

## **ЛЕКСИЧНІ МАРКЕРИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗБЛИЖЕННЯ КОМУНІКАНТІВ У ДІАЛОЗІ**

**Ірина ШКІЦЬКА (Тернопіль)**

*Стаття присвячена дослідженню лексичних особливостей експресивів тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву. З'ясовуються функції розмовних і книжних слів у маніпулятивних контекстах. Простежується вплив екстралінгвальних чинників на особливості вербалізації психологічного зближення комунікантів у діалозі.*

*Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, лексема.*

*The article is devoted to lexical peculiarities of expressives of the tactics with increasing the importance of interlocutor towards manipulative positive strategy. The functions of talkative and book words within manipulative contexts are examined.*

*The author shows extra lingual features to the specifics of verbalization psychological approaching of the communicants at the dialogue.*

*Key words: positive manipulative strategy, the tactics of increasing the importance of interlocutor, lexeme.*

У сучасному мовознавстві спостерігається посилення інтересу лінгвістів до особливостей процесу спілкування та вивчення стратегічних аспектів мовлення. Мова розглядається не тільки як засіб спілкування і передачі інформації, але і як знаряддя впливу на співрозмовника. Сьогодні помітно зросла кількість лінгвістичних студій, присвячених дослідженню вербалізації маніпулятивного впливу. Йдеться про роботи таких російських та українських учених, як М.В. Глаголев, В.М. Аміров, М.Р. Желтухіна, Н.О. Купина, Н.М. Панченко, М.Ю. Кочкін, Л.В. Балахонська, К.В. Кіуру, Ю.К. Пирогова, Т.Ю. Ковалевська, В.В. Зірка, В.В. Нємцева, О.С. Попова, М.А. Ластовецька,

С.О. Мегентесов, І. Мохамад, Л.А. Нефедова, К.Ф. Сєдов, О.С. Ужакіна, Л.Ю. Веретенкіна, О.В. Денисюк та ін.

Однією з недосліджених у мовознавстві "впливових" комунікативних стратегій є маніпулятивна стратегія позитиву. Удаючись до неї, мовець шляхом повідомлення співрозмовнику приємної інформації домагається зміни його поведінки або ментального чи емоційно-психічного стану. Найяскравіше згадана стратегія представлена тактикою підвищення значимості співрозмовника через вираження мовцем позитивного ставлення до адресата або його позитивної оцінки, що знаходить вияв у експресивах – компліментах, схваленнях, похвалах, а також висловлюваннях, що виражають прихильність до співрозмовника.

**Метою** статті є дослідження лексичних особливостей експресивів тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву. Метою визначаються **завдання**: з'ясувати функції розмовної та книжної лексики в маніпулятивних контекстах, простежити вплив екстралінгвальних чинників на особливості вербалізації психологічного зближення комунікантів.

**Актуальність** наукової розвідки зумовлена загальною тенденцією лінгвістики, спрямованої за останні роки на дослідження функціонального аспекту мови та на підхід до мовлення як соціальної дії.

Психологи стверджують, що одним із шляхів зближення з адресатом є демонстрування спільного із ним: наслідування стилю одягу, манер поведінки, паравербальних засобів і т.д. (див., наприклад, [8, с. 245; 6, 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. Бацевича, цей закон дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікантами і є одним із найважливіших принципів безконфліктного спілкування [1, 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: (флірт) *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? ... Мені без тебе скушно було <...> Скушно було без тебе. Я кращої дівки і не видав нігде <...> і полюбив тебе <...> кріпко полюбив <...>* (Г. Квітка-Основ'яненко); (немолода вдова запобігає ласки в 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 засвідчують й окремі лексеми, вживані адресантом в експресивах чи висловлюваннях, що 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 милость, [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:

[– *Ничево, ничево, галубушка!* – казав губернатор втираючися. – *Я й сам рад, што он не винават <...> Толькі правду лі ти гавориши?*]

– *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 осмілюся 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. Залежно від ситуації, мети спілкування, особливостей стосунків між комунікантами та інших факторів, що впливають на інтеракцію, мовлення мовця може змінюватись у бік

неформалізації або, навпаки, – приводитись у відповідність до норм літературної мови, зокрема її книжного варіанту.

Внутрішньогруповим маркером-ідентифікатором, що виконує функцію зближення із співрозмовником та сприяє створенню доброзичливої атмосфери спілкування, постає розмовна лексика (*отямитись, очепурити, удобрухати, підстьобувати, виссати, нарозхват, підкований* (в значенні "підготовлений", "обізнаний"), *скромничати, тягнути* (горілку), *кльонуту* (в значенні "спокуситись") і под.).

