

ФІГУРИ НАКОПИЧЕННЯ В МАНІПУЛЯТИВНІЙ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВУ

Стаття присвячена дослідженню маніпулятивного потенціалу фігур накопичення. Визначено види і функції повторів, до яких удасться мовець під час здійснення маніпулятивного впливу. Проаналізовано мовні засоби, що репрезентують повтор і градацію в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, фігури накопичення, повтор, багатосполучниковість, градація.

Статья посвящена исследованию манипулятивного потенциала стилистических фигур накопления в манипулятивном дискурсе. Определены виды и функции повторов, используемые говорящим при манипулятивном воздействии. Определены языковые средства, которые представляют повтор и градацию в тактике повышения значимости собеседника манипулятивной стратегии позитива.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, фигуры накопления, повтор, многосоюзность, градация.

The article shows the manipulative potential of stylistic accumulation figures. The author determines types and functions of repetitions which uses the speaker during realization the manipulative influence. The investigation deals with language means what shows the repetitions and scale in the tactics of raising the interlocutor necessity of manipulative positive strategy.

Key words: manipulative positive strategy, tactics of intensifying the interlocutor importance, figures of accumulation, repetition, conjunctions, gradation.

У сучасному мовознавстві сьогодні спостерігається зростання інтересу дослідників до вивчення мови у функціонально-динамічному аспекті. Цим спричинено збільшення кількості досліджень із психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики. Серед останніх помітний пласт становлять роботи, присвячені вивченню комунікативних стратегій і тактик.

Однією з комунікативних стратегій, спрямованих на гармонізацію спілкування, є маніпулятивна стратегія позитиву, яка вченими не виокремлювалась і не була об'єктом мовознавчих студій. Тому вивчення особливостей вербалізації цієї комунікативної стратегії є актуальним.

Використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, адресант намагається одержати вигоду чи домогтись іншого бажаного результату шляхом повідомлення адресату приємної для нього інформації. В основі цієї стратегії лежить тактика підвищення значимості співрозмовника, суть якої полягає у вираженні прихильності та інтересу до співрозмовника чи висловленні позитивної оцінки на його адресу чи осіб, із якими він пов'язаний, а також щодо предметів, належних йому.

Метою статті є дослідження маніпулятивного потенціалу стилістичних фігур накопичення. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: визначити види і функції повторів, до яких удається мовець під час здійснення маніпулятивного впливу; проаналізувати мовні засоби, що репрезентують повтор і градацію в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Фігурами накопичення постають повтори та градація. Повтор – це дво- або кількаразове використання в межах контексту в певній послідовності тотожних чи подібних звуків, слів або їх частин, синтаксичних конструкцій, ужитих компактно або дистантно, для досягнення відповідного виражального чи виражально-зображального ефекту [4: 496].

Як стилістичний засіб повтор використовується в різних функціональних стилях мови, але найяскравіше 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. Вандрієс, який виводив повтор з емотивної, а не з раціональної мови.

Повтор досліджували О.О. Шахматов, Н.Ю. Шведова, В.Г. Гак, Ю.В. Трубнікова, Н.Т. Головікіна, В.І. Єр'оміна, Н.Є. Цветкова, О.Ю. Корбут, А.А. Мальченко, І.Ю. Ковальчук, А.П. Коваль, І.А. Синиця, Н.С. Дужик, О.В. Бекетова, В.І. Охріменко, Л.Б. Пришляк, І.В. Соколова, Е.Ф. Маліновський, А.К. Мойсієнко, О.В. Огоновська, О.Є. Пивоваров, М.Я. Плющ, С.Я. Скляр, Т.П. Беценко, Н.М. Івкова, З.О. Пахолок, Т.В. Жук, Р. Ріжко та ін. Прагматичні особливості функціонування повтору висвітлені в працях Ж.С. Павловської, І.В. Соколової, В.І. Охріменко, Е.Ф. Маліновського тощо.

Існують класифікації повторів за різними критеріями. Так, за мовним рівнем реалізації повтори поділяють на звукові, лексичні, синтаксичні, за формально-семантичним вираженням одиниць – повні та часткові, за функціями в мові – композиційні та номінативно-експресивні, за місцем розташування повторюваних елементів – контактні та дистантні.

Композиційні повтори мають вигляд анафори, багатосполучниковості, паралелізму, епіфори, хіазм. Суть номінативно-експресивного повтору полягає в подвоєнні окремих мовних елементів для увиразнення мовлення й посилення вираження емоційного стану. Підсилювальний повтор дозволяє увиразнити відтворювану лексему 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 повтору корелюють із його видом. Так, контактний повтор (безпосереднє розташування однієї одиниці після іншої) емоційно і логічно підкреслює важливі за змістом слова, дозволяє уточнити та деталізувати зміст

тексту, слугує засобом зв'язку елементів усередині фрази, а також може використовуватись із метою емпатизації висловлення.

