

І. Ю. Шкіцька (Тернопіль)

УДК 811.161.2'371'27

РІЗНОВИДИ МЕТАФОРИ В МАНІПУЛЯТИВНІЙ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ

Сучасна лінгвістика характеризується зорієнтованістю на дослідження функціонування мови в людському суспільстві, вивчення мовних явищ у функціонально-семантичному і комунікативно-прагматичному аспектах.

Досліджуючи мову як засіб здійснення впливу, вчені використовують тріаду „стратегія-тактика-прийом”. Стратегічний підхід як особливий тип прагматичного опису дискурсу застосовують А. Баранов, К. Сєдов, О. Іссєрс, В. Бушкова, О. Фадєєва, Л. Веретенкіна, Т. Янко, Ю. Пирогова, Ю. Іванова, В. Андрєєва, А. Олянич, О. Яшенкова, І. Морозова, О. Лазуткіна, К. Мудрова, А. Белова, О. Дмитрук, О. Белозєрова, Л. Кислякова, О. Герасименко, А. Дубських, О. Даньшина та ін. Попри зростаючу кількість праць із прагмалінгвістики, об'єктом розгляду яких є комунікативні стратегії та їх тактики, дотепер ученими не виділялась і всебічно не вивчалась маніпулятивна стратегія позитиву, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

За допомогою цієї стратегії мовець прагне змінити поведінку співрозмовника чи його емоційно-психічний стан, повідомляючи йому приємну інформацію у вигляді компліментів, похвал, схвалень, а також самопохвал і

висловлювань, що передають прихильне ставлення до адресата чи виражають спільне між комунікантами.

Основною тактикою досліджуваної стратегії постає тактика підвищення значимості співрозмовника, яку репрезентують експресиви – компліментарні висловлювання та висловлювання на позначення позитивного ставлення до адресата. Ця тактика базується на оцінці. Оцінним висловлюванням притаманна здатність до інтенсифікації та деінтенсифікації [Ильина 1981; Иванина 1984: 12; Брусенцова 1985: 53; Гриценко 1988: 82–83]. Характерною особливістю експресивів, що репрезентують маніпулятивну стратегію позитиву, є інтенсифікація позитивно-оцінних сем, за допомогою яких виражається ставлення до адресата й дається позитивна оцінка його якостей, заслуг, характеристик. Інтенсифікація збільшує іллокутивну силу мовленнєвого акту, сприяє досягненню бажаного перлокутивного ефекту. Засобами інтенсифікації позитивної оцінки співрозмовника та вираження прихильності до нього в маніпулятивній стратегії позитиву постають стилістичні фігури та художні тропи.

Художні тропи, стилістичні фігури та функції значень мовних одиниць в умовах незвичної предметної співвіднесеності становлять об'єкт семасіології. У розмовному мовленні вони посилюють дієвість висловлювання завдяки тому, що до суто логічного змісту додаються різні експресивно-емоційні відтінки [Веретенкина 2004: 116].

Серед фігур слова розрізняють фігури накопичення (різноманітні повтори, синонімічні „підкріплення”, багатосполучниковість), фігури уникнення (еліпс, силепс, асиндетон, безсполучниковість, анаколуф (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) посиленням значення (гіпербола), г) деталізацією значення (перифраз) [Ткаченко 2003: 297].

Різновидами метафори є метонімія, чи перейменування, синекдоха, перифраз та персоніфікація. Виявлення специфіки їх репрезентації в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву становить **мету** нашої наукової розвідки. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: показати особливості функціонування метонімії, синекдохи, перифразу та персоніфікації в маніпулятивному дискурсі; визначити тематичні групи та різновиди метонімії й перифразу, що мають місце в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Метонімія – художній троп чи механізм мовлення, що полягає в перенесенні значення одного слова на найменування іншого предмета, пов'язаного з властивим для даного слова предметом за своєю природою. На відміну від метафори, метонімічне зіставлення предметів відбувається не за

подібністю, а за суміжністю (належністю до одного кола явищ, понять одного порядку). Якщо метафора виконує в реченні характеристичну функцію, яка здійснюється зазвичай через значення слова і орієнтована переважно на позицію предиката, то метонімія виконує в реченні ідентифікаційну функцію й стосується суб'єкта та інших актантів. Отже, метафора презентує передусім зсув у значенні, а метонімія – зсув у референції.

