

ОЦІННА ЛЕКСИКА В МАНІПУЛЯТИВНІЙ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ

Стаття присвячена дослідженню оцінної лексики, що постає знаряддям здійснення мовленнєвого впливу. Проаналізовано засоби вираження загальнооцінних і частковооцінних значень у межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву. Визначено види оцінок та з'ясовано специфіку функціонування оцінних лексем у маніпулятивному дискурсі.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, лексема, оцінне значення, сема.

Із середини 80-х рр. ХХ ст. у лінгвістиці почав активно застосовуватись прагматичний підхід до аналізу мовних явищ. У зв'язку із цим з'явилась низка зарубіжних і вітчизняних досліджень, присвячених різним аспектам вивчення мовленнєвого впливу, зокрема маніпулятивного.

Більшість лінгвістичних праць, у яких з'ясовується специфіка вербалізації маніпулятивного впливу, стосуються рекламного та політичного дискурсу. Йдеться про роботи М.В. Глаголева, В.М. Амірова, О. Бикової, М.Р. Желтухіної, Н.О. Купиної, Н.М. Панченко, А. Цуладзе, М.Ю. Кочкіна, Л.В. Балахонської, К.В. Кіуру, Ю.К. Пирогової, Т.Ю. Ковалевської, В.В. Зірки, В.В. Немцевої, С. Московічі, О.С. Попової, М.А. Ластовецької та ін.

Серед мовознавчих студій, об'єктом яких постає мовленнєва репрезентація міжособистісної маніпуляції, можна назвати праці С.О. Мегентесова, І. Мохамادا, Л.А. Нефедової, К.Ф. Сєдова, О.С. Ужакіної, Л.Ю. Веретенкіної, О.В. Денисюк тощо. Проте, незважаючи на зростання інтересу лінгвістів до прагмалінгвістики, в межах міжособистісного спілкування не дослідженою дотепер була маніпулятивна стратегія позитиву – мовна реалізація суб'єктом впливу мети, спрямованої на одержання вигоди чи бажаного результату шляхом повідомлення адресату приємної для нього інформації.

Основу цієї стратегії становить тактика підвищення значимості співрозмовника, суть якої полягає у вираженні прихильного ставлення й інтересу до співрозмовника та висловленні позитивної оцінки на його адресу чи осіб, із якими він пов'язаний, а також щодо предметів, належних йому.

Лексика – пласт мови, що має найбільш очевидний мовленнєвовпливовий потенціал. В його основі лежить уявлення про невизначеність, абстрактність значення слова, а також полісемія, конотативні відтінки значення слова тощо [3, 32].

Маніпулятивний вплив як спосіб зміни поведінки людини чи її ментального чи емоційно-психічного стану характеризується емоційністю й оцінністю, які пов'язані між собою, і тому часто ототожнюються. Оцінка є

визначальною категорією, що лежить в основі тактики підвищення значимості співрозмовника. Тому оцінна лексика є її невід'ємним атрибутом.

Метою статті є дослідження вербалізації оцінних значень у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву. Відповідно до мети окреслюємо **завдання**: здійснити аналіз засобів вираження загальнооцінних і частковооцінних значень, визначити види оцінок та з'ясувати специфіку функціонування оцінних лексем у маніпулятивному дискурсі.

Оцінки за ступенем прояву в них дескриптивних властивостей майже одноставно умовно поділяються мовознавцями на раціональні (об'єктивні) та емоційні (суб'єктивні). Ці типи оцінок різняться перлокутивною спрямованістю: емоційні оцінки спрямовані на зміну стану співрозмовника, а раціональні – розраховані на згоду з висловленою думкою [4, 42]. Проте раціональні й емоційні оцінки не завжди чітко розмежовуються: якийсь аспект може домінувати.

Серед оцінних значень розрізняють загальні та часткові. Загальнооцінні репрезентують аксіологічний підсумок. Така оцінка присуджується за сукупністю ознак. Частковооцінні значення містять значення, що дають оцінку одному з аспектів об'єкта з певної точки зору. Друга група є більшою та різноманітнішою.

