

## ЛІТЕРАТУРА

1. Аграновский В. Ради единого слова / В. Аграновский. – М. : Мысль, 1984. – 168 с.
2. Беленький А. Принц, готовый стать королем [Електронний ресурс] / А. Беленький // Олімпійська Арена. – 2011. – № 1. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=814&Itemid=879](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=814&Itemid=879)
3. Бусол В. Поединок думки і волі [Електронний ресурс] / В. Бусол // Олімпійська Арена. – 2012. – № 11. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1200&Itemid=1057](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1200&Itemid=1057)
4. Вербицкий И. Михайло Шахов: бронзовий олімпійський медаліст-1956 [Електронний ресурс] / І. Вербицкий // Олімпійська Арена. – 2011. – № 10. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=974&Itemid=1057](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=974&Itemid=1057)
5. Войтик Е. Спортивная медиакоммуникация в России в начале XX века / Е. Войтик. – Томск : Издательский дом ТГУ, 2013. – 240 с.
6. Гончарук С. «Залізний» Шахлін [Електронний ресурс] / С. Гончарук // Олімпійська Арена. – 2012. – № 1. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1007&Itemid=1057](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1007&Itemid=1057)
7. Даценко С. Рожденный стать лучшим [Електронний ресурс] / С. Даценко // Олімпійська Арена. – 2009. – січень. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=423&Itemid=879](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=423&Itemid=879)
8. Ким М. Технология создания журналистского произведения / М. Ким. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2001. – 227 с.
9. Михайлов С. Спортивная журналистика : учебное пособие / С. А. Михайлов, А. Г. Мостов. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2005. – 224 с.
10. Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб : Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. – 272 с.
11. Перший президент МОК. Димитріос Вікелас (1835 – 1908) // Олімпійська Арена. – 2007. – лютий – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=43&Itemid=62](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=62)
12. Садовник Е. Виктор Чукарин. Борьба до победы! [Електронний ресурс] / Е. Садовник // Олімпійська Арена. – 2011. – № 9. – Режим доступу : [http://www.olimparena.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=959&Itemid=1057](http://www.olimparena.org/index.php?option=com_content&task=view&id=959&Itemid=1057)
13. Тертыйный А. Жанры периодической печати : учебное пособие / А. А. Тертыйный. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 312 с.

К. І. Левченко

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка  
(м. Полтава)

## МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ В МЕРЕЖЕВІЙ БЛОГ-ІНТЕРАКЦІЇ

Вимоги до спілкування в Мережі ґрунтуються на загальноприйнятих правилах, проте популярність віртуальної комунікації спонукає до конкретизації, унаслідок чого вже з'явився так званий мережевий етикет, основними пунктами якого стали такі: будь тактовним і стриманим; керуйся законами моралі та права; дотримуйся етичних норм; пам'ятай: усе, що ти напишеш, торкнеться конкретних живих людей, їх інтересів, почуттів [6, с. 183–190].

Дотримання цих правил сприятиме породженню спільноти, її згуртованості, позитивної налаштованості. Для підтримання позитивного настрою, згуртування довкола себе групи осіб автори Інтернет-щоденників керуються стратегією позитиву, яка в реальному спілкуванні виявляється в маніпулятивних тактиках похвали, компліменту та схвалення, аналіз яких і маємо на меті.

Мета розвідки передбачає вирішення таких завдань: визначити прояви маніпулятивних тактик позитиву у мережевій блог-комунікації; з'ясувати регулятивний вплив і мовні засоби вираження цих тактик.

Тактика **похвали** вербалізується в мовленнєвому акті похвали, який за своєю пресупозицією має схожість з компліментом і схваленням. Як зазначають дослідники, похвала, на відміну від компліменту, характеризується вищим ступенем об'єктивності та пов'язана із суспільнозначимими діями чи діями в інтересах мовця [1, с. 201–211]. Підтвердження думки знаходимо в О.М. Вольф, котра зауважує, що такі ситуації, дії, якості, стани тощо, які є невинними й не піддаються зміні у той чи інший бік, не можуть бути поставленими суб'єктові в заслугу [4, с. 141].