Розмовна лексика в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлена:

- **просторічними словами** (*тарарам, шиши, гедзкатись, хвицятись, кумекати, шлятись, штрикати, проциндрити, прогавити, розтринькувати, відкараскатися, потикатись, хряпнути* і под.), наприклад: (флірт) – *Гарна дівчина, та любить гедзкатись, [– сказав пан, – ось я тобі одріжу на спідницю оцієї червоної матерії, то,] може, ти перестанеш хвицятись* (І. Нечуй-Левицький);
- **авторськими новотворами**, представленими оказіональними, категоріальними та граматичними формами (*сюрпризець, машинерія, велемудрий* і т.д.), наприклад: (Терентій Дорофійович прийшов просити сусіда вигнати наймита, який покепкував з 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);
- **вигуками**. Тут представлені як вигуки з позитивним чи нейтральним значенням, так і ті, що мають негативне забарвлення (*тьху, фе, фі, тю*), наприклад: (продавець розхвалює покупця, що приміряє товар) *Краля, правдива краля! Усі хлопці губи кусатимуть <...> Цу! Цу! Цу!!!* (М. Старицький);
- **діалектизмами**: *файно, вуточка, кубіта, кревний, полегша, хорий, ній-а-ніц* і т.п.), наприклад: (продавець умовляє відвідувача крамниці купити його товар)

*ХАЙКА. Ах, як тобі слічно в цих кульчиках <...> ой, ой, ой!* (М. Старицький).

Маніпулювання мовними формами дозволяє зневажати мовну норму. Вихід за межі мовної норми є маніпулятивним прийомом, який характеризується більшою експресивністю та виразністю. Робочою картотекою зафіксовано приклади функціонування в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника діалектних слівформ: *шклянка* (замість "склянка"), *бабів* (у значенні "жінок" – замість "баб"), *стрічати* (замість "зустрічати"), *відки* (замість "звідки"), *озьми* (замість "візьми"), *зна* (замість "знає"), *мо'* (замість "може") і т.д.;

- **русизмами**, 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).

Т.А. Космеда вважає, що запозичення може служити для відображення особливого місцевого колориту. На її думку, вживання русизмів в українському тексті, а українізмів у російському часто є засобом вираження позитивної оцінки та посилення виразності тексту [3, с. 209];

- **емоційно-забарвленою лексикою**: лексеми із суфіксами зменшеності, збільшеності, пестливості, згрубілості: *сонечко, щастячко, теличка, панночка, справжнісінький, ласкавенький, скельце, брівки, голосина* і т.д.;
- **сленговою лексикою** (*прикольно, класно, крутий* та ін.) та **професіоналізмами** (*клепати, лабати, брити* та ін.), наприклад: (бізнесмен пропонує журналістці співпрацю) *А от героїв на рівному місці ти ліпила класно! Суперпрофесійна робота* (О. Забужко); (чоловік умовляє жінку відмовитися від дорогої покупки) – *Ти, [– мимрить,] – у мене і так золотце. Продукти дешево купуєш. Мені на службі прямо заздять! А морквяні котлети готуєш навіть*

*крутіше, ніж моя мама колись свинячі відбивні. [І навіщо тобі цей ліфчик, що самознімається?]* (Н. Хаткіна).

Створенню неформальної атмосфери спілкування сприяють також фразеологізовані сполуки, наприклад: (селянин-проситель запобігає перед адвокатом) *ПЕРЕДЕРІЙ. Діло? Саме посліднє діло!* [Знаючому чоловікові – плюнути на його, **та й годі!** Ну, а звісно йому, темному, то клопоту та думок чимало: один каже те, другий – друге, а третій – третє, той на строк верне, а той на окружний справля, **кат їх розбере!**] (М. Старицький).

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву має місце і пейоративна лексика, що може як входити до складу експресивів, так і супроводжувати їх. Пейоративну лексику тут представляють знижені, переважно просторічні, слова (*кепський, паршивий, миршавий* і под.), а також лайливі слова (*до біса, чорт* і т.п.) та звороти (*пся кошч, мать твою в солдатській лазні, хай його маму мордує, чорт побрав* і т.д.), що сприяють створенню неформальної атмосфери спілкування, зближують співрозмовників й уживаються навіть у ситуаціях флірту, наприклад: (партизан пан Дулькевич залицяється до власниці пансіонату, яка дала йому та його друзям притулок) – *Я був в Італії ще до війни. Але, пся кошч, ніколи не зустрічав такої чарівної жінки, як ви пані Грачіолі!* (П. Загребельний); (флірт) *ГНАТ. На біса і в город їздить, і до панича найматься <...> Така молодиця тільки сліпого не приворожить. [Ти б тут пошукала]* (І. Карпенко-Карий); (флірт) *ЮРКОВИЧ. (цілує вище ліктя). Уф, рученята у вас – аж пече, як торкнешся, як самий краций едаб! А самі... Та хай його маму мордує, отут зараз умру – і вас арештують за душогубство* (М. Старицький).