Н.Д. Арутюнова, класифікуючи частковооцінні значення, виділяє такі категорії: 1) сенсорно-смакові, чи гедоністичні, оцінки; 2) психологічні оцінки: а) інтелектуальні; б) емоційні; 3) естетичні; 4) етичні оцінки; 5) утилітарні оцінки; 6) нормативні оцінки; 7) телеологічні оцінки [1, 75-76].

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву загальнооцінні значення передаються лексемами *благодатний, непоганий, ідеальний, хороший, гідний, достойний, дивовижний, чудовий, славний* і под. Найчастіше для передачі загальнооцінного позитивного значення використовується прикметник *хороший*. Загальне позитивнооцінне значення передається тут і прикметниками *прекрасний, гарний, файний*, які спеціалізуються на вираженні естетичних частковооцінних значень. Втрата семи "вродливий (естетичний)" згаданими лексемами здебільшого відбувається в сполученні з іменниками на позначення особи як утілення високих інтелектуальних здібностей і моральних якостей, її фаху, статусу, професії, а також біля лексем, що позначають результати діяльності людини, передусім інтелектуальної, наприклад: *гарна людина, гарні пророцтва, гарна книжка, прекрасний розвідник, прекрасна робота, прекрасна пропозиція, файне питання* і т.д.

Втрата семи "вродливий" спричинюється не тільки значенням слова, якого стосується атрибутивний поширювач, але й контекстом, наприклад, пор.: 1) (полонянка хоче вирватись із 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 іменників 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 тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву загальнопозитивна оцінка також передається за допомогою лексем *молодець, молодчага, молодчина*, а також іменників, що набули метафоризованого значення на зразок *антик, золотко* і под.

Серед частковооцінних значень, які виражають експресиви, вжиті з маніпулятивною метою, домінуючими постають психологічні оцінки. Їх представляють етичні, інтелектуальні оцінки, а також оцінки на позначення характеристик чи якостей співрозмовника.

Етичні оцінки тут передаються за допомогою: а) **прикметників**: *добрий, чесний, порядний, моральний, скромний, великодушний, сердечний, побожний, милосердний, милостивий, благородний, благ* (заст.), *добродітельний* (заст.), *доброзичливий, щирий, чистий, світлий, відданий, вірний, прямолінійний, праведний, правдивий, справедливий, шляхетний, лицарський* (у переносному значенні), *щедрий*; б) **іменників**: *добродійник, добродій, лицар / шляхтич* (у непрямому значенні), *добрість, доброта, милість*.

У вибірці великою кількістю прикладів представлені компліментарні висловлювання, що передають оцінку моральних якостей співрозмовника за допомогою лексем *добрий* та *чесний*. Етична оцінка також може маркуватися і прикметником *м'який*, що поєднується зі словами *серце* та *характер*. Типовими для тактики є також словосполучення, у яких атрибут поширює іменники *серце* і *душа* (*добре серце, щира душа, чесна душа* і т.д.).

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

На позначення інтелектуальної оцінки в тактиці підвищення значимості співрозмовника досліджуваної стратегії домінує прикметник *розумний*. Частотним є сполучення лексем *розумний, досвідчений, мудрий, талановитий* з іменником *голова*. Поодинокими прикладами представлені експресиви, у яких іменник *голова* сполучається з прикметником *міцний*, уживаним у значенні "розумний", наприклад: (старець хвалить брамника, який дав йому притулок) – *Вірно, сину мій. Слушно сказано. Міцна в тебе голова, як бачу* (З. Тулуб).

