювальна функція серед них є домінантною. Це можна пояснити тим, що маніпулятивно спрямовані експресиви часто супроводжують прохання, а пряме звертання з проханням на початку розмови є неприйнятним.

Позитивнооцінні експресиви, ужиті мовцем із маніпулятивною метою, посідають різні місця на різних етапах (фазах) розмови: на початку, у середині чи в кінці діалогу. Оскільки маніпулятивна стратегія позитиву є емоційно

налаштовувальною, позитивнооцінні висловлювання в діалозі зазвичай займають препозицію. Інакше кажучи, вони часто відкривають інтеракцію.

Матеріал вибірки дає підстави говорити про залежність позиції компліментарного висловлювання чи висловлювання, що маркує позитивне ставлення до співрозмовника, у діалозі, 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 ставить довгострокові цілі, позиція позитивнооцінного висловлювання не є фіксованою, але спостерігається тенденція до функціонування експресивів на завершальних стадіях розмови.

Характер ситуації можуть визначати не тільки соціальне положення, вік, стать мовців, тобто їхні постійні ознаки, але і їхні позиції в конкретній ситуації – змінні ознаки [197, с. 49]. Стосунки між учасниками комунікативного акту можуть бути такими: а) адресат залежить від мовця; б) між адресатом і мовцем відсутні відношення залежності; в) мовець залежить від адресата.

Мовець, який послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника, часто залежить від адресата й зацікавлений у його певних учинках – виконує ситуаційну роль "зацікавлений" ("прохач", "залежний"). Незважаючи на можливу статусну нерівність комунікантів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, ініціатива майже завжди належить мовцю. Респонсивні компліменти в маніпулятивному дискурсі є малочастотними, можна сказати, винятковими – мають місце у випадках ритуального обміну етикетними формулами, тому маніпулятора визначаємо як активного учасника взаємодії. Це не суперечить твердженню про те, що "специфіка образу адресата в аспекті мовленнєвих стратегій полягає в активній ролі автора щодо концепції адресата" [146, с.76].

Обов'язковою характеристикою мовця, що використовує маніпулятивну стратегію позитиву, є також прагнення налагодити чи підтримати добрі

стосунки з комунікативним партером, створити доброзичливу атмосферу спілкування.

Найтипівішими ситуаціями, у яких застосовують тактику підвищення значимості співрозмовника, є ситуації прохання, умовляння, переконування, доручення завдання, розпорядження, настанови перед роботою, а також ситуації флірту, "на сватанні (заручинах, розглядинах)", "на співбесіді", "на торгах", "на ділових переговорах" і под.

Серед соціально-рольових ситуацій, у яких реалізується тактика підвищення значимості співрозмовника, вирізняємо асиметричні та симетричні. Асиметричні ситуації здійснення маніпулятивного впливу в зібраному матеріалі представлені такими парами комунікантів: "гість (клієнт, відвідувач, прохач) – господар (посадова особа)" / рідше "господар (посадова особа) – гість (клієнт, відвідувач, прохач)"; "продавець – покупець" / рідше "покупець – продавець"; "студент – викладач" / рідше "викладач – студент"; "учитель – учень" / рідше "учень – учитель"; "пацієнт – лікар" / рідше "лікар – пацієнт"; "начальник – підлеглий" / рідше "підлеглий – начальник"; "роботодавець – найманий працівник" / рідше "найманий працівник – роботодавець"; "слідчий – допитуваний" / рідше "допитуваний – слідчий"; "наглядач – ув'язнений" / "ув'язнений – наглядач"; "той, хто позичає гроші (позичальник)" – "позикодавець"; "полонений – ув'язнювач" / рідше "ув'язнювач – полонений". Симетричні ситуації репрезентують пари "приятель – приятель", "сусід – сусід", "земляк – земляк", "колега – колега".

Л. П. Крисін зауважує, що "в тих ситуаціях, де не тільки асиметричні ролі учасників, але і Х залежить від Y (наприклад, Х є пацієнтом Y чи прохачем, чи звертається до Y за довідкою тощо) – простежується така закономірність: мовлення Х більш експліцитне, ніж мовлення Y" [197, с. 50]. Дослідник пояснює це прагненням "залежного" мовця бути максимально зрозумілим, запобігти втраті інформації.

У симетричних ситуаціях ступінь експліцитності висловлень залежить від стосунків між співрозмовниками: чим вони офіційніші, тим вищий ступінь

експліцитності, і, навпаки, чим інтимніші стосунки, тим менш експліцитним є мовлення кожного з учасників комунікації, яскравіше виявляється тенденція до згортання висловлювань і заміни мовних одиниць елементами ситуації та парамовними засобами (жести, міміка і т. д.) [197, с. 50-51].

7.2 Іntenційний вимір тактики підвищення значимості співрозмовника

Аналіз багатьох лінгвістичних студій показав, що мовленнєва діяльність здебільшого мотивована немовленнєвими цілями, які регулюють діяльність співрозмовника [158; 470; 497; 44; 258; 306; 146, с. 8], тому комунікативні цілі мовця є визначальними в аналізі стратегій.

У маніпулятивній стратегії позитиву, зокрема тактиці підвищення значимості співрозмовника, генеральними інтенціями мовця постають:

1) гармонізація стосунків із співрозмовником для подальшої неконфліктної співпраці чи доброзичливого спілкування. Експресиви, що репрезентують зазначені наміри мовця, можуть поєднувати в собі такі функції: а) пом'якшення критики, докору, відмови; б) заспокоєння, зняття із себе підозр; в) виправдання, зменшення своєї провини, залагодження конфлікту; г) входження в довіру, створення про себе гарного враження (образу услужливої, уважної та люб'язної людини), посилення свого авторитету; д) здобуття симпатії адресата;

2) зміна поведінки співрозмовника чи його емоційно-психічного стану в потрібному для мовця напрямі. Позитивнооцінні висловлювання, за допомогою яких вербалізується така інтенція, супроводжуються вмовляннями, переконаннями, проханнями, випрошуваннями, примушуваннями та спонуканнями до дій.

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 (ідеться про ситуації запрошення на роботу, доручення виконання завдань, умовляння не звільнитися з роботи, не йти у відпустку та ін.).

За результатами аналізу зібраного матеріалу, під час здійснення впливу шляхом застосування тактики підвищення значимості співрозмовника мовець ставить такі цілі:

- одружити адресата зі своєї дитиною чи родичкою (родичем), вийти заміж / одружитися;
- примусити співрозмовника позбутися шкідливих звичок, відмовитися від злочину, відновити навчання, не виїжджати з певного населеного пункту, виселитися з певної території, відмовитися від поїздки, від виконання посадових обов'язків, завдань і под.;
- домагатися від адресата виявлення толерантності щодо клієнтів, згуртування підлеглих, виходу з конфліктної ситуації;
- обійняти бажану посаду, залишитися на посаді, отримати дозвіл на певні дії, домогтися створення сприятливих умов для праці;
- умовити співрозмовника залишитися на посаді;
- зібрати / передати необхідну інформацію, забезпечити нерозголошення таємниці;
- стимулювати співрозмовника чинити вплив на інших осіб, улаштувати зустріч, відмовитися від насилля, участі в небезпечній операції, домогтися визволення себе чи інших осіб із полону, позбавлення від поневолювачів, прийняття / скасування певних законів, покарання винних, розірвання / укладання договору, обстоювання інтересів адресанта (наприклад, не забирати землю, покращити умови перебування у в'язниці і под.);
- повернути співрозмовника на віру, змінити його віросповідання, завербувати в релігійну общину;
- домогтися збільшення розміру заробітної плати, пожертвування грошей, видачі обіцяної зарплати, відстрочки повернення боргу, отримання подарунків, запрошення на весілля, у гості, до столу і т. д.;
- примусити співрозмовника вигідно для себе щось купити чи продати;
- просити співрозмовника про надання професійних послуг, фізичної, інтелектуальної, психологічної чи матеріальної допомоги (знайти роботу,

надати консультацію, дати пораду, об'єктивну оцінку, відремонтувати пристрої, перенести щось, пошити одяг до свят, забрати до себе пораненого, відпустити полоненого, віддати свій урок, вилікувати, дати притулок, заховати, позичити гроші та ін.);

- зберегти своє життя чи життя інших осіб;
- здобути прихильність особи протилежної статі.

Експресиви, що маркують позитивне ставлення до співрозмовника, зазвичай спрямовані на зміну поведінки чи емоційно-психічного стану адресата, спонукання його до дій, у яких зацікавлений мовець (92 % проти 8 % тих, що вживаються з метою подальшої неконфліктної співпраці).

Незважаючи на те, що однозначності в баченні ієрархії комунікативної мети немає, мовознавці наполягають на градуйованому характері цього феномену. Різної за ступенем складності мети часто досягають через проміжні цілі. Мовленнєва діяльність при цьому виступає як система більш або менш самостійних, відділених одна від одної дій. На думку О. О. Леонтьєва, "кожна мовленнєва дія має особливу проміжну мету, підпорядковану меті акту діяльності, до якого вона входить, і яка спонукається спільним для цього акту діяльності мотивом" [202, с. 63]. Проміжними цілями маніпулятивно спрямованих експресивів є переведення розмови на іншу тему, відновлення діалогу.

Плідним ґрунтом для маніпуляцій Е. Л. Шостром вважає будь-які романтичні стосунки між чоловіком і жінкою. Чоловік-маніпулятор бачить у жінці об'єкт завоювання. Жінка-маніпулятор використовує чоловіків, щоб відчувати себе привабливішою. Їй до вподоби сам процес зваблювання [441, с. 120-121]. Бажання сподобатись особі протилежної статі часто виступає в ролі проміжної мети мовця, який для маніпулювання послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника.

Між метою здійснення маніпулятивного впливу і тематикою компліментарного висловлювання простежуємо зв'язок. Наприклад, у разі позичання грошей, прохання про допомогу маніпулятор апелює до моральних якостей

співрозмовника, його доброти та щедрості, у ситуаціях доручення адресату виконання завдання, запрошення на роботу мовець хвалить ділові якості та риси характеру адресата, що сприяють виконанню завдання. У випадках флірту чоловіки висловлюють захоплення зовнішністю співрозмовниці і под. Намагаючись про щось дізнатися, маніпулятор говорить про чесність і порядність співрозмовника.

7.3 Гендерні особливості маніпулятивно спрямованих експресивів

Уявлення про систему ролей осіб чоловічої та жіночої статі, стосунків між ними, стереотипів їхньої поведінки, прийнятих у певному соціумі, відображаються в понятті "гендер", яке розуміємо як результат трансформації біологічних категорій жіночої та чоловічої статі в соціальні категорії жінок і чоловіків. Гендер є сумою уявлень і очікувань, пов'язаних у суспільстві з "жіночістю" та "чоловічістю" [106, с. 71], "соціальна стать, що синтезує культурне і біологічне в людині" [332, с. 4]. Його визначають не біологічні фактори, а соціальні, політичні, економічні тощо [507].

Досліджуючи гендерний дискурс, Д. Таннен виділила параметри, за якими мовлення жінок відрізняється від мовлення чоловіків: інтимність, спільність – незалежність; близькість – статусна нерівність; включеність – виключеність співрозмовника; стосунки – інформація; дружелюбність – повідомлення; колективізм – змагання; постановка проблеми – пошук рішення; новачок – експерт; слухач – ментор [507].

Чоловіки відрізняються від жінок прагненням домінувати в бесіді. Специфічними рисами їхньої мовленнєвої поведінки є наполегливість, вимогливість, авторитарність, намагання захопити ініціативу в розмові. Чоловіки частіше, ніж жінки, переривають співрозмовника, стежать за тим, щоб він не відхилився від теми розмови. Жінки налаштовані на гармонійне спілкування. Їхньому мовленню притаманні зацікавленість, увага до комунікативного партнера, доброзичливість, м'якість, делікатність [482, с. 157], низька категоричність. Жінки більше здатні підтримувати діалог, частіше висловлюють солідарність зі співрозмовником і погоджуються з ним [472].

Загалом жіноча стратегія може бути описана як стратегія солідарності (cooperative), відмінна від конкуруючої чоловічої стратегії (competitive) [330, с. 152].

Результати гендерних досліджень стратегій увічливості показали, що жінки ввічливіші за чоловіків, більшою мірою дотримуються правил мовленнєвого спілкування [217, с. 92] і надають перевагу стратегіям позитивної ввічливості, тоді як чоловіки частіше послуговуються стратегіями негативної ввічливості, акцентують увагу на засвідченні поваги до статусу співрозмовника (див., наприклад: [476]).

Жінки вживають більше зменшувальних суфіксів, частіше називають комунікативного партнера на ім'я і загалом роблять більшу кількість контактовстановлюваних мовленнєвих дій [278, с. 92]. Багато місця в жіночому мовленні займає фатичне спілкування. Це зумовлюється тим, що жінки вважають себе відповідальними за підтримання міжособистісних контактів.

Мовлення жінок більш нормативне, ніж мовлення чоловіків [217, с. 91]. У мовопородженні жінки відзначаються консервативністю, уникають неологізмів, натомість як мовні новоутворення виникають здебільшого суто з "чоловічої" ініціативи [477, с. 221].

У мовленні жінок концентрується велика кількість емоційно-оцінної лексики, тоді як у чоловічому мовленні оцінна лексика тяжіє до стилістичної нейтральності [278, с. 94] та зниженості [131, с. 122; 39, с. 20]. І хоча гіперболізована експресивність, функціонування слів-інтенсивів, вишуканість, ексцентричність, перенасиченість епітетами та метафорами, часте використання вигуків – ознаки жіночого мовлення, у маніпулятивному дискурсі це характеризує і мовлення чоловіків, наприклад: (режисер підлещується до спонсорів) *За істинних творців фільму – його великих героїв, які люблять Україну не лиш до глибини душі, а й до глибини <...> гаманця! За фундаторів фонду! За розквіт вітчизняного кіно!* (Г. Тарасюк)

Мовленнєва поведінка чоловіків визначається як прозора, жіноча – як завуальована [507, с. 41], тому в мовленні представниць жіночої статі непрямі

висловлювання частотніші, ніж у мовленні чоловіків. Однак маніпулятивна стратегія позитиву, як і інші маніпулятивні стратегії, передбачає приховування мовцем мети маніпулювання, тому непрямоговоріння в ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу притаманне і жінкам, і чоловікам, наприклад: (хан домагається поступок під час переговорів із представником козаків) "*От і гаразд!* – [зрадів хан.] – *Розумні люди завжди знайдуть спільну мову*" (Т. Микитин); (науковець хоче, щоб лікар-практик подавав у наукову лабораторію інформацію про результати застосування лікарських рослин)

– *Чи варто питати?* – [кинув Стороженко.] – *Ми просто зобов'язані це робити. Бо інакше навіть було укласти договір на творчу співдружність між лікарнею і вашим Ботсадом.*

– *Приємно мати справу з солідними людьми,* – [батьоро відгукнувся Горностай] (В. Гаман).

Особливо часто непрямі позитивнооцінні висловлювання чоловіки вживають у ситуаціях флірту та ділового спілкування (переважно при звертанні нижчого за посадою / соціальним статусом співрозмовника до вищого), наприклад: (Франц залицяється до заміжньої Марини)

[ФРАНЦ.] *Та що це з вами, Марино Іванівно? З якої речі ви так боїтеся?*

[МАРИНА.] *Никодим мене до вас ревнує.*

[ФРАНЦ.] *Велике диво! Який же чоловік такої жінки не буде ревнувати <...>*

Ну, сядьмо ж тут, русалочко моя! (І. Карпенко-Карий);

(французький посол намагається покращити настрій російській цариці)

– *Напевне, сусіди подумують, що ви збираєтесь завоювати Туреччину або ж Індію <...>.*

– *Отже, петербурзький кабінет, який тепер перебуває на Дніпрі, досить вагомий, якщо може так тривожити сусідів,* – [різко відказала Катерина.]

– *І до того такий малий, всього в декілька дюймів, бо тягнеться від однієї скроні до другої, від перенісся до волосся <...> Зате могутній. Щоб монархічна держава була сильна, треба, щоб її величина відповідала здібностям того, хто нею керує* (Р. Іваничук).

Говорячи про статусну закріпленість мовленнєвих актів (від носія конкретного статусу в конкретному соціально-культурному середовищі очікують відповідних цьому статусу мовленнєвих актів), Ф. С. Бацевич, наводить приклад: "Прерогатива в уживанні прямих експресивів-похвал належить начальнику, підлеглий може висловити лише непрямі компліменти" [24, с. 136]. Принцип, якого дотримуються комуніканти, можна сформулювати у вигляді такого постулату: "Ніколи не висловлюйте прямо захоплення або схвалення особі з вищим соціальним статусом". Згідно з вимогами етикету адресувати прямі компліменти і схвальні висловлювання особам, що мають вище соціальне положення, некультурно.

Жінки використовують непрямі експресиви частіше під час спілкування з чоловіком, ніж з адресатом своєї статі. У сфері синтаксису жінки надають перевагу паратаксису, а чоловіки – гіпотаксису. У мовленні чоловіків простежується стійка тенденція до використання простих реченнєвих одиниць. За спостереженнями В. Г. Александрової, речення, що містять заперечення, у півтора рази частотніші в мовленні чоловіків. Це пояснюється більшою категоричністю представників сильної статі [3, с. 71]. Висловлювання питальної форми в мовленні жінок трапляються вдвічі частіше, ніж у мовленні комунікантив-чоловіків.

Серед мовознавців точиться дискусія щодо гендерної маркованості еліптичних висловлювань: одні вчені вважають їх притаманними чоловічому мовленню (наприклад: [3, с. 71]), інші – жіночому (наприклад: [477, с. 173]). Повтори та обірвані конструкції, розчленовані питання й окличні речення однозначно приписують жінкам [477, с. 173].

Застосовуючи маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника, мовці обох статей з однаковою частотністю вживають еліптичні висловлювання, удаються до повтору й недомовок, наприклад: (юнак хоче одружитися з донькою директора)

– *Ви така розумна, спостережлива, вам, мабуть, нелегко доведеться в житті <...>*

– Я знаю, – [просто відповіла Віка, і я помітив, як очі її вдячно зволожилися.]

– Але якщо до вашого розуму додасться мужність і сила волі <...> (В. Дрозд).

Ставлення до компліментарних висловлювань чоловіків і жінок відрізняється: якщо для чоловіків комплімент є засобом вираження свого захоплення, то жінки за його допомогою долають соціальну дистанцію [472]. Існує стереотип стосовно жіночої чутливості до компліментів: жінки, на відміну від чоловіків, сприймають компліменти на свою адресу як мовленнєвий засіб вираження схвалення чи заохочення прийнятої суспільством рольової поведінки [515, р. 241; 514, р. 172].

З огляду на результати нашого дослідження кількість маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань, у яких мовцем постає особа чоловічої статі, істотно більша порівняно з тими, що висловлюються жінками: 84 % проти 16 % (див. додаток Ж). Суттєве переважання компліментів, висловлених чоловіками з метою здійснення маніпулятивного впливу, частково можна пояснити тим, що в оцінюванні виявляється прагнення представників чоловічої статі до домінування, лідерства: "Якщо хтось дає позитивну оцінку, то іншого разу він може дати й негативну – сам факт оцінювання передбачає перевагу" [146, с. 97].

Дж. Холмс вважає, що оскільки чоловіки не визначають компліменти як найкращий мовленнєвий засіб для вираження солідарності, вони вдаються до них лише в тому разі, коли вживання компліментів приписано правилами етикету чи ввічливістю [474].

За результатами досліджень компліментарних висловлювань в англomовних культурах, найчастіше адресатами й адресантами компліментів є жінки, що пояснюється позитивним ставленням представниць жіночої статі до компліментарних висловлювань. Комплімент вважають невід'ємною рисою комунікативної поведінки, орієнтованої передусім на жінок, а також ознакою "жіночої мови" [109, с. 118-125].

Найчастотніші компліменти жінок жінкам, далі в порядку зменшення частотності – компліменти жінок чоловікам і компліменти чоловіків жінкам.

Найменшою за чисельністю, на думку вчених, є група компліментів чоловіків чоловікам [515; 474; 454; 516; 174, с. 155-157].

Досліджуючи функціонування компліментів у британській й американській лінгвокультурах, мовознавці сходяться на думці, що компліменти, як правило, висловлюються комунікантами на адресу представників протилежної статі (75 %) [109; 236]. До того ж, як стверджує І. С. Морозова, чоловіки роблять компліменти жінкам частіше, ніж жінки чоловікам (53 % і 22 %) [236]. Особи жіночої статі висловлюють іншим й отримують на свою адресу компліменти набагато частіше, ніж особи чоловічої статі [174, с. 155]. Чоловіки високого соціального статусу чують компліменти рідше, ніж жінки такого самого статусу [517].

За спостереженнями Л. І. Клочко, чоловіки в англomовних культурах удаються до похвали частіше, ніж жінки, адресуючи її жінкам частіше, ніж представникам своєї статі. Чоловіки й отримують на свою адресу значно більше похвальних висловлювань від індивідів обох статей, ніж жінки (56 % проти 44 %), жінки частіше хвалять чоловіків, ніж представниць своєї статі [167, с. 103, 114].

Відповідно до результатів нашого дослідження на матеріалі української мови в маніпулятивному дискурсі компліменти, адресовані чоловіками чоловікам, домінують над висловлюваннями, адресованими жінкам (71 % проти 29 %). Це дає право поставити під сумнів стереотип щодо чоловічої нечутливості до компліментів та їх негативного сприймання (див., наприклад: [174, с. 157; 205, с. 122]).

Цікаво, що з висловлювань, адресованих чоловіками жінкам, на ситуації флірту припадає лише 38 % (на інші – відповідно 62 %). Це дозволяє зробити припущення, що в міжгендерній комунікації маніпулювання здебільшого спрямоване на одержання матеріальної чи іншої вигоди, а флірт часто постає лише шляхом до неї. Тому слушною видається думка Л. І. Гришаєвої про те, що фактор "гендер" посідає в ієрархії відношень між дискурсивно значущими параметрами не таку високу позицію, як це можна було б припустити,

спираючись на прототипне уявлення про комплімент як "лестощі, що говорить чоловік жінці з метою завоювати її симпатію" [105, с. 160].

Флірт тяжіє до симетрії мовців за віком і соціальним статусом: серед компліментів, висловлених чоловіками жінкам під час здійснення маніпулятивного впливу в ситуаціях флірту, 77 % висловлювань адресуються партнерові, рівному за цими характеристиками (проти 23 % – нерівному).

Серед "асиметричних" позитивнооцінних висловлювань домінують компліменти, адресовані чоловіками співрозмовницям із нижчим соціальним статусом чи посадою і зазвичай молодшим. Флірт чоловіка з жінкою, вищою за посадою / соціальним статусом або старшою за віком, засвідчують лише приклади з усного мовлення (переважно в парах "учень – учителька", "студент – викладачка"). На матеріалі художньої літератури таких прикладів флірту не було зафіксовано.

У маніпулятивних ситуаціях залицяння чоловіки щодо жінок, нижчих за статусом, можуть виявляти фамільярність, наприклад: (писар фліртує з молодницею) [ПИСАР.] *Ох-ох-ох! Таку **меличку** усякий прийме <...> ще як прийме! То єсть лепортую вам: і жилетку сію моднійшую, і штани сії пістрові довгійшії застановив би, а **мелички** такої з рук би не випустив* (М. Старицький).

Предметом позитивної оцінки в компліментах, які роблять чоловіки жінкам у ситуаціях флірту, постають зовнішність співрозмовниці (52 %), її вміння, здібності, заслуги (13 %), риси характеру (домінують моральні якості) (7 %). 24 % "чоловічих" компліментарних висловлювань дають загальну позитивну оцінку адресату-жінці, 5 % – маркують ставлення мовця до співрозмовниці. Поодинокими прикладами репрезентовані компліменти, які підкреслюють унікальність жінки або стосуються чогось, що має відношення до неї.

Хоча пестлива лексика, повтори, вигуки, висловлювання окличної, питальної та риторично-питальної форми, натяки характеризують більше жіноче мовлення, у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву це притаманно й мовленню чоловіків, наприклад: (Гострохвостий хоче гармонізувати стосунки

із матір'ю дівчини, якій крутить голову) [*ГОСТРОХВОСТИЙ.*] *Гортино Корніівно! Хіба ж я сліпий? Хіба ж мені баньки більма засліпили? Хіба ж я не бачу, що таке Євфросина, а що таке Оленка? Гай, гай, милий боже! Вже б говорив хтось другий, а не ви, Гортино Корніівно!* (І. Нечуй-Левицький); (коханець матері хоче одружитись із її донькою з розрахунку) [*Калістрат Капітонович, узявши Ніночку під руку, провів її до місця і цього разу вже висловив свою похвалу при матері.:*] "*Ох і танцює ваша чудова донечка, дорога Маріамно Харисимівно. Мов ота пушиночка, мов <...>*" (С. Грицюк).

Серед тропів частотністю в "чоловічому" арсеналі художніх засобів відзначаються епітети, метафори, гіперболи та порівняння, наприклад: (татарин Сафар намагається власкавити бранку-українку) *Якші ханум, не бійся! Ми тебе не чіпатимемо. Ханум – як троянда! А хіба можна псувати квіти в садах Аллахових?* (З. Тулуб); (хлопець хоче продовжити знайомство з дівчиною-українкою)

- *Ти мені подобаєшся. Тобто ти мені й так подобаєшся, а тепер іще більше, – [зауважив Джеймс.] – Лондонські дівчата цього не роблять.*
- *Та не може бути.*
- *Ну, роблять, але недостатньо. Але ти – просто як вишня на торті* (С. Пиркало).

Пейоративність лексики, фамільярність уважаються рисами, притаманними мовленню чоловіків. Негативнооцінну або лайливу лексику зафіксовано в маніпулятивно спрямованих висловлюваннях, що передають позитивну оцінку чи маркують прихильне ставлення до адресата, де мовець – особа виключно чоловічої статі, наприклад: (партизан пан Дулькевич залицяється до власниці пансіонату, яка дала йому та його друзям притулок) *Я був в Італії ще до війни. Але, **пся кошъч**, ніколи не зустрівач такої чарівної жінки, як ви пані Грачіолі!* (П. Загребельний); (Гнат хоче повернути втрачену кохану)

[ГНАТ.] *То знайдеш Івана?*

[ВАРКА.] *Атож. Сохнуть не буду!*

[ГНАТ.] *На біса і в город їздить, і до панича найматься <...> Така молодиця*

тільки сліпого не приворожить. Ти б тут пошукала (І. Карпенко-Карий).

У нефліртових ситуаціях домінують експресиви, у яких чоловік-адресант і жінка-адресат однакові за віком, статусом та посадою (57 % порівняно з 43 % експресивів, що мають місце за "асиметричної" інтеракції). Причому типовою є асиметрія різностатевих комунікантів за статусом чи посадою: чоловіки частіше адресують компліменти жінкам, що займають нижчу позицію в соціальній ієрархії, ніж вищим за них за посадою / соціальним статусом.

Так, у зібраному матеріалі зафіксовано вдвічі більшу кількість прикладів висловлення компліментів на адресу жінки чоловіком, який має вищий соціальний статус порівняно зі співрозмовницею, ніж тих, у яких мовець стоїть на нижчій соціальній сходинці.

Вікова асиметрія комунікантів різної статі в ситуаціях маніпулювання, що не передбачають флірт, не є яскраво вираженою.

У тих випадках, коли чоловік-маніпулятор не має на меті флірт зі співрозмовницею, предметом позитивної оцінки постають її зовнішність (23 %), ділові якості, заслуги, уміння, таланти (18 %), діти, майно чи об'єкти, що мають до неї якийсь стосунок (14 %), розум (12 %), риси характеру, переважно моральні якості (9 %). Компліментарні висловлювання, що дають загальну позитивну оцінку адресатові жіночої статі, становлять 20 %, а ті, які маркують унікальність чи потрібність співрозмовниці, – 4 %. Лише одним прикладом репрезентовано компліменти щодо національної належності адресата жіночої статі.

Результати нашої роботи підтверджують думку В. В. Леонтьєва про те, що "компліменти на адресу жінок із приводу їхньої майстерності говоряться чоловіками вищого соціального статусу, що мають (у силу статусної переваги) право висловити схвалення чи дати оцінку поведінці підлеглих жінок" [205, с. 122].

Отже, як і в ситуаціях флірту, позитивнооцінні висловлювання чоловіків на адресу жінок у нефліртових ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу зосереджені на зовнішності представниць жіночої статі (щоправда, порівняно із

ситуаціями флірту їх більше ніж удвічі менше), наприклад: (Каленик просить дівчат допомогти йому дістатися до своєї хати)

[КАЛЕНИК.] *О? А де ж моя хата? Чорт його й пійма <...> Танцюють бісові хати <...> Мов п'яні <...>*

[ПЕРША ДІВЧИНА.] *Показати вам, дядьку, вашу хату?*

[КАЛЕНИК.] *Покажіть, **мої молодички гарнесенькі!*** (М. Старицький).

Компліменти щодо зовнішнього вигляду в ситуаціях, що не передбачають флірту (як, до речі, і в ситуаціях флірту), жінкам зазвичай висловлюють чоловіки, однакові з ними за віком і статусом чи посадою (59 %). Прикладів компліментів щодо зовнішності, висловлених значно молодшим чоловіком старшій за віком жінці в нефліртових ситуаціях, у вибірці не зафіксовано.

Компліменти чоловіків на адресу жінок, які обіймають вищу посаду чи мають вищий соціальний статус, часто містять урочисті слова. Тут не спостерігаємо порушення мовних норм і наявності слів із суфіксами зменшеності. Такі висловлювання рідко оформлені питальними чи риторично-питальними реченнями. Обірвані структури для нефліртових ситуацій здійснення маніпулятивного впливу теж не характерні. Мовлення чоловіків-маніпуляторів, адресоване жінкам, вищим за статусом чи посадою, відзначається й насиченістю художніми тропами, серед яких домінують епітети, метафори та гіперболи. Компліменти, висловлювані чоловіками жінкам, нижчим за посадою чи соціальним статусом і значно молодшим, часто містять пестливі форми, зменшені варіанти імен тощо.

Компліментарні висловлювання жінки адресують здебільшого чоловікам: 68 % компліментів, у яких мовець – жінка, висловлені на адресу представників сильної статі. Але лише 28 % із них припадає на ситуації флірту. У ситуаціях флірту, де адресантом постає жінка, як і в ситуаціях із мовцем чоловічої статі, спостерігаємо симетрію комунікантів за віком та статусом. Так, зібраний матеріал показує, що у фліртових ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу 91 % висловлювань жінки адресують рівному за статусом і віком партнеру та 9 % – нерівному.

Якщо для "чоловічої" стратегії флірту за вікової чи статусної асиметрії комунікантів характерне домінування компліментів, висловлюваних вищим за посадою й старшим чоловіком нижчій за посадою / статусом співрозмовниці, то в "жіночій" фліртовій стратегії статусна нерівність не спостерігається. Натомість тут мають місце компліменти молодшим чоловікам. Приклади адресування компліментарних висловлювань у ситуаціях флірту жінкою чоловікові, котрий обіймає вищу посаду чи має вищий соціальний статус, у зібраному матеріалі відсутні.

Порівняно з "чоловічими" компліментами жінкам компліменти, висловлювані жінками чоловікам із метою здійснення маніпулятивного впливу в ситуаціях флірту, характеризуються відсутністю чи незначною кількістю пестливих форм слів, зменшених варіантів імен, художніх тропів. Типовими тут є компліменти-натяжки, непрямі компліменти, компліменти-недоговорювання, наприклад: (Віра хоче вийти заміж за Миколу)

- *Друзі мої, та ви ж гарно співаєте!* – [похвалив їх (хористів-ентузіастів. – І. Ш.) Микола (завклубом, що акомпанував. – І. Ш.)]
- *Під таку музику й співається легко,* – [сказала Віра. *Щоки її й ще й досі палали*] (В. Захарченко); (молода незаміжня журналістка прийшла до полковника-пенсіонера взяти інтерв'ю) *"Йой, один антикваріат, як в музеї! Та де! Такого і в музеї нема! І як це ви один серед такого добра, чи не скучно, може б, вам квартирантку, молоду, гарячу,* – [молодичка грайливо повела плічками, завияля задком, заморгала очками-брівками,] – генерал мені сказав, що ви <...> удівець?" (Г. Тарасюк).

У тематичному плані "жіночі" компліменти на адресу чоловіків у ситуаціях флірту фокусуються на рисах характеру співрозмовника (22 %), його моральних якостях (19 %), професійній майстерності, уміннях, заслугах (16 %), розумових здібностях (13 %), зовнішності адресанта (6 %). 12 % компліментів, які роблять жінки чоловікам у фліртових ситуаціях, дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові, 12 % – характеризують його вік та досвід.

У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу, що не передбачають флірту, теж домінують висловлювання, адресовані мовцем-жінкою партнеру чоловічої статі, рівному за статусом / посадою чи віком (60 % порівняно з 40 %). При взаємодії різностатевих партнерів, неоднакових за віком, статусом чи посадою, де мовцем постає жінка, закономірностей щодо адресації висловлювань не спостерігаємо.

Результати дослідження показують, що жінки-маніпулятори не порушують правил етикету, відповідно до якого позитивне оцінювання зовнішності чоловіка, вищого за статусом, особливо під час ділового спілкування, вважається некультурним.

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

Домінування "чоловічих" висловлювань простежуємо і в субтактиці вираження позитивного ставлення до співрозмовника. Так, у 75 % висловлювань вибірки, що маркують позитивні почуття, мовцем виступає представник чоловічої статі. 48 % цих висловлювань адресовані жінкам. При цьому показовою є тематична закріпленість експресивів на позначення почуттів: 82 % таких мовленнєвих актів мають місце в ситуаціях флірту (див. додаток II).

Жінки до вираження позитивних почуттів із маніпулятивною метою вдаються рідше, ніж чоловіки: картотека зафіксувала лише 25 % прикладів експресивів, що маркують прихильність до співрозмовника, у яких адресант жіночої статі. Цікаво, що серед таких висловлювань домінують ті, що адресовані чоловікам (66 %). На ситуації флірту з них припадає лише 14 %, що дозволяє зробити припущення про нетиповість маніпулювання у сфері любовних стосунків для жінок. До того ж жоден із прикладів не засвідчує прямого вираження кохання чи захоплення – тут домінують натяки,

імплікатури та непрямі висловлювання. Це можна пояснити суспільними нормами, відповідно до яких у слов'янській культурі жінці не личить першій оспівдуватися в коханні та говорити прямо про свої почуття до чоловіка, а також специфікою маніпулятивних стратегій, що передбачають маскування маніпулятором своїх комунікативних цілей і мети спілкування з об'єктом здійснення впливу.

Кількість експресивів, адресованих жінками жінкам, є відносно невеликою у двох субтактиках тактики підвищення значимості співрозмовника (не перевищує 32 % висловлювань мовця жіночої статі). І в субтактиці позитивного оцінювання, і в субтактиці прихильного ставлення до адресата спостерігаємо асиметрію жінок-комунікантів за віком і / чи соціальним статусом, посадою. Старші за віком жінки частіше виражають прихильність і позитивно оцінюють молодших співрозмовниць. Але вищі за посадою / статусом мовці жіночої статі частіше виражають своє позитивне ставлення до співрозмовниць, які стоять на нижчій сходинці в соціальній ієрархії. Однак нижчі за посадою / статусом комунікантки майже в чотири рази частіше дають позитивну оцінку вищим за цим критерієм партнеркам по інтеракції.

Предметом позитивної оцінки в маніпулятивно спрямованих висловлюваннях, адресованих жінками жінкам, є ділові якості співрозмовниці, її здібності, виконання певних дій (41 %), зовнішність (24 %; старші мовці частіше дають оцінку зовнішності молодшої співрозмовниці), інтелектуальні якості (14 %; простежуємо переважання компліментів, висловлених нижчими за статусом чи посадою вищим, старшими – молодшим співрозмовницям), моральні якості (14 %), діти партнерки по інтеракції (8 %), наприклад: (Софія хоче, щоб її старша колега дозволила студентам-практикантам бути присутніми під час пологів) ***Шановна Віталіно Іллівно, не позбавляйте студентів можливості переймати найновіші методи ведення пологів у таких досвідчених фахівців, як ви. У кого ж вони вчитимуться?*** (Л. Романчук).

Співрозмовниці старшого віку щодо значно молодших використовують пестливі форми імен, звертань, номінацій адресата та їх поширювачів. Нижчі за

посадою / статусом жінки, звертаючись до вищих за цими характеристиками співрозмовниць, часто послуговуються врочистою лексикою, штампами офіційно-ділового стилю.

Дослідивши соціолінгвальні особливості функціонування похвальних висловлювань в англomовних країнах, Л. І. Клочко помітила культурно зумовлену ознаку: переважання схвальних відгуків осіб обох статей із приводу здібностей і успіхів у тому чи іншому виді діяльності [167, с. 114]. Підсумки нашої наукової розвідки, здійсненої на матеріалі української мови, підтверджують цю закономірність, але вона не свідчить про велике значення конкурентоспроможності та ділових якостей у суспільстві, як у британській чи американській культурах, а зумовлена специфікою маніпулятивного впливу, спрямованого передусім на одержання вигоди від співрозмовника – використання його для підвищення свого соціального статусу або покращення матеріального становища.

Зіставивши результати мовознавчих студій позитивнооцінних висловлювань різних жанрів у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві, доходимо висновку, що компліменти і похвали відрізняються й за гендерним параметром: адресантами похвал частіше виступають чоловіки, ніж жінки (див., наприклад: [167, с. 103]). Щодо маніпулятивної стратегії позитиву про цю відмінність говорити не доводиться через істотне переважання позитивнооцінних висловлювань, адресантом і адресантом у яких є чоловіки.

Таким чином, здійснений аналіз гендерного аспекту функціонування експресивів у маніпулятивному дискурсі не суперечить думці про те, що "гендерні стереотипи мовленнєвої поведінки є відображенням диференціації соціальних ролей чоловіка і жінки, які, тим не менше, можуть коригуватися в той чи інший бік під впливом професійної чи якоїсь іншої необхідності" [330, с. 155].

7.4 Значення статусних та вікових характеристик комунікантів у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу

Соціальні конвенції та цінності мають більшу значущість порівняно з індивідуально-психологічними параметрами [465]. Жорсткі соціальні обмеження даються знаки під час спілкування різних за соціальним положенням комунікантів.

Кожен індивід є членом декількох різних типів груп, усередині яких він має певний соціальний статус – співвідносну позицію в соціальній системі, що передбачає права, обов'язки, очікування [154, с. 30; 196, с. 21]. При визначенні соціального статусу враховуються належність комуніканта до соціальної групи, його професія, освіта і т. п. [400, с. 81; 154, с. 5].

Результати соціолінгвістичних студій показали, що мовленнєві акти стосовно вищих за статусом комунікативних партнерів більш увічливі, ніж щодо рівних, а стосовно рівних – більш увічливі, ніж щодо нижчих [18, с. 65].

Показником статусу та дистанції, а також невизначеної статусної ідентифікації (за відсутності знайомства) є звертання до співрозмовника на "ти" [154, с. 263]. Уживання вигуківих структур та займенникових ти-форм людьми з вищим статусом зумовлено тим, що вони спілкуються із співрозмовниками як із добре знайомими. Люди з нижчим статусом зазвичай звертаються до мовця як до малознайомої особи, намагаються не порушувати мовних норм, виявляють культуру слухання, удаються до Ви-звертань тощо.

За умов несиметричного спілкування можливе виникнення так званої "нещирої ввічливості" – "маски ввічливості, якою прикриваються, побоюючись конфронтації" [388, с. 79]. Так, досліджуючи компліментарні висловлювання в англійській мові, Л. О. Кокойло відзначає неприйнятність висловлювань нещирої похвали, особливо лестощів, що мають на меті одержання вигоди, нижчими за статусом при звертанні до вищих: "Таке право мають лише особи з вищим соціальним статусом при звертанні до тих, хто є нижчим від них за статусом. Істотним тут є факт певної залежності адресата від мовця" [174, с. 145].

Аналіз вибірки, зробленої на матеріалі української мови, дозволяє говорити про домінування (щоправда, незначне) маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань, адресованих вищими за посадою / соціальним статусом мовцями нижчим за цією характеристикою співрозмовникам. Так, серед компліментів, висловлених чоловіками чоловікам, ті, що адресуються нижчому за соціальним статусом чи посадою співрозмовникові, становлять 39 %, рівному – 37 %, вищому – 24 %.