Негативне значення пейоративних слів послаблюється і за допомогою суфіксів зменшеності, наприклад: *дурненький, дурнику, паршивенький*. С. Космеда суфікси суб'єктивної оцінки розглядає як засіб вираження емоційної оцінки змісту висловлювання поруч із лексичними, просодичними засобами, вигуками, складнопідрядними реченнями тощо [3, с. 282].

Для підкреслення дистанції між собою та співрозмовником на користь останнього, виявлення шанобливого ставлення до нього, а також при спілкуванні з освіченим співрозмовником мовець дотримується норм літературної мови і вдається до вживання книжної лексики, наприклад: (видавець чекає нових творів від письменників) [*Тепер підтягайте русинів.*] ***Література виражає культуру мислі і душі народу. Мистецтво історично осмислює безрадінні риси буття, органічно враховуючи структурну необхідність і доцільність усього, що відбувається в природі і людському суспільстві. Кому, як не вам, пане Федькович?*** (Р. Андріяшик).

Книжні слова зазвичай є атрибутом ділового спілкування. Книжну лексику в маніпулятивній стратегії позитиву представляють: канцеляризми, типові мовні формули офіційно-ділового стилю, урочисті слова (*натхненник, чесноти, овиди, вели* і т.п.), церковнослов'янізми, іншомовні слова та терміни.

Урочиста лексика часто застосовується в звертаннях до колективного адресата (на зборах, нарадах, перед боєм) або до вищого за статусом співрозмовника.

Прагмалінгвістичні категорії оцінки, емоційності, експресивності пов'язані з явищем запозичення. Запозичена лексика досить обмежено вживається мовцем при здійсненні 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" [2, с. 152]. І. Черепанова, розглядаючи дихотомію "рідне-іноземне (чуже)", вважає, що другому природно притаманний відтінок негативності [7, с. 31]. Ч. Стівенсон, звертаючи увагу на емотивну значущість слів, 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 [5, с. 130].

Іншомовними словами адресант більше послуговується, впливаючи на комунікативного партнера через тактику позитивної самопрезентації – в тих випадках, коли хоче справити враження освіченої й розумної людини.

У тактиці підвищення значимості співрозмовника іншомовна лексика дозволяє мовцю підкреслити повагу до співрозмовника, позиціонувати себе як людину, що високо цінує співрозмовника 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, зустрічаються слова з дифузною (розмитою) семантикою. Йдеться про слова на зразок *зміцнення, поліпшення, погіршення, утвердження, змагання, забезпечення, підписання, координування, розбудова, розширення, відключення* тощо, які в нейролінгвістичному програмуванні пов'язують з випадками редукування інформації, характерними для процесів упущення і генералізації [4, с. 124]. Серед таких слів високою частотністю відзначаються лексеми *належний, достатній та певний*, наприклад: (продавець потенційному покупцю) – *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 мовця до мовлення співрозмовника 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, описуваний 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 псевдо-елементами 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).

Таким чином, прагнення мовця зблизитись із співрозмовником засвідчують його переходи на мову адресата, наслідування його мовлення, що виявляється або в неформалізації спілкування, вживанні розмовних елементів і нелітературних різновидів мови, або в намаганні дотримуватися норм літературної мови, використанні урочистої лексики, книжних зворотів, термінів, слів іншомовного походження, а також слів із дифузною семантикою.

З'ясування прагматичної ролі фразеологізмів у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, на наш погляд, становить перспективу для подальших наукових розвідок.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: [підручник] / Ф. Бацевич. – К.: Академвидав, 2004. – 344 с.

2. Волошинов В. Н. Марксизм и философия языка. Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В. Н. Волошинов – Л.: Прибой, 1929. – 188 с.
3. Космеда Т. А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки / Т. А. Космеда. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
4. Різун В. В. Лінгвістика впливу: [монографія] / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнєєв. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2005. – 148 с.
5. Стивенсон Ч. Некоторые прагматические аспекты значения / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 129–154.
6. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – [4-е междунар. изд.]. – СПб.: Питер, 2002. – 288 с.: ил. – (Серия "Мастера психологии").
7. Черепанова И. Дом колдуньи. Суггестивная лингвистика / И. Черепанова; оформл. С. Григорьева. – СПб.: Лань, 1996. – 208 с.
8. Шейнов В. П. Риторика / В. П. Шейнов. – Мн.: Амалфея, 2000. – 592 с.

### **ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

**Шкіцька Ірина Юріївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри документознавства, інформаційної діяльності та українознавства Тернопільського національного економічного університету.

*Наукові інтереси:* прагмалінгвістика, функціональна лінгвістика, синтаксис української мови.