

## **КАТЕГОРІЯ ОЦІНКИ У ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНОМУ ВИСВІТЛЕННІ**

*Шкіцька І. Ю. Категорія оцінки у прагмалінгвістичному висвітленні*

*За допомогою стратегічного підходу автор розглядає категорію оцінки як спосіб регулювання поведінки комунікативного партнера. Аналіз зосереджено на маніпулятивній стратегії позитиву, зокрема її тактиці підвищення значимості співрозмовника. Визначено прийоми та шляхи посилення впливового ефекту цієї тактики. Досліджено компліментарні висловлювання-маніпулеми: виявлено їх семантичні групи, з'ясовано специфіку їх функціонування в маніпулятивному дискурсі.*

*Ключові слова: категорія оцінки, маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, субтактика, маніпулятивний потенціал, експресив, компліментарне висловлювання.*

*Шкицкая И. Ю. Категория оценки в прагмалингвистическом освещении*

*С помощью стратегического подхода автор рассматривает категорию оценки как способ регулирования поведения коммуникативного партнера. Анализ сосредоточен на манипулятивной стратегии позитива, в частности ее тактике повышения значимости собеседника. Определены приемы и пути усиления эффекта воздействия этой тактики. Исследованы комплиментарные высказывания-манипулемы: выделены их семантические группы, выяснена специфика их функционирования в манипулятивном дискурсе.*

*Ключевые слова: категория оценки, манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, субтактика, манипулятивный потенциал, экспрессив, комплиментарное высказывание.*

*Shkitska I. Y. Assessment category in pragmalinguistic outline*

*Using a strategic approach the author considers assessment category as a regulation way of a communication partner's conduct. The analysis is focused on the positively-coloured manipulative strategy, in particular on the tactics of raising interlocutor's value. Techniques and ways to enhance the influential effect of this tactics are defined. Manipulatively-marked complimentary utterances are investigated, their semantic groups are discovered, specificity of their functioning in manipulative discourse is found.*

*Key words: assessment category, positively-coloured manipulative strategy, tactics of raising interlocutor's value, subtactics, manipulative potential, expressive, complimentary utterance.*

Протягом останніх десятиліть збільшилась кількість праць із лінгвістики, зосереджених на функціонально-комунікативному аспекті мовних явищ. Ідеться про наукові студії, що висвітлюють суб'єктивний чинник у мові, показують способи впливу мовця на адресата, пояснюють мовні механізми породження повідомлень тощо. Учені зацікавилися комунікативною взаємодією мовців та особливостями її вербального вияву. Це дало поштовх для розвитку прагмалінгвістики – науки про мову, що вивчає принципи та правила цілеспрямованої комунікації.

Серед сучасних прагмалінгвістичних розвідок виокремлюються праці, присвячені вивченню впливового, зокрема маніпулятивного, потенціалу мови. Їм притаманне вузьке та широке розуміння мовленнєвого і маніпулятивного впливу, зосередження уваги на вивченні мовних засобів із впливовим потенціалом передусім у рекламному та політичному дискурсах, аналіз екстралінгвальних чинників суб'єктивності у трактуванні й оцінюванні явища маніпулювання поведінкою індивідів.

Одним із різновидів мовленнєвого впливу є оцінний. Аналіз та опис категорії оцінки є предметом багатьох мовознавчих студій. І хоча лінгвісти, зокрема Чарльз Стівенсон, Володимир Жельвис, Лариса Веретенкіна, Олена

Попова, Наталя Василенко, поділяють думку про високий прагматичний потенціал слів оцінки та їх спрямованість у сферу прагматичних значень, із позицій прагмалінгвістики ця категорія вивчена недостатньо.

Дослідити оцінку як спосіб регулювання поведінки адресата дає змогу стратегічний підхід. Так, впливова функція категорії оцінки яскраво реалізується в маніпулятивній стратегії позитиву. Ця стратегія спрямована на зміну поведінки, а також ментального й емоційно-психічного стану співрозмовника шляхом повідомлення приємної для нього інформації або інформації, що позитивно презентує мовця чи містить указівку на спільне між комунікантами.

**Метою** нашої статті є репрезентація впливового потенціалу категорії оцінки, зокрема тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Незважаючи на те, що більшість дослідників поділяють думку про деструктивність маніпуляції, ця стратегія передбачає неконфліктну взаємодію. В її основі лежить потреба людини в гідній оцінці іншими, у визнанні, повазі, любові, належності до певної соціальної групи, а також потреба в позитивних емоціях.