Дослідженням проблеми прагматичної варіативності функціонування компліментів займалася Н. Вулфсон, яка одна з перших звернула увагу на необхідність урахування віку, соціального статусу, статі учасників мовленнєвої взаємодії. За її спостереженнями, більшість компліментів адресуються одноліткам, що мають більш-менш рівний зі співрозмовником соціальний статус. Н. Вулфсон спростовує думку про те, що в разі використання компліменту для одержання вигоди маніпулятором виступає особа з низьким соціальним статусом. Результати її дослідження показали, що співрозмовник із вищим соціальним статусом частіше вдається до використання компліментів як засобу впливу [515; 516]. Р. Герберт це пояснює тим, що комплімент є засобом солідаризації, що передбачає ініціативу до зближення, яка належить вищому за статусом [471]. Цю думку обстоює і Л. О. Кокойло: "Першим пропозицію про солідарність робить вища за статусом особа" [174, с. 154-155].

У тактиці підвищення значимості співрозмовника чоловіче мовлення з висхідним статусним вектором ("знизу догори") характеризується домінуванням нейтральної лексики, а також наявністю художніх тропів (переважно метафор та епітетів), усталених зворотів офіційно-ділового стилю. Синтаксис відзначається переважанням складних і простих ускладнених речень. Окличних, риторично-питальних та питальних конструкцій відносно не багато. Згадані структури, як і врочиста лексика, типові при звертанні до колективного адресата чоловіка-маніпулятора, що посідає вищу позицію в соціальній ієрархії.

Ознакою мовлення чоловіків-маніпуляторів, вищих за соціальним статусом чи посадою, адресованого нижчим за цими характеристиками

комунікантам, є взаємодія літературних та нелітературних різновидів, книжних і розмовних елементів, що засвідчує прагнення мовця зблизитися зі співрозмовником, зменшити дистанцію, домогтися прихильності. Цим можна пояснити функціонування в мовленні маніпулятора, вищого за статусом, пейоративної лексики (щодо інших осіб), професіоналізмів, русизмів, просторічних слів, фразеологізмів, зокрема приказок тощо.

Номінації дружності та прихильного ставлення (*друже, дружище, голубе, голубчику* і под.), знижена лексика (*панюга, грамотію* та ін.), слова із суфіксами зменшеності та збільшеності вживаються тоді, коли до статусної чи посадової нерівності додається вікова: вищий за посадою є до того ж значно старшим за віком від співрозмовника, наприклад: (літній професор намагається гармонізувати стосунки з редактором газети) *"Ви тільки не хвилюйтеся, – [заспокоїв.] – Ідьте, голубе, робіть свої справи і забудьте, що ми тут є. Василько, зрештою, молодий журналіст, невже він для вас транспорт не організує"* (П. Щегельський).

Від статусу комунікантів залежить і тематика компліментарних висловлювань. Так, вищі за посадою / соціальним статусом чоловіки-маніпулятори хвалять нижчого адресата за: а) заслуги, професіоналізм, виконання певних дій, результати праці, можливості, здібності й таланти співрозмовника (43 %); б) інтелектуальні якості (15 %); в) риси характеру, зокрема сміливість, рішучість, винахідливість, зібраність, уміння швидко орієнтуватись в екстремальних ситуаціях, працелюбність (14 %); г) моральні якості (чесність, доброту, відданість) (9 %); д) зовнішність (1 %). На відміну від компліментів щодо зовнішності жінок, компліменти стосовно чоловічої вроди, висловлені чоловіками, відзначаються акцентом на силі й витривалості – стосуються фігури, постави співрозмовника тощо.

Частка компліментів, у яких мовець дає загальну позитивну оцінку співрозмовникові й виражає прихильне ставлення до нього, підкреслює його унікальність, становить 12 %. 3 % становлять компліментарні висловлювання стосовно майна співрозмовника та його родичів (переважно дружини, дітей),

3 % дають комплексну оцінку комунікативному партнерові, що зазвичай стосується його розумових здібностей, ділових і моральних якостей, віку.

Мовлення чоловіка-маніпулятора, адресоване співрозмовнику, рівному з ним за соціальним статусом чи посадою, відзначається залежністю від ситуації спілкування, ступеня знайомства, а також від характеру стосунків між комунікантами, тому характеризується різноманітністю і різноплановістю мовних засобів, взаємодією книжної та розмовної лексики.

За результатами аналізу вибірки маніпулятивно марковані ситуації неформального спілкування рівних за соціальним статусом чоловіків домінують. Неофіційному спілкуванню притаманна "стилістична байдужість" – відсутність у мовця соціального зобов'язання дотримуватися певних стилістичних вимог [339, с. 45]. Цим пояснюється менша кількість урочистих слів, художніх тропів, стилістично маркованої лексики офіційно-ділового стилю в чоловічому мовленні, адресованому рівному за соціальним статусом чи посадою співрозмовнику, порівняно з мовленням, адресованим "асиметричному" комунікантові.

Предметом позитивнооцінних висловлювань мовця-чоловіка на адресу рівного за соціальним статусом чи посадою співрозмовника чоловічої статі постають: ділові якості, професіоналізм, заслуги, талант і можливості комунікативного партнера (31,6 %), його розумові здібності (17 %), моральні якості (10 %), об'єкти, що мають відношення до адресата, заслуги його родичів (8 %), риси характеру, вияви темпераменту (7 %), зовнішність (1 %), вік (1 %) (за різниці у віці між комунікантами), ім'я (0,4 %). Частка компліментів, у яких мовець у загальному позитивно оцінює співрозмовника, виражає повагу до нього, підкреслює його унікальність, становить 16 %. У 8 % позитивнооцінних висловлювань, адресованих чоловіком чоловікові, рівному з ним за соціальним статусом чи посадою, дається комплексна позитивна оцінка співрозмовнику.

Демократична форма спілкування, яке передбачає симетричність ролі-вих відношень, стимулює високий оцінний потенціал лексики. Але при адресації оцінки вищому на соціальній драбині її прагматична сила послаблюється.

Одним із психологічних факторів, що сприяє послабленню оцінного потенціалу, є одна із тенденцій сьогодення – толерантність мовного суспільства [305, с. 83].

Мовлення чоловіків, адресоване вищим за посадою чи соціальним статусом, у маніпулятивному дискурсі позитиву характеризується емоційною нейтральністю. Повтори, художні тропи, урочиста лексика, образні узагальнення спостерігаємо лише за великої посадової / статусної нерівності. Фамільярність, інтенсифікатори позитивної оцінки, вигуки, знижена лексика, фразеологізми, а також компліментарні висловлювання у формі окличних чи риторично-питальних речень трапляються в тому разі, коли комуніканти давно знайомі і перебувають між собою в дружніх стосунках або коли адресант значно старший за віком. Найчастіше це відбувається в спілкуванні пар "начальник – безпосередній підлеглий", "господар – наймит" і под.

Комуніканти-чоловіки на адресу вищих за посадою чи соціальним статусом співрозмовників чоловічої статі з маніпулятивною метою висловлюють компліменти щодо інтелектуальних якостей партнера (24 %), його моральних характеристик (24 %), здібностей, талантів, професіоналізму та заслуг (22 %), стосовно його родичів – дружини, дітей, батьків, а також об'єктів чи предметів, належних адресату, чи тих, що мають відношення до нього (4 %). 26 % компліментів, адресованих нижчим вищому за статусом чи посадою співрозмовнику, дають загальну позитивну оцінку адресатові, підкреслюють його соціальний статус чи професійну належність, маркують повагу.

Вікова асиметрія учасників інтеракції чоловічої статі в маніпулятивних контекстах позитиву є незначущою: кількість висловлювань, у яких комуніканти істотно відрізняються за віком, становить 15 %. Компліменти, адресовані старшими за віком співрозмовниками молодшим, кількісно переважають висловлювані молодшими старшим адресатам (9 % і 6 % відповідно).

Результати опрацювання зібраного матеріалу засвідчують зв'язок віку із соціальним статусом чи посадою комунікантів. Так, із 9 % компліментів, висловлених старшими чоловіками молодшим із метою здійснення

маніпулятивного впливу, 6 % висловлювань належать мовцеві, вищому за соціальним статусом чи посадою, ніж співрозмовник, і лише 0,8 % – нижчому. Із 6 % компліментів, адресованих старшому за віком партнеру, у 1,7 % мовець нижчий за соціальним статусом від адресата, а в 0,9 % – вищий.

Загалом у маніпулятивно спрямованих компліментах, що висловлюються старшим за віком мовцем молодшому співрозмовникові, предметом позитивної оцінки зазвичай постають моральні якості адресата та інші риси характеру, розум, виконання дій, можливості, здібності. Типовими в маніпулятивному дискурсі є також компліменти, у яких мовець дає комплексну позитивну оцінку співрозмовникові та / чи виражає прихильність до нього.

Компліменти на адресу старших за віком у маніпулятивних контекстах маркують повагу, акцентують увагу на досвіді адресата, виконанні ним дій, його заслугах, успіхові, професіоналізмі, а також на об'єктах, що мають стосунок до нього. Компліменти молодших стосовно старших комунікантів у маніпулятивній стратегії позитиву часто супроводжуються прийомом самоприниження.

Серед висловлювань, адресованих чоловіками чоловікам, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника, спостерігаємо переважання (майже вдвічі) висловлювань, адресантом у яких виступають нижчі за статусом чи посадою співрозмовники. 35 % висловлювань, адресованих чоловіками чоловікам, становлять ті, у яких комуніканти симетричні за віком, посадою чи соціальним статусом. Асиметрія за віком у цілому є незначною (12 %), із них 80 % – адресовані старшими співрозмовниками молодшим.

Загалом, без урахування гендерних відмінностей комунікантів, частка позитивнооцінних експресивів, у яких мовець вищий за статусно-посадовими характеристиками, ніж адресат, становить 30 % , нижчий – 20 %, рівний – 50 % (див. додаток К).

Мовленнєві тактики поділяють на універсально-вікові та преферентно-вікові (для дітей / підлітків і дорослих). Тактика підвищення значимості співрозмовника є універсально-віковою, оскільки до неї вдаються мовці різних

вікових груп, але експресиви, адресовані дорослим дорослому, домінують як у субтактиці позитивного оцінювання, так і в субтактиці позитивного ставлення до співрозмовника. Частка компліментарних висловлювань, у яких комуніканти становлять асиметричну за віком пару ("дорослий – дитина" чи "дитина – дорослий"), не перебільшує 2,5 % загальної кількості компліментарних висловлювань вибірки. Причому кількість маніпулятивно спрямованих висловлювань, що дорослі адресують дітям, у чотири рази перебільшує кількість висловлювань, адресованих дітьми дорослим.

За тематикою серед компліментарних висловлювань дорослих щодо дітей переважають ті, у яких предметом позитивної оцінки є розумові здібності та вік дитини. Звертаючись до дітей, дорослі часто актуалізують і навіть перебільшують вік адресата в компліментарних висловлюваннях (*Тобі вже / аж 10 років*), даючи в такий спосіб високу оцінку розумовим якостям дитини, її вмінням, самостійності тощо. Компліментарні висловлювання щодо зовнішності на адресу дітей в маніпулятивному дискурсі є нечастотними й адресуються виключно дівчатам.

Удаючись до компліментарних висловлювань із метою здійснення маніпулятивного впливу, діти дають дорослим загальну позитивну оцінку, виражають захоплення ними або підкреслюють можливість чи здатність співрозмовника виконати ту чи іншу дію, задовольнити прохання тощо.

Лише 1 % експресивів вибірки, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника, становлять висловлювання, адресатом чи адресантом у яких виступають діти. Однак висловлювання, адресовані дорослими дітям, тут, як і в субтактиці позитивного оцінювання, кількісно переважають.

Володіння стратегією мовленнєвого спілкування залежить і від рівня розвитку комунікативної компетенції співрозмовників, і від таких психологічних чинників, як ступінь комбінаторності мислення, уміння контролювати свої емоції та здатність використовувати маніпулятивний потенціал мовленнєвих засобів. Специфіку стратегій і тактик представників різних вікових груп визначає той факт, що комунікативна компетенція дорослих, на відміну від

дітей, уже розвинена та "арсенал" тактичних прийомів старших за віком є більшим, що зумовлено більшим комунікативним досвідом дорослих [84, с. 196]. Це частково може пояснити переважання в маніпулятивному дискурсі позитиву висловлювань, адресованих дорослими дітям.

Як для мовлення жінок, так і для мовлення чоловіків, адресованого дітям під час здійснення маніпулятивного впливу, характерні словоформи із суфіксами зменшеності (*крихіточка, ясочка, сонечко, питанячко* та ін.), пестливі форми імен. Що меншою є дитина, то більше пестливих форм в адресованих їй висловлюваннях. Чоловіки в спілкуванні з дітьми середнього та старшого шкільного віку, особливо чоловічої статі, використовують номінації дружності й стилістично знижену лексику (*дружище, молодчага* і под.).

Жінки адресують компліментарні висловлювання чоловікам переважно рівним їм за віком, статусом чи посадою. Компліментарні висловлювання на адресу співрозмовника, що має високий статус, містять нормативну та книжну лексику, офіційні титули, звання. Для синтаксису таких висловлювань характерний прямий порядок слів, двоскладна будова речення, закінченість конструкцій. Якщо ж ситуація спілкування неформальна і рольові статуси комунікантів збігаються або статус адресата нижчий за статус адресанта, маніпулятивно спрямовані експресиви можуть містити нелітературні елементи.

7.5 Адресна спрямованість експресивів у маніпулятивному дискурсі

Тематика компліментів та особливості засобів вербалізації позитивної оцінки чи вираження прихильності до співрозмовника перебувають у прямій залежності від ступеня знайомства комунікантів і типу адресата.

Мовець розглядає адресата як особу, що може задовольнити його бажання [18, с. 66]. У мовленнєвих актах дослідники виділяють декілька типів адресатів: одиничний, колективний, масовий і квазіадресат [130; 94]. Не всі з названих типів адресатів притаманні міжособистісному маніпулятивному дискурсу. Такі різновиди адресата, як невизначений і невідомий, у тактиці підвищення значимості співрозмовника не репрезентовані.

Функціонування маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних висловлювань обов'язково передбачає наявність, як мінімум, двох учасників: того, хто повідомляє приємну комунікантові інформацію, та того, на кого спрямований вплив. В умовах безпосереднього спілкування найбільш звичним є одиничний адресат. Сказане стосується й маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника.

За спрямованістю мовленнєві акти поділяють на конкретно-спрямовані та невизначено-спрямовані. Серед конкретно-спрямованих розрізняють індивідуально-спрямовані (моноадресатні) та колективно-спрямовані (поліадресатні). Невизначено-спрямовані мовленнєві акти можуть бути "власне загальноадресатними (коли релевантні характеристики адресата не встановлені адресантом) та індивідуалізовано-загальноадресатними (коли адресанту відомий лише комунікативний статус адресата (*мій дорогий читачу* і т. д.))" [152, с. 51]. У межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника домінують конкретно-спрямовані моноадресатні висловлювання.

2,6 % компліментів вибірки стосуються колективного адресата і належать переважно мовцям чоловічої статі, із них 50 % висловлені маніпуляторами, вищими за статусно-посадовими характеристиками за адресата, 43 % – рівними, 7 % – нижчими. Колективно-спрямовані компліменти стосуються здебільшого заслуг, можливостей, успіхів, ділових та інтелектуальних якостей, професіоналізму співрозмовників. Частотними також є висловлювання, що засвідчують повагу, підкреслюють посаду, соціальний статус, матеріальне становище колективного адресата тощо.

Поліадресатні компліментарні висловлювання (особливо виголошувані на зборах і нарадах) мають монологічний характер та не відзначаються різноплановістю мовних засобів, адже "що далі від первинної форми діалогу, то обмеженішою стає індивідуальна свобода відбору мовних засобів" [73, с. 119].

Стосунки між комунікантами можуть бути близькими, приятельськими, поверхневими, випадковими й офіційними. Основними типами дистанції спілкування є персональна та соціальна. За кожним із типів дистанції

закріплений певний арсенал мовних засобів – звертання на "ти" чи "Ви", ім'я, прізвище чи ім'я по батькові, використання регулятивів на зразок *друже*, *господине* і т. д. Перший тип спілкування вимагає щирості, спонтанності, другий – стриманості, дотримання формалізованості [154, с. 80-81].

Якщо за офіційних стосунків предметом позитивнооцінного маніпулятивно спрямованого висловлювання часто постають ділові та інтелектуальні якості співрозмовника, професіоналізм, то за близьких, приятельських – риси характеру, родичі комунікативного партнера, його майно, зовнішність.

Різняться й мовні засоби. Мовлення, адресоване незнайомим, відзначається відносною нормативністю, увічливістю. Тут відбувається так звана "етикетизація комунікації" – розбіжності між комунікативною та денотативною істиною, де обирають комунікативну істину, найприємнішу для співрозмовника [288, с. 33].

В. В. Богданов сформулював загальне правило комунікації з урахуванням його умов і ролей: "Чим менше знайомі один з одним комуніканти та чим офіційнішою є обстановка спілкування, тим ритуалізованішого характеру набуває це спілкування, що виявляється передусім у виборі найбільш престижної форми спілкування, відповідно до якої комунікативний пріоритет матиме особа з вищим соціальним статусом. Ця особа може дозволити собі більше відхилень від етикетних форм мови і поведінки, хоча сам комунікативний ритуал при цьому не порушується" [46, с. 12].

Однак однією з тенденцій сьогодення є пониження рівня етикетності в суспільстві, що спричинено скороченням світських форм спілкування. Цим можна пояснити відсутність у вибірці яскравих прикладів істотного завищення реєстру спілкування при взаємодії незнайомих чи малознайомих комунікантів.

Якщо під час здійснення маніпулятивного впливу мовець "іде на холодний контакт", тобто незнайомий з адресатом, предметом похвали чи компліменту часто постають моральні якості співрозмовника (а якщо адресат жіночої статі, то також – зовнішність чи зовнішній вигляд). Більшість

маніпулятивно спрямованих висловлювань, адресованих незнайомим, маркують приязне ставлення до них, доброзичливість, повагу тощо.

Загалом аналіз зібраного матеріалу показує, що тактика підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву застосовується здебільшого щодо знайомого адресата. Це підтверджують результати досліджень, відповідно до яких близькість стосунків між комунікантами робить імовірнішим вибір тактики з "позитивним вектором" [490; 146, с. 30].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 7

Мовець-маніпулятор є активним учасником комунікації, часто виступає її ініціатором, зацікавленою особою, що домагається гармонізації спілкування з об'єктом впливу.

Маніпулятивна тактика підвищення значимості співрозмовника реалізується в ситуаціях прохання, умовляння, переконування, доручення завдання, розпорядження, настанови перед роботою, а також у ситуаціях флірту, "на сватанні (заручинах, розглядинах)", "на співбесіді", "на торгах", "на ділових переговорах".

Асиметричні соціально-рольові ситуації здійснення маніпулятивного впливу представлені парами "гість (клієнт, відвідувач, прохач) – господар (посадова особа)" / "господар (посадова особа) – гість (клієнт, відвідувач, прохач)", "продавець – покупець" / "покупець – продавець", "студент – викладач" / "викладач – студент", "учитель – учень" / "учень – учитель", "пацієнт – лікар" / "лікар – пацієнт", "начальник – підлеглий" / "підлеглий – начальник", "роботодавець – найманий працівник" / "найманий працівник – роботодавець", "слідчий – допитуваний" / "допитуваний – слідчий", "наглядач – ув'язнений" / "ув'язнений – наглядач", "позичальник" – "позикодавець", "полонений – ув'язнювач" / рідше "ув'язнювач – полонений". Симетричні ситуації репрезентують пари "приятель – приятель", "сусід – сусід", "земляк – земляк", "колега – колега".

Генеральними інтенціями мовця, який удається до здійснення маніпулятивного впливу шляхом використання тактики підвищення значимості співрозмовника, є 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 гендерно маркована: позитивнооцінні експресиви, висловлені мовцями чоловічої статі, становлять 84 %, жіночої – 16 %, 75 % експресивів, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника, належать мовцям-маніпуляторам чоловічої статі, 25% – жіночої. Мовці-маніпулятори обох статей частіше адресують позитивнооцінні висловлювання співрозмовникам чоловічої статі, що руйнує стереотип про чоловічу нечутливість до компліментів.

Із маніпулятивно спрямованих позитивнооцінних висловлювань, адресованих чоловіками жінкам, на ситуації флірту припадає лише 38 %. Це свідчить про те, що міжгендерна маніпуляція спрямована передусім на одержання матеріальної чи іншої вигоди, а флірт є лише шляхом до неї.

Для фліртових ситуацій, у яких здійснюється маніпулятивний вплив, характерна симетрія мовців за віком і соціальним статусом. Мовленню маніпуляторів обох статей однаково притаманні еліптичні висловлювання, повтори, недомовки та фігури слова. Як у ситуаціях флірту, так і в нефліртових ситуаціях предметом "чоловічих" компліментів на адресу представниць жіночої статі постає зовнішній вигляд співрозмовниці.

Серед експресивів, адресованих чоловіками чоловікам, домінують статусно-фіксовані, при цьому компліментарні висловлювання мають переважно низхідний статусний вектор, а висловлювання, що передають ставлення до співрозмовника, – висхідний.

Міжгендерні маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання відзначаються статусною нейтральністю комунікантів та їх симетричністю за віком. Тактика підвищення значимості співрозмовника постає універсально-віковою зі значним домінуванням висловлювань, адресованих дорослими

дорослим. Вікова асиметрія учасників інтеракції в маніпулятивному дискурсі позитиву не є яскраво вираженою.

У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу 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".

Маніпулятивно спрямоване чоловіче мовлення з висхідним статусним вектором є емоційно нейтральним. Повтори, художні тропи (переважно епітети, метафори), урочиста лексика, образні узагальнення мають місце лише за великої посадової чи статусної відмінності між комунікантами.

Фамільярність, інтенсифікатори позитивної оцінки, вигуки, знижена лексика, фразеологізми, а також компліментарні висловлювання у формі окличних чи риторично-питальних речень притаманні чоловічому мовленню з низхідним вектором у тому разі, коли між комунікантами дружні стосунки та велика вікова чи посадово-статусна нерівність.

Тактику підвищення значимості співрозмовника мовець найчастіше застосовує стосовно знайомого адресата. У маніпулятивних контекстах позитиву домінують індивідуально-спрямовані експресиви. Кількісно мало представлені у вибірці позитивнооцінні колективно-спрямовані компліменти. Їх зазвичай роблять співрозмовнику мовці чоловічої статі, що обіймають вищу посаду чи мають вищий соціальний статус, ніж адресат.

Основні результати розділу опубліковано в [419; 425].

РОЗДІЛ 8

ПЕРИФЕРІЯ МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ

Периферію маніпулятивної стратегії позитиву становлять тактика солідаризації й тактика позитивної самопрезентації.

8.1 Тактика солідаризації

Тактика солідаризації, або тактика інтеграції зі співрозмовником, є тактикою, спрямованою на демонстрацію близькості, спільності, однотайності з комунікативним партнером, готовності до співпраці з ним. В основі цієї тактики лежить потреба людини "бути членом різних спільнот – сім'ї, друзів, однодумців, колективу і т. д." [402, с. 245]. Р. Чалдіні зазначає, що люди схильні краще ставитися до членів своєї групи, ніж до чужої, їм подобаються люди, схожі на них. До того ж "немає особливого значення, про яку подібність ідеться – про подібність думок, особистісних якостей, походження чи стилів життя ...; ті, хто бажає нам сподобатися, повинні намагатися стати чимось на нас подібними, тоді їм буде легше примусити нас іти на поступки" [392, с. 165]. Отже, зближення з адресатом є одним з ефективних шляхів здійснення впливу, зокрема маніпулятивного.

У мовознавчих працях, присвячених дослідженню політичного та рекламного дискурсу, на позначення цієї тактики поряд із термінами "тактика солідаризації", "тактика єднання" [268], "тактика інтеграції" вживають терміни "тактика "одна команда (зграя)""", "тактика "своє коло" / "свої хлопці (plain folks)"" [478; 163; 182, с. 75-79], "тактика "хлопець із народу""", "тактика "гра в простолоуд"" [102, с. 123-125; 4, с. 192]. Цими термінами називають також прийоми інформаційно-психологічного впливу та семантичні категорії. Так, наприклад, метою прийому "свої хлопці" є встановлення дружніх стосунків з аудиторією / адресатом: переконуючи співрозмовників у тому, що він належить до простого народу, автор домагається асоціативної оцінки його ідей, висловлювань і вчинків як позитивної. Імідж "людини з народу" формує довіру й позитивне ставлення [307, с. 109].

Тактика солідаризації реалізується в таких мовленнєвих жанрах, як бесіда, привітання, тост, звернення, обіцянка, самопрезентація, умовляння, заспокоєння, вибачення, виправдання, докір, прохання, запрошення, пропозиція, подяка, похвала, порада, згода.

У тих випадках, коли мовець ставить короткострокові цілі, тактика солідаризації часто супроводжує прохання, спонукання, запрошення, пропозиції й виражається мовленнєвими актами підтримки, заклику до єднання, констатування єдності, заздоровницями (*Будьмо!; Хай живе славне товариство!* і под.).

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.

Показати належність до однієї соціальної групи можна "дозованим уживанням спільних для цієї групи слів, навіть жаргонних, натяканням на події, які відбувалися в групі й залишили емоційне враження" [307, с. 65], а також за допомогою мовних формул "ми з вами", "у нас з вами", "як у нас прийнято", "менше з тим", "не варто перейматися" і под. Конотацію "хороший" має і лексема "свій" [316, с. 309].

Акцентування на спільності між співрозмовниками в маніпулятивному дискурсі відбувається такими способами:

1) **повідомленням інформації про взаємозалежність** (*добре нам – добре вам; ми – вам, ви – нам; ти до нас по-хорошому – і ми до тебе зі всією душею* і под.), наприклад: (старшина хоче залучити свого підлеглого до вирішення своїх особистих проблем) *Ви від мене не обижені? Еге, ні? Так ви й знайте: помагаєте мені – собі помагаєте* (І. Карпенко-Карий); (начальник відділу вмовляє ув'язненого співпрацювати) *Нащо просто сидіти, коли можна сидіти з комфортом? А так: ми – тобі, ти – нам* (Б. Гуменюк); (хлопця вербують для збору інформації) *Здається, ми порозумілись. Допоможіть нам, ми доможемо вам* (В. Тарнавський);

2) повідомленням інформації про спільність з адресатом, наприклад: (дорослий хоче з'ясувати, хто образив дитину) ... **Я, братику мій, теж колись умів бешкетувати. Бувало, що й ремінця та мокрого рушника куштував. Було ... Ану розкажи детальніше, що там сталося** (Д. Ткач); (майор гармонізує стосунки зі своїм підлеглим перед дорученням завдання) **Тезко, ти довго мене чекав?** (Б. Хижняк);

3) констатуванням наявності дружніх стосунків з адресатом, повідомленням інформації про ставлення до співрозмовника як до друга чи близької людини, наприклад: (посол Франції захищає інтереси негоціантів, торговельний шлях яких ішов через російські землі) **Дружба між королями і царями нашими давня. Жодною дошкульною незгодою не засмучена** (Н. Рибак); (жінка просить розкуркулювачів не забирати зерно)

– *А-а, розтуди вашу матір, од совіцької власті ховаєте?!*

– *Степаночку, пожалій. Останнє. Дітки оно, хоч з дому виганяй. Зглянься, ти ж свій чоловік* (В. Захарченко);

4) демонстрацією емпатії та розуміння ("Я співчуваю вам / розумію вас, бо ви мені близькі" і навпаки "Ви мені близькі, тому я співчуваю вам / розумію вас"), наприклад: (слідчий хоче отримати інформацію від хворої студентки)

– *В деканаті мені повідомили, що ви хворієте <...>. Я розумію, нервові хвороби – це не жарти ...*

– *В мене психічне захворювання, – [безцеремонно перебила його Ніночка.] – А це набагато складніше.*

– *Звичайно, звичайно, – [одразу згодився слідчий.] – Я щиро вам співчуваю. Я сам іще студент, правда, на вечірньому навчаюсь, отож добре вас розумію* (С. Грицюк).

Повідомляючи про спільність з адресатом, мовець може використовувати маркери належності / неналежності до певної групи, наприклад: (козацький ватажок переконує полоненого турецького військового начальника підписати договір) *Ну, ми з вами воїни* (С. Тельнюк); (польський посол на переговорах

прагне налагодити дружні стосунки з козаками) *Тим краще, що й я не з прихильників короля* (Ю. Опільський).

Схожість із співрозмовником часто передається шляхом апеляції до групових цінностей, наприклад: (гетьман запрошує книговидавців до свого маєтку на роботу) *Може, тут, як ніде, і потрібен буде ваш труд для нашого народу, що однієї з вами віри, та мусить віру й мову свою боронити ... Книги будуть також нашою зброєю* (О. Іваненко).

Для тактики солідаризації типовим є демонстрування спільного з адресатом за допомогою висловлювань із маркерами 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 ...", наприклад: (злочинець пропонує своєму полоненому викривачеві співпрацю) *За своїм характером – ви авантюрист, як, утім, і я, не буду приховувати. Але також з розумом і тверезим розрахунком. Отож, перед вами дві дороги ...* (В. Лис); (візир переконує полоненого Ганжу Андибера привселюдно зректися християнства й прийняти мусульманство)

Я був колись таким, як ти, джавуром

І так, як ти, бив на "проклятих турків",

І так, як ти, попався у неволю,

І так, як ти, готов був погубити (П. Куліш).

Одним із прийомів приєднання до співрозмовника є 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, а також форми звертання до колективного адресата на зразок *хлопці, хлоп'ята, дівчатка, дівоньки*. Функцію зближення виконують і присвійні займенники *мій, моя, моє, мої*, що входять до складу звертань, наприклад: (батько вбитого просить слідчих докласти більше зусиль у розслідування вбивства його дитини) *Хлоп'ята, рідні мої! Ви лише його (вбивцю. – І. Ш.) знайдіть!* (В. Пеунов).

Функцію вокатива з конотацією "свій" у маніпулятивній тактиці солідаризації виконують лексичні одиниці зі значенням спільності: *браття-українці, друже, друзі, земляки, земляче, колеги, мужики, одновіриці, одnodумці, однополчани, парафіяни, приятелі, соратники, товариство, товариші, християни* та ін. Такі звертання маркують належність до групи самого мовця: "Я такий самий, як ви", наприклад: (більшовик агітує робітників створити революційний комітет) *Вони (поміщики. – І. Ш.) водили сліпих, і самі були як сліпі. І я було почав у поводитирях ходити, та спасибі робочим людям, відкрили очі на життєву правду <...> Земляки мої, як же ми горювали-бідували!* (І. Костира).

Частотними в маніпулятивних контекстах позитиву є лексеми зі значенням інтеграції: *гуртом, одним ударом, 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*, а також слова з префіксом *спів-*, що позначають спільну участь у чомусь (*співпрацювати, співрозмовник, співробітник, співмешканець, співучасник, співгромадяни* і т. д.), наприклад: (комсорг роти захищає брата своєї дівчини перед сержантом) *"Ти налаштуєси взвод проти казахів, цього робити не можна, – [втрутився в суперечку Дорошкевич.] – Ми – єдина сім'я"* (А. Сивирин); (депутат-українець пропонує співпрацю заможному туркові) *У мене ідея. Разом реалізуємо. У вас є літературна премія Алі. В Україні – Стуса. Якщо їх об'єднати і заснувати міжнародну літературну премію. Це крок до тісного зближення нашої інтелігенції, обох народів. Нове у міжнародних відносинах* (Б. Хижняк).

Використання в мовленні займенника МІ (у значенні "обидві сторони") інтуїтивно налаштовує партнерів на переговорну стратегію взаємної згоди і співпраці [263, с. 69]. Є. Л. Доценко слушно зауважує, що вживання займенника "ми" чи "ми з вами" "об'єднує краще, ніж роздільне "я і ти (ви)"" [115, с. 111-112]. Про це пише і А. О. Стриженко [351, с. 129-130]. З одного

боку, використання займенника МИ сигналізує про солідарність, а з іншого, – про авторитарність (право говорити від імені загалу) [364, с. 321].

На позначення спільного суб'єкта (термін Б. Ю. Нормана [253]) у межах реалізації тактики солідаризації використовується МИ-інклюзивне, займенник МИ зі словоформою *всі*, яка, узагальнюючи, надає висловлюванню категоричності, тотальності того, що відбувається, наприклад: (слідчий намагається встановити довірливі стосунки зі свідком для подальшого збору достовірної інформації) *Перед вами – чудесне майбутнє. Я хочу вам допомогти. Ми всі щиро служимо царю та вітчизні й маємо честь служити їм* (Ю. Мушкетик). Основне значення займенника *весь* у сполученнях "ми всі" – "повністю, без винятку" [180].

У маніпулятивному дискурсі МИ-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, що передбачає милосердя, людяність, наприклад: (Карпо хоче, щоб сусідка віддала курчат, які приبلудилися до її квочки) [*Делікатно добирає кожне слово.*] *"Ми ж добрі сусіди <...> Я розумію, що ви не винні <...> Але я бачу <...> Давайте владнаємо і забудемо <...>"* (Б. Мельничук).

При МИ-інклюзивному вживаються слова з позитивнооцінним значенням чи конотацією на зразок "злагода", "мир", "добро", "користь", "близькість", "дружба", "любов", "вірність", "культура", "міць", "подвиг", "сила", "вищість", "перевага", "досягнення", "нове" й урочиста лексика (*звитяжці, поплічник, торжество, труд, розп'яття; достойний, невмирущий, святий, славетний, тернистий; возвеличувати, творити; під орудою* і т. д.), наприклад: (священик переконує прихожан узяти участь у ремонті сільських доріг) *Двадцять років, мої дорогі парафіяни, живемо ми з вами у мирі і злагоді. Перед обличчям Всевишнього* (І. Вільде); (Богдан Хмельницький налагоджує дружні стосунки з російським послом) *Хай пан посол сам пересвідчиться, які муки і страждання*

випали на долю краю нашого і якими **жаданнями сповнені** серця наші, щоб стали ми **навіки** братами у єдиній державі Руській, під високою рукою царя і князя, **самодержця** Олексія Михайловича. Стоймо ми, пане посол, на порозі нових страшних подій (Н. Рибак).

Р. М. Блакар зазначає, що за певних умов "використання лайки, грубих чи вульгарних висловів теж є тонким лінгвістичним засобом для створення близькості та контакту як протилежність відчуженості" [44, с. 114-115].

Тактика солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву часто супроводжується прийомом протиставлення МІ-інклюзивного іншим особам, на позначення яких використовують слова з пейоративним значенням, наприклад: (перевертень-поліцей агітує працювати на фашистів свого однокласника – розвідника Радянської Армії) "... Тут уціліти треба! Ти думаєш, мало на мене зараз **зуби гострять**. То коли б їхня сила, – і з'їли б мене! Бачив отого **вишкварка**. От що, – [нахиляється він через стіл до Гусарова. Шукає його очей неспокійним поглядом.] – Це добре, що ти прийшов. Йй-богу, добре! Будемо удвох ... Я тільки тобі й зможу довіритись. Ти думаєш, я **отій рябій надлюці** вірю? Та він спить і бачить, як би на моє місце сісти! Як же! Прийшов звідкись, начальником поліції став ... То залишайся, га?" (А. Дімаров).

Удаючись до маніпулятивної тактики солідаризації, мовець може послуговуватися лексикою, яка функціонує лише у вузьких колах, що дає змогу наблизитися до адресата, говорити його мовою. Передусім ідеться про розмовну, жаргонну лексику, розмовні елементи, наприклад: (Сомов хоче увійти в довіру свого начальника для збору необхідної для роботи інформації) "Розумієте, містере Хейендопф, – [пояснив він,] – те, що я до вас часто заходжу, може викликати підозру у моїх співмешканців по казармі. Треба, щоб для цього був якийсь переконливий привід. Вам це буде лише на користь, та й мені цікаво **попоратись** біля старовини" (Ю. Дольд-Михайлик); (Ніколай Парфенович умовляє підлеглого не розраховуватися з роботи серед сезону) А може б ви ще подумали? Ми, **як-не-як, так би мовити**, свої люди, могли б **договоритись** (Б. Антоненко-Давидович).

Ефект зближення досягається і за допомогою фразеологізмів та сполучень фразеологізованого типу (*Гуртом легко і батька бити; Ждемо не діждемось; І на нашу вулицю прийде свято; І нам Бог велів (жити в злагоді); Правити бал; Пов'язані одним мотузком; Своя сорочка ближча до тіла; Тягнути одну лямку* і т. д.), наприклад: (Валбіцин покращує стосунки з колегою, від якого залежить його подальша доля) "*Киньте, – [обтер масні губи Валбіцин,] – приємно, ще приємніше ... Ми свої люди, ви залишились в оточенні і прийшли до німців, мені довелося переходити лінію фронту, отже, **пов'язані одним мотузком**, для чого нам казати компліменти один одному?" (Р. Самбук).*

У маніпулятивних контекстах МІ-інклюзивне часто функціонує з модальними дієсловами, дієсловами дійсного способу у формі першої особи множини майбутнього та минулого часу, спонукальними форми на *-мо*, за допомогою яких відбувається підключення адресата до спільної дії, значущої для обох партнерів, наприклад: (запорозький гетьман хоче використати реєстрових козаків у битві за Кодацьку фортецю) "*Святе діло задумав, сину, і запорожці будуть тобі першими поплічниками і братами!* – [вигукнув Сулима (гетьман. – І. Ш.).] **Підпалимо** пожежу, славу пожежу!" (В. Чемерис); (незнайомиць пропонує співпрацю другу свого загиблого товариша) "*Послухай мене, не пошкодуєш, – [линуло довірчо зі слухавки.] – **Порядкуватимемо** удвох. Будемо друзями, соратниками <...>*" (В. Савченко).

Схожість із співрозмовником та ставлення до нього як до близької людини в маніпулятивному дискурсі виражається в непрямий спосіб і у вигляді натяку (*зайшов по-сусідському, до тебе прохання буде як до родича, побалакати треба, як з другом* і т. д.), наприклад: (ув'язнений розвідник прагне викликати співкамерника на відвертість) "*Все життя мені попсував, усю душу скалічив ...*" – "*А в кого воно не скалічене <...>*" (Ю. Дольд-Михайлик) – пор.: "Життя у всіх скалічене, і в мене також"; (радянський розвідник налагоджує дружні стосунки з впливовим німецьким начальником) ... **У мене таке почуття, ніби я знову повернувся в рідну сім'ю!** (Ю. Дольд-Михайлик) – пор.: "Ви для мене – рідна сім'я"; (Кніпріц просить Горленка тримати в таємниці те,

що він позичив йому велику суму грошей) "... Ви тільки нікому не кажіть, щоб не вийшло скандалу. Дайте слово честі, – [захвилювався Кніпріц, боячись за свою балакучість.] – **Я вам розповів по-приятельському. Не зраджуйте мене**" (З. Тулуб) – пор.: "Я вважаю вас своїм приятелем".

Непрямо спільність із співрозмовником у маніпулятивних контекстах може виражатися і за допомогою риторично-питальних конструкцій на зразок (А) *до кого / на кого (ж) нам + дієслово на позначення позитивної дії (сподіватися, покладатися, хилитися і т. д.), як не один до одного?*

Типовим прийомом зближення з адресатом є перехід на його мову, уживання лексем, притаманних його мовленню. Наприклад, війт, який хоче, щоб новоприбулий учитель став "його" людиною, уживанням латинського фразеологізму демонструє спільне з ним – освіченість, потяг до знань (три роки вчився в гімназії) "... Ви не маєте нічого, тільки тую скринчину? – [і вдарив рукою по Шагаєвім куфрі, на котрім сидів.] – **Omnia mea tecum porto**" (Б. Лепкий).

Впливовий ефект посилює репрезентування комунікативного партнера як єдиного друга чи приятеля, наприклад: (Горленко запобігає перед Кніпріцом, який позичив йому велику суму грошей) *Та що я, ворог своєму єдиному приятелеві?* (З. Тулуб); (радянський розвідник просить священника влаштувати йому зустріч із ватажком УПА) *Святий отче, ви знаєте мене з дитинства, ви благословили мене на тернистий шлях боротьби з совітами. Крім вас, в мене тут нема нікого, невже ви залишите мене без допомоги, принаймні без поради?* (Р. Самбук).

Для збільшення переконливості мовець-маніпулятор може вдаватися до обґрунтування дружніх почуттів до співрозмовника чи спільності з ним, наприклад: (польський посол намагається заручитися підтримкою російського князя) *У нас з Москвою одні вороги – татари і турки. Нам сваритись нема причини* (Н. Рибак) – пор.: "Нам нічого сваритися, оскільки в нас одні вороги"; (власник друкарні відмовляє найманих працівників вступати до профспілки) *От бачите, як ми добре знаємо один одного. А це ще раз доводить, що ми*

таки свої, яких би ми там політичних поглядів не дотримувались (І. Вільде) – пор.: "Ми добре знаємо один одного, отже ми свої".