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву метонімія постає засобом інтенсифікації позитивної оцінки: виділяючи частину чи атрибут якихось рис, учинків чи явищ, що заслуговують схвалення, цей стилістичний прийом допомагає адресанту сконцентрувати увагу адресата на головному, що робить компліментарне висловлювання конкретнішим, лаконічнішим і виразнішим. Тут представлені такі різновиди метонімії:

– **метонімія належності** – метонімія, суть якої полягає в заміщенні назви предмета вказівкою на ім'я його творця/власника, наприклад: (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) – „Я

стільки не заробляю, щоб дозволити собі (купляти) картини Владислави Матусевич”;

– **метонімія ознаки** – метонімія, в основі якої лежить заміщення назви суб'єкта його атрибутом, наприклад, пор.: (полонений хоче запобігти ласки офіцера, під наглядом якого перебуває) [*Що ж, скажу, коли хочете. Бо дуже хочу вірити, що*] *не в усіх словаків під військовими мундирами загаснув розум, вмерла честь, випріла гідність і совість* (І. Головченко, О. Мусієнко) – „Не в усіх словаків-військових загаснув розум, вмерла честь, випріла гідність і совість”;

– **метонімія місця** – заміщення назви об'єкта вказівкою на місце його знаходження (*Росія уміє шанувати таланти, Вам славу кричатиме Україна, Корона поблажливо і шляхетно ставиться до козацького звичаю і под.*), наприклад: (князь Волконський переконує свого соратника належним чином прийняти послів) *Найсвітліший! Вустами своїх послів з вами бажає розмовляти Європа* (П. Наніїв); (агітатор до „вільного козацтва” хоче завербувати селянина Кіндрата Дарія) – *Розумію і тому дозволяю собі сказати вам, що на таких, як ви, розраховує зараз Україна наша, як ніколи* (А. Іщук);

– **метонімія засобу** – метонімія, що базується на заміщенні назви ознаки чи дії вказівкою на знаряддя, пов'язане з нею, наприклад: (гестапівець хоче вмовити 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).

Видом метонімії є антономазія, яка полягає в заміні загального поняття, як правило, людської якості, власною назвою. Інакше кажучи, власне ім'я, найчастіше ім'я особи, що вирізняється якоюсь характерною ознакою або сталою належністю до певного явища, стає прикметою цієї ознаки або цього явища [Галич 2001: 220-221], наприклад:

1) (радянський розвідник удає із себе залицяльника Лори – доньки свого „названого батька”, флірт) *Маргарита, справжня Маргарита, в яку до нестями закохався Фауст!* (Ю. Дольд-Михайлик);

2) (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 приставам 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, у першому прикладі мовець, даючи співрозмовниці номінацію „Маргарита” (йдеться про фаустівську Маргариту), непрямо називає її роковою жінкою, підкреслює її внутрішню красу й талант спокушування чоловіків. У другому прикладі номінація „Бісмарк” маркує позитивну оцінку розумових здібностей адресата і його неконфліктність, а номінація „Кін” дозволяє мовцю дати високу оцінку акторському таланту співрозмовника.

В тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву частотністю характеризується синекдоха, чи кількісна метонімія, – художній троп, у якому відбувається перенесення значення із цілого на його окрему частину (*Мої вуха почули, очі побачили, Язики восхвалять вашу мудрість, Дивується з вашої хоробрості, Схиляюсь перед вашою рішучістю, мудрістю слів, Прийшов звернутися до вашого розуму, Батьківщина жде ваших працьовитих рук, Куди мені до ваших досвідчених голів!, Дбає про скриню* (йдеться про посаг) і т.д.), наприклад: (гетьман Іван Брюховецький домагається прихильності мас, хоче навернути на свій бік старійшин) *Усі ми перед **вашими сивими чупринами** діти і дурні* (П. Куліш) – „Усі ми перед вами (старшими і досвідченішими) діти і дурні”; (парламентар хоче попередити конфлікт із генералом табору противника) – *Поважаю **вашу мужність**, генерале* (П. Наніїв) – „Я вас

поважаю, генерале (за мужність)”; (козаки хочуть переконати Дорошенка йти в бій проти польських військ)

[– *Ви знаєте, товариство, силу Кантеміра – і знаєте нашу силу!* – промовив Дорошенко.]

– *Ми знаємо розум Дорошенка, [– озвалися козаки. – Веди нас на Кантеміра!]* (С. Тельнюк) – „Ми знаємо Дорошенка” = „Ми знаємо, який розумний Дорошенко”.

