

ЕПІТЕТИ, ПОРІВНЯННЯ, АНТИТЕЗА ЯК ЗАСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

У статті фігури переосмислення розглядаються як засіб посилення маніпулятивного впливу. З'ясовуються функції й особливості репрезентації епітетів, порівнянь, антитези в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значимості співрозмовника, фігури переосмислення, епітет, порівняння, антитеза.

Останнім часом у лінгвістиці набув популярності напрям досліджень, в основі якого лежить мовленнєва поведінка людини – лінгвістична прагматика, чи прагмалінгвістика. Це зумовлено посиленням інтересу вчених до людського фактору в мові, вивчення комунікативних смислів, а також загальною функціонально-орієнтованістю мовознавства. Так, сьогодні спостерігається збільшення кількості наукових розвідок, об'єктом яких постають комунікативні стратегії та засоби їх маніфестації в прагмалінгвістичному аспекті. Йдеться про праці А.М. Баранова, В.З. Дем'янкова, К.Ф. Сєдова, О.С. Іссерс, В.В. Бушкової, О.В. Фадєєвої, Л.Ю. Веретенкіної, Т.Є. Янко, Ю.К. Пирогової, А.Д. Белової, О.В. Дмитрук, О.М. Белозерової, Л.І. Кислякової, О.В. Герасименко, А.І. Дубських, О.В. Даньшиної. Проте не вивченою дотепер була маніпулятивна стратегія позитиву, спрямована на зміну поведінки, емоційного чи ментального стану співрозмовника шляхом повідомлення приємної для нього інформації або інформації, що позитивно характеризує мовця чи об'єднує комунікантів. Тому

вивчення особливостей вербалізації маніпулятивної стратегії позитиву та її тактик є актуальним.

Основною тактикою досліджуваної стратегії є тактика підвищення значимості співрозмовника, яка знаходить свій вияв у позитивному оцінюванні співрозмовника та вираженні мовцем прихильності до нього. Найяскравіше тактику підвищення значимості співрозмовника репрезентують експресиви – компліментарні висловлювання та висловлювання, що передають позитивне ставлення до співрозмовника. Характерною особливістю експресивів є інтенсифікація позитивно-оцінних сем. 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 фігури мови. Однією з їх груп є фігури переосмислення, до яких належать метафора та її різновиди, емфаза, мейозис, гіпербола, перифраз, а також епітети, порівняння й антитеза.

Дослідження фігур переосмислення як засобу інтенсифікації маніпулятивного впливу, зокрема з'ясування функцій і особливостей вираження епітетів, порівнянь, антитез у тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву є **метою** нашої статті.

Серед художніх засобів, притаманних тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, високою частотністю відзначається епітет – образне чи поетичне означення предмета, явища, поняття, стану, дії.

В описуваній тактиці епітети, що дають характеристику особі (портретну, психологічну, поведінкову) та свідчать про позитивне ставлення мовця до співрозмовника, домінують над епітетами, які характеризують об'єкти за формою, розміром та ін. Мають місце тут і контекстуально-авторські епітети – епітети, що виділяють «не постійну – супровідну, канонізовану в межах літературного або індивідуального стилю ознаку предмета, а таку рису, яка

видається характерною в предметі за певних обставин у тому конкретному контексті, в якому про цей предмет згадується» [1: 210-211].

Типовим для тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву є функціонування в ролі епітетів лексем «срібний», «золотий», «діамантовий», «дорогий», «блискучий», «світлий», «чистий», «святий», «високий», «райський», «казковий», «міцний», «солодкий», «слізний», «тонкий», «легкий» і под. (*світла дорога, чудодійна сила, райський закуток, свята справа, красне життя, високі пани* (в значенні «ті, що обіймають високі посади»), *казковий палац, солодкий поцілунок, слізні спогади* і т.д.), наприклад: (вищий за статусом просить нижчого про послугу) – ***Фатіма хвалилася, що ти блискучий стиліст і знавець мови.*** [*Тут ми засідали й склали один державний документ. Подивись-но професійним оком, чи все тут гаразд з українською мовою*] (М. Рябий).