Будучи видом продуктивної маніпуляції, маніпулятивна стратегія позитиву базується на використанні принципу взаємного обміну й принципу доброго ставлення та є емоційно налаштовувальною. Вона може бути реалізованою як у межах одного комунікативного акту, слугувати досягненню чітко окресленої мети, так і бути розтягнутою в часі. Вплив може не плануватись і не усвідомлюватися маніпулятором – бути невід'ємним атрибутом мовленнєвої поведінки, доведеної до автоматизму.

Маніпулятивна стратегія позитиву є політактичною: її становлять тактика підвищення значимості співрозмовника, тактика позитивної самопрезентації і тактика солідаризації, за допомогою якої мовець апелює до спільного між собою та адресатом. У маніпулятивному дискурсі згадані тактики представлені не однаково. Основною тактикою є тактика підвищення значимості

співрозмовника. За результатами здійсненого нами дослідження на матеріалі художньої української літератури XIX-XXI ст. та усного мовлення її репрезентують 82 % прикладів вибірки, яку становлять понад 5000 фрагментів текстів із висловленнями, що містять комунікативні події – факти здійснення маніпулятивного впливу. На периферії знаходяться тактика солідаризації, представлена 12 % прикладів картотеки, і тактика позитивної самопрезентації, що в кількісному співвідношенні становить лише 6 %.

Категорія оцінки найяскравіше виявляється передусім у тактиці підвищення значимості співрозмовника та в тактиці позитивної самопрезентації. У межах першої виокремлюємо субтактику позитивного оцінювання й субтактику вираження позитивних почуттів. Субтактика позитивного оцінювання є домінантною: позитивнооцінні висловлювання становлять 84 % експресивів вибірки.

Характерною особливістю лексико-граматичних і стилістичних маркерів позитивної оцінки та прихильного ставлення до співрозмовника в маніпулятивних контекстах є їхня здатність модифікувати ілокутивну силу експресивів у бік інтенсифікації. Посиленню впливового ефекту тактики підвищення значимості співрозмовника слугують прийоми підкреслення унікальності адресата, посилення / послаблення категоричності висловлення, протиставлення адресата іншим особам, запевняння співрозмовника в щирості, підкреслення достовірності передаваного, непряме номінування співрозмовника, прийом ««ховання» за МИ», діалогізація мовлення.

Застосовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, для посилення впливу, мовець аргументує компліментарні висловлювання, використовує компліменти як детермінанти певного стану речей чи позитивних почуттів до співрозмовника, послуговується експресивами для аргументації спонукальних висловлювань.

Невід'ємним атрибутом маніпулятивного дискурсу позитиву постає оцінна лексика. Типовим для нього є функціонування слів у переносних та okazіональних значеннях, а також слів із розширеною сполучуваністю

(зрозуміла, гарний язик, знаменитий тютюн, і под.). Слова з негативнооцінним значенням у маніпулятивній стратегії позитиву не є конфліктогенними. Вони використовуються для зменшення дистанції, а також для посилення експресії та контрасту – при реалізації прийомів самоприниження і протиставлення співрозмовника іншим особам, 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); (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).

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 вчистої лексики, книжних зворотів, термінів, слів іншомовного походження, а також слів із дифузною семантикою.

Серед мовних засобів із великим маніпулятивним потенціалом вирізняються займенники. 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. Найбільшою маніпулятивною маркованістю серед займенникових форм відзначаються займенники «ти» і «Ви».

Одним із «впливових» ресурсів мови є звертання. Посиленню впливу на комунікативного партнера сприяють акцентування й уточнення звертань, їх контактний і дистантний повтор, гетерономіація та порушення мовних норм у звертаннях, римована форма звертань, супровід звертань вигуками та присвійними займенниками, звертання-авторські новотвори (*сонінько, прекрасномудрая, завзятушники-передовушники* і под.), обумовлення дозволу на звертання (на зразок *Дозвольте мені так вас називати; Можна я так звертатимусь до вас?; Насмілюся називати вас так*), звертання-жартівливі

номінації, 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).

Основний жанровий тип маніпулятивної стратегії позитиву становлять компліментарні висловлювання. Їх різновидами є комплімент, похвала та схвалення. Як ілокутивні акти вони належать до класу експресивів (за Дж. Р. Серлем [4]), спрямованих викликати позитивну емоційну реакцію адресата.