Прикметники *цікавий, чудовий, хороший, добрий, прогресивний, гарний, прекрасний*, а також *розумний, мудрий* часто виступають атрибутивними поширювачами іменників *погляд, думка, слова, ідея, порада*: *розумні слова, мудрі поради, прогресивні думки, хороша ідея* і т.п. Іменники, що спеціалізуються на передачі інтелектуальних оцінок, представлені лексемами *розумник, розумниця, розум, розумашика, геній*. Робочою картотекою зафіксовано приклад компліментарного висловлювання, у якому атрибутивним поширювачем іменника *розум* виступає лексема *добрий*. У такому сполученні вона 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 представляють оцінки: а) характеру співрозмовника: *відважний, хоробрый, сміливий, безстрашний, завзятий, мужній, працьовитий, роботящий, смирний, гордовитий, вразливий, рішучий, веселий* (веселої вдачі), *щедрий; тендітний, сильний, міцний* (в непрямому значенні) і т.д.; б) темпераменту співрозмовника: *гарячий, спритний, енергійний, проворний, моторний, жвавий* та ін.; в) культурного рівня співрозмовника та його ставлення до інших: *інтелігентний, культурний, галантний, гречний; ніжний, ласкавий, турботливий, дбайливий, пильний, уважний* і под.; г) здібностей адресата, його здатності до розвитку: *здібний, обдарований, талановитий, геніальний, перспективний* тощо.

Великий пласт компліментарних висловлювань, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, передає естетичну оцінку, яка вербалізується за допомогою лексем *красень, красунчик, красавчик, красуня, гарний, гарненький, гарнесенький, гарнюній, гарнюсінький, вродливий, красивий, красний, чарівний, пишний, приманчивий, спокусливий, вишуканий, жіночний, чорнобровий, статурний, кремезний, богатир*. В поєднанні з іменниками на позначення предмету похвали (наприклад, *шийка, вушка, пальці*) естетичну оцінку передають лексеми *прекрасний, дивовижний, чудовий, вражаючий* і под.

У контексті значення "гарний", "вродливий" може набувати лексема *хороший*, наприклад: (сусідка Марусі хоче висватати її за старого парубка) *Бач, яка тепер ти **хороша**, Марусю, що аж подивитись любо! Так, як маків цвіт!* (М. Старицький). У робочій картотеці зафіксовано компліментарне висловлювання із лексемою *дивний*, ужитою в значенні "гарний", "естетичний", що є контекстуально зумовленим, наприклад: (дяк Харитін прийшов в гості до священника Прокоповича – хоче сватати його доньку Онисю) – *Ой, **дивні** ж ваші образи! Господи, яка краса! [– дивувався Харитін, хрестячись перед кожним новим образом]* (І. Нечуй-Левицький).

Мало представленими в тактиці підвищення значимості співрозмовника постають утилітарні, нормативні, 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). Нормативні оцінки репрезентують лексеми *пристойний, незвичайний, здоровий, чистий* (ужитий в значенні "здоровий"). Смакові оцінки в описуваній тактиці передаються за допомогою лексем *смакота, смачний, смачнючий, медовий, солодкий* (в переносному значенні), *добрий* (ужитий в значенні "смачний"), наприклад: (столоначальник повітового духовного правління хоче залишити батюшці на утримання своїх дочок) – *Та й добра ж у вас слив'янка! Така смачна, що я, мабуть, не швидко оце вирвусь з вашої хати, [– сказав Млинковський, хляючи наливку та прицмакуючи]* (І. Нечуй-Левицький).

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

У цілому в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву емоційні оцінки домінують над раціональними.

Типовим для описуваної тактики є 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 оказіональних значеннях (*великий смак, чемні слова, гарний язик, добрячий воїн, тонка людина* (в значенні "тонка натура") і под.). Мають місце тут 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* (вчитель. – І.Ш.) *мусив признати, що тютюн був знаменитий* (Б. Лепкий); (флірт) *ГОСТРОХВОСТИЙ*. [*Але Олена зовсім не така, як ви малюєте;*] *то ваш язик такий гарний, що з-під нього виходить якось все гарно* (І. Нечуй-Левицький).

Значення будь-якого слова може залежати від авторського задуму та правильного сприйняття цього задуму читачем і завдяки вдалим мовленнєвим засобам набувати необхідного комплексу оцінних значень [6, 290].

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 й образливими стають нейтральні та навіть пестливі вживання; якщо вона позитивна, то "заперечні слова не перекреслюють цієї позитивності, тому що набувають рятівного і жартівливого відтінків" [7, 115].