Повідомлення інформації про спільність з адресатом може виступати в ролі аргументу до тези про співпрацю, дружбу, розуміння адресантом адресата і т. д., наприклад: (брат Юліус умовляє брата Роберта відректися від єресі, боячись за своє життя) *Зачекайте, будь ласка, я зарані знаю, що ви хочете сказати. Я все прекрасно розумію, бо свого часу сам пережив щось подібне* (В. Дрозд); (шинкар хоче купити в громади шинок) *Чого нам змагаться, нащо вам мене кривдить? Буду я заробляти, будете й ви. Я поставлю ціну в своїх шинках таку, як у вашому, ще й зараз заплачу в волость сорок карбованців одчипного* (І. Нечуй-Левицький).

Досліджувана тактика може супроводжуватися прийомом самоприниження, наприклад: (Ільчиха хоче видати доньку заміж за сина заможного Штефаника) [*Куди назад? Таке багатство, таке щастя її дитині – і назад?*] "*Свате Штефанику, – [белькоче, заглядаючи дуці у вічі,] – якщо не так сказала, як треба, то будьте вибачні до темної баби. В лад нам з вами, пане Курочко, в лад*" (І. Вільде).

Як і в тактиці підвищення значимості співрозмовника, у цій тактиці інтенсифікаторами впливу постають універсальні квантифікатори ("прислівникові показники" (*завжди, назажди, навіки, ніколи, повсякденно, скрізь*)), що спричиняють локально-темпоральні концептуалізовані узагальнення, займенникові номени з невизначеним референтним індексом (*всі, все, вся, кожний, ніхто*), "об'єднані наявністю так званого квантора спільності, який інтегрує до цієї семантичної площини чи не всі можливі вияви ситуативних множин і надає текстові обмежувальної, екстенсивної модальності" [171, с. 12]).

Типовим прийомом маніпулятивної тактики солідаризації є гетерономінування, що надає висловленню експресивності, наприклад: (вагітна селянка просить голову сільради дати земельний наділ на її ще ненароджену дитину) *Свириде Яковлевичу, ти ж нам як рідний брат, ти ж нам найдорожча людина, найкращий порадник. Нема у нас дорожчої за тебе рідні. Та невже,*

коли власть у твоїх руках, ти не зможеш на моє ненароджене викроїти якусь скибку землі? (М. Стельмах); (князь Потоцький демонструє відданість російській цариці) *Усім своїм єством, помислами своїми, душею і тілом віднині я – російський дворянин, ваш друг, ваш раб* (П. Наніїв).

Посиленню впливу сприяють також протиставлення. У маніпулятивному дискурсі позитиву функціонують висловлювання, що містять антонімічні пари, наприклад: (колишній монах, який утік із монастиря, за наказом султана вмовляє свою землячку Роксолану прийняти мусульманство) *Але я приходжу до тебе, дитино, в справі, близькій також нашій рідній землі, дуже близькій, хоч виглядає далекою* (О. Назарук); (військовий начальник заохочує тиловиків до копання окопів) *Товариші! <...> Дорогі товариші, самі бачите – немає у нас окремого фронту і тилу. Є одна війна і єдиний фронт. А ми з вами фронтовики. Тож давайте працювати далі* (Д. Ткач).

Для тактики солідаризації характерне демонстрування та підкреслення мовцем своєї щирості. Переконавання в щирості відбувається за допомогою вставних слів і конструкцій (*бачите (самі), бачиш, Бог свідок, видите, відаєте (самі), Господь не дасть збрехати, знаєте, їй-богу, повірте мені, скажу чесно, якщо хочеш знати* і т. д.), а також за допомогою риторично-питальних конструкцій на зразок *Що, може, я не правду говорю?; Чи, може, я брешу?*, наприклад: (князь Оссолінський намагається заручитися підтримкою гетьмана в справі приборкання черні) *Відаєш, мабуть, сам, я твій прихильник і приятель* (Н. Рибак); (фашистський прислужник переконує свого сина-партизана зректися своїх високих ідеалів) *Можливо, мої слова прозвучать зараз дико, але] чесно скажу: на твоєму місці я, напевно, вчинив би так само. Якщо хочеш знати, ти достоту повторюєш мої життєві кроки* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Один із маніпулятивних прийомів, що сприяє посиленню впливу та демонструє щирість мовця, – вербалізація думок мовця стосовно адресата й узагальнене його номінування, наприклад: (начальник умовляє підлеглого, який вирішив звільнитися з обійманої посади, залишитися працювати) *Але мені буде*

дуже боляче, що ви не зрозуміли мене <...>, що людина, яка стала для мене найдорожчою в редакції, поїхала звідси моїм ворогом <...> Адже ми добре працювали з вами, Якове Петровичу! Пам'ятаєте, як ми вдвох приїхали сюди і почали видавати газету? (А. Дімаров); (жінка, що йде в Чорнобильську зону, хоче встановити дружні стосунки з попутником) Я вас зразу познала. Земляк, бачу, їде. Всі ми земляки – скільки там від вашої Красилівки до нас? (О. Васильківський). Щирість мовця маркують також висловлювання-недомовки, наприклад: (Блуд хоче об'єднати своє військо з військом Варяжка) Друже! Нам треба бути разом. Твоя сила і моя голова – се було би <...> (В. Босович).

Підкреслення спільності може відбуватися за допомогою конструкції, у кінцевій частині якої мовець позиціонує адресата як близьку людину. Створювана в такий спосіб неочікуваність підсилює впливовий ефект, наприклад: (Сергій просить свого давнього друга допомоги в розслідуванні злочину) *Вибач, що я звертаюся до тебе, але іншого виходу в мене немає, знаєш, з часом починаєш розуміти, нащо по-справжньому потрібен друг. У мене є тільки один друг, і цей друг – ти* (Д. Білий).

Діалогізація мовлення, питання-активізатори уваги на зразок *Га?; Хіба не так?; Хіба ні?; Хіба я не правду говорю?*, вставні слова-маркери встановлення контакту (*знаєш, погодьтеся, зрозумій, розумієш*) підвищують комунікативний статус адресата, інтимізують спілкування, у такий спосіб сприяючи реалізації комунікативної мети маніпулятора, наприклад: (Богдан Хмельницький перед Переяславською радою наворачтає козаків до союзу із царською Росією) ... *А тепер хто ми? Сила! Стоїмо з Москвою сполучно. Коли таке було? Ніколи!* (Н. Рибак); (Рафаїл допомагає багатодітному батькові видати дочок заміж, маючи від того зиск) *Пане Аркадію, не надривайте собі голос ... Скільки ми вже з вами знаємося? Ми вже можемо мовчати і прекрасно розуміти один одного. Скажете, що ні?* (І. Вільде).

8.1.1 Фігури слова в тактиці солідаризації

Удаючись до маніпулятивної тактики солідаризації, мовець може послуговуватися різними фігурами слова, що дають змогу оптимізувати вплив на адресата й зробити спілкування більш успішним.

У маніпулятивних контекстах демонстрації спільності із співрозмовником частотністю відзначаються метафори, наприклад: (ватажок надихає своїх воїнів перед боєм) ... *І не буде нічого кращого, як тая воля, коли поляжуть всі наші вороженьки, і наш корабель підніме вільні вітрила, й наш малиновий козацький прапор замайорить на Руському морі!* (Ю. Щербак); (гетьман переконує військо відмовитися від продовження війни з поляками) *Славне товариство! Звитяжці над нашими одвічними ворогами! За два тижні ви розгромили цвіт шляхетського війська, полонили його рейментарів. Відтепер Жовті Води і Корсунь золотом сьятимуть на крижлялях нашої історії* (В. Кулаковський).

Для ситуацій здійснення маніпулятивного впливу шляхом використання тактики солідаризації характерний і такий стилістичний прийом, як гіпербола, наприклад: (Герентій Дорохвейович прийшов просити сусіда вигнати наймита, який покепкував із нього) *Чуєш, Омеляне, не перший рік ми знаємо один одного. Не перший! Бувало, що ти мені пособляв, бувало, і я тобі рятунок приносив, бо одна погибель нам не триматися купи* (М. Стельмах); (Опалайко агітує село за Петлюру) *Скоро два роки, як царя скинули, а наша ненька Україна й досі карається, розділяючи долю вдови-сиротини. Вам, рідне браття, довелось за ці неповні два роки пережити і перетерпіти більше, ніж знало коли-небудь людство земної кулі за всю історію. Хто тільки не кривдив нас, братів-українців! Білась Україна, як риба об лід, шукаючи вірних друзів, опікунів достойних* (А. Іщук).

У межах реалізації описуваної тактики функціонують порівняння, наприклад: (мурза зацікавлений у подальшій співпраці з козацьким ватажком) *"Ти наш приятель, полковнику, і ми будемо слухатись тебе, як самого хана, – [запевнив Данила на radoщах мурза Карім-бей.] – Ще й говориш нашою мовою,*

а ми таких шануємо" (Т. Микитин); (прапорщик просить майора пробачити курсантів, які вчинили бійку) *"Вибачте, будь ласка, відпустіть нас, довік не забудемо, – [продовжував благати прапорщик.] – У житті, як на довгій ниві, може, ще коли й воюватимемо разом"* (А. Сивирин).

Акцентуючи увагу на спільному з адресатом, мовець-маніпулятор удається до повтору. Часто повторюваними в маніпулятивних контекстах постають присвійні займенники *наш* (*наша, наше, наші*), а також звертання на позначення родинних зв'язків і дружніх стосунків (*браття, братове, друзі*), наприклад: (ватажок звертається до війська перед боєм) *Довгі роки чекали ми на цю ніч і ось вона надійшла. Перед нами ворог, який зневажає **нашу** людську честь, **нашу** християнську віру, **нашу** людську гідність. Оружною рукою, браття, здобудемо собі волю і перемогу* (Ю. Щербак).

Маніпулятивно спрямованим висловлюванням на позначення спільного між комунікантами притаманний анафоричний повтор займенника "ми", наприклад: (дівчина хоче вийти заміж за хлопця) *Народжу тобі сина, а тоді матуся з дядьком Іллею залишать мене в спокої, змиряться. А як ні – повернешся з армії й поїдемо кудись подалі. **Ми** – молоді, **ми** дужі, **ми** все зможемо!* (В. Пеунов). Має місце тут і такий різновид повтору, як тавтологія, наприклад: (сенатор Адам Кисіль хоче домогтися кращих умов перемир'я для польської сторони) *Не миру хочеш ти, гетьмане, а розбрату! Кажу тобі, як **брат братові**, як **одновірець** ...* (Н. Рибак). Зібраний матеріал засвідчує приклади функціонування в межах реалізації тактики солідаризації тавтологічних зворотів фразеологізованого типу: *брат за брата, плече в плече* і под.

Посиленню маніпулятивного впливу сприяють також градація і паралелізм, наприклад: (прокурор зацікавлений у подальшій співпраці з давнім приятелем – директором підприємства) *А ми ж як сиділи, так і сидимо. І сидітимем далі. От у чому родзинка цього життя. Ми – вічні, Гавриле Ананійовичу. Оцю істину треба затямить усім дурням* (В. Іванина); (директор заводу відряджує працівників вступати до профспілки) *Ми тут, прошу я вас, як одна родина. Так відчуваєте ви, сподіваюсь, так відчуваю і я. Тому я вважаю,*

*що розмова між нами може бути тільки щира <...> (І. Вільде); (дівчина переконує юнака не відмовлятися від неї) **Ти нещасний. І я нещасна. Пойми ж і ти мене. Глянь, що робиться. Я хочу згадувати тебе усе життя, а не отих мерців, що вже пливають Десною. Останься, правда!** (О. Довженко).*

8.1.2 Субтактика згоди

У тактиці солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву виокремлюється реактивна субтактика згоди.

Згода є когнітивно-комунікативною категорією, суть якої полягає у вираженні спільних, тотожних уявлень, позицій, думок співрозмовників стосовно предмета розмови, а також щодо особи мовця-ініціатора, актуалізації позитивної реакції на запит, думку або волевиявлення учасника діалогу (стосовно змісту мовленнєвої дії співрозмовника та щодо самої дії), схвалення місця й часу інтеракції [75, с. 33].

Як стратегію / тактику мовленнєвої поведінки категорію згоди розглядали А. С. Крайнова [191, с. 74], М. П. Чуріков [396, с. 64], О. Б. Франко [386, с. 13], Т. М. Артеменко, І. П. Ліпко [7].

Згода, будучи досягненням принципової єдності думок, передбачає взаємне переконування в однаковості розуміння ситуації розмови [150, с. 153]. Вона зумовлюється спільністю вірувань, традицій, мети, поглядів співрозмовників, прийняттям ними всіх елементів діалогу – місця, часу, партнера, форми й змісту його повідомлення [316, с. 193]. За допомогою висловлень згоди – унісонних висловлень мовець навмисно демонструє комунікативному партнерові збіг поглядів, орієнтує його на співпрацю. Це забезпечує психологічну синхронізацію, створює атмосферу довіри, сприяє взаєморозумінню комунікантів, згуртовує їх.

В 11-томному "Словнику української мови" лексема "згода" визначається і як позитивна відповідь, і як дозвіл, і як взаємна домовленість, спільність поглядів, думок, однастайність, і як вербальний сигнал на підтвердження чогось [СУМ. – Т. 3, с. 516-517].

Формула згоди має такий вигляд: "Я згоден з вами, що Р", де Р – пропозиція і / або стан речей (станів, подій, дій) у світі, який описується пропозицією. Смысловим інваріантом субтактики згоди постають формули "Я з вами погоджуюсь (у тому, що Р)", "Ви праві / маєте рацію (у тому, що Р)", варіантами вираження субтактичного смислу – формули "Те, що ви сказали (що Р), правильно", "Я думаю так, як і ви (що Р)", "Я – ваш однодумець (у тому, що Р)".

А. Вежицька так визначає прагматичну сутність згоди: "Я згоден з тобою" = "Бажаючи зробити так, щоб ти знав, чи думаю я так само, як і ти, я говорю: "Я думаю, що ти маєш рацію"" [65, с. 272]. Саме це значення згоди домінує в маніпулятивних контекстах. Реактивне висловлювання комунікативного акту згоди засвідчує тотожність між мовленнєвими кроками учасників комунікації, є виявом підтримки та схвалення співрозмовника і його дій, а також ситуації спілкування.

У лінгвістиці розрізняють згоду з думкою [83, с. 145], [176, с. 74], згоду як реакцію на директивні мовленнєві акти [83, с. 45; 94, с. 204-205; 176, с. 74-77] та згоду – реакцію на прохання про дозвіл [83, с. 15; 226; 387, с. 108].

У маніпулятивному дискурсі домінує переважно згода з думкою, репрезентована унісонними висловлюваннями, яким притаманне аксіологічне, модальне й метакомунікативне значення. Причому маніпулятивно спрямованим висловлюванням згоди передують мовленнєві акти, що зумовлюють реакцію у вигляді згоди як одного з можливих перлокутивних ефектів, наперед визначених ілокутивною функцією цих мовленнєвих актів. Більшість висловлювань згоди в маніпулятивних контекстах є реакцією на мовленнєві акти, що не передбачають отримання прямої реакції згоди, тобто унісонні висловлювання, через які вербалізується маніпулятивна стратегія позитиву, характеризуються відносною "ініціативністю".

Мовленнєві акти згоди з думкою належать до типу репрезентативів, що виконують функцію фіксування відповідальності мовця за повідомлення про певний стан речей, за істинність висловлюваного [327, с. 181].

Репрезентація субтактики згоди відбувається шляхом: а) констатування правильності або прийнятності думки співрозмовника; б) вираження єдності позицій, поглядів комунікантів; в) оцінки думки адресата як такої, що відповідає дійсності чи заслуговує на схвалення.

Прийомами реалізації субтактики згоди в маніпулятивному дискурсі постають такі:

1) **констатування правоти співрозмовника, підтвердження правильності його думки**, наприклад: (схоплений шпигун виправдовується перед полковником) ... *А в розсудженні політичного моменту нащот Гітлера я цілком приєднуюсь до вашої думки – тепер він, собацюга, покрутиться* (О. Довженко);

2) **позиціонування себе як одностумця адресата**, наприклад: (друг умовляє рядового Артема обійняти посаду командира загону) *Я теж за те, щоб по коню був і вершник: тут ми одностумці* (І. Головченко, О. Мусієнко);

3) **повторення слів співрозмовника**, наприклад: (студент духовної семінарії складає випускний іспит у присутності митрополита)

– *Ну, чого ж ти плутаєшся?* – [сміявся митрополит.] – *Адже ж Гегель був єретик?*

– *Єретик, ваша високопреосвященство,* – [потакав Воздвиженський.]

– *Значить, він був дурень!*

– *Був дурень, ваше високопреосвященство.*

– *От і добре! За це одно я тобі запишу найбільший бал.* – [І митрополит насправді записав йому найбільший бал] (І. Нечуй-Левицький).

Повтор може бути повним або частковим. Частковий повтор може мати вигляд конструкцій *Та + [повтор]; То і є + [повтор]; Так + [повтор]; Таки + [повтор];*

4) **цитуювання слів комунікативного партнера**, що часто вербалізується за допомогою лексико-граматичних структур на зразок *Як ви говорили / сказали, казали, помітили, зауважили; Це ви точно помітили* і т. д., лексем *справді, дійсно, саме*, наприклад: (прокурор налагоджує дружні стосунки з директором

підприємства, щоб одержати більший хабар) *На місце цих, як ви сказали, баранів прийдуть нові барани. Барани міняються. Згодні зі мною?* (В. Іванина); (донька директора відмовляється виходити заміж за бідного інженера) *Я – пещене дитячко, якому з дитинства стелють під ноги килимову доріжку і просять єдиного – хоч якось совати ногами. Я не звикла до протягів, я **справді** акваріумна, **це ви точно сказали**. А ви – розумний, сміливий, гордий, вам потрібна не я<...>* (В. Дрозд). До того ж навмисне повторення слів співрозмовника збільшує аргументативний потенціал мовних одиниць. Афективний вплив такої цитації для адресата, повернення його репліки в загальному контексті аргументації можна порівняти з бумерангом. Часткова або повна цитація дає змогу маніпулятору зекономити мовні та ментальні зусилля, а також змінити динаміку конфлікту, перейти до контраргументації і навіть вийти з конфліктної ситуації [41, с. 9];

5) **перекладування слів комуніканта**, що може супроводжуватися словами "я сам", "і я", "і я теж", "і я так само", наприклад: (Крамарюк хоче, щоб пан Хвиля запросив його на вечерю)

[ХВИЛЯ.] ... *Я, знаєте, драм і страшних трагедій не люблю. Доволі з нас і своїх драм в щоденнім житті!*

[КРАМАРЮК.] *Так, так! Ах, в житті багато драм, я сам люблю більше кумедію.*

[ХВИЛЯ.] *Будем правду говорити, що хороша з сучасного життя драма теж слухається охотно.*

[КРАМАРЮК.] *А-а! Так, так! **І я** люблю хорошу, з сучасного життя драму.*

[ХВИЛЯ.] *Хоча тепер драми з сучасного нашого життя нема, все більше переводні.*

[КРАМАРЮК.] *Переводні, всі переводні.*

[ХВИЛЯ.] *А з нашого життя одноманітні, безідейні; флірт – і більш нічого.*

[КРАМАРЮК.] *Одноманітні, **аж нудить**, безідейні, флірт – і більш нічого ...*

(І. Карпенко-Карий);

(учитель Печариця хоче одружитися з донькою заможного адвоката Хропка)
 [ХРОПКО.] ... нові порядки пішли, і завелось оте слодобо<...>зали язика, і розплодилось брехунців довгоязиких, як жаб після дощу <...>

[ПЕЧАРИЦЯ.] **Неосновательний народ!**

[ХРОПКО.] *Шелехвости!*

[ПЕЧАРИЦЯ.] **Піна одна** (М. Старицький);

б) підхоплення висловлення ініціатора спілкування [396, с. 64-85], розгортання думки співрозмовника з урахуванням його інтересів і вподобань, наприклад: (Свиридиха хоче підтримати дружні стосунки зі своєю кумою – Коломийчихою)

[КОЛОМИЙЧИХА.] *Ну, а йому-то я на заваді, бо поки жива, то нічого з рук не пушу, а як умру, то він дурну жінку ограбить.*

[СВИРИДИХА.] **Такий би не ограбив? Ого! З пір'ям злопає! Йому аби теці здихатись** (М. Старицький);

(тисяцький Блуд прагне гармонізувати стосунки з князем)

– *Хотів би допомогти, – [так само сухо, як і перед тим, сказав Рогволод,] – та мушу про свою землю дбати.*

– *Святу правду мовиш, княже, – [підхопив Блуд.] – Своя земля – то найперша турбота мудрого князя* (В. Босович);

7) інтерпретація висловлення адресата, наприклад: (Голохвостий, який хоче вигідно одружитися, інтерпретує слова матері, що вихваляє свою доньку)

[ЯВДОКІЯ ПИЛИПІВНА.] *О, то правда, що вчилась: не жаліли кошту – всяких мод зна! Які у неї плаття, шалі, сукні <...> яких квіток позаводить <...>.*

[ПРОНЯ.] *Мамонько!*

[ГОЛОХВОСТИЙ.] **О, Проня Прокоповна має смак! Єжелі когда человек подиметься разумом вгору вище од лаврської колокольні да глянет оттудова на людей, то вони йому здаються-кажуться такі маненькі, как пацюки, пардон, криси!** (М. Старицький) – пор.: "училась, знає моду" → "розумна, має смак";

8) **схвалення, похвала, комплімент** (передусім щодо розумових здібностей адресата), наприклад: (учитель запобігає перед адвокатом, із донькою якого хоче одружитися)

[ХРОПКО.] *Хе-хе-хе-хе! Іменно піна! Зіб'ї її язиком: ляп, ляп, ляп, ляп! <...> а діла чортма! От було перше, як устругнеш по титулі <...>. А тепер і розігнатись нікуди!*

[ПЕЧАРИЦЯ.] *Да, да! Святая істина!* (М. Старицький).

На мовному рівні субтактику згоди маніпулятивної стратегії позитиву репрезентують:

1) **стверджувальні частки**: *так* (здебільшого у вигляді модифікацій із повтором), *ага, авже, авжеж, атож, аякже, еге (ж), ігі, мугу, от-от, угу, угумсь, умгу*. Показовим є те, що висловлювання згоди із запозиченими відповідниками стверджувальних часток на зразок *Єс! О'кей! О.К.* у вибірці представлені одиничними прикладами: (Василь хоче продемонструвати відданість своєму начальникові)

– *Вася, ти – на підхваті. Мобільний зв'язок. Бутерброд, вода, чай, кава, сто грам для трактористів <...>*

– *Єс оф кос, шефе! – [дав під козирьок той]* (М. Гримич). Невелику кількість таких висловлювань можна пояснити тим, що вживання англіцизмів підвищує значимість мовця, а не співрозмовника. До того ж, застосовуючи тактику солідаризації, маніпулятор намагається не порушувати максимуму скромності;

2) **вигуки та вигукові висловлювання**: *Боженьку мій! Господи! І не кажіть / кажи! Можу собі уявити! Не те слово! Нічого собі! Ну і ну! О! Ова! Ого! Ох! Уявляю! Хм! Ще б пак! Що Ви кажете?!*

3) **іменники** (у тому числі й адвербіалізовані) зі значенням: а) підтвердження: *згода, правда, факт*; б) схвалення: *клас, люкс, молодець, молодчина, резон, розумашка, розумник, супер, умнічка* і т. д.;

4) **прислівники**: а) на позначення власне згоди: *гарзд, добре, ладненько* (розм.); б) із відтінком переконаності: *безперечно, безумовно, вірно, власне, воістину, дійсно, істинно, звичайно, звісно, натурально, очевидно, певно* (що

так), *правдиво, правильно, справді, справедливо, точно*; в) зі значенням позитивної оцінки мовленнєвої / немовленнєвої діяльності співрозмовника: *геніально, класно, кльово, логічно, неймовірно, прекрасно, прикольно, розумно, чарівно, чудово* і т. д.;

5) **прикметники**: *згоден / згодний, солідарний*;

б) **дієслова**: *заметано (розм.), згоджуюсь, зробимо, домовилися, підтверджую, погоджуюсь, розуміється*;

7) **лексико-граматичні структури**, що репрезентують:

а) згоду-підтвердження: *Бачите самі; Ваша / твоя правда; (Ви) маєте рацію; Ви не помиляєтесь; Ви правильно помітили; Ви праві; Воно й видно; Істинна / чиста, абсолютна правда; Не кажіть; Певна річ; Правду мовите / кажете, глаголите; Справедливо говорите; Та що там казати / говорити; У тім-то й річ; Це ви цілком вірно говорите; Як бачите*;

б) згоду-солідарність (підтримку): *А я про що кажу; Ви вгадали / підслухали, прочитали мої думки; І я туди ж; І я (теж); Маю таку ж думку; Наші думки збігаються; Отак і мені здається, як вам; Отож і я кажу; Поділяю ваш погляд / ваше бажання; Саме це я і хочу / хотів сказати; Тут ми з вами одностайні; Цілком приєднуюсь до вашої думки; Я так само думаю / вважаю, допускаю; Я вас розумію; Я в цьому (глибоко) переконаний / не сумніваюсь; Я залюбки / з великою охотою, охоче, радо підтримаю вас; Я з вами заодно; Я сам такої думки; Я сам (сама) думаю, що / І мені здається, що + [повтор чи перефразування слів співрозмовника]. Однаковість поглядів стосовно певного стану речей передається переважно за допомогою частки *теж*, що заміщує зміст попереднього висловлення комунікативного партнера*;

в) згоду-похвалу / схвалення: *Ви дуже мудрі / розумні; Геніальна / класна, прекрасна, чудова ідея; Дай Боже; Золоті / святі, чемні слова; Капітальний факт; Ну то добре; От і добре / прекрасно, файно, чудово; Оригінальне рішення; Розумний спосіб; Розумно / влучно, гарно, слушно сказано; Слава Богу; Слушна думка; Схиляюсь перед Вашим розумом* і т. д.;

г) **згоду-дозвіл**: *Хай буде по-вашому / по-твоєму!*;

8) **фразеологізми** (*приказки*: *Що правда, то правда; Що правда, то не гріх* і под. та **фразеологізовані сполуки**: *влучити / потрапити, поцілити в саму точку / в яблучко; дивитися у воду; (саме) те, що треба; читати думки; як в око вліпити* та ін.), наприклад: (Гострохвостий хоче справити позитивне враження на батьків заможної дівчини, із якою хоче одружитися)
 [СВДОКІЯ КОРНІЇВНА.] ... *Ото моя Євфросина та й мій старий все кажуть, що немає в світі нічого кращого й луччого, як розумні і вчені люди.*
 [ГОСТРОХВОСТИЙ.] *Авжеж так, що правда, то правда* (І. Нечуй-Левицький).

У маніпулятивних контекстах позитиву спостерігаємо повтори і комбінації кількох стверджувальних часток або прислівників, що підсилює вплив на співрозмовника (*Так, звичайно!; Авжеж так!; Атож, саме так!; Істинно так!; Так точно!; Цілком зрозуміло!; Зовсім справедливо!; Абсолютно точно!* і т. д.), наприклад: (нижчий за посадою хоче гармонізувати стосунки з начальником, який доручає йому виконати важливе завдання)
 – ... *Коли мертві хапають живого, треба бути залізною людиною, щоб іти вперед і озиратися на них, на мертвих. Адже так?*
 – *Цілком точно, сер!* (П. Загребельний).

Реакція підтвердження може вербалізуватися за допомогою комбінацій часток та часток і дієслів (*а вже ж так, та так, ото так, і то так, нехай і так, та ще й так, та ще й як, а то ж бо як, та вже ж, отож-бо, отож-бо й є, отак і є, отож-то й воно, то ж і воно, то ж бо й воно, так воно є, воно так, отак і є, отож-саме, ще б пак, ще б ні (не), ще-бо, ще й як* тощо). Згода-підтвердження в маніпулятивній тактиці солідаризації часто має вигляд вислову *Та ще (й) як / який, яка, яке!*

Опосередковано згода в маніпулятивному дискурсі може виражатися через демонстрацію розуміння і довіри до комунікативного партнера за допомогою лексичних маркерів зі значенням мислення (*ясно, зрозуміло, знаю, розумію, пам'ятаю*), дієслів відчуття та сприймання (*чую, бачу*), модальних дієслів зі значенням бажання / сподівання (*вірю, сподіваюсь*), що в контексті

можуть набувати значення згоди, наприклад: (розвідник хоче, щоб оркестр провіз секретні документи) "**Розумію, розумію**, – [перервав Шульц Шредера.] – *Для росіян, яких аж нудить від класики і пісенного жанру, ваші концерти будуть справжнім святом. Усе це так. Але ви побули та й поїхали, а нам треба, щоб ваші гастролі лишили по собі глибокий слід*" (Ю. Дольд-Михайлик) – пор.: – "Я вас розумію" → "Я з вами погоджуюсь".

Часткову обізнаність передають висловлювання, оформлені розповідними реченнями, побудованими за схемою "Так + частка *i* + особова форма дієслова мислення (*думати, знати*)", маркерами на позначення сумніву на зразок *Та щось ніби таке чули, дієсловами відчуття / сприймання догадуватися, помічати / примічати, передчувати*. Висловлювання з конотацією згоди-обізнаності становлять периферію описуваної субтактики.

Згода буває цілковитою та частковою. Цілковита згода є безальтернативною. Її виражають комунікативні акти, що актуалізують лише відношення тотожності, тобто повний збіг думок, позицій, переконань, почуттів співрозмовників щодо предмета розмови. Часткова згода передбачає наявність альтернативи, сумнівів тощо. Відношення часткової згоди виникають тоді, коли адресат усвідомлює, що на деякі твердження адресанта не можна відповісти однозначно (позитивно чи негативно), однак він надає перевагу виявові коректності та ввічливості з метою кооперативного ходу розмови [75, с. 105].

У тактиці солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву домінує цілковита згода. Її конотаціями виступають підтвердження, похвала, взаємність, інтерес та розвиток думки. Часткову згоду в маніпулятивних контекстах репрезентують етикетні слова і фрази (*будь ласка, до ваших послуг, залюбки, із (великим) задоволенням, прошу*).

Серед маніпулятивно спрямованих висловлювань згоди домінують мовленнєві акти-експресиви, в основі яких лежать: а) позитивна оцінка дій адресата – мовленнєві акти подяки, компліменту, похвали, схвалення; б) вираження комунікантами своїх внутрішніх емоцій – радості, симпатії, любові та ін.

Різновидом субтактики згоди є підтакування. Для нього характерна активна демонстрація мовцем своєї згоди із співрозмовником, часті повтори, неістинність висловлювань згоди (ідеться про так звану "вимушену згоду", чи псевдозгоду [58; 148], коли згода забезпечує успішність спілкування і свідчить про неконфліктність мовця), формальний характер унісонних висловлювань, спричинений небажанням заглиблюватися в суть почутого. Підтакування може мати вигляд підтвердження, передусім респонсивного. Воно часто є реакцією на висловлення адресата, у яких відповідь уже закладена, і мовцю залишається тільки погодитися, підтвердивши пропозиційний зміст. Підтакування часто стимулюють метакомунікативні сигнали зворотного зв'язку: *Адже (ж) так?; Га?; Згодні?; Ок?; Правда?; Хіба ні?; Чи не так?; Чи як?*, наприклад: (адвокат здобуває прихильність потенційного клієнта, щоб отримати більшу плату за надавані послуги)

[МИХАЙЛО.] *Вип'ємо!*

[АБЛАКАТ.] ***Розумне слово!***

[МИХАЙЛО.] <...> *Тепер сам посуди: батько старий, Данило нестаткує, виходить, я один роблю й хазяйство держу; я один стараюсь; з якої ж речі мені побиватися день і ніч, коли це не моє, не власне хазяйство?*

[АБЛАКАТ.] ***Це правда.***

[МИХАЙЛО.] *Пора мені подумати і про себе. Що ж я цілий вік на других робитиму, чи як?*

[АБЛАКАТ.] ***Резон.*** (І. Карпенко-Карий).

Впливова функція унісонних висловлювань може посилюватися аргументацією, наприклад: (отаман умовляє козаків відмовитися від помсти) ***Я цілком згодний з вами: Дурака годилося б прив'язати дикому коневі до хвоста і пустити в чисте поле. Але ми, братове, не вбивці, своїми душами не схожі на підлих боярів – вони нам не рівня. До того ж не варто квапитися, братове*** (М. Івасюк). Мовленнєві акти згоди в маніпулятивному дискурсі зазвичай знаходяться в препозиції щодо мовленнєвих актів прохань та умовлянь.

Таким чином, смисловий інваріант субтактики згоди маніпулятивної тактики солідаризації – "Я погоджуюсь із тобою, ти правий", способами репрезентації субтактичного смислу є лексичні маркери згоди, розуміння, лексичний / тематичний повтор, підхоплення-продовження репліки співрозмовника, цитування його висловлень, мовне позиціонування себе як однодумця комуніканта тощо. Унісонні висловлювання в маніпулятивній стратегії позитиву, як і в інших комунікативних стратегіях, зумовлені попередніми мовленнєвими діями комунікативного партнера, але мають необов'язковий характер.

Тактика солідаризації є гендерно маркованою (див. додаток Л). У ролі адресанта в ній виступають переважно чоловіки (91 % проти 9 %). Причому 16 % становлять висловлювання, адресовані колективному адресатові, 10 % – адресату жіночої статі. Приклади застосування тактики жінками щодо колективного адресата є одиничними. Висловлювання, що демонструють спільність із співрозмовником, адресантом у яких постають жінки, частіше адресуються чоловікам (76 % проти 17 % висловлювань, адресованих жінкам).

У фліртових ситуаціях тактика солідаризації використовується мовцями обох статей порівняно рідко (висловлювання, які мають місце в ситуаціях флірту, не перевищують 3 % висловлювань, зафіксованих вибіркою, що репрезентують описувану тактику). Частка висловлювань, що позначають спільне між співрозмовниками, виголошуваних чоловіками жінкам у фліртових ситуаціях маніпулювання, становить 25 % порівняно з 75 % тих, що висловлюють мовці чоловічої статі жінкам в інших ситуаціях. Із висловлювань – актуалізаторів спільності, мовцем у яких є особа жіночої статі, лише 15 % становлять виголошені в ситуаціях флірту та 85 % – висловлені в інших ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу.

До тактики солідаризації найчастіше вдаються мовці, рівні за соціальним статусом із співрозмовником (63 %), 20 % становлять приклади застосування тактики вищим за соціальним статусом щодо нижчого, 17 % – нижчим щодо вищого (див. додаток М).

Отже, мовець, який використовує маніпулятивну тактику солідаризації, спільність з адресатом передає за допомогою маркерів належності / неналежності до певної групи, шляхом апелювання до групових цінностей, уживання звертань із конотацією "свій", лексем зі значенням спільності, активізаторів уваги слухача як засобів інтимізації спілкування, МИ-інклюзивного, що супроводжуються позитивнооцінними лексемами, урочистою лексикою, дієслівними формами на *-мо*.

8.2 Тактика позитивної самопрезентації

За допомогою тактики позитивної самопрезентації мовець моделює свій позитивний образ. Вона реалізується через самопохвалу, вихваляння, обіцянки та цілеспрямоване позитивне самопозиціонування – створення свого позитивного іміджу. Маніпулятивно спрямована самопохвала часто супроводжує прохання, умовляння, пропозиції, запрошення, виправдання, докори, вибачення тощо.

Суть цієї тактики полягає в тому, щоб показати себе в найвигіднішому світлі, сподобатися, створити гідний образ для подальшого впливу на співрозмовника. В. Дейк вважає, що з її допомогою мовець прагне "викликати чи підтримати позитивну реакцію (на себе) в слухача" [110, с. 273].

На позначення тактики позитивної самопрезентації в лінгвістиці функціонують такі терміни: "тактика самопохвали", "тактика побудови образу "своїх" (самопрезентація)" [224], "тактика акцентування позитивної інформації про себе", "тактика "гра на підвищення іміджу"" [146, с. 121], "тактика вихваляння", "тактика позитивної авторепрезентації" [230], "тактика позитивної саморепрезентації" [62].

Те, що кількість прикладів висловлювань-самопохвал в авторській картотеці становить невеликий відсоток (6 %), пояснюється несхваленням самовихваляння правилами спілкування вітчизняної культури через порушення максими скромності. Це відображено в численних прислів'ях і приказках, наприклад: "Калина хвалилась, що з медом солодка" [293, с. 60], "Не хвали себе сам, хай тебе люди похвалять", "Погана та дівка, що сама себе хвалить", "Не

хвались, а вчись!", "Себе любиш – людей губиш, себе хвалиш – людей ганиш", "Хвали мене, губонько, бо роздеру аж до вуха", "Хвали ми (мене), язичку, будеш кашу їсти", "Хвалився кулик у болоті", "Хвалились, хвалились – та під гору і звалились", "Хвалилася, хвалилася, аж натомилася", "Гречана каша хвалилася, ніби вона з коров'ячим маслом народилася", "Хвалив хвалько колись, а зараз знов хизується", "Багато пір'я та хвали, а літати нічим", "Не чванься, не хвалися – у дзеркало подивися", "Чужого не гудь, свого не хвали", "Ледачая хвала / гречана каша сама себе хвалить", "Хто ся сам хвалить, той злих сусід маїть", "Хвали чуже – своє і без похвалок добре", "Робота сама за себе скаже", "Добре само ся хвалить, а злоє похвали не годно" [375, с. 146], "Хто хвалиться, той кається", "Хвалящому і Бог не помагає", "Не хвалися та Богу молися" [375, с. 148] та ін.

В. В. Мозгунов зауважує: "Наша культура, хоч і передбачає ситуації, у яких вихваляння себе допускається і навіть бажане, сформулювала негативну оцінку цього явища. Усі інтраціаційні техніки оцінюються негативно через їх маніпулятивність. 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" [230, с. 302].

Основну мету вихваляння цитований вище дослідник убачає в створенні кращого образу себе самого. На його думку, термін "вихваляння" є загальнішим й універсальнішим порівняно з терміном "позитивна авторепрезентація", тому він вступає в суперечку з А. Вежбицькою, яка основною метою вихваляння вважає прагнення викликати в адресата подив і заздрість [511], доводячи, що не кожне вихваляння спрямоване на це, а може викликати доброзичливість чи зацікавленість [230, с. 302].

В. В. Мозгунов виділив такі способи позитивної авторепрезентації (вихваляння): 1) подання як власних рис і якостей, що цінуються в суспільстві або

комунікативним партнером; 2) називання себе учасником ситуації, подій, поява в яких вимагає названих вище рис і якостей; 3) переконання в наявності потенційно цінних для партнера матеріальних і нематеріальних цінностей (приятельські контакти, влада, престиж, можливості); 4) запевняння співрозмовника в користі спілкування з ним; 5) цитування позитивної думки інших про себе; 6) називання власних успіхів або переконування в них [230, с. 302].

У межах здійснення маніпулятивного впливу позитивне самопозиціонування найчастіше реалізується 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, відповідальність, старанність, обов'язковість, працелюбність, наполегливість, сміливість, рішучість, поміркованість, розсудливість, завбачливість, розумові здібності, учинки, оцінювані суспільством як позитивні, а також майно, особисті речі, одяг, наприклад: (хлопець хоче увійти в довіру незнайомки, сподіваючись на її допомогу) *Ти чого? Не бійся, не вкушу, я добрий* (В. Гарнавський); (Домка хоче помиритися із сусідкою) [*З усім селом пересварена, але нескорена, почепилася пазухою на воротах та й хвалить себе, аж піднебіння чорне видно:*] *"А я ж з вами, Ксенько, ніколи не сварилася <...>"* (Г. Тарасюк); (слідчий налагоджує співпрацю з давньою знайомою)

– *Ми вже на "ти"? А я й не помітила!*

– *Ну, – [сказав я, рушаючи з місця,] – ми ж із тобою колеги <...>. Та й взагалі, чоловік я простий як двері, так що зі мною можна без церемоній!* (Л. Кононович).

Картотекою зафіксовано висловлювання, у яких мовець, що для впливу використовує маніпулятивну стратегію 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. Поважати тебе буду за розум і чесність, парову моркву готуватиму, тапочки подаватиму" (Н. Хаткіна).