Лінгвісти сходяться на думці про важкість розмежування похвали, компліменту та схвалення через нейтралізацію їх диференційних ознак (див., наприклад: [3: 179; 5; 2]). Але вони різняться умовами істинності пропозиції, часом референції, присутністю адресата (наявністю категорії синтаксичної особи), способом реалізації позитивної оцінки, статусними відмінностями між комунікантами, характером оцінки, ілокутивною метою, планованістю мовленнєвого акту, конвенційністю та вираженням інтенціонального стану.

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 [6: 44]. 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.

Компліментарні висловлювання-маніпулеми не є самоцінними. Вони слугують зміні поведінки адресата (здебільшого на користь суб'єкта впливу),

тому є інструментальними (на противагу етикетним). Більшість компліментарних висловлювань-маніпулем ініціативні й непрогнозовані 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. Стратегія позитиву передбачає демонстрацію згоди та підтакування й не суперечить правилам етикету. Респонсивні ж компліментарні висловлювання радше належать до етикетних, ніж до інструментальних.

Науковий інтерес викликають і семантичні різновиди компліментів-маніпулем. У маніпулятивному дискурсі функціонують компліменти, що дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові, характеризують його зовнішність, позначають моральні, інтелектуальні, ділові якості, професійну майстерність, риси характеру, індивідуальні особливості адресата; компліментарні висловлювання щодо вмінь, здібностей, можливостей, заслуг, імені співрозмовника, а також стосовно речей, об'єктів чи осіб, що мають відношення до нього.

Серед семантичних груп компліментарних висловлювань-маніпулем переважають компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей і заслуг співрозмовника. Цю семантичну групу становлять компліменти стосовно виконання адресатом певних дій, компліменти щодо вмінь, навичок, знань, успіху співрозмовника, його здібностей та можливостей, а також компліменти – «констатанти» позитивних результатів, учинків, дій, наприклад: (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); (багатій залицяється до молодиці) *Реберця – диво! Догодила, догодила <...>. І ти – диво <...>* (Б. Мельничук). Компліментарні висловлювання різних семантичних груп різняться сферою вживання та частотністю функціонування в маніпулятивних контекстах.

Маніпулятивно спрямованим компліментам притаманна прагматична багатозначність. Їх другорядними функціями є фатична, функції вітання, привітання, подяки, емпатії, утішання, запрошення, пропозиції, прохання, буфера, відповіді, обіцянки тощо.

Ілюкція компліменту, ужитого з метою маніпулювання, частіше виражається прямо (94 %) – мовець прагне уникнути двозначності. Види непрямих компліментів репрезентовані майже рівномірно: імпліцитні за чисельністю істотно не перевищують власне непрямі. Останні виражаються реченнями, питальна форма яких передає стверджувальний зміст, конструкціями, оцінний компонент у яких не вичерпує пропозиціонального значення висловлювання, а також структурами, у яких значення позитивної оцінки набуває вказівний чи присвійний займенник (*такий, ваш*), наприклад: (головний редактор переконує журналістку виступити на засіданні круглого столу) *Мар'яно Святославівно. Порушуємо тему, важливу тему, ви – чудова журналістка, навіщо ж нам оцей талант тримати в резерві?* (В. Гаман); (таксист фліртує з пасажиркою) *Куди бажає така гарненька панночка?* (М. Юхно); (викладачка запрошує поета на фуршет) *Проходьте, проходьте, трошки тісніше поспілкуємося, а то ви вже хотіли тікати; у нас нечасто бувають поети вашого рівня* (С. Процюк).

Імпліцитними компліментами, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, є висловлювання, у яких мовець передає сподівання, припущення, бажає добра чи висловлює віру в позитивні якості, можливості чи успіх співрозмовника, а також висловлювання з узагальненим значенням, що маркують певний стан речей, закономірності, тенденції. Види імпліцитних компліментів становлять компліменти-пропозиції, компліменти-запрошення,



компліменти-прохання, компліменти-натяки, компліменти-заздрість, прохання про пораду та висловлювання, у яких констатується факт, із якого виводиться позитивнооцінне судження, чи передається стан мовця, наприклад: (Конецпольський покращує стосунки зі своїм підлеглим) *Отож слухай. Тебе влутувати в цю справу я не буду. Навіщо? Треба цінувати того, хто вірно нам служить* (В. Кулаковський); (художник-нездара запобігає перед відомим художником) [*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).