Дистантний повтор дозволяє адресату зосередити свою увагу на певних елементах повідомлення, підсилює зміст повідомлюваного, встановлює ієрархію інформаційних складових, а також виконує текстотвірну функцію.

Повтор у маніпулятивній стратегії позитиву інтенсифікує позитивну оцінку. Досягнення впливового ефекту відбувається за рахунок надлишковості: повтор підсилює ілокуцію експресивів – компліментарних висловлювань та висловлювань, що передають позитивне ставлення до співрозмовника.

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву домінують безсистемні повтори, чи епізевкисис. Тут мають місце контактні повтори, чи епімона – кількаразове повторення слова в реченні чи рядку без інтервалу, та дистантні повтори.

Епімона порівняно з дистантним повтором є менш частотною. Тут вона представлена дієсловами (переважно перформативами (наприклад, *схвалюємо, хвалю*), дієсловами на позначення почуттів (наприклад, *люблю, шаную*) та дієсловом зі значенням обізнаності (*знаю*) і т.д.), прикметниками (наприклад, *радий*), прислівниками (*дуже, славно, похвально, цікаво, гостро* і под.), займенниками (зазвичай особовими *ви, ти*), іменниками, що передають позитивну оцінку, захоплення (*чудо, диво* і т.п.) чи позначають предмет позитивної оцінки (*очі, ручки, щедрість* і т.д.), а також лексико-граматичними структурами (*така красна, що за фігура, так прив'язалася, дуже раді, так занудилась* та ін.), наприклад: (флірт) **ГОСТРОХВОСТИЙ. Для вас, для вас я готовий ціле Дніпро перенести у вашу хату** (І. Нечуй-Левицький).

Дистантний повтор у тактиці підвищення значимості співрозмовника репрезентують: 1) іменники, вжиті: а) як звертання (*батьку, товаришу, дівчино, гостоньки* і т.п.); б) непрямі номінації співрозмовника (*кряля, королева, викладач, молодець, братове, розумниця, знавець, пан, ас, друг* і под.); в) на позначення предмета позитивної оцінки (*убрання, жест, хода, ідея, слова, руки, фігура, дядько* і т.д.); 2) займенники (у різних відмінкових формах): особові *ти,*

ви, присвійні мій (моя, моє, мої), твій (твоя, твоє, твої), ваш (ваша, ваше, ваші), наш (наша, наше, наші), означальні такий, така, таке, вказівні цей, ця, ці, це; 3) прикметники (переважно ті, що містять позитивну оцінку, позначають емоційний стан, передають ставлення до співрозмовника – добрий, відважний, гарний, зразковий, інтелігентний, щасливий, достойний, здорові, потрібні, сміливі і под.); 4) прислівники (часто, після, вже, дуже, скільки, стільки (в значенні "багато"), як, страшенно, похвально, мало, скучно, добре, розумно і т.д.); 5) дієслова, що прямо чи опосередковано передають позитивне ставлення до співрозмовника (вірити, знати + [позитивна характеристика співрозмовника], коритися, розуміти, дивитися, любити, обирати і т.д.) та дають позитивну оцінку його діям (допомагати, вміти і под.); 6) словосполучення ([іменник + прикметник]; [присвійний займенник + прикметник + іменник]), наприклад: червона вода, чудова людина, людина інтелігентна, моя кохана пані та ін.; 7) лексико-граматичні структури (чиста правда, прийде час, що таке, тільки ви, раді старатись, як до тата рідного і т.д.). 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, остану до смерти вірним невольником усіх замислів **Твоїх** і сина **Твого**, хай потіхою **Тобі** буде, о Велика Хассеке Хуррем! (О. Назарук); [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). Відносною нечастотністю характеризується повтор модальних слів, числівників.

Підсилення й емоційне увиразнення змісту повідомлюваного може досягатися за допомогою прозової анафори [1: 230]. Для тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву характерним є анафоричне вживання займенників (як у початковій формі, так і в непрямих відмінках): особових (я, ти, ми, ви), означальних (такий, який, яке, яка, скільки,

що передають значення захоплення, вжитих у ролі частки, всі), а також вигуків (вигукова форма *О* тут домінує), наприклад: (флірт) *О ізбранная Солохо, О владичице моя! Ощаслив хоч вельми трохи Дні моєго битія!* (М. Старицький). Приклади анафоричного вживання інших частин мови, зокрема прислівників (*мало, добре, як, стільки* і под.) у маніпулятивних контекстах менш частотні.