Різновидом самопохвали є також розхвалювання мовцем своїх родичів (переважно дітей), особистих речей, реалізованого товару тощо.

У тому разі, коли предметом самопохвали постають особистісні якості мовця (передусім чесність, порядність, скромність), вона здебільшого виражається непрямо, наприклад: (мер хоче посилити свій авторитет, виступаючи перед мешканцями міста) *Співгромадяни, сподіваюся, поцінували вже мою скромність і чесність <...>* (Дяченки) – пор.: *"*Я скромний і чесний"*; (брат Юліус хоче вислужитися перед начальством й усунути брата Роберта, який знає про його сумнівні вчинки) *Моя вірність католицькій церкві і моя совість зобов'язують донести вам, високоповажний отче, що брат Роберто Граціано, аби втолити нечестиву спрагу свого розуму, продався диаволу, споконвічному ворогові духу людського* (В. Дрозд) – пор.: *"*Я вірний католицькій церкві та совісний"*. Прагненням дотриматися максими скромності можна пояснити й те, що, даючи собі загальну позитивну оцінку під час здійснення маніпулятивного впливу, мовець рідко послуговується лексемами *хороший, достойний* і т. д., уживаючи опосередковано позитивні самономінації, наприклад: (злодій шукає спільника) *"Та не понтуй! – [напевне, відчувши Олексієву тривогу, весело мовив "Крейслер".] – Я нормальний мужик і нічого поганого в зоні не набрався, навіть по фені не ботаю, принципово!"* (А. Сивирин).

Позитивна самооцінка в маніпулятивному дискурсі часто супроводжується обґрунтуванням, деталізацією, демонстрацією ходу своїх думок, наприклад: (жінка хоче вийти заміж за старого приятеля) *Ні, давай серйозно одружимося. По-моєму, дуже гарна ідея. Я дуже вигідна дружина – сама заробляю гроші, мене не треба утримувати, і ще я вмю варити борщ. Ти також дуже вигідний чоловік <...>* (С. Пиркало); (парубок виправдовується перед батьком дівчини, із якою хоче одружитися) *Це я, бачте, навідався був на вулицю, – коли ж там парубки таке витівають. Музики, співи проти неділі заводять. А я собі*

парубок смирний ... думаю: *вернуся я краще додому, висплюся добре, а завтра до церкви піду* (С. Васильченко).

За допомогою самопохвали у формі своїх актуалізованих думок мовець демонструє ширість, запобігає закидам у нескромності, наприклад: (пані Яницька хоче, щоб їмость взяла її на службу) ... Гадаю собі: *не стара я ще і не дурна, вмю і зварити, і вишити, і поле, і город для мене не новина – не пропаду. А що в Хлопівці рідню маю, так заїхала туди. Від них довідалася, що їмостуня помочі потребують. Так тоді, чи не прийняли би мене до "обов'язку". Діти люблю, роботи не боюся, великої платні не хочу ...* (Б. Лепкий).

Типовим для маніпулятивних контекстів є аргументування прохань за допомогою вихвалень, наприклад: (дівчина хоче вийти заміж) "*Михайле, – [вирішила Настя не впустити свій шанс,] – Михайлику, одружитися зі мною. Адже я своє місце знаю, поперед батька в пекло не полізу, буду баньку топити, у барлогу прибиратися та й тебе чекати*" (Н. Хаткіна); (мати намагається дізнатися, куди її син подів полонянку) *Чоро, скажи мені правду, адже я не ворог тобі, а найкращий друг і порадник ... Ти не відіслав її?* (В. Малик).

Як і для інших маніпулятивних тактик позитиву, для тактики позитивної самопрезентації характерне демонстрування мовцем своєї щирості, запевняння співрозмовника в достовірності повідомлюваного, наприклад: (актор просить слідчого відпустити затриманих додому) *Ви зі своїх справжніх мертвяків самі виводьте кінці. Без нас. А ми вас на прем'єру запросимо. На найкращі місця, в царську ложу. Бігме, ми – хороші* (М. Меднікова); (священик переконує людей узяти участь у ремонті сільських доріг на громадських засадах) ... *за цих двадцять років <...> я <...> я <...> не скривив душею перед вами, мої дорогі парафіяни. Я виконував свої душпастирські обов'язки по змозі своїх сил і вміння, що мене наділив ними наш небесний отець. І сьогодні не буду лукавити перед Богом і скажу правду* (І. Вільде).

Прийомам тактики позитивної самопрезентації є підкреслення мовцем своєї унікальності, що може реалізовуватися прямо (за допомогою лексем

тільки, лише, саме, один, порівняльних зворотів як ніхто інший, ніж хто інший) та непрямо, зокрема у вигляді риторично-питальних реченневих одиниць на зразок *Хто (ж), як не я?; На кого (ж), як не на мене, вам розраховувати?*, наприклад: (керівник трупи просить директора цирку дати йому відпустку, щоб знайти артистів-утікачів) *Такого наміру я не маю* (ідеться про звільнення. – І. Ш.). *Але допомогти хорошим людям треба. **Тільки я** можу це зробити. **Тільки я** знаю, де хлопчики!* (Д. Ткач).

Типовими для маніпулятивної стратегії позитиву є висловлювання-спростування / заперечення вихваляння, наприклад: (на розглядинах перед сватанням мати хвалиться своїми дітьми) ***Я не хвалю своїх синів, але, коли правду сказати, то на всі Семигори немає таких хлопців, як мої. Що вже робочі, слухняні, покірливі, то дай Боже таких дітей усякому*** (І. Нечуй-Левицький); (пан Завадка просить сусіда взяти в учні свого сина) ... ***Мій хлопець, знаєш, якби так трохи підучити його, міг би, о, багато зміг би в тому ділі! Здібний, бестія, до малювання, кажу тобі, як не знаю що. З ним не мав би ти мороки. Це точно, Леоне. Ти знаєш мене, **я хвалитися не вмію***** (І. Вільде). Такий прийом дає змогу посилити вплив на комунікативного партнера.

Даниною скромності чи як протиставлення себе співрозмовнику або іншим особам може трактуватися самопохвала, подана у вигляді прикладу за допомогою лексем *приміром, наприклад, щодо мене, а от я*, наприклад: (олігарх хоче домовитися з охоронцем про збереження таємниці) *"Ми можемо домовитися, як дорослі люди, – [тихо сказав Шостий-Олігарх.] – **Я, наприклад, свої обіцянки виконую завжди і ревно**"* (М. Меднікова); (гетьман закликає народ вступати до свого війська) ***Щодо мене, то я, Богдан Хмельницький, не буду жалувати ні життя, ні сили, готовий на всякі небезпечності, усе віддам, аби лише для загальної свободи і спокою. І душа моя не потішеться скорше, доки не добуду сього плоду, що я найвищим бажанням собі поклав*** (Н. Рибак).

Одним із прийомів тактики позитивної самопрезентації є апелювання до знання адресатом чи третьою особою позитивних рис і заслуг адресанта, що

виражається за допомогою вставних та вставлених конструкцій / мовних формул на зразок *Вам не треба говорити; Ви (ж) мене не один рік / давно, прекрасно, добре знаєте; Знаєте самі; Кому я говорю* (у значенні "Вам непотрібно говорити, бо ви це знаєте"); (третя особа) *знає / підтвердить, не дасть (мені) збрехати; Хай / нехай третя особа скаже / підтвердить*, 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** <...> Ви ж наш <...> хазяїн <...>* (В. Іванина); (Яромир хоче бути союзником Інгвара) ***Я буду тобі вірним помічником. Слово моє тверде – Добриня знає*** (В. Босович).

Таку ж функцію виконують і висловлювання з невизначеним референтним індексом (у *газетах пишуть, кажуть* та ін.), а також ті, у яких мовець цитує чи перефразовує позитивні слова на свою адресу, висловлені співрозмовником чи третьою особою, наприклад: (помічник директора просить свого начальника посприяти йому в одержанні квартири) *... **Ще постановлять віддати квартиру Великому Механіку з Льолькою, мовляв, молода сім'я і таке інше. Не враховуючи, що одне – рядові конструктори, а зовсім інше – я, відповідальний працівник контори, ваш помічник і, **як ви щойно сказали, літописець славного колективу**** <...>* (В. Дрозд); (капітан не хоче втратити клієнта, що злякався високої ціни за проїзд) *Хай буде на твоє. **Така вже моя доля – обкрадати самого себе. Недарма мій покійний батько казав: **твоє добре серце, Ягджи-огли, пустошить твій гаманець**** <...> Приходь, шановний, удосвіта* (В. Савченко). Цей прийом теж дає змогу мовцеві не порушувати максимуму скромності.

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 умовляє командира прийняти його до партизанського загону) ***Ви не думайте, я й стріляти навчусь, і в розвідку ходитиму <...>. Ви ж ще мене не знаєте. А я такий, що скрізь пролізу і нічого не побоююсь <...>. Бачите, ось і галстук у мене, бо я – піонер*** (Д. Ткач); (дівчина просить тренера дозволити їй взяти участь в акробатичному номері концертної програми) ***"Ні, ні, я дуже хочу виступати з вами! – [наполягала Марта.] – Я смілива. Я не боюсь висоти. Ось побачите! І я неодмінно поговорю з паном Зайднером"*** (Д. Ткач).

Одним із способів позитивного самопозиціонування в маніпулятивному дискурсі може поставати самоприниження, у тому числі вдаване: "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 насмілювався йти на лови такої незрівнянної куниці. Я – що? Я – грубий воїн, який не боїться ворожих стріл, оцнів, шабель і куль. Але я не здатен іти походом на красу – тим паче таку, яку бачу перед собою!"*** (С. Тельнюк).

Особливістю 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". Застосовуючи описувану тактику, мовець актуалізує свій статус, посаду, соціальну роль, наприклад: (кріпак-боржник просить корчмаря дати йому горілку в борг) ***Ану не кривіться на мене як середа на п'ятницю, не гнівайтесь на свого сусіда <...> Налийте ще два півгорнятка! Ще два півгорнятка налийте!*** (М. Крилатий).

У межах реалізації маніпулятивної тактики позитивної самопрезентації функціонують узагальнені самономінації, виражені іменниками чи займенниками у формі множини: замість "я" – "ми", замість "старший" – "старші" і т. д., наприклад: (авторитетний селянин хоче гармонізувати стосунки зі старостою, який просить його заспокоїти натовп)

– Поведзай їм, хай розійдуться, если називаєте себе їх посланником.

[Мартинчук нахилом голови подякував за таке визнання:]

– Пане старосто, **ми** – **прості мужики**, не пасує, аби пхались поперед панства (І. Вільде); (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).

Цей прийом є виявом прагнення мовця підвищити свою самооцінку, надати вагомості своїй персоні.

Маніпулятивно спрямовані висловлювання-самопохвали можуть супроводжувати докори. Так, у зібраному матеріалі знаходимо приклади, у яких мовець хвалить себе 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.** І це – дяка за те, що я, Угаров, віддаю театрові все, що може віддати людина – серце і душу, працюю, як проклятий, ось уже два роки (Б. Левін).

Виклад позитивної інформації про себе в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву може здійснюватись і від третьої особи, навіть з уживанням відповідних займенникових форм. Це дає змогу мовцеві зменшити міру суб'єктивного в передаваному, підкреслити достовірність інформації, чим збільшити вплив на адресата, наприклад: (звинувачений у крадіжці виправдовується перед своїм начальником) "**Тридцять вісім років**, – [кажу,] – **служив Райко народній школі, отдав їй здоровля, молодість, і хоч бідний він чоловік, проте не заплямує на старість своє ім'я за якихось там двадцять карбованців!** Не вкрав я ті гроші – позичив, бо скрута прийшла мені. Гріх, – [кажу,] – **вам буде, як на старості літ зоставите мене без шматка хліба й осоромите мою сиву голову!**" (С. Васильченко); (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 у вітчизняній 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"*; (мандрівник просить притулку) *"Пустіть переночувати чесного й доброго мандрівника"*, – [сказав Руал, намагаючись здаватися якомога чеснішим і добрішим] (Дяченки) – пор.: *"Я – чесний і добрий мандрівник"*.

Позиція займенника першої особи однини у висловлюваннях самопохвалях може бути незаміщеною, що пояснюється прагненням мовця не порушувати максимуму скромності, наприклад: (робітник хоче вступити до партії) *Заяву, Семене Омеляновичу, приніс вам <...> До партії хочу <...> Наших-от, мабуть, цього літа не діждемося. Самим, видать, доведеться з "тими" воювати. Так щоб сил стало, щоб навіть у вогонь не завагався за людську правду ніти <...>* (Д. Бедзик); (торговець жінками прагне налагодити добрі стосунки із постраждалою, щоб уникнути в'язниці) *Яно, не було такого. Тобі все привиділося. Стрес. Таке буває. Прийшов до тебе з добром. Помиримося. Хочу просити. Щиро. Сердечно <...>. Стань моєю дружиною* (Б. Хижняк).

Типовим для тактики позитивної самопрезентації є самономінування у вигляді заперечень негативної оцінки і 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, наприклад: (чоловік хоче винайняти кімнату) *Ось мої документи, я не злодій і справді приїхав на відпочинок* (А. Сивирин) – пор.: *"Я – порядна"*

людина"; (начальник хоче доручити підлеглому виконання важливого завдання)
... я люблю вас, як брата, і ціную ваші здібності, ставлю їх, коли хочете, вище за свої власні, хоча про мене досить-таки непоганої думки в тих колах, які ми обидва з вами поважаємо (П. Загребельний).

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 проциндри́в без пуття: усе спустив з рук, аби тільки як-небудь прикрити ваші злидні. Не мало пішло мого добра і по Гетьманицині. Як та бідна курка-клопотуха, що знайде зернятко – да й те оддасть своїм курчаткам, так і я все до остатнього жупана пороздавав своїм діткам. А тепер от і сам обголів так, що й пучки лізуть із чобіт – доведеться незабаром ходити так, як лапко. Що ж? Походимо й без чобіт, аби моїм діткам було добре* (П. Куліш); (козак домагається того, щоб гетьман узяв його у військовий похід) *Пане гетьмане, кожен з човнів у дорозі може зіпсуватись ... Хто краще мене знає, як полагодити? Ніхто* (В. Савченко).

Основу лексичного шару маніпулятивно спрямованих самопохвал становить нейтральна загальноживана лексика. Але мають місце в маніпулятивних контекстах позитиву книжні й урочисті слова та вирази, наприклад: (полонений німець хоче вислужитися перед радянським командиром) *За вищими законами рицарства я, керівник каральної експедиції, гауптштурмфюрер СС Вільгельм Бергман, зобов'язаний вручити в руки своєму переможцеві не лише власну шпагу, а й децю інше – архіважливі відомості військового характеру* (І. Головченко, О. Мусієнко).

Знижені слова негативного забарвлення не типові для висловлювань-самопохвал. Зібраний матеріал засвідчує одиничні приклади вживання

пейоративних слів під час вихваляння, 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 в межах реалізації тактики позитивної самопрезентації частотна в тих ситуаціях, коли мовець хоче справити враження скромної людини й удається до самоприниження та коли позитивна самопрезентація супроводжується прийомом протиставлення мовця і / чи співрозмовника іншим особам, поведінка чи дії яких не схвалюються, наприклад: (Іван Брюховецький звертається з промовою до запорожців, щоб посилити свою владу) *Ви, може, думаєте, що я, так як ваші **нашийники**, стану **драти** з вас шкуру, аби тільки в мене на ногах рипали сап'янці? Не доведи мене до цього, Господи!* (П. Куліш).

Зближення з адресатом під час позитивного самопозиціонування відбувається за допомогою емоційно забарвленої лексики, фразеологізмів (*хоч у пазуху ховай, хоч у вухо бгай, з вогню вирву (а вам віддам), (за вами я) хоч у вогонь і в воду, в грудку розіб'юсь (але зроблю), (я) поперед батька в пекло не полізу, (у мене) душа не з лопуцька, (будеш у мене) як у Бога за пазухою, (я) проїв зуби на своїй справі, [позитивна самооцінка] + далі нікуди (без іронічного відтінку), розмовних елементів і вигуків (Дай Боже усякому; На біса мені ...; Ох, божже мій милий!; Слава Богу!; Так-сяк, як говориться; Хвалити Бога; Який же його біс утерпить, ходячи посеред спашу?! і под.), наприклад: (Веклюк хоче продати односельцям книжку) *"Купуйте, ходовий товар, – [таємниче шепотів то одному, то другому прирічанцеві Веклюк.] – Страшна вещь. Прочитаєте – **здохнуть можна, круці фікс**, – [і чмокав пучки пальців.] – Я сам прочитав – ледь розрив серця не дістав, **гер гот**"* (Д. Кешеля).*

Маніпулятивній тактиці позитивної самопрезентації також притаманні вставні конструкції, що активізують увагу співрозмовника (*проше вас, бачите, коли хочете знати, що вже що, знаєте і под.*). Це теж сприяє зменшенню дистанції між мовцем і об'єктом впливу.

У реченнєвих одиницях, що репрезентують висловлювання-самопохвали, присудок часто виражений дієсловами у формі теперішнього часу зі значенням позачасовості, при обіцянках – дієсловами у формі майбутнього часу, при актуалізації минулих заслуг, спогадах колишніх учинків, здобутків – у формі минулого часу.

Впливовий ефект цієї тактики, як і інших тактик маніпулятивної стратегії позитиву, забезпечується й за допомогою фігур слова: гіпербол, одним із шляхів утворення яких є вживання слів зі значенням тотальності (*всі, вся, все, усякий, завжди, скрізь, на цілому світі* і т. д.) та унікальності (*тільки, лише*); порівнянь (*працюю як проклятий, звиваюсь як вуж* та ін.), метафор (*серця свого відколупав би і дав своїм дітям* і т. п.), епітетів, повтору, зокрема анафоричного вживання займенників "я" та "ми" (у значенні "я"), антитези (при протиставленні себе іншим), персоніфікації (*серце мені крається, совість мучає* і под.), наприклад: (євнух Гасан хоче збагатитися, зігравши на інтригах між жінками падишаха) **"Хай простить мені серце всесвіту,** – [зітхнув Гасан, не звиклий говорити коротко,] – *тому що обов'язок вірного слуги наказує доповідати своєму володареві саму тільки правду, якою б жахливою вона не була*" (З. Тулуб); (можновладець просить чужинку врятувати його сина) *Врятуєш його – одержиш те, що для тебе за все найдорожче. Моє слово священне й непорушне* (В. Бережний). Підсиленню впливовості тактики позитивної самопрезентації сприяє і синтаксичний паралелізм, наприклад: (дід Серафим хоче забрати kota в підлітків) **Якби в Серафима був хліб, дав би хліба, якби було молоко, дав би молоко. Нагодував би і на дорогу дав би. Що маю, тим і вгощу** (Б. Харчук).

Тактика позитивної самопрезентації може репрезентуватись і в непрямий спосіб – завуальовано, коли адресант тільки натякає на те, що має позитивні якості, риси характеру, здатний на позитивні вчинки і т. д. Так, непрямо самопохвала вербалізується за допомогою риторично-питальних речень на зразок *Хіба / чи, невже я / мені* + "позитивна / негативна оцінка / позначення дії", наприклад: (донька просить матір пустити її на вечорниці) **Чи**

я ж у вас неслухняна, а чи я лінива? Чи я у вас наймичка? Чи я у вас у черниці наречена? Чи, може, десь долі я у вас не маю ... Ой мамо рідненька, ой пустіть же мене (С. Васильченко); (слуга запевняє пана у своїй відданості) *"Та що ви, паночку, – [скривився Янек.] – Невже личить мені, слугі такого вельможного пана, як ви, правити теревені з якимось там схизматом?"* (В. Кулаковський).

Непрямо самопохвала передається й складнопідрядними реченнями з підрядним умови. Удаючись до доведення від протилежного, за допомогою таких конструкцій мовець заперечує свою належність до груп, дії чи поведінка членів яких негативно оцінюється в суспільстві, наприклад: (диригент оркестру домагається авансу від власника ресторану, де виступатимуть артисти) *... я можу легковажити собою, але долею моїх оркестрантів – ні. Я вважав би себе негідником, коли не подбав про якусь гарантію для них* (Ю. Дольд-Михайлик) – пор.: "Я не негідник, бо дбаю про них".

Експресивне забарвлення має вихваляння у формі стверджувальних чи заперечних риторично-питальних конструкцій, наприклад: (на розглядинах Кайдашиха хвалиться своїми синами) *Де вже, щоб мої сини та не помирились! На цілому світі нема таких слухняних дітей, як мої сизопері орли!* (І. Нечуй-Левицький).

Створення позитивного іміджу для здійснення маніпулятивного впливу відбувається також через вираження емпатії ("Я вам співчуваю" → "Я хороший"), дбайливості по відношенню до співрозмовника ("Я турбуюсь про вас" → "Я хороший"), побажання добра ("Я бажаю вам добра" → "Я доброзичливий" → "Я хороший"), наприклад: (монгольський посол хоче домогтися 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". Мовленнєві акти, за допомогою яких

виражається емпатія, дбайливість, благоповажання, становлять периферію маніпулятивної тактики позитивної самопрезентації.

Позитивний образ мовець-маніпулятор часто створює не шляхом вихваляння та самопохвали, а через повідомлення інформації про необхідність виправлення неналежного стану речей або спонукання до його ліквідації, повідомлення бажаної для співрозмовника інформації чи інформації про належний стан речей, наприклад: (священик хоче показати себе з кращого боку перед прихожанками, яких попросив напярсти для нього прядива) *А це вчора прибудила до моєї левади чиясь чорна корова! Панове громадо! Розпитайте та й мені звістку дайте* (І. Нечуй-Левицький) – пор.: "Я турбуюсь про ваш добробут" → "Я хороший"; (старшина реєстрового козацтва запопадає ласки гетьмана) *Ваша милість! – [розплився Караїмович в приторно-солодкій посмішці.] – Я приготував вам теплу хату, м'яку постіль і сити вечерю* (В. Чемерис) – пор.: "Я турбуюсь про те, щоб вам було добре → "Я хороший".

Інваріант вираження емпатії – "Я вам співчуваю" (див., наприклад: [173]). Варіантами вираження емпатії в маніпулятивному дискурсі постають:

1) **констатування факту неналежного стану речей стосовно співрозмовника**, що може супроводжуватися висловлюваннями зі значенням обізнаності на зразок *Я знаю; Мені відомо*, наприклад: (гофрат хоче, щоб тесть розподілив майно на його користь) *Тато добродій дуже втомилися нині. Може би, так передріматися трохи до вечері? То вже не такий вік, щоб можна не вважати на себе. Сьомий хрестик – не жарти* (Б. Лепкий). Інформація про неналежний стан речей може виражатися непрямо – за допомогою висловлювань, оформлених риторично-питальними структурами на зразок *Скільки вже можна знущатися над вами?; До якого стану вас довели?;*

2) **вираження подиву, обурення з приводу неналежного стану речей щодо адресата**, наприклад: (репортер Юркович прагне встановити дружні стосунки з режисером театру для подальшої співпраці)

[КОТЕНКО.] ... *Нашої праці світові не видно, ми, як кроти, під землею риємось*

та добуваємо камінь блискучий <...> І спасибі ніхто не скаже <...>.

[ЮРКОВИЧ.] **Що-о? Не може бути! Щоб такої кривди <...>. Ми всі дивуємось <...> ми, малороси <...>** (М. Старицький);

3) опис свого емоційного та психічного стану, спричиненого неналежним станом справ щодо співрозмовника (*шкода вас, серце крається, жаль / біль проймає душу, душа болить, боляче / страшно, моторошно, сумно дивитися / бачити, спостерігати, усвідомлювати*), наприклад: (Летрик хоче виманити гроші в спільника Ногавички, щоб відкупитися від суду) **"Мені от не жалко себе, – [роздумливо продовжував Ілько.] – Кинуть десяток, переживу – молодий ще, нежонатий, але думаю про вас, душа болить <...> У таких літах чоловік той десяток у тюрмі не протягне <...>"** (Д. Кешеля);

4) повідомлення інформації про можливий (за певних умов) / нормативний чи бажаний стан речей стосовно співрозмовника, наприклад: (начальник каральної німецької бригади, схоплений партизаном-братом, хоче вирватися з полону) **Я волю своєю смертю врятувати тобі життя! Не дивуй, це – не красиві слова. Ти порівняно молодий, тобі ще жити та жити, ти зміг би народити синів і продовжити наш рід** (І. Головченко, О. Мусієнко); (слуга демонструє господарю свою відданість) **Господарю, час обіду наближається. Я б то й зносив усі злигодні шляху, але ж ви неодмінно мусите регулярно харчуватися** (Дяченки) – пор.: "Ви повинні бути ситі";

5) використання стосовно співрозмовника чи інших осіб, яким співчують, номінацій, що виражають емпатію (*безпомічні, безпорадні, бідненький, бідний, бідолахи, нещасні та ін.*), наприклад: (диригент хоче, щоб власник ресторану, де виступатимуть оркестранти, видав їм аванс) **І якби йшлося лише про мене. Але оркестранти! Ці бідолахи, потрапивши в чужу країну, розгубились, мов діти! Коли ми зазначимо в контракті, що ви зобов'язуєтесь наперед сплатити <...> ну, скажімо, сімсот п'ятдесят доларів** (Ю. Дольд-Михайлик).

Образ освіченої людини створюється мовцем за допомогою вживання слів іншомовного походження, книжної лексики, цитат іноземною мовою.

Створення позитивного іміджу може відбуватися й за допомогою жартів: дотепну людину, що вміє сміятись із себе та по-доброму викривати недоліки інших, цінують у товаристві, уважають розумною та кмітливою, наприклад: (наймолодший серед товаришів Дмитро Ластівка хоче здобути авторитет, напрошується на виконання завдання)

– *Спершу пошлемо до монастиря кількох ватажан. Хай скажуть, аби ченці по-доброму розчинили перед нами монастирську браму. Кого послати?*

– *Мене, отамане. Люблю говорити зі святими, коли вони на землі, а не в раю* (М. Івасюк).

Результати гендерних досліджень показують, що 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 [505, с. 45].

У картотеці 85 % висловлювань-самопохвал належать чоловікам, а 15 % – жінкам, що підтверджує вищесказане (див. додаток Н). 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 (29 % порівняно з 57 %). Частка самопохвал, висловлених чоловіками жінкам у ситуаціях флірту, становить 20 %, в інших ситуаціях – 80 %. Із висловлювань-самопохвал, у яких мовцем постає жінка, 30 % становлять виголошені в ситуаціях флірту та 70 % – висловлені в інших ситуаціях.

Предметом висловлювань-самопохвал жінок-маніпуляторів є переважно здобутки дітей і такі риси характеру, як щирість, покірність, слухняність, відданість, сором'язливість, працелюбність тощо. У ситуаціях флірту тактику позитивної самопрезентації використовують рідко: лише 6 % маніпулятивно спрямованих самопохвал, зафіксованих картотекою, представляють ситуації флірту.

Цю тактику найчастіше застосовують щодо співрозмовника, однакового з мовцем за соціальним статусом (44 %). 34 % становлять самопохвали,

адресовані комунікативному партнерові, вищому за соціальним статусом від мовця, 22 % – нижчому. Отже, вищі за статусом мовці рідше вдаються до розхвалювання себе з маніпулятивною метою (див. додаток П). Показовим є те, що частіше маніпулятивну тактику позитивної самопрезентації використовують незалежні від об'єкта впливу адресанти (58 % порівняно з 42 %).

8.3 Взаємодія тактик маніпулятивної стратегії позитиву

Під час здійснення маніпулятивного впливу мовець може послуговуватися декількома маніпулятивними тактиками позитиву одночасно. У зібраному матеріалі найменшою є кількість прикладів, що засвідчують поєднання всіх трьох тактик (0,3 % загальної кількості вибірки), наприклад: (гармаш воєводи хоче гармонізувати стосунки з ватажком селян-повстанців, до яких потрапив у полон) *Я знаю, ти, чоловіче, помічник найсильнішого буковинського розбійника. Я теж не простий боярин, а великий гармаш воєводи Георгія Дуки. Хай буде між нами згода <...>* (М. Івасюк) = тактика підвищення значимості співрозмовника + тактика позитивної самопрезентації + тактика солідаризації; (новий працівник намагається справити гарне враження на колегу) *Ми спрацюємось <...> Ваш досвід і моє політичне бачення допоможуть у цьому* (В. Авраменко) = тактика солідаризації + тактика підвищення значимості співрозмовника + тактика позитивної самопрезентації; (турок-торговець людьми заохочує до подальшої співпраці свого клієнта) *З вашою зовнішністю – бути сенатором або конгресменом. Бізнес і політика – реальна можливість до вершини влади. Уявляєте, ви міністр чи прем'єр уряду цієї країни, а я ваш добрий друг. Скільки можна зробити! Ми з вами ще обговоримо ці плани. Як у вас кажуть: не святі горшки ліплять. От з цього потрібно починати. Більше впевненості, волі, наполегливості* (Б. Хижняк) = тактика підвищення значимості співрозмовника + тактика позитивної самопрезентації + тактика солідаризації.

У "чистому" вигляді тактику позитивної самопрезентації представляють 37 % усіх маніпулятивно спрямованих висловлювань-самопохвал вибірки. Порівняно невелика кількість самостійних висловлювань-самопохвал знову ж

таки зумовлена тим, що тактика позитивної самопрезентації порушує максимум скромності та мовцю комфортніше застосовувати згадану тактику разом із тактиками, які "вивищують" адресата.

Найтипівішим є поєднання тактики позитивної самопрезентації з тактикою підвищення значимості співрозмовника (становить 45 % висловлювань-самопохвал вибірки), наприклад: (Богдан Хмельницький налагоджує дружні стосунки з турецьким послом) *З добрим серцем і світлими намірами звернулися ми до султана ясного. На мислі у нас мир і справедливість, і прагнемо ми жити у мирі з могутнім султаном. Втішно слухати тебе, великий посол Осман-ага. Спочинь після дороги, а завтра станемо трактувати з вірою у серці і ясністю у мислях* (Н. Рибак); (отець Степан хоче видати заміж свою доньку за випускника академії) *"Добру гортань маєте! От за це люблю! І горілку добре п'єте! І за це люблю!"* – [сказав отець Степан, цілуючи в губи Балабуху.] – *Коли б ви знали, Марку Павловичу, як я очепурих та опорядив свою церкву! Які я образи поставив у церкві! Та ви і в Києві таких не знайдете! От ходім, голубчику, я вам покажу"* (І. Нечуй-Левицький).

З одного боку, висловлювання позитивної самооцінки часто слугують засобом підсилення позитивної оцінки співрозмовника, наприклад: (турок запрошує вродливу українку до співпраці) *"У мене великий досвід. Знаю, що кажу, – [із горем пополам добирав слова. У нього це виходило.] – У вас все вийде. Ви станете примадонною"* (Б. Хижняк). З іншого боку, позитивна оцінка на адресу комунікативного партнера дає можливість мовцю похвалити і себе. Висловлювання позитивної оцінки на адресу комунікативного партнера можуть займати як препозицію, так і постпозицію щодо висловлювань-самопохвал, проте звичнішою є їх препозиція.

Тактика позитивної самопрезентації поєднується з тактикою підвищення значимості співрозмовника найчастіше тоді, коли мовець позиціонує себе як скромну, віддану комунікативному партнерові людину або як таку, що має досвід, авторитет і право на неупереджену оцінку адресата. Серед позитивно-оцінних експресивів, уживаних разом із висловлюваннями-самопохвалями,

спостерігаємо домінування висловлювань, що виражають позитивне ставлення до співрозмовника, над компліментарними висловлюваннями.

Кількість прикладів, які засвідчують випадки поєднання тактики позитивної самопрезентації з тактикою солідаризації, репрезентованих у картотеці, порівняно невелика (становить 18 % усіх висловлювань-самопохвал), наприклад: (кошовий отаман хоче посилити свою владу) *"Не подумайте, братове, – [сів за стіл Калнишевський понурившись,] – що я іншим дихом дихаю, ніж ви. Та знаю від вас більше і дальше бачу. Дармо пролита кров ніколи не увіллється назад у людські жили, всякає вона в чорну землю і навіть пирію не ростить. Я її, ту кров побратимську, приберегти хочу і звиваюся, як вуж, бо сутужно стало нашим Вольностям"* (Р. Іваничук); (новий шеф представляється підлеглому) *Роберт Веніамінович помер, а я ваш новий головний редактор. Колектив зустрів мене радісно, і ми з вами наведемо тут порядок <...>* (В. Авраменко); (багатій переконує лікаря не відмовлятися від лікування його родича) *"Розумію вашу завантаженість, такі знамениті люди нарозхват, – [він додав трошки металу своєму голосу,] – але ми – вам, ви – нам"* (В. Дрозд). У більшості прикладів поєднання тактики позитивної самопрезентації з тактикою солідаризації висловлювання, що маркують спільне із співрозмовником, займають препозицію відносно висловлювань-самопохвал.

"Самостійну" тактику солідаризації репрезентують 46 % усіх висловлювань, які вказують на подібність мовця з комунікативним партнером. 11 % прикладів засвідчують поєднання тактики солідаризації з тактикою позитивної самопрезентації та 43 % демонструють взаємодію тактики солідаризації з тактикою підвищення значимості співрозмовника. Взаємодію тактик маніпулятивної стратегії позитиву відображено схематично в додатку Р.

Як можна бачити, найчастотнішим є поєднання тактики солідаризації з тактикою підвищення значимості співрозмовника, наприклад: (мати переконує сина одружитися з багатю дівчиною) *Ти мусиш мене вислухати, що я тобі говорю, бо я тобі мама, а ти кров моя. Сину, чи ти гадаєш, що я тобі ворог?*

Чи ти гадаєш, як я вже стара, то вже геть-чисто забула, що таке любов? (І. Вільде); (селянин просить завгоспа позичити йому гроші) *"Глечку, золотий, – [вмовляв Ногавичка.] – Ми ж люди, майте Бога в серці"* (Д. Кешеля); (ватажок хоче зміцнити свою владу над повстанцями) *Ви мене кликали, і я прийшов. Хочу із вами очистити буковинську землю. Я знаю, ви мене зрозуміли, тому прийшлисьте. Низький вам уклін, браття!* (М. Івасюк).

Позиційної закріпленості висловлювань, що репрезентують тактику солідаризації, у маніпулятивному дискурсі не виявлено. Типовими є випадки поєднання субтактики згоди тактики солідаризації з тактикою підвищення значимості співрозмовника.

Отже, для периферійних тактик маніпулятивної стратегії позитиву характерне поєднання з іншими тактиками, передусім тактикою підвищення значимості співрозмовника. При взаємодії тактики позитивної самопрезентації з тактикою підвищення значимості співрозмовника спостерігається постпозиція висловлювань-самопохвал щодо позитивнооцінних висловлювань на адресу об'єкта маніпулятивного впливу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 8

Периферійними тактиками маніпулятивної стратегії позитиву постають тактика солідаризації і тактика позитивної самопрезентації.

За допомогою тактики солідаризації мовець акцентує увагу на спільності зі співрозмовником, позиціонує себе як його друга, однодумця чи близьку людину. Маніпулятивна тактика солідаризації реалізується шляхом повідомлення інформації про спільне з адресатом, прихильне ставлення до нього, взаємозалежність, констатування наявності дружніх стосунків із співрозмовником, демонстрації емпатії та розуміння.

Основними прийомами тактики солідаризації є прийом протиставлення МІ-інклюзивного іншим особам, оцінюваним негативно, прийом самоприниження, прийом демонстрування та підкреслення щирості,

гетеронормування, обґрунтування спільності зі співрозмовником, узагальнене нормування адресата чи МИ-інклюзивного. Інтенсифікація маніпулятивного впливу під час застосування тактики солідаризації відбувається за допомогою універсальних квантифікаторів, фігур слова, діалогізації мовлення.

Психологічна синхронізація, створення атмосфери довіри, взаєморозуміння, співпраці, сприятливих умов для здійснення маніпулятивного впливу досягаються за допомогою субтактики згоди тактики солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву. Унісонні маніпулятивно спрямовані висловлювання відзначаються ініціативністю та необов'язковістю.

Згода в маніпулятивному дискурсі реалізується шляхом підтвердження правильності думки адресата, позиціонування себе як його однодумця, повтору, цитування, перефразування та тлумачення слів співрозмовника, підхоплення його висловлення, а також у вигляді схвалень, похвал, компліментів на адресу комунікативного партнера. У маніпулятивних контекстах позитиву домінує цілковита згода. Різновидом субтактики згоди є підтакування, для якого характерна активна демонстрація мовцем своєї згоди з адресатом, часті повтори та нещирість висловлювань згоди.

Тактика позитивної самопрезентації – маніпулятивна тактика, за допомогою якої мовець шляхом вихваляння й виставляння себе у вигідному світлі чинить вплив на співрозмовника. Оскільки за нормами вітчизняної культури активне самоподання та позитивна самооцінка за умов неконфліктного спілкування є небажаними, у ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу цю тактику застосовують рідше за інші.

Прийомами тактики позитивної самопрезентації постають обґрунтування самопохвал, аргументативне їх уживання при проханнях, підкреслення мовцем своєї щирості, унікальності, демонстрування ходу своїх думок, їх актуалізація, уживання висловлювань-заперечень / спростувань вихваляння, самопохвала на тлі протиставлення себе іншим, апелювання до знання адресатом чи третьою особою позитивних рис і заслуг адресанта, констатування факту незнання адресатом позитивних рис адресанта при обіцянках, самопохвала після

самоприниження, актуалізація мовцем своєї соціальної чи статусної позиції, узагальнене самономінування, самопозиціонування з викладом інформації від третьої особи.

Реалізацію впливового потенціалу маніпулятивно спрямованих висловлювань-самопохвал забезпечують також такі фігури слова, як гіпербола, порівняння, метафори, повтори, антитеза, персоніфікація. Периферію тактики позитивної самопрезентації становлять мовленнєві акти, за допомогою яких мовець виражає емпатію, турботу, бажає добра адресату тощо.

Зближення зі співрозмовником за допомогою периферійних тактик маніпулятивної стратегії позитиву відбувається шляхом уживання мовцем емоційно забарвленої лексики, фразеологізмів, розмовних елементів, зокрема жаргонізмів, пейоративних слів, вигуків, вставних слів і конструкцій, що активізують увагу адресата.

Тактика солідаризації й тактика позитивної самопрезентації є гендерно маркованими: до них удаються зазвичай представники чоловічої статі, рівні за соціальним статусом із комунікативним партнером.

Для маніпулятивних контекстів типове поєднання тактик позитиву. Периферійні тактики маніпулятивної стратегії позитиву найчастіше застосовуються разом із тактикою підвищення значимості співрозмовника. Найбільшою "несамостійністю" характеризуються висловлювання-самопохвали, які здебільшого займають постпозицію відносно компліментарних висловлювань чи висловлювань, що передають позитивне ставлення до адресата чи вказують на спільність із ним.

Основні результати розділу опубліковано в [435; 436; 408; 425].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Стереотипність мовного спілкування в комунікативній свідомості мовців утілюється за допомогою ситуаційних моделей комунікативної поведінки, що виявляє себе в комунікативних стратегіях. Однією з таких моделей, абстрактних сценаріїв мовленнєвої поведінки, є вперше в лінгвістичній науці виокремлена й досліджена нами 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.

Базуючись на використанні принципу взаємного обміну та принципу доброго ставлення, маніпулятивна стратегія позитиву 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 реалізовуватись у межах одного або декількох комунікативних актів, 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 переслідує 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. Прямо позитивна оцінка в маніпулятивних контекстах передається шляхом повідомлення співрозмовнику інформації про його заслуги, гарні вчинки, позитивні риси характеру, демонстрування зумовленості свого або інших осіб позитивного емоційно-психічного стану чи позитивних змін у житті поведінкою чи присутністю адресата; висловлення переконаності в "хорошості" співрозмовника, спростування сумнівів щодо наявності заслуг і позитивних якостей адресата, позиціонування його як прикладу для наслідування.

Непрямими способами вираження позитивної оцінки в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву є висловлення припущення про здогадливість партнера, прохання про пораду, повідомлення інформації про запозичення ідеї в співрозмовника, доручення адресату виконання певного важливого завдання, висловлення жалю через нехтування його думкою чи порадою, конста-

тація факту виконання адресатом певної позитивно оцінюваної дії, повідомлення фактів, що свідчать про його заслуги чи позитивні риси, підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи, повідомлення інформації про його потрібність, висловлення бажання мати дещо, належне адресату.

Прихильне ставлення до адресата мовець-маніпулятор виражає шляхом повідомлення про свої (третьої особи) позитивні почуття до нього, позиціонування себе як друга, приятеля співрозмовника, побажання йому чи / і його рідним добра, висловлення впевненості в щасливому майбутньому адресата, вираження радості, задоволення з приводу знайомства, зустрічі, спільного відпочинку, праці, перебування в дружніх стосунках із ним.