Семантичні різновиди характеристикації адресата зумовлені соціально-комунікативними позиціями співрозмовників та умовами спілкування. За результатами нашого дослідження маніпулятивна стратегія позитиву є гендерно маркованою: до неї вдаються зазвичай представники чоловічої статі, рівні за соціальним статусом із комунікативним партнером. Суттєве переважання компліментів-маніпулем, висловлених чоловіками, можна пояснити тим, що в оцінюванні виявляється прагнення представників чоловічої статі до домінування і лідерства: «Якщо хтось дає позитивну оцінку, то іншого разу він може дати й негативну – сам факт оцінювання передбачає перевагу» [3: 97]. У маніпулятивному дискурсі компліменти, адресовані чоловіками чоловікам, переважають над висловлюваннями, адресованими жінкам (71 % проти 29 %). Цей факт ставить під сумнів стереотип про чоловічу нечутливість до компліментів та їх негативне сприймання ними.

Маніпулятивну тактику підвищення значимості співрозмовника мовець може застосовувати на різних фазах комунікативної ситуації. У діалогічному мовленні позитивнооцінні висловлювання виконують контактовстановлювальну, контактопідтримувальну і контакторозривну функції.

Позиція позитивнооцінного експресива у діалозі залежить від мети, яку ставить мовець-маніпулятор: якщо цілі короткострокові, позитивнооцінне висловлювання здебільшого стоїть у препозиції щодо прохання. У ситуаціях

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

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

Генеральними інтенціями мовця, який удається до маніпулятивної тактики підвищення значимості співрозмовника, постають гармонізація стосунків з адресатом для подальшої неконфліктної співпраці чи доброзичливого спілкування з ним та зміна поведінки співрозмовника або його емоційно-психічного стану в потрібному для мовця напрямі.

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

Тематика компліментарних висловлювань-маніпулем є гендерно закріпленою: жінкам частіше роблять компліменти щодо зовнішності, а чоловікам – із приводу дій або їх результатів. Це пояснюється відмінністю в

ціннісних орієнтаціях: для жінок соціально значущою є зовнішня привабливість, тоді як для чоловіків важливіші здібності та ділові якості.

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

Тактика підвищення значимості співрозмовника є універсально-віковою, оскільки до неї вдаються мовці різних вікових груп, але експресиви, адресовані дорослими дорослим, істотно домінують. Це можна пояснити тим, 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 [1: 196].

Тематика компліментів й особливості засобів вербалізації позитивної оцінки та вираження прихильності до співрозмовника залежить від типу адресата і ступеня знайомства комунікантів. У маніпулятивному дискурсі домінують конкретно спрямовані моноадресатні висловлювання. Лише 2,6 % компліментів вибірки стосуються колективного адресата і висловлюються переважно мовцем чоловічої статі. Колективно спрямовані компліменти здебільшого маркують заслуги, можливості, успіхи, ділові та інтелектуальні якості, професіоналізм співрозмовників. Загалом тактику підвищення значимості співрозмовника застосовують частіше щодо знайомого адресата, оскільки близькість стосунків між комунікантами робить імовірнішим вибір мовцем тактики з «позитивним» вектором (див. про це [7; 3: 30]).

Таким чином, у маніпулятивній стратегії позитиву, зокрема її тактиці підвищення значимості співрозмовника, яскраво виявляється регулювальна функція категорії оцінки. Мовні маркери позитивної оцінки та прихильного ставлення до співрозмовника в маніпулятивних контекстах відзначаються здатністю інтенсифікувати впливову силу експресивів. Регулювальну функцію в ситуаціях маніпулювання виконують оцінні слова, займенникові форми,

звертання. Основний жанровий тип маніпулятивної стратегії позитиву становлять компліментарні висловлювання, різновидами яких є комплімент, похвала та схвалення. Компліментарні висловлювання різних семантичних груп різняться частотністю функціонування в маніпулятивних контекстах та сферою вживання. Мовні особливості вербалізації позитивної оцінки визначають екстралінгвальні чинники, зокрема соціокультурні характеристики співрозмовників й умови спілкування.

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

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **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.
2. **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.
3. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [изд. 5-е.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. **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.
5. **Трофимова Н. А.** Речевой акт комплимента : прагматический анализ / Н. А. Трофимова // Известия Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов. – 2008. – № 1. – С. 80-88.
6. **Шкіцька І. Ю.** Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний

аспект : монографія / Ірина Юрїївна Шкіцька ; за наук. ред. проф. В. М. Бріцина.  
– К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 440 с. : іл.

7. **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.