У межах реалізації досліджуваної стратегії має місце і такий композиційний вид повтору, як кільцевий, чи рамковий, – за допомогою якого починається і закінчується думка. Удаючись до такого повтору, адресант акцентує увагу адресата на тому, що вважає найважливішим для даної ситуації, резюмує сказане, наприклад: (Гармаш просить писаря Виговського 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, [– сипав слова, як горох]* (Н. Рибак).

У робочій картотеці знайдено приклади такого виду повтору, як епанафора, чи композиційний стик, – стилістична фігура, суть якої полягає в тому, що наступне речення починається з елемента, яким закінчилось попереднє, наприклад: (флірт) *Мені без тебе **скушно було** <...> **Скушно було** без тебе* (Г. Квітка-Основ'яненко).

Дистантний повтор може мати вигляд усталених зворотів фразеологічного типу (*що добрі, то добрі; от голова, так голова; ви і тільки ви* і под.), 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).

Частотним у маніпулятивній стратегії позитиву є повтор із розширенням й уточненням. Це переважно має місце тоді, коли мовець відчуває необхідність компенсації інформаційної недостатності або хоче акцентувати увагу співрозмовника на чомусь.

Вибірка з творів художньої літератури містить приклади використання мовцем у межах здійснення маніпулятивного впливу фонеміезису – фонічного засобу, одного з видів звуконаслідування, що має вигляд умовного відтворення звуків довкілля. Такий прийом є проявом безпосередності, розкутості, гумору і, часом, дотепності мовця, створює доброзичливу атмосферу спілкування, інтимізує його. У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву фонеміезис зафіксовано в ситуаціях флірту. Оскільки в ролі номінацій співрозмовника тут часто вживаються персоніфіковані назви, зокрема назви тварин та птахів, то мовцем і наслідуються переважно звуки тваринного світу, наприклад: (флірт) – *Але цей тиждень! Як його прожити без жіночого тепла, ласки <...>. Мур-мур, Вітуся, [– начебто жартома обняв Вікторію за плечі Ігор, – Василь на чергуванні <...>]* (Л. Романчук).

Повтори знаходять вияв і у явищах ампліфікації (нанизування синонімів, однотипних висловів, синтаксичних конструкцій чи однорідних членів речення) й тавтології, що емоційно підсилюють висловлену думку.

У маніпулятивній стратегії позитиву представлений тематичний, чи синонімічний, контактний і дистантний повтор. 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.

Контактний синонімічний повтор у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву є домінуючим. При цьому спостерігається домінування контекстуальних і стилістичних синонімів порівняно з абсолютними, що можна пояснити прагненням мовця внести нові відтінки в значення, увиразнити передавану думку.

Синонімічні ряди в експресивах утворюють іменники (*характер – вдача, шляхетність – велич* і под.), прикметники (*розумний – вчений, освічений –*

мислячий і т.д.), прислівники (*добре – непогано, найбільше – найсвятіше* та ін.), дієслова (*приручила – одомашила, покращала – погладила* і т.д.), вигуки ((ой) *ненько – матінко, Господи – Божечку* і под.), різні частини мови (*один – єдиний, весь – цілий, розуміє – наймудріший* і т.п.), словосполучення (*простяг руку ворогові – винагородив за збитки, повний величі – гідний Стародавнього Риму* та ін.), словосполучення/лексико-граматична структура – самостійна частина мови, переважно іменник, прикметник чи прислівник (*добра – у вас таке серце* і т.д.), лексико-граматичні структури, наприклад: (Канцлер короля вмовляє візира схилити хана до зради Хмельницького) – *Твоє слово **багато важить** для хана, твоє слово **дороге** для нього* (Н. Рибак).

Деякі синонімічні пари мають вигляд фразеологізованих сполук на зразок *честь і хвала, хвала і шана, горю-палаю*.

Одним із видів ампліфікації є гетерономінація – низка звертань до співрозмовника (*умниця – чорноброва, донечко – серце* і под.) або номінацій адресата (*рідний батько – ватажок, друг – комісар – серце* і т.д.), наприклад: (незнайомець хоче співпрацювати з адресатом) – *А ви **справжній герой**, Павле Сергійовичу, **романтик*** (Д. Білий).

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлена як контактна, так і дистантна гетерономінація. Остання, крім експресивної функції, виконує функцію активізації уваги адресата.

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.