За допомогою епітетів, уживаних для здійснення маніпулятивного впливу, підкреслюються: а) поняття, що характеризують індивідуально-психологічні особливості співрозмовника, його моральні якості: «характер», «серце», «душа», «натура», «вдача», наприклад: *м'який характер, золота душа, тонка натура, весела вдача*; б) поняття, що маркують розумові здібності адресата: «ідея», «слово», «думка», «розум», наприклад: *блискуча ідея, святе/дороге, гостре слово, добрий розум*; в) назви частин тіла: «рука», «обличчя», «голова» та ін., наприклад: *легка/міцна рука, золоті руки, світле обличчя, міцна голова* (в значенні «розумний»); г) поняття на позначення вмінь, здібностей, якостей співрозмовника: «голос», «сила» і т.д., наприклад: *срібний/ангельський, ніжний голосочок, легке перо*; д) назви результатів праці: «здобутки», «робота», «перемоги», «результат» і под., наприклад: *світла/чиста робота, блискучі перемоги*; е) номінації співрозмовника (зазвичай за професією та статусом): *блискучий стиліст і знавець мови, мужній боєць, світлодумний володар, людина на вагу золота* і т.д. Прикладів із довгими ланцюгами епітетів у межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву в робочій картотеці не зафіксовано.

Уживання епітетів у маніпулятивних контекстах більшою мірою притаманне ситуаціям флірту, офіційного ділового спілкування (йдеться про урочисте звертання нижчих за посадою, статусом до вищих співрозмовників).

Великою частотністю в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву характеризуються також порівняння – «словесний образ, у якому уявлення про зображуваний предмет конкретизується шляхом зіставлення його з іншим предметом, таким, що містить у собі необхідні для конкретизації уявлення ознаки в більш концентрованому вияві» [1: 211]. В основі порівняння лежать логічні операції виділення найсуттєвішої ознаки описуваного через пошук іншого, для якого ця ознака є виразнішою, зіставлення з ним і опис [3: 359]. Цей художній троп, як і інші засоби художнього увиразнення мовлення, не лише конкретизує уявлення про описуваний предмет, але й відображає емоційне ставлення до нього мовця.

Порівняння містить такі складові: компарандум – те, що порівнюється (предмет порівняння), компаратум – те, з чим порівнюється («образ») та терціум компараціоніс – те, на основі чого здійснюється порівняння, ознака, за якою відбувається зіставлення [1: 211-213].

Розрізняють логічні й образні порівняння. Логічне порівняння передбачає встановлення ступеня схожості чи відмінності між предметами одного класу, врахування всіх властивостей, якостей, ознак порівнюваних предметів, але виділення чогось одного. Образне ж порівняння «вихоплює одну якусь найвиразнішу ознаку, часом несподівану, і робить її основною, ігноруючи всі інші» [3: 359-360]. У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву мають місце як логічні, так і образні порівняння.

Порівняння як художній троп у тактиці підвищення значимості співрозмовника вербалізується:

1) за участю показників порівняльних відношень – порівняльних сполучників *як, мов, мовби, немов, ніби, нібито, наче, неначе, начебто, гейби, буцім,*

буцімто. Найчастотнішими тут є експресиви зі сполучниками **як, мов, мовби, наче, ніби**;

2) за участю сполучника **а** в конструкціях із запереченням «(це) **не** [предмет порівняння], **а** [образ порівняння]», наприклад: (виключений з партії колишній заступник обласного управління Федір Саватійович просить свого давнього друга – впливову особу допомогти йому відновити членство в партії) [– *Ну-х! – якось ніби видихнув з важкого живота те побідне «ну-х» Федір Саватійович.*] – **Не голос в тебе був, а сопілка** (Ю. Збанацький);

3) без сполучників:

а) за допомогою предиката (*подібний, схожий, нагадує, здається*), наприклад: (Григорій прийшов до циганського табору для збору інформації) [– *Під час війни багатьом з нас довелося призвичаїтись до кочового життя, і] **таке шатро здалося б** нам палацом* (Ю. Дольд-Михайлик);

б) із пропуском сполучникової компаративної зв'язки – реченнями порівняльної структури, у яких об'єкт порівняння охоплює всю предикативну частину: (Маюфес вибиває в Пузиря вищий відсоток з оборудки) **МАЮФЕС. Ваше слово – закон, ваша честь – вище всяких векселів і розписок!** [*Надіюсь, що ви не обділите бідного чоловіка*] (І. Карпенко-Карий);

в) конструкціями з формами ступенів порівняння прислівників і прикметників, наприклад: (Юзеф хоче сподобатися полонянці) – **Який красивий букет! Але ви ще *краща!*** (П. Наніїв). Часто при формах вищого ступеня порівняння прикметників уживаються прийменники **за, від, од**, наприклад: (флірт) **ГОЛОХВОСТИЙ** (*випивши*). **А-се! З ручок твоїх солодша од меду й од канахвет!** (М. Старицький).

Типовим у порівняннях, що мають місце в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, є супровід образу порівняння лексемами *просто, прямо, справжній (справжнісінький, справжнюсінький), цілий, правдивий*, а також словами, що демонструють

щирість мовця – *справді, дійсно*. Приад'єктивні порівняння в досліджуваній тактиці домінують над привербальними.