Непрямо позитивне ставлення до співрозмовника в маніпулятивному дискурсі позитиву передається шляхом опису мовцем свого емоційно-психічного стану зі вказівкою на його спричиненість адресатом, висловлення прохання до співрозмовника припинити здійснення "негативних" дій щодо мовця, позитивнооцінне номінування адресата або значимих для нього осіб, уживання пестливих форм звертань, виявлення інтересу до співрозмовника, повідомлення інформації про моління за адресата чи обіцяння молитися за нього.

Характерною особливістю лексичних, граматичних і стилістичних маркерів позитивної оцінки та позитивного ставлення до співрозмовника в маніпулятивних контекстах є їхня здатність модифікувати ілокутивну силу експресивів у бік інтенсифікації.

Посилити впливову функцію маніпулятивно спрямованих позитивно-оцінних висловлювань дають змогу такі комунікативні прийоми, як "компліментарне висловлювання чужими вустами", повідомлення про загальну визнаність заслуг адресата, уживання універсальних висловлювань у функції компліменту, "компліментарне висловлювання прихованому адресатові", "комплімент у присутності сторонніх", "компліментарне висловлювання на тлі самоприниження", "деталізація / генералізація компліменту", висловлення подиву або захоплення з приводу наявності в співрозмовника позитивних якостей, заслуг, "подвійний комплімент".

Прийомами-інтенсифікаторами тактики підвищення значимості співрозмовника постають 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 висловлення, діалогізація мовлення адресанта, використання жартів і мовної гри.

Посилення впливовості тактики підвищення значимості співрозмовника забезпечується також аргументуванням компліментарних висловлювань, використанням компліментів як детермінантів певного стану речей чи позитивних почуттів до співрозмовника, уживанням позитивнооцінних експресивів для аргументації спонукальних висловлювань.

У маніпулятивних контекстах найчастіше аргументуються компліментарні висловлювання, у яких дається узагальнена або перебільшена позитивна оцінка співрозмовнику, адресат порівнюється з іншими особами, предмет похвали становлять професійна майстерність співрозмовника, його вміння, навички, здібності, врода, моральні та інші особистісні якості. Раціональна аргументація в маніпулятивній тактиці підвищення значимості співрозмовника домінує над нераціональною.

Зменшенню дистанції між комунікативними партнерами слугують уживані мовцем-маніпулятором оцінні слова, слова з переносним й оказіональним значенням, лексеми з розширеною сполучуваністю. Прагнення зблизитись із співрозмовником засвідчують переходи адресанта на мову адресата, наслідування його мовлення, що виявляється або в неформалізації спілкування, уживанні розмовних елементів і нелітературних різновидів мови або в намаганні дотримуватися норм літературної мови, використанні врочистої лексики, книжних зворотів, термінів, слів іншомовного походження, а також слів із дифузною семантикою.

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. У маніпулятивному дискурсі займенник "Ви" маркує повагу до адресата, "ти" – дружнє чи приязне ставлення. Уживання займенника "Ви" як засобу відчуження, а займенника "ти" як вияву фамільярності, неповаги, зверхнього ставлення до комунікативного партнера в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника не типове. Частки та вигуки увиразнюють мовлення маніпулятора.

За результатами дослідження маніпулятивно спрямовані позитивнооцінні експресиви у формі розповідних речень домінують над тими, що мають форму окличних і питальних. Прості конструкції частотні порівняно зі складними. Експресиви, які функціонують у маніпулятивному дискурсі, часто оформлюють реченнєвими одиницями обірваної будови та реченнями, ускладненими надлишковими елементами. Для маніпулятивних контекстів типовими є 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. 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. Найчастотнішими в маніпулятивних контекстах є компліментарні й акцентовані звертання.

Прийомами оптимізації впливової функції звертань постають акцентування, уточнення звертань, їх контактний і дистантний повтор, гетерономіація 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.

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, а також компліментарні висловлювання щодо вмінь, здібностей, можливостей, заслуг, імені співрозмовника, стосовно предметів, об'єктів чи осіб, що мають відношення до нього.

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 в ситуаціях 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. Ілокуція компліменту в маніпулятивному дискурсі зазвичай виражається прямо. Види непрямих компліментарних висловлювань репрезентовані майже рівномірно: імпліцитні компліментарні висловлювання за чисельністю істотно не перевищують власне непрямі.

Генеральними інтенціями мовця-маніпулятора, який послуговується тактикою підвищення значимості співрозмовника, постають 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 спрямована передусім на 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, а також 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 та виставлянні себе у вигідному світлі. У ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу цю тактику застосовують рідше за інші. Це зумовлено особливостями вітчизняної культури

і 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 простежуємо 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, самоприпущення, запевняння мовця у своїй щирості, аргументування висловлюваного, активізація уваги співрозмовника, посилення / послаблення категоричності мовлення маніпулятора.

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.

Здійснене дослідження відкриває перспективу для подальших наукових студій, присвячених вивченню ефективності маніпулятивної стратегії позитиву та чинників, що впливають на неї, виокремленню й характеристиці реакційних маніпулятивних тактик, аналізу інформаційних жанрів маніпулятивної стратегії позитиву, висвітленню її в етнокультурному аспекті, крізь призму міжкультурної комунікації.

Дисертація слугуватиме матеріалом для здійснення порівняльної характеристики засобів вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву і неманіпулятивних меліоративних стратегій, допоможе в пошуку ефективних шляхів гармонізації спілкування. Результати дослідження можуть бути врахованими під час розроблення рекомендацій щодо успішності комунікації, її планування та контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

НАУКОВІ ПРАЦІ

1. Агаркова О. А. Прагматические аспекты комплимента как форма речевого этикета : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук. : спец. 10.02.19 "Теория языка" / Агаркова Ольга Анатольевна ; [Челяб. гос. ун-т]. – Челябинск, 2004. – 22 с.
2. Аксенова И. Н. Типы связей в констативных блоках высказываний / И. Н. Аксенова // Языковое общение : Единицы и регулятивы. – Калинин : Калининский гос. ун-т, 1987. – С. 115-120.
3. Александрова В. Г. Структурно-синтаксическое кодирование информации мужчинами и женщинами / В. Г. Александрова // Актуальні проблеми металінгвістики : [зб. статей за матеріалами III міжнар. наук. конф.] : [у 2-х ч.]. – Ч. 1. – Черкаси : Брама. Видавець Вовчок О. Ю., 2003. – С. 69-73.
4. Амиров В. М. Агитационный предвыборный свертхтекст : организация содержания и стратегии реализации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Амиров Валерий Михайлович. – Екатеринбург, 2002. – 221 с.
5. Анисимова Т. В. Средства воздействия на аудиторию в предвыборной речи / Т. В. Анисимова // Предмет риторики и проблемы ее преподавания : [материалы Первой Всероссийской конф. по риторике. 28-30 января 1997 г., Москва]. – М. : Добросвет, 1998. – С. 262-273.
6. Аронсон Э. Эпоха пропаганды : Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис. – [перераб. изд.]. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с. – (Проект "Психологическая энциклопедия").
7. Артеменко Т. М. Прагматичні аспекти мовленнєвої діяльності та навчання діалогічної форми мови / Т. М. Артеменко, І. П. Ліпко // Филологические науки. Методика преподавания языка и литературы. – Режим доступа до журн. : www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Philologia/24187.doc.htm - 14к-.
8. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики : [сб науч. ст.] /

АН СССР Ин-т рус. языка ; отв. ред. В. П. Григорьев. – М. : Наука, 1984. – С. 5-23.

9. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16 : "Лингвистическая прагматика". – М. : Прогресс, 1985. – С. 3-42.
10. Арутюнова Н. Д. Номинация и текст / Н. Д. Арутюнова // Языковая номинация. Виды наименований. – М. : Наука, 1977. – С. 304-357.
11. Арутюнова Н. Д. Оценка в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – [2-е изд., испр.]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – С. 130-274.
12. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл : логико-семантические проблемы / Н. Д. Арутюнова. – [изд. 4-е, стер.]. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 384 с. – (Лингвистическое наследие XX века).
13. Арутюнова Н. Д. Речевой акт / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 412-413.
14. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
15. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 896 с.
16. Байков В. Г. "Агрессия" и "толерантность" : две стороны речевого воздействия / В. Г. Байков // Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення, міжособової та міжкультурної комунікації. – Х. : Константа, 1996. – С. 11-14.
17. Байков В. Г. Манипулятивная семантика и контрпропаганда / В. Г. Байков // Функционирование языка как средства идеологического воздействия. – Краснодар : Изд-во Кубанского ун-та, 1988. – С. 5-113.
18. Баландіна Н. До проблеми опису етикетних перформативів у словниках (чесько-українські паралелі) / Н. Баландіна, М. Степаненко // *Eslavistica Complutense*. – 2007. – № 7. – С. 63-76.

19. Баранов А. Н. Аксиологическая стратегия в структуре языка (паремиология и лексика) / А. Н. Баранов // Вопросы языкознания. – 1989. – № 3. – С. 74-90.
20. Барсукова М. И. Медицинский дискурс : стратегии и тактики речевого поведения врача : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Барсукова Марина Игоревна. – Саратов, 2007. – 144 с.
21. Бахнева Л. В. Гендерные коммуникативные разновидности звучащего английского текста / Л. В. Бахнева // Актуальні проблеми менталінгвістики : [зб. статей за матеріалами III міжнар. наук. конф.] : [у 2-х ч.]. – Ч. 2. – Черкаси : Брама : Видавець О. Ю. Вовчок, 2003. – С. 3-11.
22. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – [2-е изд.]. – М. : Искусство, 1986. – 444 с.
23. Бацевич Ф. Дискурсивна природа мовленнєвого жанру / Флорій Бацевич // Функціонально-комунікативні аспекти граматики і тексту : [зб. наук. праць, присвячений ювілею д-ра філол. наук, проф., акад. АН ВШ України, зав. кафедри укр. мови ДонНУ Загнітка А. П.]. – Донецьк : ДонНУ, 2004. – С. 16-22.
24. Бацевич Ф. Лінгвістична генологія : проблеми і перспективи / Флорій Бацевич. – Львів : ПАІС, 2005. – 264 с.
25. Бацевич Ф. Основи комунікативної девіатології / Флорій Бацевич. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 236 с.
26. Бацевич Ф. С. Категории коммуникативной лингвистики : попытка обоснования / Ф. С. Бацевич // Актуальные проблемы вербальной коммуникации : язык и общество : [сб. науч. трудов] / [под. общ. ред. Л. А. Кудрявцевой]. – К. : ВГЦ "Киевский нац. ун-т им. Тараса Шевченко", 2004. – С. 124-127.
27. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : [монографія] / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.

28. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / Ф. С. Бацевич. – К. : Академвидав, 2004. – 344 с. – (Альма-матер).
29. Беглов С. И. Внешнеполитическая пропаганда : очерки теории и практики / С. И. Беглов. – М. : Высш. школа, 1980. – 366 с.
30. Безменова Л. Э. Функционально-семантические и прагматические особенности речевых актов (на материале комплиментов в современном английском языке) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Безменова Лариса Эдуардовна. – Самара, 2001. – 174 с.
31. Безменова Н. А. Проблемы эффективности речи в перспективе неориторики / Н. А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 152-159.
32. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі / Л. Р. Безугла. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 330 с. – Бібліогр. : с. 282–326.
33. Бекетова О. В. Фігури повтору та організаційні форми аргументації в текстах публічної мови (на матеріалі німецької мови) / О. В. Бекетова // Мовознавство. – 1997. – № 4-5. – С. 32-37.
34. Белл Р. Т. Социолінгвістика : цели, методы и проблемы / Р. Т. Белл ; [пер. с англ. ; предисл. А. Д. Швейцера, с. 5-22]. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 318 с. : ил.
35. Белодед И. К. Язык и идеологическая борьба / И. К. Белодед. – К. : Наук. думка, 1974. – 87 с.
36. Беляева И. А. Прагматическая неоднозначность высказываний с пропозициональным содержанием субъективной оценки / И. А. Беляева // Вісник Харківського ун-ту. Теоретичні і практичні аспекти комунікативної діяльності. – Х. : Вид-во ХУ, 1994. – № 382. – С. 10-13.
37. Берн Э. Игры, в которые играют люди / Эрих Берн ; [пер. с англ. М. Будыниной, Е. Перцевой, В. Никандровой]. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 320 с. – (Серия "Психологическая коллекция").

38. Бессонов Б. Н. Идеология духовного подавления / Б. Н. Бессонов. – М. : Мысль, 1971. – 295 с.
39. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови : когнітивний і гендерний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. Л. Бессонова ; [Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка]. – К., 2003. – 39 с.
40. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики : проблеми систематизації / А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. праць]. – К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т філології, 2004. – № 10. – С. 11-16.
41. 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" / А. Д. Белова. – К., 1998. – 30 с.
42. Бігарі А. А. Емотивна аргументація у дискурсі сімейного спілкування / А. А. Бігарі // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. праць]. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка. Фак-т іноземної філології, 2000. – С. 30-39.
43. Бігунова Н. О. Рівнева структура мовленнєвих актів похвали і схвалення / Н. О. Бігунова // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. Івана Франка. – 2007. – (32). – С. 117-119.
44. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте) / Блакар Р. М. // Язык и моделирование социального взаимодействия : [переводы] / [сост. В. М. Сергеева и П. Б. Паршина ; общ. ред. В. В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88-125.
45. Бобенко А. В. Функционирование комплимента в американском варианте английского языка : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Бобенко Анна Викторовна. – Благовещенск, 2001. – 197 с.
46. Богданов В. В. Речевое общение. Прагматические и семантические аспекты / В. В. Богданов. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1990. – 88 с.

47. Божко Г. П. Мовленнєві тактики в репертуарі російської мовної особистості (на матеріалі комунікативної ситуації "примирення") : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / Г. П. Божко ; [КНУ ім. Тараса Шевченка ; Ін-т філології]. – К., 2003. – 16 с.
48. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика : проблеми семантики і функціонування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Н. І. Бойко. – К., 2006. – 36 с. – (НАН України. Ін-т укр. мови).
49. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия : [переводы] / Д. Болинджер ; сост. В. М. Сергеева и П. Б. Паршин ; общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 23-43.
50. Бондарко А. В. О стратификации семантики / А. В. Бондарко // Общее языкознание и теория грамматики. – СПб. : Наука, 1998. – С. 51-63.
51. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи : [сб. науч. статей]. – Саратов : Колледж, 1999. – Вып. 2. – С. 81-97.
52. Борисова И. Н. Цельность разговорного текста в свете категориальных сопоставлений / И. Н. Борисова // Stylistyka. – 1997. – № 6. – С. 371-386.
53. Ботвина Н. Б. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділового спілкування / Н. Б. Ботвина. – К. : Артєк, 2000. – 189 с.
54. Бріцин В. М. Модальна грамати́ка дискурсу як один із напрямів семантико-синтаксичних досліджень / В. М. Бріцин // Мовознавство. – 2006. – № 2-3. – С. 101-111.
55. Бріцин В. М. Модальна і семантична структура політичних промов у мові тоталітарного суспільства / В. М. Бріцин // Мова тоталітарного суспільства. – К. : НАН України, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні, 1995. – С. 61-68.

56. Брусенцова Г. Н. Высказывание высокой степени оценки в современном французском языке : вопросы коммуникативного и экспрессивного синтаксиса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Г. Н. Брусенцова. – М., 1985. – 218 с.
57. Булаховский Л. А. Курс русского литературного языка : [в 2-х т.] / Л. А. Булаховский. – [изд. 5-е, переработ.]. – Т. 1. – К. : Рад. школа, 1952. – 446 с.
58. Булыгина Т. В. Возражение под видом согласия / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев // Облик слова : [сб. ст. памяти Д. Н. Шмелева]. – М. : Наука, 1997. – С. 137-147.
59. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики / Т. В. Булыгина // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 333-342.
60. Бушкова В. В. Комунікативні стратегії та мовні моделі в міжкультурному спілкуванні / В. В. Бушкова // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. – Серія "Філологія". – 2000. – Вип. 3. – С. 216-218.
61. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова // Речевое общение : [Вестник Российской риторической ассоциации] / [под ред. А. П. Сковородникова]. – Вып. 1 (9). – Красноярск : Изд-во Красноярск. гос. ун-та, 2000. – С. 42-53.
62. Василенко Н. В. Коммуникативная стратегия поощрения в русском речевом общении : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / Василенко Наталия Владимировна ; [Киев. нац. ун-т им. Т. Шевченко, Ин-т филологии]. – К., 2009. – 285 л.
63. Василенко Н. Манипулятивный потенциал речевой тактики комплимента / Н. В. Василенко // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. пр.]. – Вип. 26. – Ч. 1. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. – С. 148–152.
64. Ваулина О. В. О некоторых языковых особенностях выражения эмоций в речи / О. В. Ваулина // Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення, міжкультурної комунікації. – Х. : Константа, 1996. – С. 30-35.

65. Вежбицкая А. Речевые акты / Анна Вежбицкая // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. ст., переводы]. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – С. 251-275.
66. Вежбицкая А. Семантические примитивы / Анна Вежбицкая // Семиотика. – М. : Радуга, 1983. – С. 225-252.
67. Веретенкина Л. Ю. Языковое выражение межличностных манипуляций в драматургии А. Н. Островского : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Веретенкина Лариса Юрьевна. – Пенза, 2004. – 216 с.
68. Верещагин Е. М. Коммуникативные тактики как поле взаимодействия языка и культуры / Е. М. Верещагин // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Всесоюзная науч. конф. Москва, 20-23 мая 1991 г. Доклады. – Ч. 1. – М. : Ин-т русского языка АН СССР, 1991. – С. 32-43.
69. Верещагин Е. М. Тактико-ситуативный подход к речевому поведению (поведенческая ситуация "Угроза") / Е. М. Верещагин // Русистика. – 1990. – № 1. – С. 26-32.
70. Ветрова Е. С. Семантика і функціонально-комунікативний аспект етикетних одиниць в епістолярній спадщині українських письменників ХІХ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Е. С. Ветрова ; [Донецький нац. ун-т]. – Донецьк, 2004. – 20 с.
71. Виноградов С. И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспект культуры речи / С. И. Виноградов // Культура русской речи и эффективность общения. – М. : Наука, 1996. – С. 121-152.
72. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий : варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур ; [РАН Ин-т рус. яз.]. – М. : Наука, 1993. – 171 с.
73. Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1980. – 237 с.

74. Власть в русской языковой и этнической картине мира : [колл. монография] / Ермаков С. В., Ким И. Е., Михайлова Т. В. и др. – М. : Языки славянской культуры : Знак, 2004. – 408 с.
75. Войцехівська Н. К. Категорія згоди в українському літературному діалогічному дискурсі (на матеріалі художньої літератури ХХ – початку ХХІ ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Войцехівська Наталія Костянтинівна. – К., 2009. – 288 с.
76. Волошинов В. Н. Марксизм и философия языка. Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В. Н. Волошинов. – Л. : Прибой, 1929. – 188 с.
77. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – изд. 3-е, стер. – М. : Наука, 2006. – 228 с. – (Лингвистическое наследие ХХ века).
78. Волюнкина С. В. Речевые жанры похвалы и комплимента в бытовой сфере общения и коммуникативной среде телевизионного ТОК-ШОУ : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / С. В. Волюнкина. – Красноярск, 2009. – 230 с.
79. Воронцов Л. В. Симфония разума : афоризмы и изречения отечественных и зарубежных авторов. Композиция / Л. В. Воронцов. – М. : Молодая гвардия, 1977. – 622 с.
80. Вострикова Е. С. Комплимент как одна из форм фатического общения (на материале английского языка) : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук, спец. : 10.02.04 "Германские языки" / Е. С. Вострикова – СПб., 2010. – 17 с.
81. Гак В. Г. Оценка, экспрессия и модальность в языке и речи / В. Г. Гак // Функциональная семантика : оценка, экспрессия, модальность / [Н. Д. Арутюнова, И. И. Челишева (авт. предисл.)]. – М., 1996. – С. 20-31.
82. Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 768 с. – (Studia philologia).
83. Галактионова И. В. Средства выражения согласия / И. В. Галактионова // Идеографические аспекты русской грамматики / [под ред. В. А. Белошапковой и И. Г. Милославского]. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – С. 145-168.

84. Галапчук О. Стратегічна поведінка представників різних вікових груп у мовленнєвих ситуаціях знайомства та обговорення планів / О. Галапчук // Науковий вісник Волинського держ. ун-ту імені Лесі Українки. – Філологічні науки. – 2000. – № 2. – С. 191-195.
85. Галимова З. Ф. Тактики комплиментів і похвал в конструюванні "положительного образу" жінки-собесідниці : на матеріалі ток-шоу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / Галимова Зульфія Фірдависовна. – Іжевск, 2009. – 168 с.
86. Галич О. Теорія літератури / Олександр Галич, Віталій Назарець, Євген Васильєв ; за наук. ред. О. Галича ; допущено МОН України. – К. : Либідь, 2001. – 488 с.
87. Гарнер А. Язык разговора / Аллан Гарнер, Аллан Пиз. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 224 с.
88. Герасимова О. И. О типах значений косвенных высказываний / О. И. Герасимова // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса : [сб. науч. тр.] / [Калининский гос. ун-т; редкол. : И. Г. Сусов (отв. редактор)]. – Калинин : Изд-во Калинин. гос. ун-та, 1985. – С. 150-158.
89. Германова Н. Н. Коммуникативная стратегия комплиментов и проблемы типологии речевых этикетов / Н. Н. Германова // Язык и модель мира : [сб. научн. трудов]. – Вып. 416. – М. : Моск. гос. лингвист. ун-т, 1993. – С. 27-39.
90. Глаголев Н. В. Приемы буржуазной манипуляции потребностями реципиента / Н. В. Глаголев // Речевое воздействие : психологические и психолингвистические проблемы. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1986. – С. 9-18.
91. Гладуш Н. Ф. Основи прагматичної таксономії непрямих мовленнєвих актів / Н. Ф. Гладуш // Вісник Сумського державного ун-ту. – Серія Філологічні науки. – 2005. – № 5 (77). – С. 104-109.

92. Гладуш Н. Ф. Прагматическая неоднозначность высказываний / Н. Ф. Гладуш // Прагматические аспекты изучения предложений и текста : [сб. науч. тр.] / [Киевский гос. пед. ин-т иностр. яз.]. – К., 1983. – С. 47-51.
93. Глинкина Л. А. Речевой этикет : "ты" и "вы" / Л. А. Глинкина // Русская речь. – 1984. – № 2. – С. 62-66.
94. Гловинская М. Я. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых актов / М. Я. Гловинская // Русский язык и его функционирование. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 158-218.
95. Гнатюк Л. Прагматичні й функціонально-комунікативні аспекти ввічливості (на матеріалі сучасної української мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Любомира Гнатюк ; [Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника]. – Івано-Франківськ, 2007. – 18 с.
96. Гольдин В. Е. К проблеме обращения как лексической категории / В. Е. Гольдин // Язык и общество : [межвуз. науч. сб.]. – Вып. 4. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1977. – С. 13-31.
97. Гольдин В. Е. Обращение : теоретические проблемы / В. Е. Гольдин. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1987. – 130 с.
98. Гордон Д. Постулаты речевого общения / Д. Гордон, Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. статей. переводы]. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 276-302.
99. Городенська К. Г. Сполучники української літературної мови : [монографія] / Катерина Городенська ; НАН України ; Ін-т укр. мови. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – 208 с.
100. Городникова М. Д. Гендерный аспект обращений как фактор речевого регулирования / М. Д. Городникова // Гендер как интрига познания : [сб. статей]. – М. : Рудомино, 2000. – С. 81-92.
101. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 217-237.

102. Грачев Г. Манипулирование личностью : организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Георгий Грачев, Игорь Мельник. – М. : ИФРАН, 1999. – 235 с.
103. Григорьева О. А. Речевая стратегия "комплимент" и особенности ее реализации в русской и английской культурах / О. А. Григорьева // Мова і культура : [наук. видання]. – Вип. 11. – Т. 1 (113). – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – С. 49-53.
104. Гриценко Е. С. Социально-психологические аспекты функционирования коллоквиальных мелиоративов / Е. С. Гриценко // Социальная и стилистическая вариативность английского языка : [межвуз. сб. науч. тр.] / [Пятигорск. гос. пед. ин-т иностр. яз.]. – Пятигорск, 1988. – С. 79-86.
105. Гришаева Л. И. Объект комплимента в гендерном измерении / Л. И. Гришаева // Доклады I междунар. конф. "Гендер : язык, культура, коммуникация". – 25-26 ноября 1999 года. – М. : МГЛУ, 2001. – С. 152-161.
106. Грошев И. В. Образ женщины в рекламе / И. В. Грошев // Женщина. Гендер. Культура. – М. : МЦГИ, 1990. – С. 331-343.
107. Гусліста Л. О. Негативна етична оцінка в контекстах осуду (на матеріалі сучасної публіцистики) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / Л. О. Гусліста ; [Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна]. – Х., 2002. – 16 с.
108. Даньшина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса / Е. В. Даньшина // Вісник СумДУ. – Серія "Філологія". – 2007. – № 1. – Т. 2. – С. 24-28.
109. Двинянинова Г. С. Комплимент как коммуникативная стратегия и прагматическая тактика в англоязычном дискурсе (гендерный аспект) / Двинянинова Г. С., Морозова И. С. // Доклады II междунар. конф. "Гендер : язык, культура, коммуникация". – М. : МГЛУ, 2002. – С. 118-125.
110. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : [сб. работ] / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с. : ил. – Предм. указ. : с. 308-311.

111. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры / В. В. Дементьев ; [В. Е. Гольдин (ред.)]. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2000. – 248 с.
112. Демьянков В. З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В. З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М. : ИНИОН АН СССР, 1989. – С. 13-40.
113. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие : коммуникативно-прагматический аспект : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01 / Денисюк Елена Викторовна. – Екатеринбург, 2003. – 200 с.
114. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. В. Дмитрук ; [Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка]. – К., 2006. – 19 с.
115. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы, защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо : Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.
116. Дубских А. И. О некоторых аспектах коммуникативной стратегии самопрезентации / А. И. 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 "Изд-во РЕКПОЛ", 2008. – С. 96-100.
117. Дудина М. Г. Аргументация как одно из средств речевого воздействия (на материале текстов рекламы) / М. Г. Дудина // Прикладная лингвистика – 2001 : [сб. статей] / отв. ред. А. И. Новиков. – М. : Азбуковник, 2001. – С. 19-26.
118. Дужик Н. С. Повтор як стилетворчий засіб орнаментальної прози / Н. С. Дужик // Мовознавство. – 1994. – № 4-5. – С. 57-61.
119. Дьячкова И. Г. Высказывания-похвалы и высказывания-порицания как речевые жанры в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Дьячкова Ирина Геннадьевна. – Омск, 2000. – 139 с.

120. Дьячкова И. Г. Похвала и порицание как речевые жанры (прагматический анализ) / И. Г. Дьячкова // Вестник Омского ун-та. – 1998. – Вып. 3. – С. 55-58.
121. Желтухина М. Р. Функции комического в политическом дискурсе / М. Р. Желтухина // Языковая личность : проблемы межкультурного общения : [тез. науч. конф., посвящ. 50-летию фак-та иностр. яз. ; Волгоград, 3-4 февраля 2000 г.]. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 25-27.
122. Жельвис В. И. Эмотивный аспект речи : психолингвистическая интерпретация речевого воздействия : [учеб. пособие] / В. И. Жельвис. – Ярославль : ЯрГУ им. К. Д. Ушинского, 1990. – 81 с.
123. Жилин И. М. Ложные стереотипы в буржуазной пропаганде / И. М. Жилин // Функционирование языка как средства идеологического воздействия : [сб. науч. тр.]. – Краснодар : Изд-во Кубан. ун-та, 1988. – С. 69-79.
124. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации : [монография] / Н. И. Жинкин. – М. : Наука, 1982. – 157 с.
125. Жук Т. В. Лексичний та синтаксичний повтор в українській народній творчості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Т. В. Жук. – К., 2005. – 18 с.
126. Жуматова Ю. В. Лингвокультурологические особенности русского и английского комплиментов : на материале художественных произведений XIX века : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Жуматова Юлия Владимировна. – Челябинск, 2009. – 191 с.
127. Загнітко А. П. Основи українського теоретичного синтаксису : [у 3-х ч.] / А. П. Загнітко. – Частина 2. – Горлівка : ГДПШМ, 2004. – 254 с.
128. Загнітко А. П. Теоретична грамати́ка української мови : синтаксис : [монографія] / А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – 662 с.
129. Зверева Е. В. Коммуникативно-речевая ситуация "Комплимент" (на материале испанского языка) : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.05 "Романские языки" / Е. В. Зверева. – М., 1995. – 15 с.

130. Земская Е. А. Городская устная речь и задачи ее изучения / Е. А. Земская // Разновидности городской устной речи : [сб. науч. тр.]. – М. : Наука, 1988. – С. 5-44.
131. Земская Е. А. Особенности мужской и женской речи / Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. И. // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 90-136.
132. Зимняя И. А. Психологическая характеристика понимания речевого сообщения / И. А. Зимняя // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 161-169.
133. Зирка В. В. Манипулятивные игры в рекламе : лингвистический аспект : [монография] / В. В. Зирка. – Днепропетровск : ДНУ, 2004. – 291 с.
134. Золотова Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова. – М. : Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН, 2004. – 544 с.
135. Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью : смысл, приемы, последствия / Ю. А. Ермаков. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1995. – 204 с.
136. Ермакова О. Н. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного диалога) / О. Н. Ермакова, Е. А. Земская // Русский язык в его функционировании : Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 30-64.
137. Ермоленко С. С. Язык тоталитаризма и тоталитаризм языка // Мова тоталітарного суспільства / С. С. Ермоленко. – К. : НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Ін-т укр. мови, 1995. – С. 7-15.
138. Ермоленко С. С. Мова в культурі народу (план-проспект) / С. С. Ермоленко, Т. А. Харитонова, О. Б. Ткаченко та ін. // Мовознавство. – 1998. – № 4-5. – С. 3-17.
139. Иванина Г. Н. Выражение эмоциональной оценки в современном немецком языке : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец.

- 10.02.04 "Германские языки" / Г. Н. Иванина ; [Моск. гос. пед. ин-т им. В. И. Ленина]. – М., 1984. – 16 с.
140. Иванова Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Иванова Юлия Михайловна. – Волгоград, 2003. – 138 с.
141. Ивин А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. – М. : Изд-во МГУ, 1970. – 230 с.
142. Ивин А. А. Основы теории аргументации / А. А. Ивин. – М. : Изд-во центр ВЛАДОС, 1997. – 352 с.
143. Ивин А. А. Риторика : искусство убеждать / Александр Архипович Ивин. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 304 с.
144. Ильина Н. В. К вопросу о связи оценки и объекта оценки в тексте / Н. В. Ильина // Проблемы лингвистического анализа текста и лингводидактические задачи : [тез. к 6-му зональному научному совещанию Восточно-Сибирского региона] / Иркутск. гос. пед. ин-т им. Хо Ши Мина. – Иркутск, 1981. – С. 33-34.
145. Ильина Н. В. Структура и функционирование оценочных конструкций в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. В. Ильина. – М., 1984. – 199 с.
146. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [изд. 5-е.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
147. Иссерс О. С. Коммуникативный успех как прогнозируемая категория / О. С. Иссерс // Культурно-речевая ситуация в современной России / [под ред. Н. А. Купиной]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. – С. 287–298.
148. Ільченко О. М. Етикетизація англо-американського наукового дискурсу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. М. Ільченко. – К., 2002. – 37 с. – (Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка).

149. Ільченко О. М. Хеджинг в аспекті етикетизації / О. М. Ільченко // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. праць]. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка. Фак-т іноземної філології, 2000. – С. 147-155.
150. Ішмуратов А. Т. Конфлікт і згода. Основи когнітивної теорії конфліктів / Ішмуратов Анатолій Теміргалієвич. – К. : Наук. думка, 1996. – 190 с. – (Трансформація гуманітарної освіти в Україні).
151. Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко. – М. : Пед. общество России, 2000. – 544 с.
152. Карабан В. И. Адресатность простых и сложных речевых актов / В. И. Карабан // Вестник Харьковского ун-та. – Х. : Изд-во при ХГУ, 1989. – № 339 : Человек и речевая деятельность. – С. 51-54.
153. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Изд-во Эксмо : Алгоритм, 2004. – 832 с. – (Полит. бестселлер).
154. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : ИТДГК "Гнозис", 2002. – 333 с.
155. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
156. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и влиять на людей / Дейл Карнеги ; [пер. с англ.]. – М. : Высшая школа : Прогресс, 1990. – 282 с.
157. Киричук Л. М. Прагмасемантичні особливості категорії оцінки в рекламному тексті (на матеріалі реклами журналу "Time") : дис ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Киричук Лариса Миколаївна ; [Волинський держ. ун-т]. – Луцьк, 1999. – 186 л. – Бібліогр. : л. 169-186.
158. Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1978. – 160 с.
159. Киселева Л. А. Проблемы исследования языка как средства воздействия : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / Л. А. Киселева. – М., 1973. – 36 с.
160. Киселева Л. А. Язык как средство воздействия (на материале эмоционально-оценочной лексики современного русского языка) : [лекции

- спецкурса] / Л. А. Киселева. – Л. : ЛГПИ, 1971. – 60 с.
161. Кислицина Н. М. Прикметники зі значенням узагальненої позитивної оцінки як фрагмент мовної картини світу (на матеріалі російської, української та англійської мов) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.17 "Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство" / Н. М. Кислицина. – К., 2002. – 20 с. – (Київ. нац. лінгв. ун-т).
162. Кислякова Л. И. Стратегии позиционирования в политическом дискурсе (на материале предвыборной кампании в Верховную Раду Украины в марте 2006 г.) / Л. И. Кислякова // Одиниці та категорії сучасної лінгвістики : [зб. ст., присвячений ювілею В. Д. Каліущенка]. – Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2007. – С. 437-444.
163. Китайгородская М. В. "Свое"- "Чужое" в коммуникативном пространстве митинга / Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. // Русистика сегодня. – 1995. – № 1. – С. 93-116.
164. Киуру К. В. Номинация как манипулятивный прием в политическом дискурсе / К. В. Киуру // Профессиональная риторика : проблемы и перспективы. – Воронеж : ВГУ, 2001. – С. 86-87.
165. Киуру К. В. Речевое воздействие в рекламе и проблема толерантности / К. В. Киуру // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия : [материалы междунар. конф. Екатеринбург, 21-22 декабря 2001 г.]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. – С. 78-81.
166. Клаус Г. Сила слова : гносеологический и прагматический анализ языка / Георгий Клаус. – М. : Прогресс, 1967. – 215 с.
167. Клочко Л. И. Высказывания похвалы в коммуникативно-деятельностной парадигме общения (на материале английского языка) : дис... канд. філол. наук : 10.02.04 / Клочко Лариса Ивановна ; [Сумской гос. пед. ун-т им. А. С. Макаренка]. – Сумы, 2003. – 193 л. – Библиогр. : л. 171-193.
168. Клочко Л. И. Похвала в ряду родственных речевых актов в английском языке / Л. И. Клочко // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. –

№ 537 : Комунікативні та когнітивні проблеми дискурсу. – Х. : Константа, 2001. – С. 47-56.

169. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : успешность речевого взаимодействия : [учеб пособие для ун-тов] / Евгений Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАС-СИК, 2002. – 317 с. – (Серия "Психологический бестселлер").
170. Кобозева И. М. Сложное предложение как форма сложного речевого акта / И. М. Кобозева, Тон Сук Ким // Сложное предложение : традиционные вопросы теории описания и новые аспекты его изучения. – М. : Русский учебный центр, 2000. – С. 95-105.
171. Ковалевська Т. Ю. Моделювання емпатії в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Т. Ю. Ковалевська ; [НАН України. Ін-т укр. мови]. – К., 2002. – 36 с.
172. Ковальчук И. Ю. Повтор и его функции в тексте : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05 / Ковальчук Инесса Юрьевна. – Пятигорск, 2004. – 149 с.
173. Козяревич Л. В. Вербальні й невербальні засоби емпатизації діалогічного дискурсу (на матеріалі англомовної прози ХХ ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Л. В. Козяревич ; [Київський нац. лінгв. ун-т]. – К., 2006. – 19 с.
174. Кокойло Л. А. Комплиментарные высказывания в современном английском языке : (структура, семантика, употребление) : дис... канд. филол. наук : 10.02.04 / Кокойло Лолита Александровна ; [Киевский гос. лингвистический ун-т]. – К., 1995. – 207 с.
175. Колегаева А. В. Специфика интерактивного единства "комплимент – реакция" в английском языке : на материале художественных произведений и кинофильмов : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / А. В. Колегаева. – Иркутск, 2004. – 16 с.

176. Колокольцева Т. Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т. Н. Колокольцева. – Волгоград : Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 2001. – 260 с.
177. Колосова Т. А. Русские сложные предложения асимметричной структуры / Т. А. Колосова. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1980. – 164 с.
178. Конецкая В. П. Контекстуальная обусловленность оценки в высказываниях различного функционального плана / В. П. Конецкая // Вопросы английской контекстологии. – Л. : ЛГУ, 1990. – Вып. 3. – С. 115-122.
179. Конова И. А. Речевые акты похвалы и порицания / И. А. Конова // Германистика : [межвуз. сб. науч. трудов]. – СПб. : Образование, 1992. – С. 52-58.
180. Кононенко В. І. Долаючи несумісність (означення при особових займенниках) : [Електронний ресурс] / В. І. Кононенко. – Режим доступу : <http://www.kulturamovy.org.ua/KM/pdfs/Magazine16-3.pdf>.
181. Конрад Р. Вопросительные предложения как косвенные речевые акты / Р. Конрад // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Конгресс, 1985. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – С. 349-383.
182. Корнєєв В. М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу / В. М. Корнєєв // Вісник Київського ун-ту. – Серія : "Журналістика". – 2001. – Вип. 9. – С. 75-79.
183. Корновенко Л. В. Лексическая семантика обращения как один из факторов коммуникативной неудачи говорящего / Л. В. Корновенко // Актуальні проблеми менталінгвістики : [зб. статей за матеріалами III міжнар. наук. конф.] : [у 2-х ч.]. – Ч. 2. – Черкаси : Брама. Видавець Вовчок О. Ю., 2003. – С. 36-38.
184. Корновенко Л. В. Обращение в прагмалингвистическом аспекте (на материале современного русского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Корновенко Лариса Витальевна. – Черкасы, 2000. – 217 с.
185. Коробова В. Н. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи : на материале британского ареала : дис. ... канд. филол.

- наук : 10.02.04. / Коробова Наталья Владимировна. – Нижний Новгород, 2007. – 177 с.
186. Космеда Т. А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики : формування і розвиток категорії оцінки / Т. А. Космеда. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
187. Космеда Т. А. Комунікативна компетенція Івана Франка : міжкультурні, інтернаціональні, риторичні виміри : [монографія] / Т. А. Космеда. – Львів : ПАІС, 2006. – 328 с.
188. Костылев А. О. Обращение и его контекст в лексико-синтаксическом плане : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / А. О. Костылев. – Л., 1987. – 16 с.
189. Костылев А. О. Система обращений современного русского языка / А. О. Костылев // Системно-функциональное описание словосочетания и простого предложения : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Л. : ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1988. – С. 124-131.
190. Кочкин М. Ю. Манипуляция в политическом дискурсе / М. Ю. Кочкин // Языковая личность : проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики : [сб. науч. тр.]. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 29-34.
191. Крайнова А. С. Методика обучения иностранных студентов толерантным формам речевого общения : на примере речеповеденческих тактик согласия и несогласия : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Крайнова Алла Сергеевна. – СПб., 2005. – 206 с. : ил.
192. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация) / В. В. Красных. – М. : Диалог-МГУ, 1998. – 352 с.
193. Крестинский С. В. Коммуникативная нагрузка молчания в диалоге / С. В. Крестинский // Личностные аспекты языкового общения : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Калинин : Изд-во Калининского гос. ун-та, 1989. – С. 92-98.
194. Кронгауз М. А. Обращение как способ моделирования коммуникативного пространства / М. А. Кронгауз // Логический анализ языка. Образ человека

- в культуре и языка / под. ред. Н. Д. Арутюновой и И. Б. Леонтиной. – М. : Индрик, 1999. – С. 124-134.
195. Крутько Т. В. Маніпулятивний вплив віртуальної реклами [Електронний ресурс] / Т. В. Крутько. – Режим доступу : <http://tetiana493.mylivepage.ru/wiki/84/798>.
196. Крысин Л. П. Введение. Проблемы социальной и функциональной дифференциации языка в современной лингвистике / Л. П. Крысин // Современный русский язык : социальная и функциональная дифференциации. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – С. 11-29.
197. Крысин Л. П. Речевое общение и социальные роли говорящего // Социально-лингвистическое исследование / Л. П. Крысин ; [под ред. Л. П. Крысина и Д. Н. Шмелева ; АН СССР, Ин-т русского языка]. – М. : Наука, 1976. – С. 42-52.
198. Кузьмич И. П. Об одной разновидности скрытого речевого намерения / И. П. Кузьмич // Русский язык : исторические судьбы и современность : [тр. и мат. Междунар. конгресса русистов-исследователей, Москва, 13-16 марта 2001 г.]. – М. : Изд-во МГУ, 2001. – С. 103-104.
199. Купина Н. А. Агитационный дискурс : в поисках жанров влияния / Н. А. Купина // Культурно-речевая ситуация в современной России : вопросы образовательных технологий / под ред. Н. А. Купиной. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. – С. 216-233.
200. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Просвещение, 1987. – С. 88-125.
201. Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити-шоу : коммуникативные стратегии и тактики : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / А. В. Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 22 с.
202. Леонтьев А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – [изд. 2-е.]. – М. : Смысл, 1997. – 365 с.

203. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – [2-е изд.]. – М. : Мысль, 1965. – 570 с.
204. Леонтьев А. П. Обращение как компонент высказывания / А. П. Леонтьев // Вопросы грамматики русского языка. Функциональный анализ единиц морфолого-синтаксического уровня : [сб. науч. тр]. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1981. – С. 81-94.
205. Леонтьев В. В. Женские комплименты в английской лингвокультуре / В. В. Леонтьев // Вестник ВолГУ. – Сер. 2 : Языкознание. 2001. – Вып. 1. – С. 118-123.
206. Леонтьев В. В. "Похвала", "Лесть", "Комплимент" в структуре английской языковой личности : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Леонтьев Виктор Владимирович. – Волгоград, 1999. – 206 с.
207. Леонтьев В. В. Эмотивный речевой жанр "Flattery" в английской лингвокультуре : to be or not to be? / В. В. Леонтьев. – Режим доступа : [http : // vmg.pp.ua](http://vmg.pp.ua).
208. Логинова И. Ю. Коммуникативно-речевые стратегии воздействия на адресата в партийной программе : на материале экономических разделов программы республиканской партии США / И. Ю. Логинова // Текст – Дискурс – Стиль. Коммуникации в экономике : [сб. науч. ст.]. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – С. 144-153.
209. Лозовский Б. Н. Искусство взаимопонимания / Б. Н. Лозовский. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1991. – 76 с.
210. Лузина Л. Г. Язык как средство идеологического воздействия : лингвопрагматический аспект / Л. Г. Лузина // Язык как средство идеологического воздействия. – М. : ИНИОН, 1983. – С. 139-152.
211. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления : проблемы семантики / Н. А. Лукьянова. – Новосибирск : Наука. Сибирское отделение, 1986. – 230 с.

212. Ляхова И. В. Функционально-семантический анализ имен собственных личных : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / И. В. Ляхова. – М., 1980. – 24 с.
213. Малая О. Ю. Реалізація стратегій негативної ввічливості нормативного та змішаного типу у дискурсі німецькомовних Інтернет-форумів / О. Ю. Малая // Лінгвістика. Лінгвокультурологія : [зб. наук. праць] / Дніпропетровський нац. ун-т. – Дніпропетровськ : Пороги, 2008. – С. 63–72.
214. Малинович Ю. М. Экспрессия и смысл предложения : проблемы эмоционально-экспрессивного синтаксиса / Ю. М. Малинович. – Иркутск : Изд-во Иркут. ун-та, 1989. – 216 с.
215. Маличевский В. Переговоры : психология, стратегия, аргументы / Владимир Маличевский. – Х. : Центр "Консульт", 2007. – 128 с.
216. Мальцев И. В. Функционально-синтаксические характеристики обращения : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / И. В. Мальцев. – Л., 1986. – 16 с. – (Ленинградский гос. ун-т).
217. Мартынюк А. П. О реализации принципа вежливости в речи женщин и мужчин / А. П. Мартынюк // Вестник Харьковского ун-та. – Х. : Изд-во при ХГУ, 1989. – № 339 : Человек и речевая деятельность. – С. 89-92.
218. Маслова Л. Н. Выражение согласия / несогласия в устной научной коммуникации (гендерный аспект) : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / Л. Н. Маслова. – М., 2007. – 24 с.
219. Мацько Л. І. Стилїстика української мови : [підручник] / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько ; за ред. Л. І. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с.
220. Мацько О. М. Мовні формули у дипломатичних текстах сучасної української мови (функціонально-стилістичний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська

- мова" / Мацько Оксана Михайлівна ; [НАН України ; Ін-т укр. мови]. – К., 2001. – 21 с.
221. Мегентесов С. А. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции / С. А. Мегентесов, И. Мохамад. – Краснодар : Изд-во Кубан. ун-та, 1997. – 111 с.
222. Мельничук О. С. Розвиток мови як реальної системи / О. С. Мельничук // Мовознавство. – 1981. – № 2. – С. 22-34.
223. Миллер Дж. Магическое число семь плюс или минус два : о некоторых пределах нашей способности перерабатывать информацию / Дж. Миллер // Инженерная психология : [сб. статей] / под. ред. Д. Ю. Панова и В. П. Зинченко. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1964. – С. 192-225.
224. Миронова П. О. Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе : когнитивно-прагматический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Миронова Полина Олеговна. – Омск, 2003. – 184 с.
225. Миронюк О. М. Історія українського мовного етикету. Звертання / О. М. Миронюк, Ін-т української мови НАН України. – К. : Логос, 2006. – 167 с.
226. Михайлова Е. А. Многокомпонентные реплики-частицы, выражающие согласие, несогласие и верификацию в русской диалогической речи : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / Михайлова Елена Александровна. – Казань, 1999. – 169 с.
227. Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия : дис... канд. филол. наук : 10.02.01 / Михалева Ольга Леонидовна. – Иркутск, 2004. – 289 с.
228. Мищенко В. Я. Классификация речевых актов комплимента / В. Я. Мищенко // Вісник Харківського держ. ун-ту. – № 390. – Х. : Константа, 1997. – С. 107-111.
229. Мищенко В. Я. Комплимент в речевом поведінні представителів англоязычних (британської і американської) культур : дис. ... канд. филол.

- наук : 10.02.04 / Мищенко Виктория Яковлевна ; [ХНУ им. В. Н. Каразина]. – Х., 1999. – 201 л. – Бібліогр. : л. 167-170.
230. Мозгунов В. Вихваляння як акт персвазії / Володимир Мозгунов // Функціонально-комунікативні аспекти граматики і тексту : [зб. наук. праць, присвячений ювілею д-ра філол. наук, проф., акад. АН ВШ України, зав. кафедри укр. мови ДонНУ Загнітка А. П.]. – Донецьк : ДонНУ, 2004. – С. 300-305.
231. 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.
232. Моїсєєва Ф. А. Принцип ввічливості у вербальній комунікації як умова успішного спілкування [Електронний ресурс] / Ф. А. Моїсєєва. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/gu-m/2009.../6.pdf.
233. Московичи С. Стратегии пропаганды и коллективные внушения / С. Московичи // Реклама : внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. – Самара : Издат. Дом "БАХРАХ-М", 2001. – С. 171-185.
234. Морозов А. В. Психология влияния / А. В. Морозов. – СПб. : Питер, 2000. – 512 с. : ил. – (Серия "Хрестоматия по психологии").
235. Морозова И. И. Коммуникативные стратегии вежливости в стереотипном речевом поведении викторианской женщины : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Ирина Игоревна Морозова ; [Харьковский национальный ун-т им. В. Н. Каразина]. – Х., 2004. – 208 с. – Библиогр. : с. 172-197.
236. Морозова И. С. Некоторые особенности речевого акта "комплимент" в англоязычной (британской) лингвокультуре (на материале текстов художественных произведений XX века) : [Электронный ресурс] / И. С. Морозова. – Режим доступа : <http://language.psu.ru/bin/vi-ew.cgi?art=0069>.
237. Мохамад И. Семантико-прагматические аспекты средств и методов языкового воздействия : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / Ибрагим Мохамад. – Краснодар, 1997. – 28 с.

238. Мудрова Е. В. Комплимент как первичный речевой жанр : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / Е. В. Мудрова ; [Таганрог. гос. пед. ин-т]. – Таганрог, 2007. – 27 с.
239. Мудрова Е. В. Комплимент как прагматический тип речевых стратегий / Е. В. Мудрова // Речь. Речевая деятельность. Текст : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Таганрог, 2004. – С. 104-107.
240. Мурашкина Э. В. Комплимент как регулятивный речевой акт : на материале английского языка : дис... канд. филол. наук : 10.02.04 / Мурашкина Эльвира Вячеславовна. – Тверь, 2004. – 152 с.
241. Мухина Н. Б. Цель речевого действия как коммуникативно-прагматический фактор порождения речевого высказывания / Н. Б. Мухина // Коммуникативно-функциональное описание языка : [сб. науч. ст.]. – Ч. 1. – Уфа : РИО БашГУ, 2003. – С. 143-150.
242. Мягких В. Вербальные техники манипулирования электоральным поведением // Политическая коммуникация : [материалы Интернет-конф.] / В. Мягких, К. Киуру. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2002. – С. 25-30.
243. Мясоєдова С. В. Категорія спонування і її вираження в непрямих висловленнях сучасної української мови : дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Мясоєдова Світлана Вадимівна ; [Харківський держ. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди]. – Х., 2001. – 178 арк. – Бібліогр. : арк. 165–178.
244. Навроцька І. В. Слова і фрази російської мови на позначення інтелектуальних якостей людини (ономасіологічний та семасіологічний аспекти) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / І. В. Навроцька. – Х., 1998. – 19 с.
245. Немцева В. В. Возможности манипулирования языком / В. В. Немцева // Вісник Харківського ун-ту. – Х., 1999. – № 448 : Серія "Філологія" : Міф і міфопоетика у традиційних та сучасних формах культурно-мовної свідомості. – С. 319-322.
246. Нефедова Л. А. Лексические средства манипулятивного воздействия в повседневном общении (на материале современного немецкого языка) :

- автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / Л. А. Нефедова. – М., 1997. – 17 с.
247. Нефедова Л. А. Некоторые коммуникативно-прагматические аспекты высказывания (к вопросу о манипулятивном использовании языковых единиц) / Л. А. Нефедова. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 2000 – 42 с.
248. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики / М. В. Никитин. – СПб. : Научный центр проблем диалога, 1997. – 760 с.
249. Николаева Т. М. Лингвистическая демагогия / Т. М. Николаева // Прагматика и проблемы интенциональности : [сб. науч. тр.] – М. : ИЯ АН СССР, 1988. – С. 154-165.
250. Николаева Т. М. О параллелизме и функционировании речевых клише и некоторых суперсегментных просодических моделей / Т. М. Николаева // Фразеология в контексте культуры. – М. : Ин-т языкознания, 1999. – С. 250-259.
251. Нікульшина Т. М. Інформаційна стратегія у спонукальному дискурсі (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Тетяна Миколаївна Нікульшина ; [Київський держ. лінгвістичний ун-т]. – К., 1998. – 16 с.
252. Николов Л. Структуры человеческой деятельности : [пер. с болг.] / Л. Николов. – М. : Прогресс, 1989. – 176 с.
253. Норман Б. Ю. Русское местоимение МЫ : внутренняя драматургия / Б. Ю. Норман // Russian linguistics. – Vol. 26. – 2002. – № 2. – P. 217-234.
254. Нушикян Э. А. Типология интонации эмоциональной речи / Э. А. Нушикян. – Киев-Одесса : Вища школа, 1986. – 157 с.
255. Олянич А. В. Игровое в массово-информационном дискурсе (манипулятивно-презентационные стратегии массовой коммуникации) / А. В. Олянич // Аксиологическая лингвистика : игровое и комическое в общении : [сб. науч. тр.]. – Волгоград : "Перемена", 2003. – С. 146-162.
256. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : [монография] / А. В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с.

257. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / І. В. Онищенко. – Дніпропетровськ, 2004. – 22 с. – (Дніпропетр. нац. ун-т).
258. Оптимизация речевого воздействия / Н. А. Безменова, В. П. Белянин, Н. Н. Богомолова и др. ; [отв. ред Р. Г. Котов, АН СССР, Ин-т языкознания]. – М. : Наука, 1990. – 240 с.
259. Остин Д. Л. Слово как действие / Д. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике / [под общ. ред. Б. Ю. Городецкого]. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – С. 33-130.
260. Остроушко Н. А. Речевое воздействие как лингвистическая проблема (к понятию языкового манипулирования) / Н. А. Остроушко // Мир русского слова. – 2002. – № 5. – С. 86-91.
261. Охріменко В. І. Лінгвокогнітивні та прагматичні аспекти аргументації в іспаномовній рекламі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 "Романські мови" / В. І. Охріменко. – К., 2002. – 17 с.
262. Падучева Е. В. Говорящий : субъект речи и субъект сознания / Е. В. Падучева // Культурные концепты : логический анализ языка. – М. : Наука, 1991. – С. 144-168.
263. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация : [практическое руководство] / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2000. – 208 с. – (Серия "Психология успеха и эффективного управления").
264. Панкратов В. Н. Психология управления людьми : [практическое руководство] / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2001. – 336 с. – (Серия "Психология успеха и эффективного управления").
265. Панченко Н. Н. Манипулятивность политической рекламы / Н. Н. Панченко // Языковая личность : проблемы когниции и коммуникации : [сб. науч. тр.]. – Волгоград : Колледж, 2001. – С. 225-230.
266. Панченко Н. Н. Манипулятивные стратегии в политической рекламе / Н. Н. Панченко // Языковая личность : проблемы межкультурного обще-

- ния : [тез. науч. конф., посвящ. 50-летию фак-та иностр. яз. Волгоград, 3-4 февраля 2000 г.]. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 69-70.
267. Паршин П. Б. Речевое воздействие : основные сферы и разновидности / П. Б. Паршин // Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. – М. : ИД Гребенникова, 2000. – С. 55-73.
268. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 325 с.
269. Пацаранюк Ю. М. Способи реалізації іронії у структурі речення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Ю. М. Пацаранюк. – Чернівці, 2006. – 20 с.
270. Пелевина Н. Ф. Стилистический анализ художественного текста / Н. Ф. Пелевина. – Л. : Прогресс, 1980. – 272 с.
271. Пелепейченко Л. М. Основы теории мовної комунікації : [навч. посібник] / Л. М. Пелепейченко. – Х. : Акад. ВВ МВС України, 2007. – 130 с.
272. Перванов Я. И. Имплицитные аспекты номинации в русском и болгарском языках : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Загальне мовознавство" / Я. И. Перванов ; [Одеський нац. ун-т]. – Одеса, 1995. – 15 с.
273. Петелина Е. С. Средства выражения и контексты функционирования высказывания похвалы и лести в английском языке : дис. ... канд. филол. наук / Е. С. Петелина. – Пятигорск, 1988. – 197 с.
274. Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – [7-е изд.]. – М. : Учпедгиз, 1956. – 512 с.
275. Пирогова Ю. К. Рекламный текст : семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин. – М. : Издат. дом Гребенникова, 2000. – 270 с. – (Мир рекламы ; 1).
276. Пінчук О. В. Мовленнєві засоби ідеологічного впливу / О. В. Пінчук // Особливості мови і стилю засобів масової інформації. – К. : Вища школа, 1983. – С. 23-36.

277. Пінчук О. Ф. Нариси з етно- та соціолінгвістики / О. Ф. Пінчук, П. І. Червяк. – К. : Вид. центр "Просвіта", 2005. – 152 с.
278. Подлегаева О. Г. Понятие мужской и женской речи в теории лингвистики гендерных субкультур / О. Г. Подлегаева // Вісник Луганського нац. пед. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – Серія : Філологічні науки. – Луганськ : Вид-во ЛНПУ імені Тараса Шевченка, 2007. – № 8. – С. 90-96.
279. Поломских Е. Г. Смыслообразовательные стратегии при создании рекламного текста (на материале англоязычной газетной и журнальной рекламы) / Е. Г. Поломских // Вестник Пермского ун-та. – Вып. 1 : Лингвистика. – Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2000. – С. 121-127.
280. Полюжин М. М. Напрями та одиниці прагматичного аналізу мовленнєвої комунікації / М. М. Полюжин // Проблеми романо-германської філології : [зб. наук. пр.]. – Ужгород : Патент, 2003. – С. 6-19.
281. Пономаренко В. П. Категорія звертання та засоби її вираження в індоєвропейських мовах – етапи історичного розвитку і сучасність : [монографія] / В. П. Пономаренко ; Ін-т мовознавства імені О. О. Потебні НАН України. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. – 368 с. – Бібл. : с. 310-365.
282. Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Попова Елена Сергеевна. – Екатеринбург, 2005. – 256 с.
283. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Елена Сергеевна Попова // Известия Уральского гос. ун-та : Гуманитарные науки. – Вып. 5 : Языкознание. – 2002. – № 24. – С. 276-288.
284. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике / А. А. Потебня. – Х. : Изд-во М. В. Потебни, 1899. – Т. 3 : Об изменении значения и заменах существительного. – 664 с.
285. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике / А. А. Потебня. – М. : Учпедгиз, 1958. – Т. 1-2. – 536 с.
286. Почепцов Г. Г. Имиджеология [научное издание] / Г. Г. Почепцов. – М. : "Рефл-бук" : К. : "Ваклер", 2000. – 768 с. – (Образовательная б-ка).

287. Почепцов Г. Г. Коммуникативная регламентированность в разных типах общения / Г. Г. Почепцов // Синтаксическая семантика и прагматика : [межвуз. темат. сб.] / [Калининский гос. ун-т]. – Калинин : Изд-во Калининского ун-та, 1982. – С. 114-119.
288. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики : [монография] / Г. Г. Почепцов. – К. : Высшая школа, 1987. – 130 с. – Библиогр. : с. 126-130.
289. Почепцов Г. Г. Предложение / Г. Г. Почепцов // Иванова И. П. Теоретическая грамматика современного английского языка / И. П. Иванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов. – М. : Высшая школа, 1981. – С. 164-281.
290. Почепцов О. Г. Комунікативний статус як параметр мовленнєвої взаємодії / О. Г. Почепцов // Мовознавство. – 1989. – № 4. – С. 40-45.
291. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения / О. Г. Почепцов. – К. : Высшая школа, 1986. – 116 с. – Библиогр. : с. 108-115.
292. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков, Д. В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – Вып. 1. – С. 82-103.
293. Прислів'я, прикмети та повір'я українського народу / уклад. Н. Кусайкіна. – [2-ге вид., виправл. та доп.]. – Х. : ВД "Школа", 2008. – 128 с.
294. Приходько А. М. Німецькі комплексні регулятиви : іллокутивна таксономія та перлокутивний потенціал / А. М. Приходько // Комунікативні та когнітивні проблеми дискурсу. – Х. : Лівий берег, 2001. – С. 30-38.
295. Приходько А. М. Складносурядне речення в сучасній німецькій мові / А. М. Приходько. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 291 с.
296. Приходько Г. І. Когнітивно-прагматичний потенціал оцінки в мові / Г. І. Приходько // Актуальні проблеми менталінгвістики : [зб. статей за мат. 3-ї міжнар. наук. конф.] : [у 2-х ч.]. – Ч. 1. – Черкаси : Брама. Видавець Вовчок О. Ю., 2003. – С. 201-208.

297. Приходько Г. І. Особливості актуалізації оцінного висловлювання у діалогічному дискурсі / Г. І. Приходько // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. праць]. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка. Фак-т іноземної філології, 2000. – С. 298-304.
298. Прияткина А. Ф. Об экспрессивности союза / А. Ф. Прияткина // Экспрессивность на разных уровнях языка : [межвуз. сб. науч. трудов]. – Новосибирск : Изд. НГУ, 1984. – С. 6-19.
299. Психология личности : [хрестоматия] : [в 2-х т.] / ред.-сост. Д. Я. Райгородский ; предисл. Г. В. Аكوпова. – Т. 1 : Зарубежная психология. – Самара : Издат. Дом "БАХРАХ-М", 1999. – 447 с. – (Отечественная психология).
300. Пузырев А. В. Опыты целостно-системных подходов к языковой и неязыковой реальности : [сб. статей] / А. В. Пузырев. – Пенза : ПГПУ имени В. Г. Белинского, 2002. – С. 57-59.
301. Пушкин А. А. Прагматические характеристики дискурса личности / А. А. Пушкин // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин : Калинин. гос. ун-т. – 1989. – С. 45-54.
302. Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації / Т. В. Радзієвська ; відп. ред. М. М. Пещак. – К., 1993. – 194 с. – (НАН України. Ін-т укр. мови).
303. Радзієвська Т. В. Ціннісні орієнтації в семантиці мовних одиниць / Т. В. Радзієвська // Мовознавство. – 1996. – № 1. – С. 14-19.
304. Райлянова В. Е. Семантичний простір звертання в сучасній російській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / В. Е. Райлянова ; [Дніпропетровський нац. ун-т]. – Дніпропетровськ, 2001. – 17 с.
305. Ретунская М. С. Реализация эмоционально-оценочного потенциала слова в речевой деятельности / М. С. Ретунская // Вестник Харьковского ун-та. – Х. : Изд-во при ХГУ, 1989. – № 339 : Человек и речевая деятельность. – С. 81-85.

306. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Е. Ф. Тарасов, Н. А. Безменова, Л. Г. Лузина и др. ; отв. ред. Ф. М. Бердин, Е. Ф. Тарасов ; АН СССР, ИНИОН. – М. : Наука, 1990. – 135 с.
307. Різун В. В. Лінгвістика впливу : [монографія] / Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський ун-т", 2005. – 148 с.
308. Романов А. А. Иллокутивные индикаторы прямых и косвенных речевых актов / А. А. Романов // Речевые акты в лингвистике и методике : [межвуз. сб. науч. тр.] / [Пятигорский гос. пед. иностр. яз.]. – Пятигорск, 1986. – С. 195-203.
309. Рубакин А. К. Тайна успешной пропаганды / А. К. Рубакин // Речевое воздействие. Проблемы психолингвистики. – М. : Наука, 1972. – С. 130-136.
310. Руденко Д. И. Собственные имена в контексте современных теорий референции / Д. И. Руденко // Вопросы языкознания. – 1988. – № 3. – С. 55-68.
311. Рудько Л. П. Звертання в сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Л. П. Рудько ; [Одеський держ. ун-т]. – Одеса, 1994. – 16 с.
312. Румянцева Е. Н. Регулятивные речевые действия как фактор успешности диалога и компонент коммуникативной стратегии партнеров по общению : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Румянцева Елена Николаевна. – Орел, 2004. – 174 с.
313. Рыжова Л. П. Обращение : нормы и правила употребления / Л. П. Рыжова // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин : Калининский гос. ун-т, 1984. – С. 114-119.
314. Рытникова Я. Т. Гармония и дисгармония в открытой семейной беседе / Я. Т. Рытникова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург : Арго, 1996. – С. 94-115.

315. Ряполова Л. Г. Аргументація в спонукальному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ряполова Лариса Григорівна ; [КДППМ]. – К., 1993. – 192 с.
316. Сапрыгина Н. В. Психолінгвістика діалога / Сапрыгина Н. В. – Одеса : Изд-во "ТЭС", 2003. – 328 с.
317. Седов К. Ф. Внутріжанрові стратегії речевого поведіння : "ссора", "комплімент", "колкость" / К. Ф. Седов // Жанри речі : [сб. наукових статей]. – Вып. 1. – Саратов : Изд-во Гос. учеб.-науч. центра "Колледж", 1997. – С. 188-194.
318. Седов К. Ф. О маніпуляції і актуалізації в речевому впливі / Седов К. Ф. // Проблеми речевої комунікації : [межвуз. сб. научн. тр.] / [под ред. М. А. Кормилицыной]. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2003. – Вып. 2. – С. 20-27.
319. Селиванова Е. А. Основи лінгвістическої теорії тексту і комунікації : [монограф. учеб. пособие] / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, изд. Вовчок О. Ю., 2004. – 336 с.
320. Селиванова Е. А. Функціонально-семантична характеристика категорії притяжательності в руському мові (местоименіє як ядерний компонент) / Е. А. Селиванова // Руське мовознавство. – 1987. – № 15. – С. 109-114.
321. Селігей П. О. Внутрішня форма назв емоцій в українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / П. О. Селігей. – К., 2001. – 20 с. – (НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні).
322. Семенюк О. А. Семантична структура речень із предикативами емоційного стану в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / О. А. Семенюк. – Івано-Франківськ, 2005. – 20 с. – (Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника).
323. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалі сучасної газетної публіцистики) :

- [монографія] / К. С. Серажим ; [за ред. В. Різуна]. – К. : Видавець Паливода, 2010. – 351 с.
324. Сергеечева В. Практикум манипулятора. Выбор мишени / Валентина Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 224 с. : ил. – (Серия "Бизнес-психология").
325. Серебрякова Р. В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах / Р. В. Серебрякова // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2001. – Воронеж. – Вып. 1. – С. 54-59.
326. Серебрякова Р. В. Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Руслана Вячеславовна Серебрякова. – Воронеж, 2002. – 201 с.
327. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике / [под общ. ред. Б. Ю. Городецкого]. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – С. 170-194.
328. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике / [под общ. ред. Б. Ю. Городецкого]. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – С. 195-223.
329. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике / [под общ. ред. Б. Ю. Городецкого]. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – С. 151-169.
330. Серова И. Г. Гендерные стратегии речевого поведения и проблемы самоидентификации / И. Г. Серова // Язык как функциональная система : [сб. статей к юбилею проф. Н. А. Кобриной]. – Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. – С. 151-155.
331. Сидорова Т. В. Коммуникативно-семантические характеристики единиц речевого этикета (на мат. англ. языка XVI-XVIII вв.) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Сидорова. – Л., 1986. – 219 с.

332. Синельникова Л. Н. Введение в лингвистическую гендерологию : [материалы к спецкурсу] / Синельникова Л. Н., Богданович Г. Ю. ; [Луган. гос. пед. ун-т им. Т. Шевченко ; Таврич. нац. ун-т им. Б. И. Вернадского]. – Луганск-Симферополь, 2001. – 40 с.
333. Синельникова Л. Н. Местоимение в дискурсе : [монография] / Л. Н. Синельникова ; Гос. учрежд. "Луган. нац. ун-т имени Тараса Шевченко". – Луганск : Изд-во ГУ "ЛНУ имени Тараса Шевченко", 2009. – 412 с.
334. Синиця І. А. Лексичний повтор як засіб реалізації семантичної зв'язності тексту / І. А. Синиця // Мовознавство. – 1994. – № 2-3. – С. 56-60.
335. Скаб М. С. Прагматика апеляції в українській мові : [навч. посібник] / М. С. Скаб ; Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : Рута, 2003. – 80 с.
336. Скаб М. С. Семантико-граматична структура українського вокатива : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / М. С. Скаб. – К., 1988. – 17 с.
337. Скаб М. С. Функціональна сфера апеляції в українській мові (семантика, прагматика, стилістика) : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01 / Скаб Мар'ян Стефанович ; [Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича]. – Чернівці, 2002. – 451 арк.
338. Скалянчук С. С. Засоби реалізації ввічливості в сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / С. С. Скалянчук ; [Нац. ун-т ім. Тараса Шевченка]. – К., 1995. – 21 с.
339. Скребнев Ю. М. Введение в коллоквиалистику / Ю. М. Скребнев ; под ред. Сиротининой О. Б. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1985. – 209 с.
340. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики / Ю. М. Скребнев. – Горький : Изд-во Горьк. гос. пед. ин-та, 1975. – 175 с.
341. 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.
342. Слепко Г. Е. Национально-культурные особенности реализации значения одобрения в различных языках (на материале русского, немецкого и английского языков) / Слепко Г. Е., Фролов Н. К. // Лингвистические аспекты речевой культуры : [межвуз. сб. науч. ст.]. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2000. – С. 17-26.
343. Соколова І. В. Прагматико-комунікативні характеристики категорії повтору в текстах-анонсах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. : 10.02.04 "Германські мови" / І. В. Соколова ; [ХНУ]. – Х., 2002. – 21 с.
344. Співвідношення об'єктивної та суб'єктивної модальності в реченні : [навч.-метод. посіб. для студ. 4-5 курсів спец. "Українська мова і література"] / [уклад. Н. В. Гуйванюк та В. А. Чолкан]. – Чернівці : Рута, 1997. – 63 с.
345. Спільник Т. М. Градаційне відношення в структурі складних сполучникових конструкцій сучасної української мови : дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Спільник Тетяна Миколаївна ; [Харківський держ. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди]. – Х., 2004. – 177 арк. – арк. 163-177.
346. Средства массовой информации и пропаганды. – М. : Политиздат, 1984. – 352 с.
347. Старикова Е. Н. Проблемы семантического синтаксиса : [на мат. англ. яз.] / Е. Н. Старикова. – К. : Вища школа, 1985. – 124 с.
348. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 2001. – 252 с.
349. Стивенсон Ч. Некоторые прагматические аспекты значения / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 129-154.
350. Столярова М. О. Етикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 /

- Столярова Марина Олександрівна ; [Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка]. – К., 2005. – 209 арк. : табл. – Бібліогр. : арк. 178-207.
351. Стриженко А. А. Роль языка в системе средств пропаганды (на материале буржуазной прессы) / А. А. Стриженко. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 1980. – 210 с. – Библиогр. : с. 203-209.
352. Стриженко А. А. Средства речевого воздействия в буржуазной пропаганде : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра филол. наук : спец. 10.01.10 "Журналистика" / А. А. Стриженко. – М., 1982. – 51 с.
353. Стрілець І. Способи апеляції в етикеті української і польської мов / Інна Стрілець // Теорія і практика викладання української мови як іноземної : [зб. наук. праць]. – Львів : Вид-во ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – Вип. 4. – С. 273-283.
354. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П. Ф. Стросон // Новое в зарубежной лингвистике : [переводы] / под общ. ред. Б. Ю. Городецкого. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17 : Теория речевых актов. – С. 131-150.
355. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова книга, 2009. – 272 с.
356. Сухих С. А. Механизмы манипулятивной коммуникации / С. А. Сухих // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Вып. 2. : Язык и социальная среда. – Воронеж, 2000. – С. 17-20.
357. Сучасна українська мова : [підручник] / О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін. ; за ред. О. Д. Пономарева. – К. : Либідь, 1997. – 400 с.
358. Сучкова Н. П. Стереотипные оценочные реплики-реакции в английской разговорной речи : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Сучкова Наталия Павловна. – Пятигорск, 1988. – 191 с.
359. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения / Е. Ф. Тарасов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – К. : Наука, 1990. – С. 3-15.

360. Тарасова Е. В. Синергетические тенденции в современной лингвистике / Е. В. Тарасова // Вісник Харківського нац. ун-ту. – Х. : Константа, 2000. – № 500. – С. 3-9.
361. Телеки М. М. Соціальні категорії модусу в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / М. М. Телеки. – К., 2006. – 20 с. – (Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т філол.).
362. Телия В. Н. Механизмы экспрессивной окраски языковых единиц / В. Н. Телия // Человеческий фактор в языке : языковые механизмы экспрессивности / [Ин-т языкознания ; отв. ред. В. Н. Телия]. – М. : Наука, 1991. – С. 36-66.
363. Теория метафоры : [сборник] : [пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.] / [вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой ; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
364. Тичер С. Методы анализа текста и дискурса / Стефан Тичер, Майкл Мейер, Рут Водак, Ева Веттер ; пер. с англ. и науч. ред. А. А. Киселевой. – Х. : Гуманитарный центр, 2009. – 356 с.
365. Тищенко Г. І. Директивні висловлення як загальний інтенціональний тип дискурсивного простору / Г. І. Тищенко // Лінгвістичні студії : [зб. наук. праць]. – Донецьк : ДонНУ, 2007. – Вип. 15. – С. 497-484.
366. Ткач П. Б. Значення преференційності та способи його вираження в українській мові : дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Ткач Поліна Борисівна ; [Харківський нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди]. – Х., 2004. – 217 с.
367. Ткаченко А. О. Мистецтво слова : вступ до літературознавства / А. О. Ткаченко. – [2-ге вид., випр. і доповн.]. – К. : ВПЦ "Київський ун-т", 2003. – 448 с.
368. Ткачук В. М. Категорія суб'єктивної модальності : [монографія] / В. М. Ткачук ; наук. ред., передмова д-ра філол. наук, проф. А. П. Загнітка. – Тернопіль : Підручники й посібники, 2003. – 240 с.

369. Трофимова Н. А. Речевой акт комплимента : прагматический анализ / Н. А. Трофимова // Известия Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов. – 2008. – № 1. – С. 80-88.
370. Труфанова И. В. О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // НДВШ : Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56-65.
371. Туктарова Л. З. Лингвистические средства, используемые для вербализации тактик позитивной вежливости / Л. З. Туктарова // Коммуникативно-функциональное описание языка : [сб. науч. ст.]. – Ч. 1. – Уфа : РИО БашГУ, 2003. – С. 198-202.
372. Ужакина О. С. Манипуляция как вид общения / О. С. Ужакина // Языковая личность : проблемы межкультурного общения : [тез. науч. конф., посвящ. 50-летию фак-та иностр. яз. Волгоград, 3-4 февраля 2000 г.]. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 68-69.
373. Українська мова у ХХ сторіччі. Історія лінгвоциду / упор. Л. Масенко, В. Кубайчук, О. Демська-Кульчицька ; за ред. Л. Т. Масенко. – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2005. – 399 с.
374. Українське усне літературне мовлення / [відп. ред. І. К. Білодід]. – К. : Наук. думка, 1967. – 308 с. – (НАН України. Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні).
375. Українські приказки, прислів'я і таке інше / укл. М. Номис ; упоряд, приміт та вст. ст. М. М. Пазяка. – К. : Либідь, 1993. – 768 с. – (Літературні пам'ятки України).
376. Фадєєва О. В. Стратегії і тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. В. Фадєєва – К., 2000. – 18 с. – (Київський держ. лінгв. ун-т).
377. Фаер С. Приемы, стратегии и тактики предвыборной борьбы : PR-секреты общественных отношений / С. А. Фаер. – К. : Ин Юре, 2001. – 136 с.

378. Федорова Л. А. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения / Л. А. Федорова // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46-50.
379. Федосюк М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи / М. Ю. Федосюк // Жанры речи. – Саратов : Изд-во гос. учеб.-науч. центра "Колледж", 1997. – С. 66-87.
380. Федосюк М. Ю. Комплексные жанры разговорной речи : "утешение", "убеждение" и "уговоры" / М. Ю. Федосюк // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург : Арго, 1996. – С. 73–94.
381. Федосюк М. Ю. Неявные способы передачи информации в тексте : [учебное пособие по спецкурсу] / М. Ю. Федосюк. – М. : МГПИ им. В. И. Ленина, 1988. – 83 с.
382. Федотова Е. И. Коммуникативно-функциональные и семантические особенности предложений оценочного типа в современном английском языке (объект оценки – адресат) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Федотова Елена Ивановна. – К., 1987. – 207 с.
383. Фоміна Л. В. Комуникативна організація безсполучникового складного речення спонукального типу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Л. В. Фоміна. – Х., 2000. – 19 с. – (Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна).
384. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 478 с.
385. Формановская Н. И. Русский речевой этикет : лингвистический и методический аспекты / Н. И. Формановская. – М. : Русский язык, 1982. – 126 с.
386. Франко О. Б. Семантичні та прагматичні параметри спонукального дискурсу (на матеріалі німецькомовних художніх творів ХХ століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. Б. Франко. – К., 2007. – 18 с.
387. Фролова И. Е. Некоторые проблемы коммуникативной семантики диалогических единств "вопрос – ответ" / И. Е. Фролова, А. В. Высоцкая //

- Комунікативні та когнітивні проблеми дискурсу. – Х. : Лівий берег, 2001. – С. 104-109.
388. Фролова І. Є. Вербалізований конфлікт в контексті культури / І. Є. Фролова // Вісник СумДУ. – 2006. – № 11 (95). – Т. 2. – С. 77-82.
389. Фромм Э. Бегство от свободы / Эрих Фромм; [пер. с англ]. – М. : Прогресс, 1989. – 272 с.
390. Харченко С. В. Семантико-синтаксична та комунікативна структура речень спонукальної модальності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / С. В. Харченко. – К., 2001. – 21 с. – (Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова).
391. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії / В. А. Чабаненко. – К. : Вища школа, 1984. – 167 с.
392. Чалдини Р. Психология влияния / Роберт Чалдини. – [4-е междунар. изд.]. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с. : ил. – (Серия "Мастера психологии").
393. Чахоян Л. П. Коммуникативная интенция в структуре речевого произведения / Л. П. Чахоян, Г. Д. Невзорова // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск : ПГПИИЯ, 1986. – С. 17-21.
394. Черепанова И. Дом колдуньи. Суггестивная лингвистика / Ирина Черепанова; оформл. С. Григорьева. – СПб. : Лань, 1996. – 208 с.
395. Чрдилели Т. В. Статусно-ролевые характеристики делового диалогического дискурса / Т. В. Чрдилели // Вісник Харківського нац. ун-ту. – Х. : Константа, 2001. – С. 110-116.
396. Чуриков М. П. Согласие, несогласие и уклонение в аспекте речевого общения: на материале текстов немецких политических интервью : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / М. П. Чуриков. – Ростов н/Д., 2005. – 20 с.
397. Шаховский В. И. Дейксис в сфере эмоциональной речевой деятельности / В. И. Шаховский, В. В. Жура // Вопросы языкознания. – 2002. – № 5. – С. 38-56.

398. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. – [изд. 2-е, испр. и доп.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 208 с.
399. Шведова Н. Ю. Местоимение и смысл : класс русских местоимений и открываемые ими смысловые пространства : [монография] / Н. Ю. Шведова. – М. : ИРЯ РАН, 1998. – 176 с.
400. Швейцер А. Д. Современная социолингвистика. Теория. Проблемы. Методы / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1976. – 176 с.
401. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : [монография] / [Ин-т языкознания РАН ; Волгогр. гос. пед. ун-т.]. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
402. Шейнов В. П. Риторика / В. П. Шейнов. – Мн. : Амалфея, 2000. – 592 с.
403. Ширинкина М. А. Стратегии интерпретации законодательства / М. А. Ширинкина // Лингвокультурологические проблемы толерантности : [тез. докл. Междунар. науч. конф. Екатеринбург, 24-26 октября 2001 г.]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 329-330.
404. Широких А. Ю. Косвенные высказывания в публицистическом стиле речи (на материале английского языка) : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / А. Ю. Широких. – М., 2007. – Режим доступа : <http://www.avtoref.mgou.ru/ar/ar81.pdf>. – 06.11.2007.
405. Шишкина Т. А. Косвенное высказывание в теории речевой деятельности / Т. А. Шишкина // Практика и структура текста : [сб. науч. тр.] / [Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Т. Тореза]. – М., 1983. – Вып. 209. – С. 83-92.
406. Шкатова Л. А. Речеповеденческие стратегии и тактики в конфликтных ситуациях / Л. А. Шкатова // Философские и лингвистические проблемы толерантности : [коллект. монография]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2003. – С. 397-410.
407. 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 : ДонНУ, 2011. – Вип. 23. –

С. 237-241.

408. 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.
409. Шкіцька І. Категорії кількості та інтенсивності в тактиці підвищення значущості співрозмовника / Ірина Шкіцька // Філологічні науки : [зб. наук. праць] / Полтав. нац. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка. – Полтава : ПНПУ ім. В. Г. Короленка, 2011. – Вип. 8. – С. 102-109.
410. 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.
411. 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.
412. 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.
413. Шкіцька І. Прагматичний потенціал метафор у тактиці підвищення значимості співрозмовника / Ірина Шкіцька // *Studia methodologica* : [наук. вид.]. – Тернопіль : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, 2011. – Вип. 32. – С. 71-75.
414. 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.

415. 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.
416. 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 Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна, 2011. – Вип. 62. – С. 84-88.
417. 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.
418. 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 ім. Лесі Українки, 2011. – С. 74-77.
419. Шкіцька І. Ю. Гендерний вимір маніпулятивного дискурсу / І. Ю. Шкіцька // Мовознавство : [наук.-теор. журнал]. – 2012. – № 1 (січень-лютий). – С. 64-72.
420. 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.
421. 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 ім. В. И. Вернадского, 2009. – № 168. – Т. 2. – С. 372-374.
422. Шкіцька І. Ю. Займенники "ти"- "Ви" в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Актуальні проблеми слов'янської філології : [міжвуз. зб.