В описуваній тактиці репрезентована також і тавтологія, до якої мовець удається з метою акцентування чи затримання уваги на чомусь, посилення

виразності, для забезпечення ритмічності мови. Робоча картотека засвідчує приклади повторів різних форм того самого слова, об'єднаних одним коренем, та варіювання спільнокоренових слів, що є різними частинами мови, не тільки в межах речення, але й фрази. Йдеться про повтори із зміною форми (однина-множина: *рум'янець – рум'янці*, інфінітив – змінна форма дієслова: *впоратись – впораєтесь*, емоційно нейтральна – емоційно забарвлена словоформи: *голос – голосина, голосище*) та зі зміною частиномовної належності: *чудово – чудовий, лицар – лицарський, щасливі – щастя, розумний – розумник, розумієш, чесність – чесний* і под., наприклад: (Виговський, викритий у змові проти Хмельницького, хоче зменшити свою провину) – **Мудре** рішення, [– сказав той *і, ніби справді вдоволений таким вирішенням гетьмана, додав:*] **Мудріше** й *учинити не можна* (Н. Рибак).

Мають місце тут і тавтологічні звороти фразеологічного типу: *рука за руку, найхоробріший із найхоробріших, лицар поміж лицарів, зернятко в зернятко, диво дивне, жде не діждеться* і под.

Маніпулятивній стратегії позитиву притаманна й така стилістична фігура, як багатосполучниковість, чи полісиндетон, що являє собою нагромадження сполучників та інших службових частин мови для логічного й емоційного виділення кожного зі складників висловлювання [2: 241]. 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: (панський управитель прийшов вмовляти селянина Демида переселитися з лісу) – **І** покращала, **і** погладшала вона (жінка. – І.Ш.), *Демиде, в тебе. Прямо мов писанка* (М. Стельмах). Повторення сполучника *і* сприяє створенню епічної тональності, враження безперервності дії, різнобічності характеристик [3: 278].

При повторі сурядних частин спостерігається синонімія сполучників сурядності (*та/і, і/й*), наприклад: (учитель Федір Пилипович активізує

односельчанина до громадської роботи) [– *А чому ж ви, Лаврентію Семеновичу, не беретесь за громадські справи?*] *У вас і досвід, та й обирали ж вас, [– зауважив Федір Пилипович]* (А. Іщук).

Багатосполучниковість у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву охоплює не тільки сполучники сурядності, але й сполучники підрядності, зокрема *бо, хоч, щоб, якщо, якби*. Типове тут нанизування риторичних питань, характерним для якого є повторення питальних сполучників *хіба, чи*, прислівників *куди, скільки*, вжитих у значенні сполучного слова, а також питального займенника *хто* (в різних відмінкових формах), наприклад: (флірт) *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).

Риторичні питання, чи квазіпитання є емоційно-експресивними повідомленнями. У маніпулятивних контекстах вони інтенсифікують позитивну оцінку та виражають прихильне ставлення до співрозмовника.

Засобом посилення впливової функції експресивів у маніпулятивній стратегії позитиву виступає і така стилістична фігура, як градація. Градацією називають розташування послідовно нагромаджуваних семантично близьких, синтаксично однотипних компонентів конструкції в напрямі поступового наростання, посилення або (значно рідше) спаду, послаблення (з відповідним наростанням або спадом інтонації) інтенсивності її значення, а частіше – просто емоційно-експресивної характеристики всього висловлення [4: 757].

Розрізняють висхідну та спадну градацію. Висхідною є градація, у якій суміжне розташування мовних одиниць веде до наростання виявленої смислової ознаки. В спадній градації послідовність суміжно розташованих мовних одиниць призводить до спадання виявленої смислової ознаки [1: 235].

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву домінує висхідна градація, наприклад: (флірт) *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 досліджуваній тактиці часто представляють 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: (флірт) [*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).

Отже, основними фігурами накопичення в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву постають повтор та градація, які слугують інтенсифікації впливової функції експресивів.

Найпоширеніші види повтору становлять лексичний і синтаксичний дистантний повтор. Найбільшою частотністю характеризується дистантне повторення займенників, іменників, дієслів та лексико-граматичних структур. Висхідна градація в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву домінує над спадною. Вивчення інших стилістичних фігур як засобів посилення маніпулятивного впливу видається перспективним напрямом подальших лінгвістичних студій.

ЛІТЕРАТУРА

1. 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.
2. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови: [підручник] / Олександр Данилович Пономарів. – К.: Либідь, 1993. – 248 с.
3. 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.
4. Українська мова: [енциклопедія] / [редкол.: В.М. Русанівський, О.О. Тараненко (співголови)], М.П. Зяблюк та ін. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К.: Вид-во "Укр. енцикл." ім. М. Бажана, 2004. – 824 с.