В експресивах маніпулятивної стратегії позитиву представлений і художній троп, що описово виражає одне поняття за допомогою декількох, утворюється для заміни якоїсь загальноприйнятої назви, – перифраз. У перифразах назви предметів та людей замінюються вказівками на їх 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 якусь його специфічну, особливу ознаку, допомагають уникнути повторів. Їх поява спричинена бажанням мовця дати предметові, явищу чи дії певну емоційну оцінку.

Отже, перифрази виконують номінативну, оцінну й експресивну функції, а також функцію уникнення тавтології.

У маніпулятивній стратегії позитиву репрезентовані як загальноприйняті, так і індивідуально-авторські перифрази, значення яких розкривається в контексті. Поява індивідуально-авторських перифраз зумовлюється, здебільшого, бажанням

мовця підкреслити якусь характерну рису, яскраву видільну ознаку співрозмовника, що сприяє їх легкому розумінню.

Перифрастичними в тактиці підвищення значимості співрозмовника постають передусім номінації співрозмовника: *лісовий цар, господар всієї лісової займанищини* (лісник); *золотий фонд партії* (партійні ентузіасти); *оборонці славного міста; невмирущий символ народу, орли королівства* (воїни); *непереможний орел* (гетьман); *літописець славного колективу* (помічник директора, репортер); *цариця балів і вечорів* (вродлива жінка); *опора трону султана Амурата* (наглядач); *хранитель мудрості пророка, сонце правовірних* (султан); *діти султана* (яничари); *скромна польова квітка* (дівчина-полонянка); *благодійник мандрівників, повелитель вантажників і моряків* (капітан) і т.д., наприклад: (староста агітує вчительку бути прислужницею німецьких окупантів) – *Боже мій, та саме таку культурну силу я й шукаю собі в помічники!* (Д. Бедзик); (вищий у посаді сприяє кар'єрному росту підлеглого, щоб пізніше використати його у своїх інтересах) *Кому ж іще очолити каральні органи, як не переможцю тuteшнього 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 – описовий вираз „низьких” чи „заборонених” понять, увічливе слово чи вираз, використовуваний для пом'якшення, завуалювання прямого смислу висловлювання, засіб хибної денотації. Евфемізми не є частотними в маніпулятивній стратегії позитиву, що пов'язано з її специфікою – переважним домінуванням позитивної інформації та відповідністю правилам ввічливості й етикету. Але в поодиноких випадках – зазвичай коли компліменти є респонсивними, а також у контексті любовної гри – в ситуаціях флірту, може виникати необхідність пом'якшення (подекуди й удаваного) оцінних висловлювань, що спричиняє їх евфемізацію, наприклад: (флірт)

– *Така жінка може дуже подобатися. Ви рвійна, рішуча, примхлива, з завихреннями.*

– *З вітерцем у голові?*

– *Ні <...> ексцентрична* (Ю. Мушкетик);

(флірт) – *[Цілую рученята, кузиночко, – згрібає у жменю Нестор пругкі, виточені Орисині пальці і з гріховною побожністю прикладає їх собі до губ, –] а я тебе цілу ніч виглядав, недобра* (І. Вільде).

Пан просить учителя зосередитися на вчителюванні і не баламутити його селян, називаючи втручання не в свої справи хоробрістю: – *Як учитель, ти мені подобаєшся, і я прощаю твою <...> хоробрість...* *[Не раджу тобі, пане Іване, втручатися у мої справи. Адже ти теж – моя людина]* (Б. Левін).

Яскравим художнім засобом, до якого вдається мовець, застосовуючи тактику підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, постає і такий різновид метафори, як персоніфікація, чи уособлення. Персоніфікація увиразнює мовлення, неформалізує спілкування, надає повідомлюваному урочистості. Тут 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” (*душа плаче, стрепенулась, забажє*), „серце” (*серце зраділо, втішилось, сльозами обливалось*), „слово” (*ваше слово все переборє, впустити (до себе) слово Боже*), „думка” (*грає думка, поховати думку*), „замисли” (*по твоїй голівці ходять усілякі лицарські замисли*), „розум” (*розум сидить, спитати розум*), „надія” (*надія на спасіння перебуває ..., надія живе в серцях, надія промовляє*), „почуття” (*почуття керувало вами*), „багатство” (*багатство прийде на цей ґрунт*), „доля” (*доля познайомила/звела*) і т.д., наприклад: (батько переконує 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); (гетьман Іван Брюховецький „заграє” з черню та старійшинами) *Що ж*

здолаю видумати путнє своїм нікчемним розумом? У ваших-то сивих, шановних головах увесь **розум сидить!** (П. Куліш).