- наук. ст.] / гол. ред. В. А. Зарва. – Серія : Лінгвістика і літературознавство. – Бердянськ : БДПУ, 2011. – Вип. XXIV. – Ч. 1. – С. 400-408.
423. Шкіцька І. Ю. Комплімент, похвала, схвалення в маніпулятивній стратегії позитиву : до постановки питання / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 11. – Т. V (117). – С. 49-56.
424. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву : специфіка та місце серед інших комунікативних стратегій / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 12. – Т. II (127). – С. 42-49.
425. 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.
426. 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.
427. Шкіцька І. Ю. Оцінна лексика в маніпулятивній стратегії позитиву / 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. 7. – С. 382-387.
428. Шкіцька І. Ю. Прагматична багатозначність компліментарних висловлювань у маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Науковий часопис Нац. 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.
429. 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.
430. 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.
431. Шкіцька І. Ю. Різновиди метафори в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Лінгвістика : [наук. видання]. – № 2 (23). – Луганськ : ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка", 2011. – С. 211-218.
432. Шкіцька І. Ю. Роль повтору в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Культура народів Причорномор'я : [науч. журнал]. – Симферополь : Таврический нац. ун-т им. В. И. Вернадского : Межвуз. центр "Крым", 2011. – № 207. – С. 69-72.
433. 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.
434. 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.
435. Шкіцька І. Ю. Тактика позитивної самопрезентації маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Функциональная лингвистика : [сб. науч. работ] / Крымский респ. ин-т последипломного пед. образования ; науч. ред. А. Н. Рудяков. – Симферополь, 2010. – № 1. – Т. 2. – С. 347-349.
436. Шкіцька І. Ю. Тактика солідаризації маніпулятивної стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. вид.]. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2010. – Вип. 13. – Т. VII (143). – С. 40-47.

437. Шкіцька І. Ю. Фігури накопичення в маніпулятивній стратегії позитиву / І. Ю. Шкіцька // Мова і культура : [наук. журнал]. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2011. – Вип. 14. – Т. IV (150). – С. 37-44.
438. 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.
439. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Речевые жанры. – Саратов, 1997. – С. 88-98.
440. Шмелева Т. В. Речевой жанр / Т. В. Шмелева // Russistik Русистика. – Berlin. – 1990. – № 2. – С. 20-32.
441. Шостром Э. Анти-Карнеги. Прихоти удачи / Эверетт Шостром ; Дейл Карнеги ; [пер. с англ.]. – Мн. : ООО "Попурри", 1997. – 400 с.
442. Шостром Э. Человек-манипулятор / Эверетт Шостром ; [пер. с англ.] – Мн. : ТПЦ "Полифакт", 1992. – 128 с.
443. Экман П. Психология лжи : руководство по выявлению обмана в деловых отношениях, политике и семейной жизни / Поль Экман ; [пер с англ.]. – К. : Логос, 1999. – 222 с.
444. Юрковская Е. А. Идиоматика в контексте пропагандистского дискурса / Е. А. Юрковская // Материалы межвуз. конф. молодых ученых "Лингвистические исследования и методика преподавания иностранных языков – 1999". – Иркутск : ИГЛУ, 1999. – С. 200-203.
445. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс : мова, культура, влада / Г. М. Яворська ; [Нац. акад. наук України, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні]. – К. : Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України, 2000. – 288 с. – Бібліогр. : с. 257-285.
446. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды : печать, радио, телевидение, документы, кино / Г. Я. Солганик, Н. Н. Кохтев, Д. Э. Розенталь и др. – М. : Изд-во МГУ, 1980. – 256 с.

447. Язык как средство воздействия (на материале эмоционально-оценочной лексики современного русского языка): [лекции спецкурса] / [научн. редактор доцент В. В. Степанова]. – Л., 1971. – 60 с.
448. Языковая картина мира и системная лексикография / [В. Ю. Апресян, Ю. Д. Апресян, Б. Э. Бабаева и др. ; отв. ред. Ю. Д. Апресян]. – М. : Языки славянских культур, 2006. – 912 с. – (Studia philologica).
449. Ayer A. J. Philosophical essays / A. J. Ayer. – London : Macmillan, 1963. – 289 p.
450. Bird G. H. Explicature, Implicature, and Implicature / G. H. Bird // Pragmatik : Implicaturen und Sprechakte / [(Hrsg.) Eckerd Rolf]. – Opladen. – 1997. – S. 72-91.
451. Blase J. Bringing out the Best in Teachers : What Effective Principals Do / J. Blase, P.S. Kirby. – California : Corwi Press, 2000. – 144 p.
452. Blum-Kulka Sh. Indirectness and politeness in requests : Same or different? / Shoshana Blum-Kulka // Journal of pragmatics. – 1987. – № 11. – P. 131-146.
453. Bradford H. Brown-Nosing as a Cultural Category in American Organizational Life / H. Bradford, K. Valde // Research on Language and Social Interaction. – 1995. – № 28 (4). – P. 391-419.
454. Brown P. Politeness : Some universals in language usage / Penelope Brown, Stephen Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1988. – 345 p. – (Studies in interactional sociolinguistics, 4).
455. Brown P. Universals in language usage : Politeness Phenomena / Penelope Brown, Stephen Levinson // Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction / E. Goody. – Cambridge : Cambridge University Press, 1978. – P. 56-289.
456. Brown R. The pronouns of power and solidarity / R. Brown, A. Gilman // Sebeok T. A. (ed.) Style in Language. – Cambridge, Mass : MIT Press, 1960. – P. 253-276.

457. Cordella M. Complimenting behavior in Australian English and Spanish speech / Marisa Cordella, Heather Large, Veronica Pardo. – *Multilingua*. – 1995. – 14 (3). – P. 235-252.
458. Davidson A. Indirect Speech Acts and What to Do with Them / Alice Davidson // *Syntax and Semantics : Speech Act*. – N.Y. etc. : Academic Press, 1975. – Vol. 3. – P. 143-185.
459. De Kadt E. Politeness Phenomena in South African Black English / Elizabeth De Kadt // *Pragmatics and Language Learning*. – University of Illinois at Urbana-Champaign. – 1992. – Vol. 3. – P. 103-116.
460. Dickson D. Rewarding People : the Skill of Responding Positively / D. Dickson, Ch. Saunders, M. Stinger. – London, New York : Routledge, 1993. – 232 p.
461. Dimitracopoulou I. Conversational Competence and Social Development / Ioanna Dimitracopoulou. – Cambridge [England] ; New York : Cambridge University Press, 1990. – V. XI. – 167 p.
462. Eckert P. The whole woman : sex and gender differences in variation / P. Eckert // *Sociolinguistics* / N. Coupland, A. Jaworski (eds.). – Macmillan Press, 1997. – P. 212-228.
463. Eisenstein M. "I very Appreciate": Expressions of Gratitude by Native and Non-native Speakers of American English / M. Eisenstein, J. W. Bodman // *Applied Linguistics*. – 1986. – Vol. 7. – № 2. – P. 167-185.
464. Fernando C. Idioms and Idiomaticity / Chitra Fernando. – Oxford, New York : Oxford University Press, 1996. – 265 p. – (Describing English Language).
465. Fowler R. Language in the News : Discourse and Ideology in the Press / Roger Fowler. – London : Routledge ; New York : Hart, 1991. – 254 p.
466. Glasgow W. D. The Act of Praising / W. D. Glasgow // *Theory*. – 1969. – Vol. 35. – № 3. – P. 185-203.
467. Grice H. P. Logic and Conversation / H. P. Grice // *Syntax and Semantics*. – New York: Anchor. – 1975. – Vol. 3. – P. 41-58.
468. Haiman F. "Speech Acts" and the First Amendment / Franklyn Saul Haiman. – Carbondale and Edwardsville : Illinois State University Press, 1993. – 103 p.

469. Hare R. M. The language of morals / R. M. Hare. – London : Oxford Univ. Press, 1967. – 202 p.
470. Haslett B. Communication : Strategic action in context / Beth Haslett. – Hillsdale, New Jersey, London, 1987. – 315 p.
471. Herbert R. K. Compliment – Rejection Versus Compliment. – Avoidance : Listener-Based Versus Speaker-Based Pragmatic Strategies / R. K. Herbert, H. S. Straight // Language and Communication, 1989. – Vol. 9. – № 1. – P. 35-47.
472. Herbert R. K. Sex-based differences in compliment behavior / Robert Herbert // Journal of pragmatics. – V. 14. – 1990. – № 2. – P. 193-218.
473. Herbert R. K. The Ethnography of English Compliments and Compliment Responses : A Contrastive Sketch / Robert Herbert // Contrastive Pragmatics. W. Oleksy (Ed.). – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1989. – P. 3-35.
474. Holmes J. Paying Compliments : A Sex-Preferential Positive Politeness strategy / Janet Holmes // Journal of Pragmatics. – 1988. – Vol. 12. – № 4. – P. 445-465.
475. Holmes J. Teachers and Students learning about Compliments / J. Holmes, D. F. Brown // TESOL Quarterly. – 1987. – Vol. 21. – № 3. – P. 523-546.
476. Holmes J. Women, Men and Politeness / Janet Holmes. – London : Longman, 1995. – 254 p.
477. Jespersen O. Language : Its Nature, Development and Origin / Otto Jespersen. – London : Allen and Unwin ; NY : Holt, 1925. – 401 p.
478. Johnson B.McD. Images of the enemy in intergroup conflict / B. McD Johnson // The Central States Speech Journal. – V. 26. – 1975. – № 1. – P. 84-92.
479. Johnson D. M. Complimenting and Involvement in Peer Reviews : Gender Variation / D. M. Johnson, D. H. Roen // Language in Society. – 1992. – Vol. 21. – № 1. – P. 27-57.
480. Jones P. Gossip : Notes on Women's Oral Culture / P. Jones // Cameron D.

- Feminist Critique of Language. – London : Routledge. – 1980. – P. 47-68.
481. Korzeniewska-Berczynska J. Кавычки : знак камуфляжа, неведения, растерянности, манипуляций / J. Korzeniewska-Berczynska // Korzeniewska-Berczynska J. Новации в языковой картине мира российского человека на основе публицистических текстов. – OLSZTYN, 1996. – С. 127-146.
482. Kramer Ch. Perceptions of female and male speech / Cheris Kramer // Language and Speech. – 1977 (Jun). – Vol. 20. – Pt. 2. – P. 151-161.
483. Labov W. The Social Stratification of English in New York City / W. Labov. – Washington : Macmillan, 1966. – 280 p.
484. Lakoff R. Language and Woman's Place / Robin Lakoff. – New York : Harper and Row, 1975. – 83 p.
485. Lakoff R. T. Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising / R. T. Lakoff // Analyzing discourse : Text and Talk / Deborah Tannen. – Georgetown University Press, 1982. – P. 25-42.
486. Lakoff R. The Logic of Politeness or Minding Your P's and Q's / R. Lakoff // Papers from the 9-th Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society. – Chicago : CLS, 1973. – P. 292-305.
487. Leech G. N. Principles of Pragmatics / Geoffrey Leech. – London, New York : Longman, 1983. – 257 p.
488. Lenk H. Deutsche Gesprächskultur / Hartmut E. H. Lenk. – Helsinki : Universitätsverlag, 1995. – 215 s.
489. Lentz J. D. Effective handling of manipulative persons / John D. Lentz. – Thomas, C. C., 1989. – 100 p.
490. Levine T. R. Situational intimacy as a predictor of compliance-gaining tactic selection / Levine T. R., Wheelless L. R. // Communication Research Reports. – 1997. – № 14. – P. 132-144.
491. Lewandowska-Tomaszczyk B. Praising and Complimenting / B. Lewandowska-Tomaszczyk // Oleksy W. (ed.) Contrastive Pragmatics. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1989. – P. 73-100.

492. Lis-Turlejska M. Ingracjacja, czyli manipulowanie innymi ludźmi za pomocą własnej atrakcyjności / M. Lis-Turlejska // *Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi*. – Warszawa, 1980. – S. 317-354.
493. Manes J. Complimenting : A Mirror of Cultural Values / J. Manes // Wolfson N. and E. Judd (eds.). *Sociolinguistics and Language Acquisition*. – Rowley (Mass), London, Tokyo : Newbury House, 1983. – P. 96-102.
494. Manes J. The Compliment formula / J. Manes, N. Wolfson // *Conversational Routine. Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. – The Hague etc. : Mouton Publishers, 1981. – P. 115-132.
495. Marks S. It Pays \$ to Praise / S. Marks. – Alexandria, Virginia : Miles River Press, 1996. – 64 p.
496. Morgan J. L. Two Types of Convention in Indirect Speech Acts / J. L. Morgan // *Syntax and Semantics*. – N. Y. etc. Academic Press, 1978. – Vol. 9 : *Pragmatics*. – P. 261-280.
497. Morley D. D. Subjective message constructs : A theory of persuasion / Donald Dean Morley // *Communication Monographs*. – V. 54, June 1987. – P. 183-203.
498. Norrick N. R. The Speech Act of Complimenting / N. R. Norrick // *Papers from the Fourth International Conference of Nordic and General Linguistics*. – Oslo, 1980. – P. 296-304.
499. Olszewska-Kondratowicz A. Ingracjacja, czyli zashowania ukierunkowane na zwiększenie własnej atrakcyjności / A. Olszewska-Kondratowicz // *Psychologia Wychowawcza*. – 1974. – № 5. – S. 617-633.
500. Olszewska-Kondratowicz A. Obraz własnej osoby jako mechanizm regulujący rodzaj stosowanych przez człowieka technik ingraccji / A. Olszewska-Kondratowicz // *Psychologia Wychowawcza*. – 1975. – № 1. – S. 48-59.
501. Recanati F. Some Remarks on Explicit Performatives, Indirect Speech Acts, Locutionary Meaning and Truth-Value / F. Recanati // *Speech Act Theory and Pragmatics*. – Dordrecht etc. ; D. Reidel Publ. Comp., 1980. – Vol. 10. – P. 205-220.

502. Robinson P. W. Manipulating parents : tactics used by children of all ages and ways parents can turn the tables / Paul W. Robinson, Timothy J. Newby, Robert D. Hill. – N. J. : Prentice-Hall, 1981. – 276 p.
503. Sadock J. M. Toward a Linguistic Theory of Speech Acts / J. M. Sadock. – N. Y. etc. : Academic Press, 1974. – 168 p.
504. Sheldon B. Behavior modification : Theory, practice and philosophy / Brian Sheldon. – L. : Tavistock, Routledge, 1982. – XII. – 274 p.
505. Stengel R. You're Too Kind : a Brief History of Flattery / R. Stengel. – N. J. : Simon and Schuster, 2000. – 315 p.
506. Stevenson Ch. L. Facts and values : (Studies in ethical analysis) / Ch. L. Stevenson. – New Haven-London : Yale Univ. Press, 1964. – 224 p.
507. Tannen D. You just Don't Understand : Women and Men in Conversation / Deborah Tannen. – N. Y. : William Morrow, 1990. – 330 p.
508. Twentier G. The Positive Power of Praising People / G. Twentier. – Chicago : Contemporary Books, Chicago, 1998. – 202 p.
509. Watzlawick P. Menschliche Kommunikation / Paul Watzlawick , Janet Beavin Bavelas , Don D Jackson. – Bern : Huber, 1990. – 271 s.
510. Wierzbicka A. English speech act verbs : a semantic dictionary / Anna Wierzbicka. – Canberra, Sydney etc. : Australian National University Press, 1987. – 500 p.
511. Wierzbicka A. Genry mowy / Anna Wierzbicka // Tekst i zdanie : [zbiór studiów]. – Wrocław, 1983. – S. 125-137.
512. Wolfson N. An Empirically Based Analysis of Complimenting in American English / N. Wolfson // Wolfson N. and E. Judd (eds.). Sociolinguistics and Language Acquisition. – Rowley (Mass), London, Tokyo : Newbury House, 1983. – P. 82-95.
513. Wolfson N. Compliments in Cross-cultural Perspective / N. Wolfson // TESOL Quarterly. – 1981. – Vol. 15. – № 2. – P. 117-124.
514. Wolfson N. Perspectives : Sociolinguistics and TESOL / Nessa Wolfson. – Cambridge : Newbury House Publishers, 1989. – 320 p.

515. Wolfson N. Pretty is as Pretty Does : A Speech Act View of Sex Roles / Nessa Wolfson // Applied linguistics. – 1984. – Vol. 5. – № 3. – P. 236-244.
516. Wolfson N. The Bulge : a Theory of Speech Behavior and Social Distance / Nessa Wolfson // Second Language Discourse : a Textbook of Current Research. – Norwood, NJ : Ablex, 1988. – P. 21-38.
517. Wolfson N. The Compliment as Social strategy / Nessa Wolfson, Joan Manes // Papers in Linguistics. – 1980. – Vol. 13 : Rowley, Mass : Newbery. – № 3. – P. 391-410.

СЛОВНИКИ

- ВТССУМ** – Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпінь : ВТФ "Перун", 2007. – 1736 с. : іл.
- ССРЛЯ т. 5** – Словарь современного русского литературного языка / ред. коллегия : чл.-кор. АН СССР С. Г. Бархударов, акад. В. В. Виноградов и др. – М.-Л. : Изд-во Акад. наук СССР, 1956. – Т. 5. – 1918 стб.
- ССРЛЯ т. 10** – Словарь современного русского литературного языка / ред. коллегия : канд. филол. наук А. М. Бабкин и д-р филол. наук Ф. П. Филин. – М.-Л. : Изд-во Акад. наук СССР, Ленинградское отделение, 1960. – Т. 10. – 1774 стб.
- СУМ** – Словник української мови : [в 11 т.]. – К. : Наук. думка, 1970-1980. – Т. 3. – 1972. – 744 с.

ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА

1. Авраменко В. А. Карти на стіл, панове! : [соціально-кримінальний роман] / Володимир Авраменко ; [передмова С. Грицюка]. – К. : Котигорошко, 1998. – 160 с.
2. Автомонов П. Ф. Генерал Шаблій : [роман для ст. шкіль. віку.] / Павло Автомонов ; [іл. Є. Є. Котляра]. – [перевид.]. – К. : Веселка, 1984. – 367 с., іл. – (Сер. "Звитяга").
3. Андріяшик Р. Думна дорога : [роман] / Роман Андріяшик. – К. : Рад. письменник, 1982. – 263 с.
4. Андріяшик Р. Сторонець / Роман Андріяшик. – К. : Укр. письменник, 1992. – 175 с.
5. Антоненко-Давидович Б. Вибрані твори / Борис Антоненко-Давидович ; [упорядкув., передм. О. П. Ткаченко]. – К. : Грамота, 2006. – 336 с. : іл. – (Сер. "Шк. б-ка").
6. Антоненко-Давидович Б. Твори : [в 2-х т.] / Борис Антоненко-Давидович. – К. : Наукова думка, 1999. – (Б-ка укр. літ. "Новітня українська література"). – Т. 1 : повісті та романи / [Вст. ст. упорядкув. та прим. Л. С. Бойка]. – 744 с. : портр.
7. Баграт Л. Зло : [роман] / Людмила Баграт. – К. : Кальварія, 2002. – 288 с. – (Сер. "Коронація слова").
8. Багрянний І. Сад Гетсиманський : [іст. роман] / Іван Багрянний. – К. : Школа, 2008. – 512 с. – (Україна крізь віки).
9. Базима Г. Я. Слідами великого рейду : спогади партизана / Григорій Якович Базима. – К. : Видавництво політичної літератури України, 1977. – 398 с.
10. Бедзик Д. Оповідання про Олега Кошового : твори / Дмитро Бедзик. – К. : Рад. школа, 1985. – 416 с.
11. Бедзик Ю. Любов, президент і парадигма космосу / Юрій Бедзик. – К. : Астарта, 2002. – 397 с.
12. Березовський О. Інтернаймичка. Дочка чи пасербиця Європи? : [роман] /

- Орест Березовський. – [вид. 2-ге, перероб. і доп.]. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2005. – 352 с.
13. Білий Д. Басаврюк ХХ / Дмитро Білий. – К. : Смолоскип, 2002. – 188 с.
 14. Білий Д. Заложна душа / Дмитро Білий. – Донецьк : Альфа-прес, 2004. – 495 с.
 15. Білий М. Д. Під крилом чорного ангела : [повість, спогади, бувальщини] / Михайло Білий. – Тернопіль : Астон, 2004. – 176 с.
 16. Білик І. Меч арея : [роман] / Іван Білик ; [вступ. слово О. Апанович ; худож. оформ. М. С. Пшінки, А. О. Лівня ; фронтиспіс В. А. Кононенка]. – К. : Веселка, 2003. – 432 с.
 17. Босович В. Володимир, син Святослава : [роман] / Василь Босович. – К. : Укр. центр духов. к-ри, 1994. – 294 с. – (Укр. іст. роман).
 18. Брезіцький Р. На оливній горі / Роман Брезіцький. – Львів : Місіонер, 1995. – 176 с. : іл.
 19. Бузько І. В. Формула : [роман] / І. В. Бузько. – К. : Зелений пес, ТОВ "Гамазин", 2006. – 288 с.
 20. Васильківський О. Число сатани : [роман, повість] / Олександр Васильківський. – К. : Український письменник, 2003. – 205 с.
 21. Васильченко С. Мужичий ангел : [оповідання, повість, п'єси : для середнього та старшого шкільного віку] / Степан Васильченко ; [упоряд., передм. та приміт. Н. М. Шумило ; худож. Л. В. Ільчинська]. – К. : Веселка, 2000. – 287 с.
 22. Вільде І. Д. Сестри Річинські : [роман] / Ірина Дмитрівна Вільде. – Кн. 1. – К. : Дніпро, 1977. – 495 с.
 23. Вільде І. Д. Сестри Річинські : [роман] / Ірина Дмитрівна Вільде. – Кн. 2. – К. : Дніпро, 1977. – 700 с.
 24. Волков О. Подорож у безвихідь : роман / Олексій Волков. – К. : Джерела-М, 2002. – 352 с.
 25. Гаман В. П. Знахар : [романи] / Віктор Пантелійович Гаман. – К. : Укр. письм. : Вир, 1997. – 537 с.

26. Гжицький В. Опришки : [роман] / Володимир Гжицький. – Львів : Каменяр, 1985. – 263 с. : 4 арк. іл., 1 арк. портр. – (Б-ка "Карпати").
27. Головченко І. Білий морок. Голубий берег : [романи, тетралогія] / Іван Головченко, Олекса Мусієнко. – Кн. 2. – К. : Дніпро, 1986. – 736 с.
28. Гримич М. Ти чуєш, Марго?... : [роман] / Марина Гримич. – Львів : Аверс, 2000. – 215 с.
29. Грицюк С. Таємні рани провин : [повісті] / Степан Грицюк ; [передмова М. Стеблини]. – К. : Видавничо-виробнича фірма "Котигорошко" ЛТД, 1994. – 430 с.
30. Гуменюк Б. Лук'янівка : [роман-рефлексія] / Борис Гуменюк. – К. : Факт, 2005. – 808 с. – (Сер. "Ехсептіс Ехсірієндіс").
31. Гурієнко П. Ти щастя обіцяла : [роман] / Петро Гурієнко. – К. : Ряд. письменник, 1989. – 419 с.
32. Давидов А. Голубий патруль : [повісті та оповідання для середн. шкільн. віку] / Анатолій Давидов ; [худож. оформл. О. О. Міхнушова ; рецензент М. Ю. Малиновська]. – К. : Веселка, 1983. – 215 с.
33. Дарда В. Переяславські дзвони : [іст. роман] / Володимир Дарда. – К. : Радянський письменник, 1990. – 415 с.
34. Дашкієв М. Страчена пісня : [роман] / Микола Дашкієв ; [передм. М. Ратушного]. – К. : Рад. письменник, 1985. – 287 с. : 1 арк. портр.
35. Дерево пам'яті : Книга українського історичного оповідання : для старшого шкільного віку : [у 4 вип.]. – Вип. 1 : Від найдавніших часів до 1648 року / упор. текстів та ілюстр., автор передмови й приміток Валерій Шевчук. – К. : Веселка, 1990. – 607 с. : іл. – (Б-ка "Золоті ворота").
36. Дімаров А. Вибрані твори : [в 2 т.]. – Т. 1. : Його сім'я. Ідол : [романи] / Анатолій Дімаров ; [передм. В. Костюченка]. – К. : Дніпро, 1982. – 535 с.
37. Дімаров А. Вибрані твори : [в 2 т.]. – Т. 2. : Син капітана ; Док ; На коні й під конем : [повісті] / Анатолій Дімаров. – К. : Дніпро, 1982. – 616 с.
38. Дімаров А. Самосуд : [повісті, оповідання, етюди] / Анатолій Дімаров. – К. : Український письменник, 1999. – 222 с.

39. Дімаров А. Сільські історії / Анатолій Дімаров. – К. : Дніпро, 1987. – 539 с.
40. Дімаров А. Три наречені для нашого тата. Містечкові історії : [романи й повісті] / Анатолій Дімаров. – К. : Дніпро, 1982. – 184 с. – (Серія "Романи й повісті" ; № 4).
41. Дімарова Є. Н. Дівчата без наречених. Асистенти, аспіранти, доценти : [спогади] / Євдокія Нестерівна Дімарова. – [вид. 2-ге]. – К. : "Щек", 2008. – 271 с.
42. Довженко О. П. Зачарована Десна : [кіноповість]. Україна в огні : [кіноповість]. Щоденник (1941–1956) / Олександр Довженко. – К. : Веселка, 1995. – 574 с.
43. Дольд-Михайлик Ю. І один у полі воїн / Юрій Дольд-Михайлик. – К. : Політвидав України, 1988. – 493 с.
44. Дольд-Михайлик Ю. У чорних лицарів / Юрій Дольд-Михайлик. – К. : Вид-во політ. л-ри України, 1989. – 330 с.
45. Дрозд В. Г. Вибрані твори : [в 2 т.]. – Т. 1 : Оповідання. Романи / Володимир Дрозд. – К. : Рад. письм., 1989. – 462 с.
46. Дрозд В. Г. Злий дух. Із житієм. Пришестя : [романи] / Володимир Дрозд. – К. : Укр. письм., 1999. – 311 с. – (Сер. "Суч. укр. л-ра").
47. Дрофань А. Цілком таємно : [оповідання для мол. та сер. шкіль. віку] / Анатолій Дрофань ; [передм. Л. Дрофань; іл. В. Дунаєво]. – К. : Школа, 2008. – 208 с. : іл.
48. Дяченко М. Брамник: [роман] / Марина та Сергій Дяченки. – К. : Джерела М, 2005. – 288 с.
49. Дяченко М. Ю. Долина совісті / М. Ю. Дяченко, С. С. Дяченко. – К. : ТОВ "Гамазин", 2008. – 336 с.
50. Євген Є. Сталеві щелепи залізні кулаки : [роман] / Є. Євген. – К. : Джерела М, 2005. – 288 с.
51. Жовна О. Маленьке життя : [оповідання] / Олександр Жовна. – Кіровоград : ПВЦ "Мавік", 2004. – 90 с.

52. Забужко О. Музей покинутих секретів : [роман] / Оксана Забужко. – [2-ге вид., доп.]. – К. : Факт, 2009. – 832 с.
53. Загребельний П. А. Європа 45 : [роман] / Павло Загребельний. – К. : Дніпро, 1985. – 543 с. – (Сер. "Звитяга").
54. Захарченко В. Дім під ясенами : [повісті, оповідання, новели] / Василь Захарченко. – К. : Український письменник, 1999. – 217 с. – (Сер. "Сучасна укр. л-ра").
55. Збанацький Ю. Твори : [у 4 т.] / Юрій Збанацький. – Т. 3 : Переджнив'я : [роман]. – К. : Дніпро, 1984. – 445 с.
56. Іваненко О. Три бажання : [казки, оповідання : для серед. шкіл. віку] / Оксана Іваненко ; [передм. В. А. Костюченка ; худож. В. А. Євдокименко]. – К. : Веселка, 1986. – 272 с. : іл. – (Шкільна б-ка).
57. Іванина В. Любов і смерть узурпатора : Три доби з життя "героя" нашого часу : [роман] / Василь Іванина. – К. : Дніпро, 2006. – 224 с.
58. Іваничук Р. І. Журавлиний крик : [іст. роман] / Роман Іваничук. – Львів : Каменяр, 1989. – 375 с.
59. Івасюк М. Г. Лицарі великої любові : [роман] / Михайло Івасюк ; [упор. Оксана Івасюк]. – Чернівці : Вид. дім "Букрек", 2007. – 260 с.
60. Ільченко О. Пастка для геймера / Олесь Ільченко. – К. : Грані-Т, 2008. – 64 с. – (Сер. "Дивний детектив-08").
61. Іщук А. Вербівчани : [роман-хроніка] / Арсен Іщук ; [передм.] – К. : Дніпро, 1984. – 792 с.
62. Карпенко-Карий І. К. Драматичні твори / І. К. Карпенко-Карий ; [вступ. ст., упоряд. і приміт. Р. Я. Пилипчука ; ред. С. Д. Зубков]. – К. : Наук. думка, 1989. – 608 с. – (Б-ка укр. літ. дожовт. укр. літ.).
63. Карпенко-Карий І. Твори : [у 3-х т.] / І. К. Карпенко-Карий. – К. : Держ. вид-во худ. л-ри, 1960. – Т. 1. – 496 с.
64. Квітка-Основ'яненко Г. Ф. Вибрані твори / Григорій Федорович Квітка-Основ'яненко. – К. : Дніпро, 1983. – 349 с. : іл.

65. Кешеля Д. Осінь великих небес, або прирічанські характери : [романи з народного життя] / Дмитро Кешеля ; [післяслово Д. Федаки.] – Ужгород : Карпати, 2006. – 400 с.
66. Кобилянська О. Ю. Твори : [в 2 т.] / Ольга Юліанівна Кобилянська. – К. : Дніпро, 1988. – Т. 1 : Царівна : [повість ; оповідання] / [упорядник, авт. передм. і приміт. Ф. П. Погребенник]. – 541 с.
67. Кобилянська О. Ю. Твори : [в 2 т.] / Ольга Юліанівна Кобилянська – К. : Дніпро, 1988. – Т. 2 : Земля. В неділю рано зілля копала. Повісті. Оповідання / [упорядник, авт. передм. і приміт. Ф. П. Погребенник]. – 598 с.
68. Ковалишина Л. Зірочка моя ... : [оповідання] / Лідія Ковалишина. – Тернопіль : СОРОКа, 2007. – 57 с.
69. Кожелянко В. Срібний павук : [роман] / Василь Кожелянко. – Львів : Кальварія, 2004. – 160 с.
70. Козаченко В. Отчий дім : [роман] / Василь Козаченко. – К. : Радянський письменник, 1979. – 353 с.
71. Кокотюха А. Зоопарк, або Діти до 16 : [роман] / Андрій Кокотюха. – К. : Зелений Пес, 2006. – 224 с.
72. Кокотюха А. Темна вода : [роман] / Андрій Кокотюха. – К. : Нора-Друк, 2006. – 260 с.
73. Компанієць О. Обличчя янгола / Ольга Компанієць. – Львів : ЛА "Піраміда", 2003. – 138 с. : іл.
74. Кононенко Є. Жертва забутого майстра / Євгенія Кононенко. – К. : Грані-Т, 2007. – 180 с.
75. Кононович Л. Феміністка : [кримінальний роман] / Леонід Кононович. – Л. : Кальварія, 2002. – 160 с.
76. Костира І. Вибрані твори : [у 2 т.] / Іван Костира. – Донецьк : ПП "Книжковий дім "Прспект-Прес", 2006. – Т. 1. : Ненька. Хата. – 2006. – 512 с.

77. Крилатий М. Ватага в горах : [роман] / Михайло Крилатий. – К. : Радянський письменник, 1990. – 266 с.
78. Кулаковський В. Максим Кривоніс : [іст. роман] / Віталій Кулаковський. – К. : Дніпро, 1989. – 288 с.
79. Куліш П. Твори : [в 2 т.]. – Т. 2 : Чорна рада. Хроніка 1663 року. Оповідання. Драматичні твори. Статті та рецензії / Пантелеймон Куліш ; [підгот. тексти, упоряд. і склав приміт. М. Гончарук]. – К. : Дніпро, 1989. – 586 с. : портр.
80. Купчинський Р. Г. Заметіль II : Перед навалою : [повість зі стрілецького життя] / Роман Купчинський ; [худож. оформл. Л. В. Прийми]. – Львів : Каменяр, 1991. – 151 с.
81. Левін Б. Видно шляхи полтавській : [роман] / Борис Левін. – К. : Дніпро, 1984. – 677 с.
82. Лепкий Б. Твори : [в 2 т.] / Богдан Лепкий. – К. : Дніпро, 1991. – Т. 1 : Поезія. Оповідання і нариси. Історичні повісті / [упоряд., авт. передм. та приміт. М. М. Ільницький]. – 862 с. : портр.
83. Лепкий Б. Твори : [в 2 т.] / Богдан Лепкий – К. : Дніпро, 1991. – Т. 2 : Повість. Спогади. Виступи / [упоряд. та авт. приміт. М. М. Ільницький]. – 719 с.
84. Лис В. Маска : [роман] / Володимир Лис. – Львів : Кальварія, 2002. – 320 с. – (Сер. "Коронація слова").
85. Маковей О. Твори : [в 2 т.] / Осип Маковей. – Т. 1 : Поетичні твори. Повісті. – К. : Дніпро, 1990. – 719 с. : портр.
86. Малик В. Твори : [в 2 т.] / Володимир Малик. – Т. 1 : Таємний посол : [роман]. Посол Урус-шайтана ; Фірман султана : Книга перша, друга / [передм.]. – К. : Дніпро, 1986. – 440 с.
87. Мартович Л. Забобон : [повість] / Лесь Мартович ; [передм. Ф. Погребенника ; іл. худож. М. Компанця]. – К. : Дніпро, 1985. – 351 с. : іл. – (Б-ка укр. класики "Дніпро").

88. Матіос М. Солодка Даруся : [драма на три життя] / Марія Матіос. – [вид. 3-тє]. – Львів : ЛА "Піраміда", 2005. – 176 с.
89. Медведєв О. Танці утрюх : [роман] / Олександр Медведєв. – К. : Тов. "Гамазин", 2006. – 320 с.
90. Меднікова М. Смерть олігарха / Марина Меднікова. – К. : ПП Дуліби, 2006. – 160 с. – (Сер. "test-драйв").
91. Мельничук Б. Соломія Крушельницька : [драма-легенда] / Богдан Мельничук, Іван Ляховський. – Тернопіль, 1994. – 58 с.
92. Мельничук Б. Яр : вибрані новели / Богдан Мельничук. – Тернопіль : Воля, 2007. – 256 с.
93. Микитин Т. Дума про полковника Нечая : [іст. повісті] / Теодор Микитин. – Львів : Червона калина, 1993. – 423 с.
94. Мирний П. Хіба ревуть воли, як ясла повні? : [роман з народного життя] / Панас Мирний ; [вст. стаття М. Грицяя ; іл. худож. Н. Лопухової]. – К. : Дніпро, 1986. – 445 с. – (Б-ка української класики "Дніпро").
95. Мінько М. Виселок в пилу : [роман, повісті, оповідання] / Микола Мінько ; [передм. М. П. Чабан]. – Дніпропетровськ : Січ, 2007. – 489 с.
96. Міняйло В. Вічний Іван : [роман] / Віктор Міняйло ; [післяслово В. Іванціва]. – К. : Укр. письменник, 2001. – 287 с. – (Сер. "Суч. укр. л-ра").
97. Міщенко Д. Синьоока Тивер : [роман] / Дмитро Міщенко. – К. : Укр. центр духов. к-ри, 1996. – 424 с. – (Укр. іст. роман).
98. Морговський А. Фіфті / фіфті, або у кропиві згвалтований : [філософсько-еротичний конспект] / Антон Морговський. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. – 320 с.
99. Мушкетик Ю. Вернися в дім свій : [роман] / Юрій Мушкетик. – К. : Рад. письменник, 1981. – 373 с.
100. Мушкетик Ю. Смерть Сократа : [повісті, оповідання] / Юрій Мушкетик. – Х. : Фоліо, 2008. – 318 с. – (Укр. літ.).

101. Назарук О. Роксоляна : жінка халіфа й падишаха Сулеймана великого завойовника і законодавця : [іст. повість] / Осип Назарук. – Львів : Політвидав, 1990. – 302 с.
102. Наніїв П. І. Тричі продана : [іст. роман] / П. І. Наніїв. – К. : Неминь, 1996. – 240 с.
103. Нестайко В. Вибрані твори : [в 2 т.] / Всеволод Нестайко. – Т. 2 : П'ятірка з хвостиком : [повісті та повісті-казки для мол. та сер. шкіль. віку]. – К. : Веселка, 1990. – 511 с. : іл.
104. Нечуй-Левицький І. Твори : [в 2 т.] / Іван Нечуй-Левицький. – Т. 1 : Повісті та оповідання. П'єса. – К. : Наукова думка, 1985. – 637 с. – (Б-ка укр. л-ри).
105. Нечуй-Левицький І. Твори : [в 2 т.] / Іван Нечуй-Левицький. – Т. 2 : Повісті та оповідання. – К. : Наукова думка, 1986. – 638 с. – (Б-ка укр. л-ри).
106. Опільський Ю. Сумерек : [роман] / Юліан Опільський ; [авт. вступ. ст. М. М. Ільницький ; худож. І. М. Крислач]. – Львів : Каменяр, 1988. – 261 с. : 4 арк. іл.
107. Орос Я. Модуль Яфета : Славень. Кошуни / Ярослав Орос. – К. : Юнаф ; АртЕк, 2001. – 220 с.
108. Пеунов В. Помста знехтуваних богів : [роман-факт] / Вадим Пеунов. – Кн. 1. – Донецьк : Альфа-прес, 2005. – 456 с.
109. Пеунов В. Таке коротке довге життя : [роман-факт] / Вадим Пеунов. – Кн. 2. – Донецьк : Альфа-прес, 2005. – 352 с.
110. Пеунов В. Танок страху / Вадим Пеунов. – Донецьк : Альфа-прес, 2007. – 328 с.
111. Пиркало С. Не думай про червоне : [роман не для молодшого шк. віку] / Світлана Пиркало. – [2-ге вид.]. – К. : Факт, 2006. – 360 с.
112. Процюк С. Жертвопринесення / Степан Процюк. – Івано-Франківськ : Тіповіт, 2007. – 207 с.
113. Рибак Н. Переяславська рада : [роман] : [в 2 т.] / Натан Рибак. – Т. 1 (кн.1-4). – К. : Рад. шк., 1989. – 479 с. : іл. – (Мир в образах).

114. Романчук Л. Не залишай ... / Леся Романчук. – Кн. 1. – Тернопіль : Джура, 2001. – 332 с. – (Суч. укр. роман).
115. Романчук Л. Не залишай мене... / Леся Романчук. – Кн. 2. – Тернопіль : Джура, 2001. – 300 с. – (Суч. укр. роман).
116. Романчук Л. Не залишай мене одну ... / Леся Романчук. – Кн. 3. – Тернопіль : Джура, 2002. – 312 с. – (Суч. укр. роман).
117. Романчук Л. Не залишай мене одну надовго / Леся Романчук. – Кн. 4. – Тернопіль : Джура, 2002. – 308 с. – (Суч. укр. роман).
118. Рябий М. Ще не вмерла Україна : [роман] / Микола Рябий. – К. : Укр. письменник, 1994. – 286 с.
119. Савченко В. З того світу інкогніто : [фантастичний роман-трилер] / Віктор Савченко. – К. : Український письменник, 2003. – 158 с.
120. Савченко В. Золото і кров Сінопа : [іст. роман-трилер]. Консульська вежа : [пригодницька повість] / Віктор Савченко. – Дніпропетровськ : ВАТ "Видавництво "Зоря", 2007. – 448 с.
121. Самбук Р. Бронзовий чорт : [роман-диалогія] / Ростислав Самбук ; [передм. М. Слабошпицького]. – К. : Рад. Письменник, 1983. – 486 с.
122. Самбук Р. Ф. Марафон завдовжки в тиждень : [роман] / Ростислав Самбук. – К. : Дніпро, 1985. – 223 с. – (Сер. "Романи й повісті", № 4).
123. Сивирин А. Відрікаюсь тебе, сатано : [пригодницький роман] / Анатолій Сивирин. – Тернопіль : Джура, 2004. – 108 с.
124. Сивирин А. Лежачого не б'ють? : [гостросюжетна повість-трилогія] / Анатолій Сивирин. – Тернопіль : Джура, 2004. – 436 с.
125. Слапчук В. Клітка для неба : [повісті] / Василь Слапчук. – К. : Факт, 2006. – 280 с. – (Сер. "Ехсертис ехсіріendis").
126. Сняданко Н. Синдром стерильності : [роман] / Наталка Сняданко. – К. : Нора-Друк, 2006. – 360 с. – (День Європи).
127. Собко В. Лихобор : [роман] / Вадим Собко. – К. : Рад. школа, 1985. – 267 с. : іл. – (Пед. б-ка "Світ в образах").