Об'єктом порівняння найчастіше виступає адресат (його позитивні риси, дії або вчинки), але ним може бути і мовець – як суб'єкт, що має позитивні почуття до співрозмовника: шанувальник, залицяльник, закоханий і т.д. Предмет порівняння в описуваній тактиці становлять:

– **якості та здібності співрозмовника, що цінуються в суспільстві й мовцем зокрема**. Тут має місце як загальна позитивна оцінка, так і оцінка конкретних якостей адресата, зокрема його розумових здібностей та моральних характеристик, наприклад: *чистий, як ангел; голова, як маківка;*

– **дії, вчинки адресата** (*проповіді говорить, як Златоуст; танцює, як пушиночка; написав, як люблячий син; бився, як лев і т.д.*), наприклад: [*Підвези мене туди, вниз по річці. Я лікар. Мене викликали до тяжкохворого, але мій велосипед поламався.*] **Ти ж пливеш просто як блискавка!** (О. Іваненко);

– **зовнішність/зовнішній вигляд співрозмовника чи близьких йому осіб**, наприклад: (пан не хоче давати робітникам обіцяні сорочки) – *Але ж які ви стали без сорочок здорові та кремезні. **Справжні дуби*** (З. Тулуб);

– **почуття мовця до адресата** (*серце розпалилося, мов щипсі; чекали вас, як Христового пришестья; ви мені, як мама; я вам повірив, як рідному братові на сповіді; улюбльон, як окроп кипить; кохав, як бога і под.*), наприклад: (Варка хоче вийти заміж за Степана) *ВАРКА. Давно я тебе бачила, Степане, аж наче чого зраділа – **мов брата стріла*** <...>. (І. Карпенко-Карий).

Порівняння в експресивах досліджуваної стратегії можуть мати вигляд компоративних ланцюгів, що представляють явище синонімії, наприклад: (флірт) – *Ви в оцій сукні – **як та казкова русалка**, [– воркотів їй (Ніні. – І.Ш.) **Калістрат Капітонович**]. – **Мовби оце з глибин морських*** <...> (С. Грицюк).

Порівняння постає універсальним засобом створення переносних висловлень, які, на відміну від висловлень із прямим значенням, не є повідомленнями, викладом чи констатацією факту: «це завжди відкриття,

оновлення знань про якесь явище, тобто інтерпретація, творче розкриття якогось явища» [2: 38].

Поодинокими є приклади вживання мовцем порівнянь, що базуються на відмінності, наприклад: (флірт) [*– Ні, якби ви за мене пішли заміж, бо я ... я ... Бо Купідон пронизав наскрізь моє серце стрілою.*] *Амур не любить так Псіхеї, як я люблю вас*, [*– сказав Балабуха через силу*] (І. Нечуй-Левицький).

У тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву репрезентовано такі види компаратумів (образів порівняння):

- **антропоморфний** (*ніби князь, як воєвода, як німець, як син, як (рідний) батько, як брат*, (голос) *мов дисконтів найкращих на концерті*, (вродлива) *як тіціанівська мадонна*, (личко) *як у дівчини*, (гарна) *мов бояриня/королева* і т.д.);
- **що базуються на порівнянні з явищами природи** ((гарна) *як зоря на небі, як сонце*, (влада непохитна) *як скелі у морі*, (почуття) *ніби лавина з гір* і т.д.);
- **предметний** ((хатиночка) *як лялечка*, (жінка) *мов писанка/перлина*, (голос) *як сопілка/труба* і т.д.). Предметний компаратум найчастіше представлений у компліментарних висловлюваннях, які стосуються предметів, належних співрозмовнику;
- **фітоморфний** ((парубок) *як дуб*, (гожа) *як квітка/квіточка з райських садків*, (гарна) *як троянда/мов та квіточка, що в віночку*, (цвітеш) *як півонія*, (хороша) *як маків цвіт*, (чиста) *як пуп'янок лілії з райських садів* і т.д.). Порівняння з квітами найчастіше мають місце в компліментарних висловлюваннях на позначення зовнішності співрозмовника в ситуаціях флірту, адресованих представницям жіночої статі. Такі порівняння є стійкими – відтворюються всією мовною спільнотою з усіма елементами;
- **ціннісний** – порівняння зі скарбом, раєм, коштовністю, золотом і под.;
- **зооморфний** (*мов лебедиця в небі* (про танець жінки), (вільна) *як горличка*, (моцний) *як тур*, (бився) *як лев* та ін.). Поодинокими є приклади експресивів із компаратумом на позначення тварини, образ якої негативно оцінюється соціумом. Порівняння в таких випадках не має негативного значення, оскільки

нейтралізується ситуацією та контекстом, наприклад: (багатий татарин хоче сподобатися бранці-українці) – *Насте – троянда! Запашна й колюча троянда. Солодко дихати її ароматом, але чому вона холодна, як медуза, і, як медуза, опікає своєю красою?* (З. Тулуб);

– **міфо/теоморфний** ((справедливий) як небо, (чистий) як ангел, як богиня, як Афродіта, мов лісова Діана, як польова царівна, (вродлива) мов русалка і под.).