В інтимно-фамільярному мовленні слова з негативним емоційним забарвленням, а також знижена лексика вживаються для передачі позитивних почуттів, доброго ставлення, симпатії, приязні. І, навпаки, урочиста лексика може використовуватись для вираження негативних емоцій: іронії, сарказму, зневаги [2, 33].

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлена не тільки позитивнооцінна лексика. Тут функціонують також лексеми, що мають негативнооцінне значення. Вони вживаються мовцем переважно під час застосування прийому протиставлення

співрозмовника третім особам (зазвичай негативно оцінюваних) та прийому самоприниження – заради контрасту. Приклади ж функціонування лексем, які мають негативнооцінне значення, в компліментарних висловлюваннях щодо адресата є поодинокими. Тут такі лексеми втрачають своє пряме значення, виконуючи функцію підсилення впливового ефекту й надаючи мовленню експресії, або їх значення нейтралізується лексемами із суфіксами пестливості, що їх супроводжують, чи самою ситуацією, контекстом, наприклад: (флірт) [ПІЛИП. *Бач, як щибече!*] *Ах ти лисичка лукава!* <...> [Та коли б я був молодший, то й посватав би <...>] (І. Карпенко-Карий); (спільники перед обладунком) *ФЕНОГЕН (права рука хазяїна). Правда!.. Дивлюсь я на тебе і думаю: де ти такий узався? 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!* (І. Карпенко-Карий); (флірт) ПІЛИП. (Гладить її (Марину. – І.Ш.) по голові) *Собача дівчина! Бач, як в Одесі навчилась грать на язиці* (І. Карпенко-Карий).

Виражаючи позитивне ставлення до співрозмовника, мовець використовує (здебільшого для підкреслення сили та інтенсивності почуттів) і лексеми на позначення негативно оцінюваних дій – *заздрити/завидувати* (розм.), *дуріти, божеволіти* і под., наприклад: (флірт) [мені <...> ніколи < > не везе з жінками! Ви, очевидно, хочете спитати, для чого це я говорю? Відповідаю одверто:] *я заздрю вашому чоловікові* (М. Хвильовий); (давня знайома хоче вивідати виробничу таємницю в успішного художника) *Ось ця композиція, де Лобачевський розпинає Евкліда на непаралельних рівнобіжних прямих, – це ж узагалі здуріти можна!* (Н. Хаткіна).

В. Зірка зауважує, що контекст формує оцінну прагматику й системно-нейтральних слів: "Оцінка в подібних словах вторинна, похідна від дескриптивного значення, залежить від моральних, духовних, матеріальних цінностей даного суспільства, конкретної епохи. Дескриптивні предикати адекватно декодуються в оцінні" [5, 159]. Отже, характеристичних ознак набувають і нейтральні в емоційно-стилістичному відношенні слова, які стають оцінними за певних комунікативних умов. Так, позитивної оцінності в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву можуть набувати лексеми *перший, справжній, новий, сучасний, дивний, світлий, чистий, молодий* і под., наприклад: (флірт) – *Дивний ви ... Але, може, тому з вами й цікаво: ви не повторюєте інших, ви не стереотипний* (В. Дрозд).

У поєднанні з іменниками *розум, голова* лексема *світлий* передає інтелектуальну оцінку (значення "розумний"), з іменниками *людина, чоловік, жінка, натура* цей прикметник набуває значення "моральний" і, відповідно, передає етичну оцінку.

Дескриптивна лексема *молодий*, ужита щодо адресата, в тактиці підвищення значимості співрозмовника набуває зазвичай позитивнооцінного значення і функціонує в значенні "перспективний", "той, у якого все попереду", наприклад: (флірт) – *Ви молодий чоловік, у силі віку, світ перед вами вторений, [і ви заєдно чогось журились!]* (Л. Мартович). Якщо ж лексема "молодий" стосується адресанта й уживається мовцем при реалізації прийому

самоприниження на фоні компліменту співрозмовнику, вона маркує значення "недосвідчений", "нерозумний", "немудрий".