Приклади персоніфікації територіальних одиниць на зразок „Закуток намовляє згрішити” є поодинокими, наприклад: *Старійшини, як ніколи, повірили тобі, княже, а від старійшин **перейнялася вірою і вся земля*** (Д. Міщенко).

Таким чином, при застосуванні тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву мовцем використовуються такі різновиди метафори – метонімія, синекдоха, перифраз і персоніфікація. Метонімію тут репрезентують метонімія належності, метонімія ознаки, метонімія місця, метонімія засобу, а також антономазія. Перифрази представлені як загальноприйнятими, так і індивідуально-авторськими номінаціями, що виконують називну, оцінну й експресивну функції, а також функцію уникнення тавтології.

Різновиди метафори в межах здійснення маніпулятивного впливу постають засобами увиразнення й посилення позитивної оцінки співрозмовника та вираження прихильного ставлення до нього. Питання вивчення маніпулятивного потенціалу стилістичних фігур і художніх тропів залишається актуальним і потребує подальших наукових студій.

Література

Брусенцова 1985 – 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.

Веретенкина 2004 – Веретенкина Л. Ю. Языковое выражение межличностных манипуляций в драматургии А. Н. Островского : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Л. Ю. Веретенкина. – Пенза, 2004. – 216 с.

Галич 2001 – Галич О. Теорія літератури : [підручник для студ. філол. спеціальностей вищих закладів освіти] / Олександр Галич, Віталій Назарець, Євген Васильєв; за наук. ред. О. Галича; допущено МОН України. – К. : Либідь, 2001. – 488 с.

Гриценко 1988 – Гриценко Е. С. Социально-психологические аспекты функционирования коллоквиальных мелиоративов / Е. С. Гриценко // Социальная и стилистическая вариативность английского языка : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Пятигорск : Изд-во Пятигорск. гос. пед. ин-та иностр. яз., 1988. – С. 79–86.

Иванина 1984 – Иванина Г. Н. Выражение эмоциональной оценки в современном немецком языке : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / Г. Н. Иванина. – М., 1984. – 16 с.

Ильина 1981 – 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 : Изд-во Иркутск. гос. пед. ин-та им. Хо Ши Мина, 1981. – С. 33–34.

Ткаченко 2003 – Ткаченко А. О. Мистецтво слова: Вступ до літературознавства : підручник для студентів гуманітарних спеціальностей вищих навчальних закладів / Анатолій Олександрович Ткаченко. – [2-ге вид., випр. і доповн.]. – К. : ВПЦ „Київський університет”, 2003. – 448 с.

Шкіцька І. Ю. Різновиди метафори в маніпулятивній стратегії позитиву

У статті з'ясовується прагматична роль таких різновидів метафори, як метонімія, синекдоха, перифраз і персоніфікація. Показано специфіку застосування мовцем цих стилістичних прийомів під час здійснення маніпулятивного впливу. Визначено тематичні групи та різновиди метонімії й перифразу, що мають місце в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, метонімія, синекдоха, перифраз, персоніфікація.

Шкицкая И. Ю. Виды метафоры в манипулятивной стратегии позитива

В статье выясняется прагматическая роль таких видов метафоры, как метонимия, синекдоха, перифраз и олицетворение. Показана специфика использования говорящим этих стилистических приемов при совершении манипулятивного воздействия. Определены тематические

группы и виды метонимии и перифраза, представленные в тактике повышения значимости собеседника манипулятивной стратегии позитива.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, метонимия, синекдоха, перифраз, олицетворение.

Shkitska I. Y. Varieties of Metaphor in Manipulative Positive Strategy

In the article pragmatic role of such metaphor varieties as metonymy, synecdoche, periphrasis and personification is defined. Peculiarities of the application of the stylistic devices by the speaker while executing manipulative influence are demonstrated. Thematic groups and varieties of metonymy and periphrasis, that are important for the tactics of raising the importance of the interlocutor of manipulative positive strategy, are singled out.

Key words: manipulation positive strategy, tactics of raising the importance of the interlocutor, metonymy, synecdoche, periphrasis, personification.