Порівняння з міфо/теоморфним компаратумом домінують у компліментарних висловлюваннях на позначення зовнішності співрозмовника (переважно жіночої статі) в ситуаціях флірту;

– **процесуальний** (сказати, як на сповіді; вийшло, як на картинці і т.д.);

– **смаковий** (як морозиво, як мед, як цукерочка і под.).

Адресат у маніпулятивній стратегії позитиву може порівнюватись не тільки з позитивно оцінюваними в суспільстві реаліями. У фамільярному спілкуванні мають місце порівняння співрозмовника з нечистою силою, особами асоціальної поведінки та способу життя, наприклад: (пан Бжезький хоче заохотити до роботи свого управителя Янека Свенціцького) – *Янеку, ти – золото, [– захоплювався пан Бжезький]. – Спритний, як **чорт**, і рахубний, як **краківський лихвар*** (З. Тулуб).

Приклади функціонування в ролі образів порівняння лексем зі зниженим значенням або лексем, що мають негативне забарвлення, є поодинокими. Як і в згаданих вище випадках, їх негативне значення нейтралізується ситуацією спілкування та загальним позитивним значенням експресива, наприклад: (управитель багатого графа пан Бонковський умовляє отця Харитона купити в нього старомодний екіпаж) [– *Купіть в мене! В мене є екіпаж на ресорах, зовсім панський. Їй богу, купіть! Я дешево продам*]. *Перепряжете свої коні, сядете, розіпретесь, неначе справжній **панюга**, та вкотите в свій двір, мов **якийсь** князь, – і матушка вас не впізнає* (І. Нечуй-Левицький). У деяких випадках невдало вибраний компаратум може не лестити адресату й призводити до комунікативної невдачі.

Робочою картотекою також зафіксовано приклади експресивів, у яких вибір образу порівняння є несподіваним для мовця, що створює гумористичний ефект, сприяє гармонізації стосунків між співрозмовниками, наприклад: [*Таня дала йому роботу. Андрій переписував – старався, кожну літеру виводив, наче готував її на виставку. Побачивши його почерк, пухлявочка Таня навіть у долоні заплескала:*] – *Андрюшо, миленький, та я на вас молитимуся, як на друкарську машинку!* (В. Пеунов). Чим більша невідповідність між порівнюваними об'єктами, тим більше комізму в порівнянні.

Порівняння нерідко переплітаються з метафорами, утворюючи «компаративні комплекси» чи зрощення [4: 157], наприклад: (євнух запобігає перед жінкою султана, маючи корисливі наміри) – *Слушно сказано, господине! Адже ж ти бачиш у п'ятні, як чарівна кицька Мірза з казок Музафер Ібн-Фацлана* (З. Тулуб).

Удаючись до тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву, мовець послуговується і таким стилістичним прийомом, як антитеза, чи протиставлення. Антитеза спрямована на підкреслення властивостей чи показ спектру дії і здебільшого реалізується через мовні та контекстуальні антонімічні опозиції. Прийом поляризації значень слів шляхом їх протиставлення посилює стилістичний і смисловий ефект повідомлюваного.

Засобами вираження антитези в описуваній тактиці є: сполучники (*а, але, проте, однак, хоч/хоча*), контрастні пари (*одні – інші, свої – чужі, чоловік – жінка* і под.) та темпоральні протиставлення (*колись – тепер, тоді – сьогодні* та ін.), прийменники *незважаючи* (на), *проти/супроти*, лексеми *інший* (-а, -е, -і), *інакший* (-а, -е, -і), *по-іншому, по-інакшому, навпаки, на противагу*, (не) *так*, (не) *рівня*, (не) *зрівняти*, (не) *рівнятися, змагатися, гнатися, тягатися* і под.