У тактиці підвищення значимості співрозмовника лексема *старий*, що вживається для характеристики адресата, має позитивнооцінні конотації й маркує значення "досвідчений", "розумний", "мудрий", наприклад: (куркуль прийшов до сусіда почути новини) [*Хіба ж я вас випитую? – сказав Кліщ. – Яке мені діло?*] *Ви людина заводська, стара й досвідчена, знаєте всім ціну, знаєте і Онучці* (М. Хвильовий). Будучи ж ужитою в межах прийому самоприниження тактиці підвищення значимості співрозмовника як самономінація, згадана лексема набуває негативного значення: "той, що вижив розуму", наприклад: (жінка похилого віку, що відмовлялась переховувати в себе пораненого партизана, боячись помсти фашистів, хоче гармонізувати стосунки з фельдшером) – *Може, й так, може, й ваша правда, та ви вже вибачте мені старій і нерозумній, Галактіончику, – [й вона гладила пораненому чуба]* (Б. Харчук).

Прикметники *великий* та *високий* у сполученні з іменником *пан* дають статусну оцінку співрозмовника. Лексема *великий*, ужита стосовно дітей, має значення "дорослий", "розумний", наприклад: (мама надихає доньку допомагати їй) *Ні, Наталочко, мама любитиме тебе ще більше, бо ти вже велика і розумна, а братик – маленький і дурненький. І донечка Наталочка тепер дуже потрібна мамі, їх самій важко доглядати малюка* (Л. Романчук).

Таким чином, оцінна лексика є невід'ємним атрибутом маніпулятивного дискурсу. У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву реалізуються загальнооцінні та частковооцінні значення. Частковооцінні значення репрезентують психологічні й естетичні оцінки. Серед психологічних оцінок виділяються етичні, інтелектуальні та оцінки на позначення характеру, темпераменту, здібностей, культурного рівня співрозмовника, ставлення його до інших. Емоційні оцінки домінують над раціональними. Оцінні значення лексем, що входять до складу експресивів, які представляють тактику підвищення значимості співрозмовника, можуть бути контекстуально зумовленими. Типове для описуваної тактики вживання слів у переносних й оказіональних значеннях, а також функціонування слів із розширеною сполучуваністю. Пейоративні слова і слова з негативнооцінним значенням у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву не є конфліктогенними. Вони використовуються для зменшення дистанції, неформалізації спілкування, а також для посилення експресії та контрасту – при реалізації прийомів самоприниження і протиставлення адресата третім особам. Перспективним напрямом подальших мовознавчих студій вважаємо дослідження лексичних маркерів зближення мовця зі співрозмовником у межах здійснення маніпулятивного впливу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.

2. 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.
3. 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.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
5. Зирка В.В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект: монография / В.В. Зирка. – Днепрпетровск: ДНУ, 2004. – 291 с.
6. Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки / Т.А. Космеда. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативная регламентированность в разных типах общения / Г.Г. Почепцов // Синтаксическая семантика и прагматика: [межвузовский тематический сборник] / [Калининский гос. ун-т]. – Калинин: Изд-во Калининского ун-та, 1982. – С. 114-119.

Статья посвящена исследованию оценочной лексики, которая выступает орудием речевого воздействия. Проанализированы средства выражения общеоценочных и частичнооценочных значений в рамках реализации тактики повышения значимости собеседника манипулятивной стратегии позитива. Определены виды оценок и специфика функционирования оценочных лексем в манипулятивном дискурсе.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, лексема, оценочное значение, сема.

The article is devoted to apprehended vocabulary which is shown as an instrument for realization the speech influence. The author examines the means of expression the common valued and partly valued meanings within implementation the tactics of increasing the interlocutor importance of manipulative positive strategy. The article analyzes the types of assessments and evaluates the peculiarities of functioning the value lexemes in the manipulative basis for discussion.

Key words: manipulative positive strategy, tactics of intensifying the interlocutor importance, lexemes, value meanings, sema.