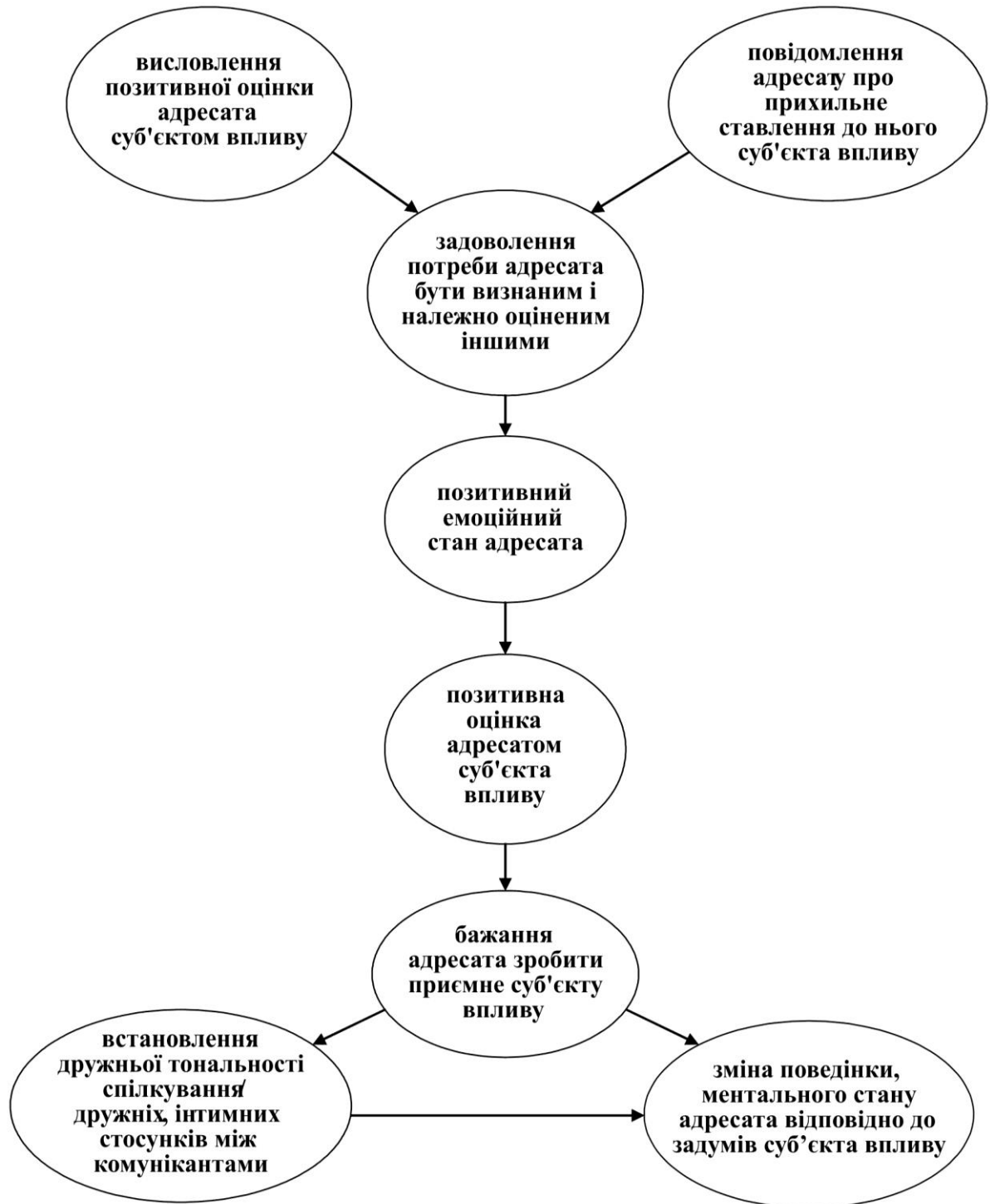
128. Старицький М. Твори : [в 6 т.] / Михайло Старицький. – К. : Дніпро, 1989. – Т. 2 : Драматичні твори / [упоряд., авт. приміт. Л. С. Дем'янівська]. – 575 с.
129. Старицький М. Твори : [в 6 т.] / Михайло Старицький. – К. : Дніпро, 1989. – Т. 3 : Драматичні твори / [упоряд., авт. приміт. Л. С. Дем'янівська]. – 527 с.
130. Старицький М. Твори : [в 6 т.] / Михайло Старицький. – К. : Дніпро, 1989. – Т. 4 : Драматичні твори / [упоряд., авт. приміт. Л. С. Дем'янівська]. – 688 с.
131. Стельмах М. Кров людська – не водиця : [роман] / Михайло Стельмах ; [передм. Є. П. Гуцала; іл. Б. М. Негоди]. – К. : Дніпро, 1992. – 376 с. – (Б-ка укр. класики "Дніпро").
132. Стельмах М. Хліб і сіль : [роман] / Михайло Стельмах. – К. : Дніпро, 1987. – 635 с.
133. Сучасне фантастичне оповідання / [редкол. : В. О. Шевчук (голова) та ін. ; упор. О. К. Тесленко ; автор післямови О. П. Ємченко]. – К. : Молодь, 1990. – 320 с.
134. Тарасюк Г. Новели : Проза / Галина Тарасюк. – Бровари : Відродження, 2006. – 416 с.
135. Тарасюк Г. Янгол з України : [маленькі романи, новели] / Галина Тарасюк. – К. : Либідь, 2006. – 432 с.
136. Тарнавський В. Матріополь / Валентин Тарнавський. – К. : Український письменник, 2002. – 240 с.
137. Тельнюк С. Яром-долиною : [іст. роман для ст. шк. віку] / Станіслав Тельнюк ; [іл. Г.В. Акулова]. – К. : Веселка, 1991. – 400 с. : іл.
138. Тесленко А. Оповідання / Архип Тесленко ; [передм. В. Костюченка ; ілюстр. В. А. Єкименка]. – К. : Дніпро, 1985. – 319 с. – (Б-ка укр. класики "Дніпро").
139. Ткач Д. Чорне сальто : [повісті] / Дмитро Ткач. – К. : Рад. шк., 1986. – 287 с.

140. Тулуб З. Людолови : [іст. роман] : [у 2 т.] / Зінаїда Тулуб. – Т. 1. – К. : Дніпро, 1986. – 470 с.
141. Тулуб З. Людолови : [іст. роман] : [у 2 т.] / Зінаїда Тулуб. – Т. 2. – К. : Дніпро, 1986. – 571 с.
142. Франко І. Захар Беркут / Іван Франко. – К. : Дніпро, 1974. – 152 с.
143. Харчук Б. Облава : [повісті та оповідання для середнього та старшого шк. віку] / Борис Харчук. – К. : Веселка, 1984. – 189 с. : іл.
144. Хаткіна Н. В. Справжня жінка / Н. В. Хаткіна. – Донецьк : ПП "КД "Перспект-Прес", 2005. – 273 с.
145. Хвильовий М. Твори : [у 2 т.] / Микола Хвильовий. – Т. 1 : Поезія. Оповідання. Новели. Повісті / [упоряд. М. Г. Жулинського, П. І. Майдаченка ; передм. М. Г. Жулинського]. – К. : Дніпро, 1991. – 650 с.
146. Хвильовий М. Твори : [у 2 т.] / Микола Хвильовий – Т. 2 : Повість. Оповідання. Незакінчені твори. Нариси. Памфлети. Листи / [упоряд. М. Г. Жулинського, П. І. Майдаченка]. – К. : Дніпро, 1991. – 925 с.
147. Хижняк Б. Зрада : [роман] / Борис Хижняк, [післямова Б. Мельничука]. – Тернопіль : Принтер-інформ, 2003. – 324 с.
148. Чайковський А. Сагайдачний : [іст. роман] : [у 3-х книгах] / Андрій Чайковський. – К. : Дніпро, 1989. – 585 с. – (Б-ка іст. прози).
149. Чемерис В. Скандал в імператорському сімействі : [іст. роман] / Валентин Чемерис. – К. : Радянський письменник, 1988. – 415 с.
150. Чемерис В. Фортеця на Борисфені : [іст. роман] / Валентин Чемерис. – К. : Укр. письменник, 1993. – 463 с.
151. Черемшина М. Карби : [оповідання] / Марко Черемшина. – К. : Дніпро, 1986. – 246 с. : іл. – (Б-ка укр. класики "Дніпро").
152. Черінь Г. Люстро мого життя : [оповідання] / Ганна Черінь. – К. : МП "Арфа-II", 1992. – 176 с.
153. Щегельський П. Хата-читальня : [роман] / Павло Щегельський. – Львів : Кальварія, 2001. – 192 с.

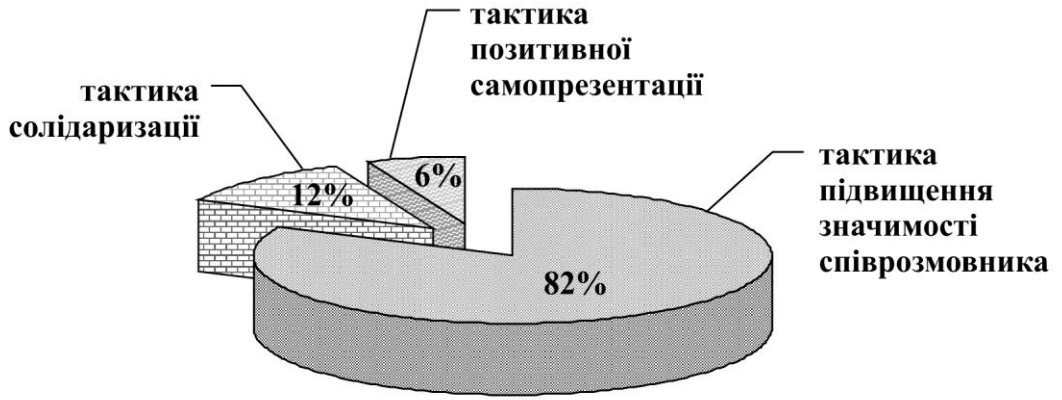
154. Щербак Ю. Хроніка міста Ярополя / Юрій Щербак ; [післямова В. Є. Панченка ; художник-оформлювач Б. П. Бублик]. – Х. : Фоліо, 2008. – 255 с. – (Укр. літ.).
155. Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр. – [3-є вид.]. – Львів : Кальварія, 2007. – 200 с.
156. Юхно М. Кохання – гра без правил : [оповідання] / Мар'яна Юхно. – Тернопіль : Горлиця, 1998. – 150 с.
157. Яворницький Д. За чужий гріх : [роман, повість, малюнки з життя] / Дмитро Яворницький ; [передм. Н. Є. Василенко]. – Дніпропетровськ : Січ, 2006. – 600 с.

ДОДАТКИ

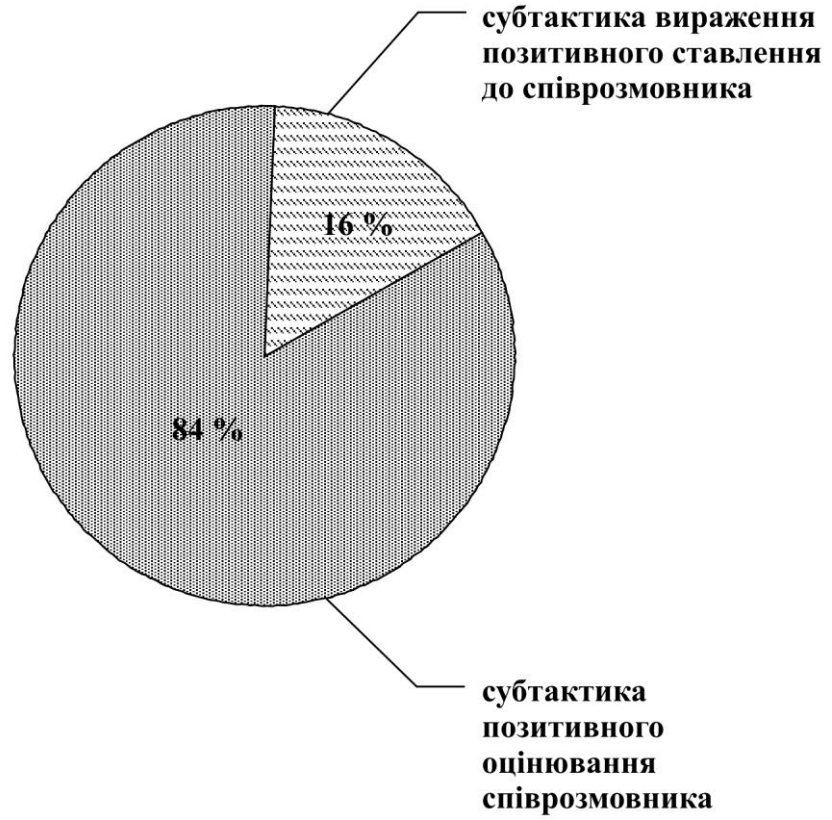
Додаток А

**Механізм здійснення впливу за допомогою
маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника**

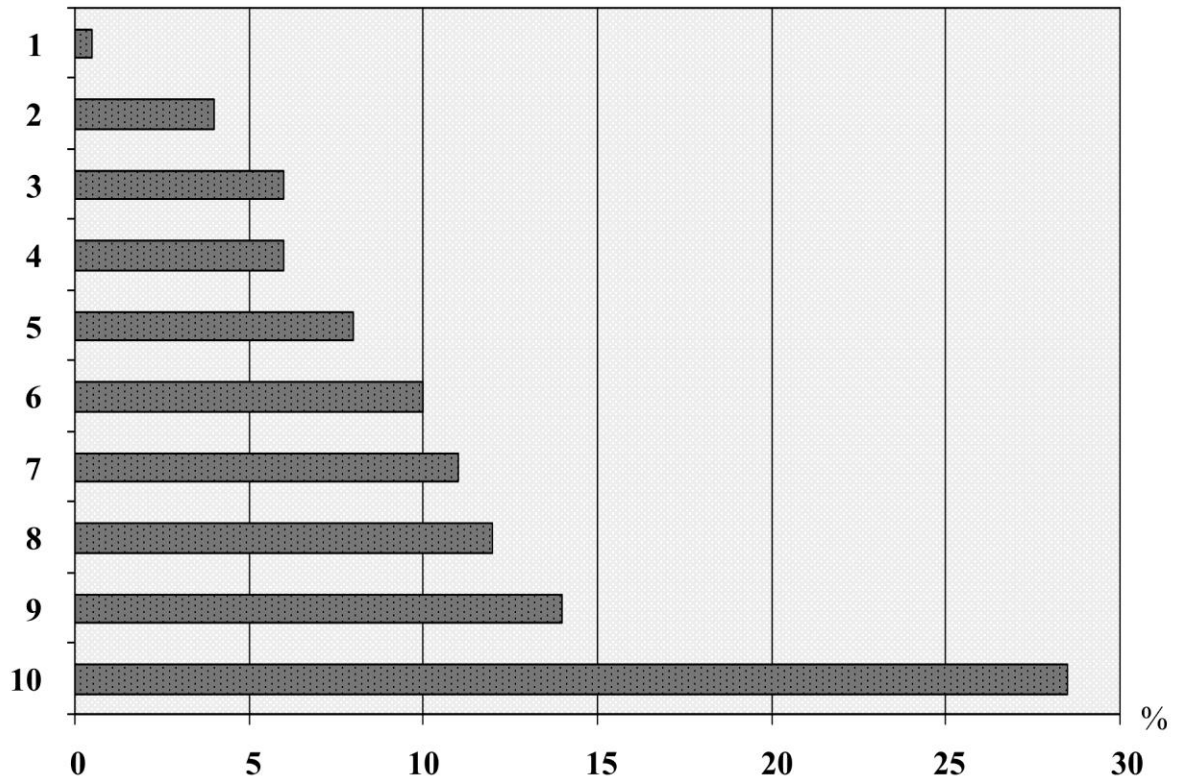
Додаток Б
Маніпулятивні тактики позитиву



Додаток В
Субтактична репрезентація
тактики підвищення значимості співрозмовника

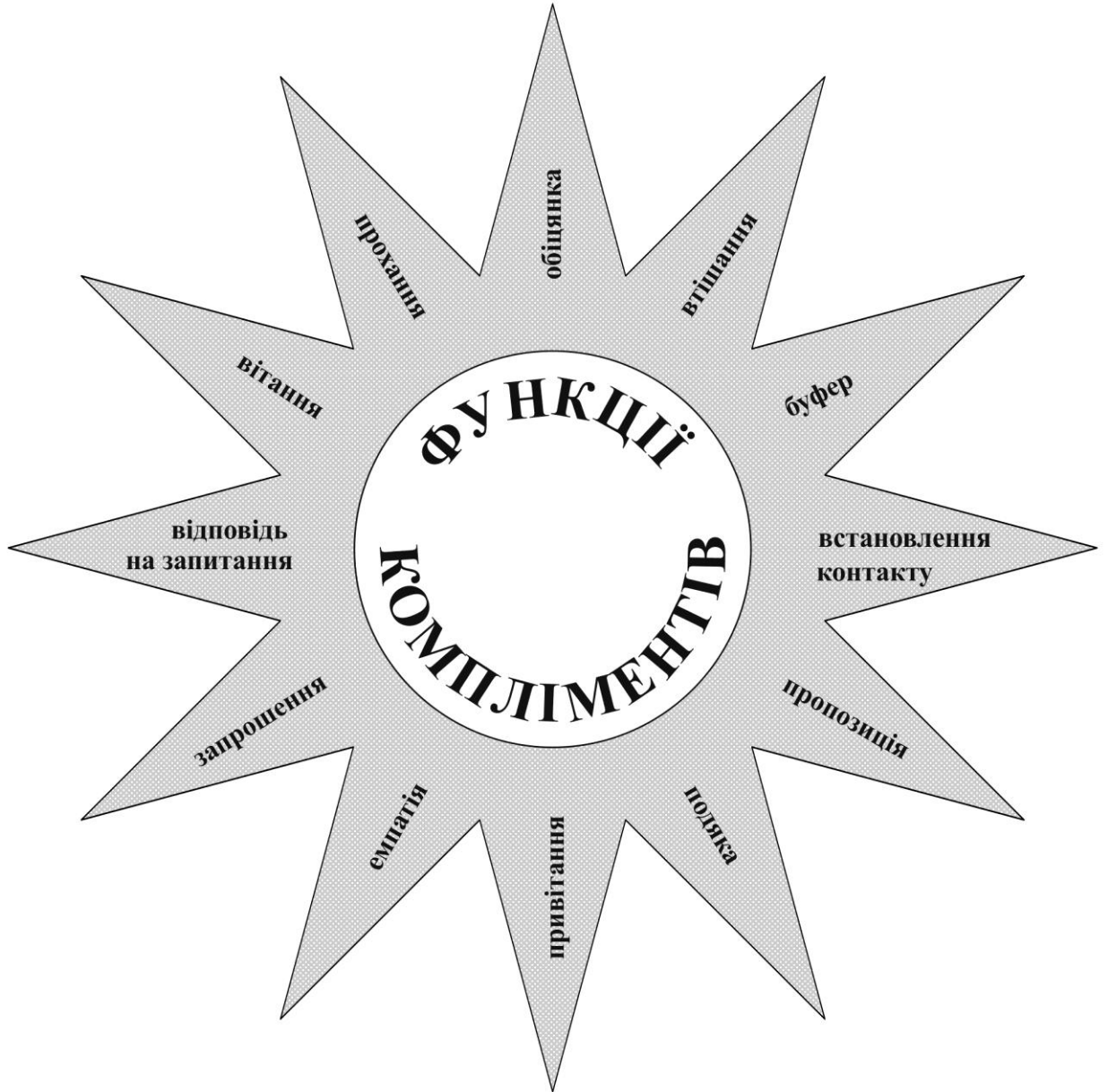


Додаток Г
Семантичні різновиди компліментарних висловлювань
у маніпулятивній стратегії позитиву

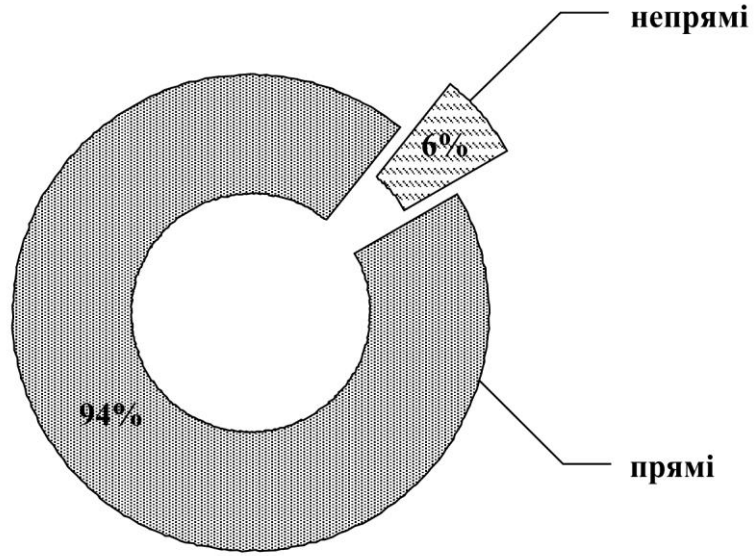


- 1 - Compliments regarding the name of the addressee
- 2 - Compliments on the designation of the character of the interlocutor, his individual characteristics
- 3 - Compliments with designation of objects, subjects or persons, which have a relationship to the addressee
- 4 - Compliments with emphasis on business qualities and professional skills of the communication partner
- 5 - Complex compliments
- 6 - Compliments regarding the appearance of the interlocutor
- 7 - Compliments on the designation of moral qualities of the addressee
- 8 - Compliments with a general positive evaluation of the interlocutor
- 9 - Compliments, which characterize intellectual qualities of the addressee
- 10 - Compliments regarding the skills, abilities, opportunities and merits of the interlocutor

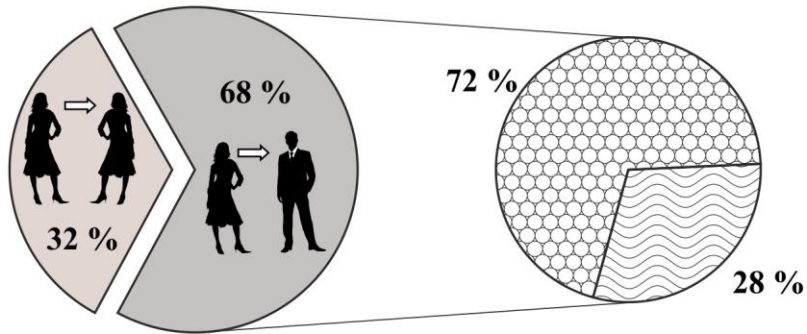
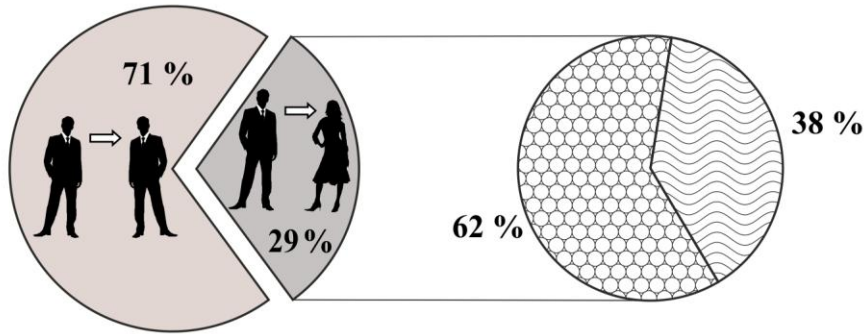
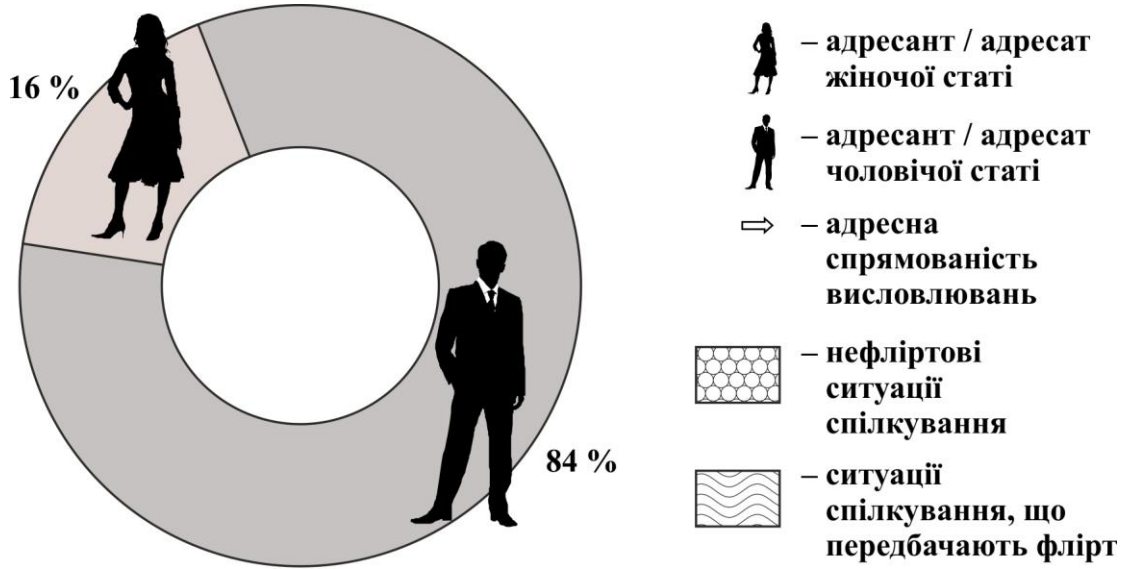
Додаток Д
Прагматична багатозначність маніпулятивно спрямованих
компліментарних висловлювань



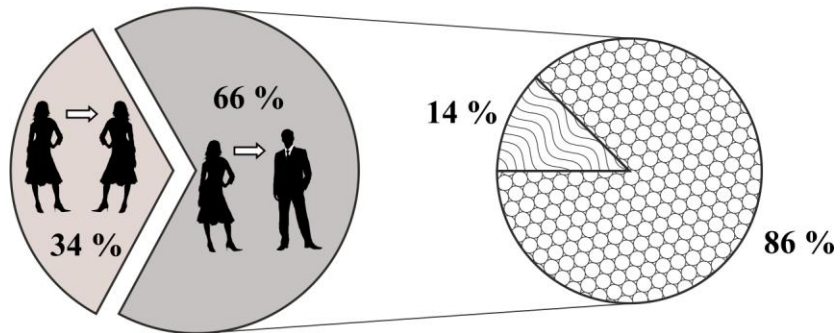
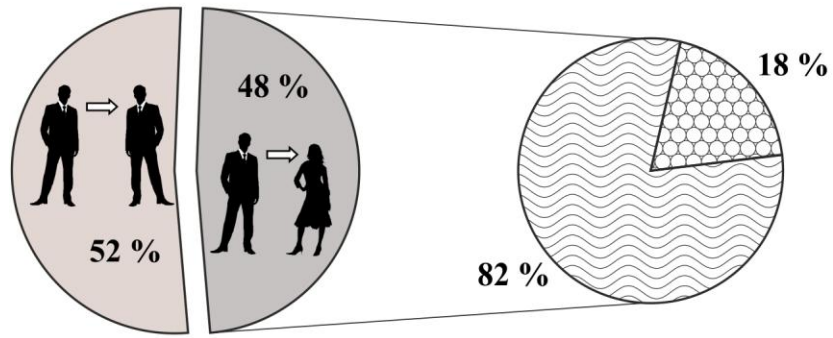
Додаток Е
Маніпулятивно спрямовані компліментарні висловлювання
(за способом вираження комунікативного наміру)



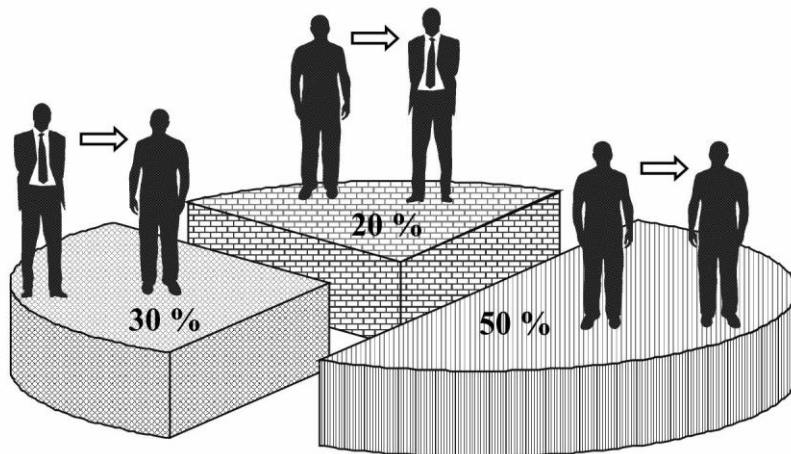
Додаток Ж
**Гендерний аспект тактики
 підвищення значимості співрозмовника**
Субтактика позитивного оцінювання співрозмовника



Додаток И
**Гендерний аспект тактики підвищення
 значимості співрозмовника**
Субтактика вираження позитивного ставлення до співрозмовника



Додаток К
Статусний вимір тактики підвищення
значимості співрозмовника

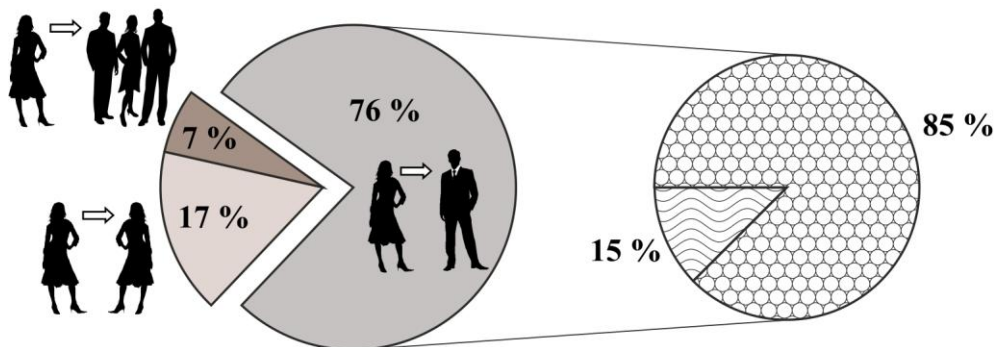
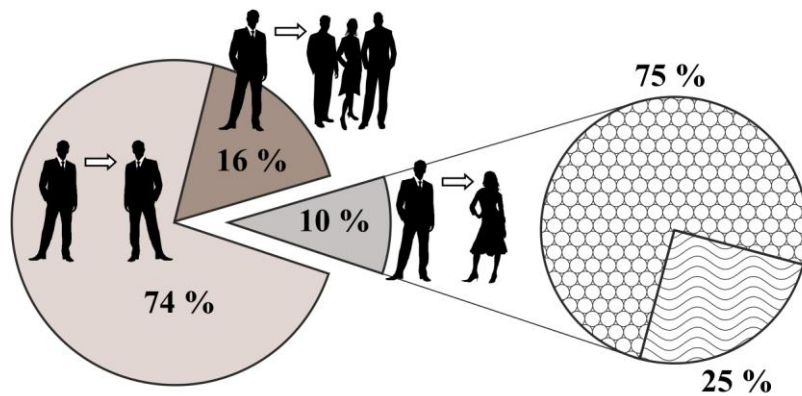
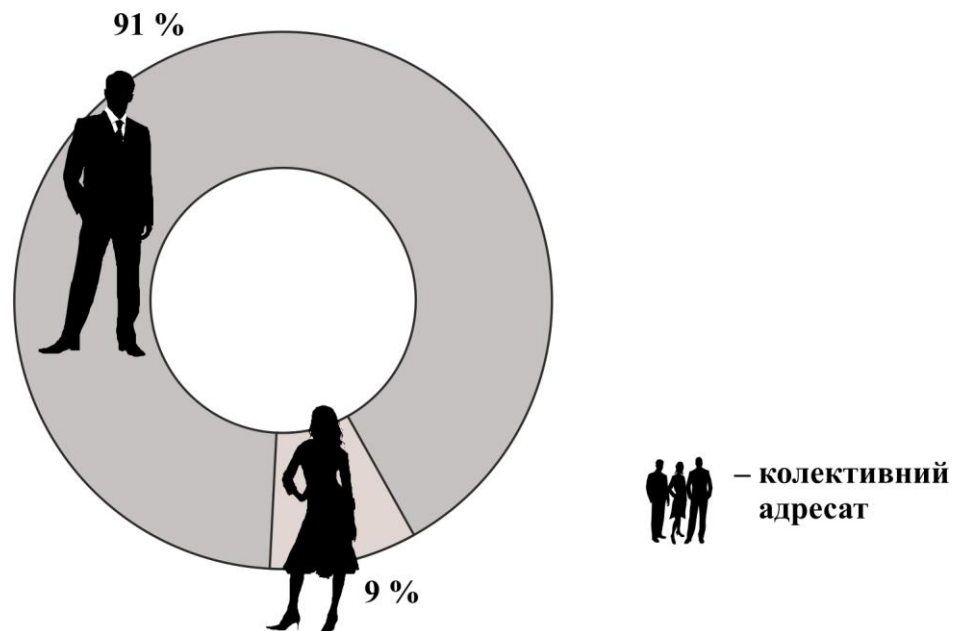


– адресант / адресат, що має вищий статус
чи посаду порівняно зі співрозмовником

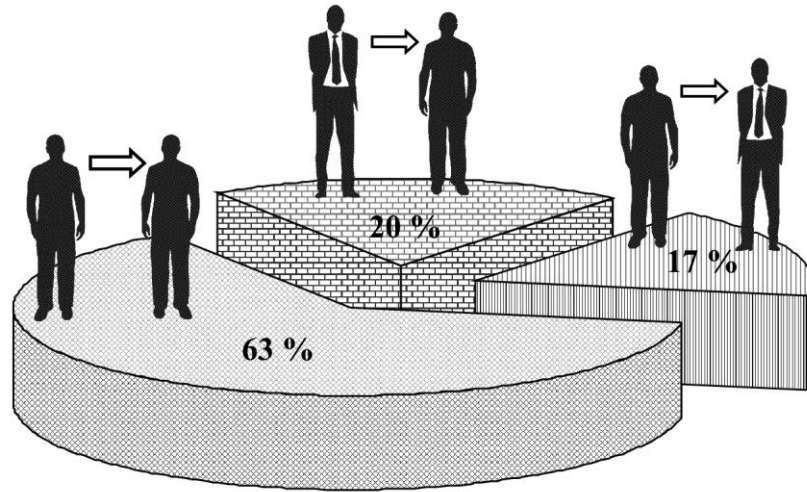


– адресант / адресат, що має нижчий статус
чи посаду порівняно зі співрозмовником

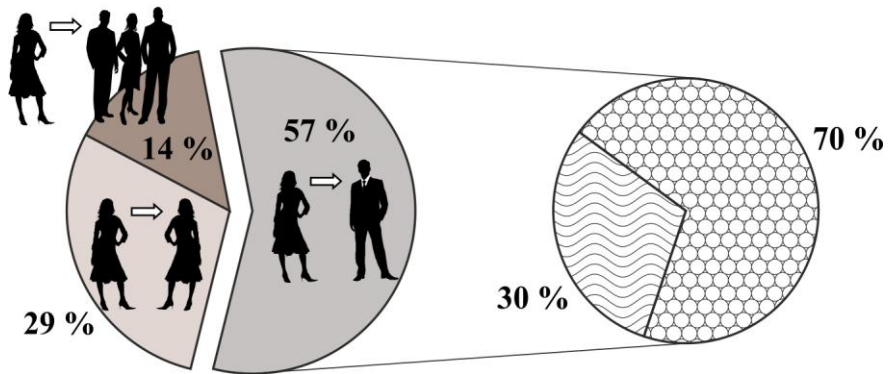
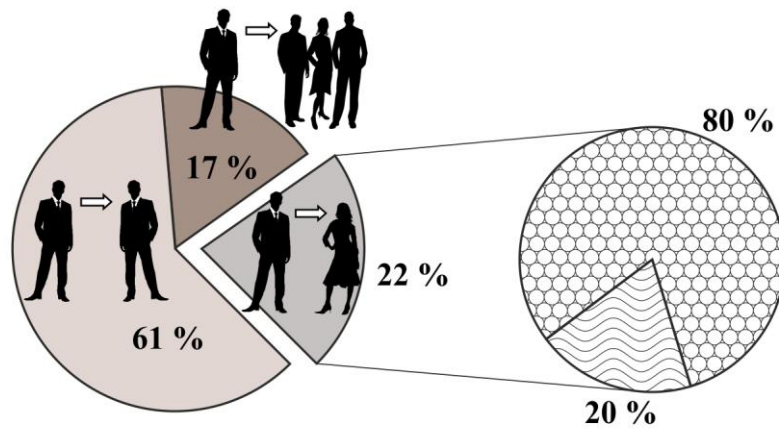
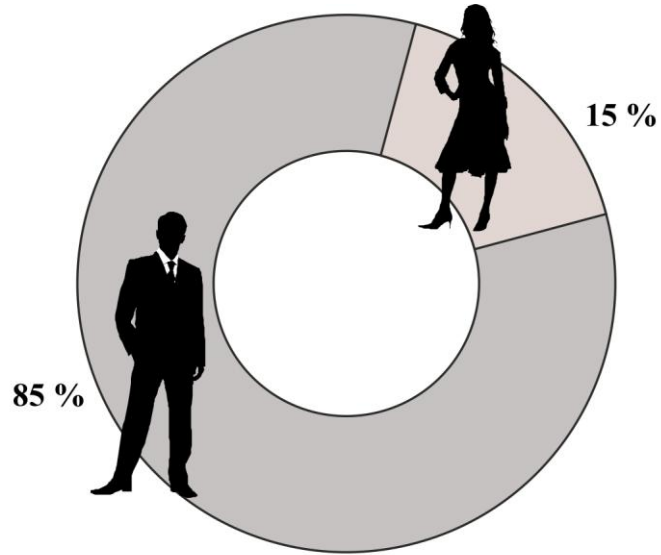
Додаток Л
 Гендерний аспект маніпулятивної тактики солідаризації



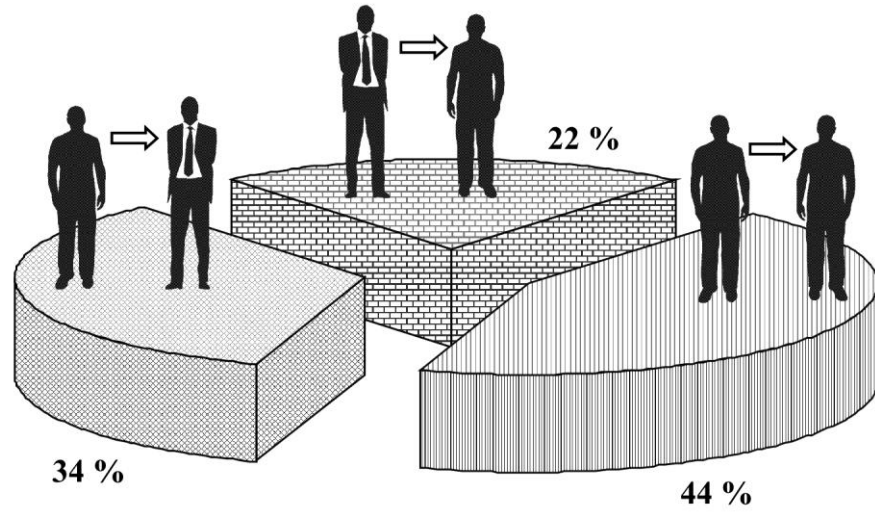
Додаток М
Статусний вимір маніпулятивної тактики солідаризації



Додаток Н
**Гендерний аспект маніпулятивної
 тактики позитивної самопрезентації**



Додаток П
Статусний вимір маніпулятивної
тактики позитивної самопрезентації



Додаток Р
Взаємодія тактик маніпулятивної стратегії позитиву