Найпоширенішим індикатором протиставлення є зіставне **а**. Матеріал художньої літератури засвідчив приклад функціонування в маніпулятивному дискурсі антитетичних епітетів «моя чужая», наприклад: (флірт із заміжною

жінкою) [*ФРАНЦ. Поїду, завтра ж і поїду! Чого мені тут ждять? Тепер мені скрізь буде одна мука. Так нехай же ворожа куля проб'є те серце, що осоружне стало найкращій молодиці (підсідає). І, умираючи,*] буду споминать **МОЮ – чужую** єдиную Мариночку, що прогнала мене від себе без жалю і прогнала за те, що я її кохав, як бога! (І. Карпенко-Карий). У наведеному прикладі ортодоксальне «моя» поєдналось із парадоксальним (несподіваним) «чужа».

Антитеза в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву представлена експресивами, у яких: а) протиставляються різні риси адресата; б) мовець протиставляється співрозмовнику; в) протиставляється те, яким адресат є зараз, із тим, яким він може стати; г) здійснюється протиставлення співрозмовника третім особам, негативно чи нейтрально оцінюваним.

Особливою частотністю в описуваній тактиці відзначаються експресиви, у яких співрозмовник протиставляється мовцю чи третім особам. Причому, частина висловлення, що передає позитивну оцінку співрозмовника, часто стоїть у препозиції щодо частини, яка маркує оцінку інших осіб чи самооцінку, хоча подекуди трапляється й постпозиція позитивнооцінних висловлювань, адресованих співрозмовнику, наприклад: (начальник умовляє підлеглу виконати термінову роботу) [*– Е, наробить в українському тексті англійських помилок. Вона (колега адресата. – І.Ш.) має свою роботу. Не буде часу віддавати на перевірку коректорові,*] **а після вас, слава Богу, переглядати не треба, може йти прямо в набір** (Г. Черінь).

Впливовий ефект протиставлення підсилюється порівняннями, особливо сатиричними, наприклад: (флірт) **ГОЛОХВОСТИЙ. Натурально, куди їм усем до вас? Всьо равно, што, примєром взять, – Мусатов і хранцюзька помада** (М. Старицький).

Протиставлення можуть опосередковано стосуватися мовця, наприклад: (ревізор, що приїхав до провінції, порівнює її з тією місцевістю, із якої приїхав, бажаючи сподобатись місцевій жінці) – **Який усе-таки культурний виселок,** [*–*

сказав ревізор, зупиняючись у тіні спаленого сонцем дерева]. – Не можна його рівняти з нашими селами. Коли там хати, то тут будинки, коли там пияцтво, то тут здоровий відпочинок, коли там бруд, то тут зразкова чистота й зразковий порядок (М. Хвильовий).

Таким чином, такі художні тропи, як епітети та порівняння в тактиці підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву надають висловленням емоційності й піднесеності, є частотними в ситуаціях флірту й урочистого ділового спілкування. Використання антитези в маніпулятивних контекстах дозволяє мовцю за рахунок контрасту підкреслити позитивні характеристики та інтенсифікувати оцінку. Маніпулятивний потенціал інших фігур переосмислення є перспективним напрямом подальших наукових студій, присвячених вивченню маніпулятивної стратегії позитиву.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Галич О.** Теорія літератури: [підручник для студ. філол. спеціальностей вищих закладів освіти] / О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв; за наук. ред. О. Галича; допущено МОН України. – К.: Либідь, 2001. – 488 с.
2. **Малинович Ю.М.** Экспрессия и смысл предложения: Проблемы эмоционально-экспрессивного синтаксиса / Ю.М. Малинович. – Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1989. – 216 с.
3. **Мацько Л.І.** Стилїстика української мови: [підручник] / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько; за ред. Л.І. Мацько. – К.: Вища шк., 2003. – 462 с.
4. **Пелевина Н.Ф.** Стилистический анализ художественного текста / Н.Ф. Пелевина. – Л.: Прогресс, 1980. – 272 с.

Шкицкая И.Ю. Эпитеты, сравнения, антитеза как средства интенсификации манипулятивного воздействия

В статье фигуры переосмысления рассматриваются как средство усиления манипулятивного воздействия. Определяются функции и особенности

репрезентации эпитетов, сравнений, антитезы в тактике повышения значимости собеседника манипулятивной стратегии позитива.

Ключевые слова: манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, фигуры переосмысления, эпитет, сравнение, антитеза.

Shkitska I.Y. Epithet, Simile, antithesis as means of intensifying manipulative influence

In the article stylistic devices of integration are analyzed as means of intensifying manipulative influence. The functions and peculiarities of representation of epithets, simile, antithesis in the tactics of raising the importance of the interlocutor in manipulative positive strategy are defined.

Key words: *manipulation positive strategy, tactics of intensifying the importance of interlocutor, figures of integration, epithet, simile, antithesis.*