Спробу розрізнення тактик компліменту й похвали зробила О.С. Іссерс, диференці-

юючи їх за такими параметрами: 1) мета: на відміну від похвали, яка націлена власне на здійснення позитивної оцінки, інтенція компліменту полягає в повідомленні реципієнта про прихильність; 2) показник успішності: успішність акту похвали залежить від прийняття реципієнтом оцінки, для компліменту ж навіть незгода адресата з мовцем не передбачає комунікативної невдачі; 3) предмет оцінки чи пропозиційний зміст: похвала передбачає оцінку якостей, знань, умінь адресата (щоб одержати похвалу треба щось зробити, проявити себе з позитивного боку; комплімент у цьому плані не обмежений) [5, с. 179].

В етичному плані похвала — це вербальний прояв щирої, безкорисливої позитивної оцінки дій, рис характеру, розумових здібностей адресата, а також трьох осіб, відомих не тільки самому адресанту, але й адресатові висловлювання.

Використовуючи мову семантичних примітивів (за А. Вежбицькою [3]), представимо похвалу таким способом: *ти вчинив певні дії чи перебуваєш у певному стані ці дії чи стани позитивні для суспільства, для мене чи задля себе знаю, що ти вчинив ці дії чи спричинив ці стани, й кажу тобі про це*

Експліцитність похвали найкраще виявляється у висловлюваннях, де предикатами є перформативні дієслова (І особи однини теперішнього часу дійсного способу — *хвалю*): „*яка ти, Юля, самокритична стала, хвалю*” (vpasty\_vgoru), „*Хвалю – картинка позитивна =*” (emilynighly). Попри те, що перформатив *хвалю* максимально повно увиразнює цю комунікативну тактику, у висловлюваннях він використовується вкрай рідко. Можливо, через те, що правила етикету вимагають від особи мовця не надто афішувати себе, присвоювати собі право висловлювати похвалу.

Типовішим способом вираження похвали у блогах є висловлювання з позитивною оцінкою дій, вчинків, станів, характеристик адресата, що приносять користь або задоволення адресатові, суспільству загалом й об'єкту похвали.

Предикативна основа таких висловлювань представлена:

1) простим дієслівним присудком: *викрутився, випередив, вирішив, запостив зробив, літаєш, не розклеївся, підтягнувся* (у значенні 'покращення фізичної форми'), *поюзав, схуд* („О як *викрутився*:))” (hrbhrb)). Такі предикати заради посилення оцінки здебільшого поєднуються з інтенсифікаторами, вираженими прислівниками: *гарно, добре, класно, кльово пишеш, креативно* і т. ін. („*ти кльово пишеш*”) (gohatto\_n)). Подекуди такі висловлювання стають неповними, редукуючись лише до інтенсифікатора, оскільки те, що викликало похвалу, зрозуміле з контексту: „*Чудово...*” (gohatto\_n) — порівн. „*Ти чудово описала поїздку*”, „*дуже позитивно!*” (karposhka) — порівн. „*Ти дуже позитивно проводиш час із сином*”, „*гарно і настроєво :)*” (eagle\_x) — порівн. „*Ти сфотографував пейзаж гарно і настроєво*”. Інтенсифікаторами виступають також ідіоми: „*Так описала — що аж проймає.*” (gohatto\_n). Однак, використання усталених зворотів нетипове для блог-дискурсу, що тягнє до формальної лаконічності, спричиненої економією зусиль і часу, що витрачаються на набір тексту. Можливо, тут діє й загальновідома сучасна тенденція рецесії у вживанні фразеологізмів;

2) складеним присудком:

2.1) складеним дієслівним присудком: *вмієш дружити, мріяти, подорожувати, рятувати, заспокоїти* („*Тільки ти вмієш рятувати мене від самої себе*” (helga\_anders));

2.2) складеним іменним присудком, до складу якого входять:

2.2.1) іменники з оцінною семантикою: *козак, козарлюга, майстер, молодець, молодчина, чарівниця, хазячка* („*Ну ти і молодець, я б так не змогла*” (ksenja\_30); „*молодці хлопці, козаци!*” (curly\_murly));

2.2.2) іменні лексеми, у яких експлікуються семи на позначення зміни стану на краший: *зробила вибір, став головою організації, стала головою навчального сектору, стала фотографом* („*Ти стала головою навчального сектору завдяки Собі та своїм здібностям, мала!*” (kumedna\_sukerka)). Деінде у фактичному матеріалі фіксується використання фразеологізмів: „*Ти зробила великий крок*” (nada\_que\_hablar). Нерідко іменники у складі таких присудків вживаються блогерами в поєднанні з інтенсифікаторами — прикметниками позитивної оцінки: *накачав чудові фільми, стала мені хорошим другом, стала моїм чудовим*

радником („*Ти стала мені хорошим другом*” (nada\_que\_hablar));

2.2.3) прикметники: (*став / стала*) активнішим, розважливішим, сумліннішим, чьотким, відомою, дорослою (у значенні ‘почала робити дорослі вчинки’), зірковим, крутим, модним („*А ще ти стала дорослою*” (milicenta)).

Тактика **компліменту** в блог-комунікації, як і в будь-якому дискурсі, покликана реалізувати свою основну функцію солідаризації, викликаючи в адресата позитивну емоційну реакцію [7]. Пресупозиції компліментарної ситуації можна подати в такий спосіб:

*тобі властиві певні позитивні ознаки, характеристики*  
*я хочу підняти тобі настрій, повідомити про прихильне ставлення*  
*я вказую тобі на твої позитивні ознаки, характеристики*

Синтаксично висловлювання-компліменти побудовані на основі предикатів із семантикою позитивної оцінки адресата і пов’язаних із ним об’єктів, дій, ознак, ситуацій. Оцінка робиться на основі щоденникових записів, наявних у блогах фотографій (подекуди — відео), аватарок, рідше особистих зустрічей. У компліментах оцінюється:

1) зовнішній вигляд співрозмовника:

1.1) вигляд загалом: *гарнюща, дуже вродлива, виглядаєш (атасно, дивовижно, добре, гарно, красиво, неперевершено, прекрасно, природно, розкішно, розпрекрасно, супер, фантастично, чудово, шикарно), прекрасна, пречудова, красива дуже, красива жінка, красуня, чудово виглядаєте*. Предикати цієї та інших груп мають форму складеного іменного присудка, у складі якого вживаються іменники чи прикметники позитивної оцінки („*Ти красуня, немає слів!*” (hudozhnytsya), „*Оленка, ти гарнюща :)*” (bilozerska)).

Поширеними є також компліменти, виражені за допомогою формули „іменник позитивної оцінки + прикметник позитивної оцінки”: „*котрий раз не можу не констатувати об’єктивного факту: ти дуже красива жінка*” (bilozerska) — порівн. „*Ти жіночна й красива*”.

Яквиднозприкладів, умовленні блогерів уживаються стереотипні компліменти: „*Добре виглядаєш! Також так хочу в 34!*” (sasha2002), „*Виглядаєш неперевершено!*” (hudozhnytsya).

Сприйняття блогера через його зображення на фото спричинило тенденцію до висловлення компліменту не власне особі адресата, а його фотографії, тобто перенесення компліменту з особи на зображення: „*фотка афігенна!!! ти тут така, мммм, смачнюча)*” (mur\_myrka) — порівн. „*Ти приваблива*”, „*на аватарі — красуня!*” (luknatalya) — порівн. „*Ти красуня*”;

1.2) елементи зовнішності: волосся (зачіска): „*У тебе прекрасне волосся*” (cheesy152003), „*зачіска тобі личить просто неймовірно!*” (tryagain), „*блін з короткою зачіскою тааааак суперооо) як сонечко)*” (divchata); обличчя: „*Твоє обличчя — майбутній бренд, пам’ятка для тих, хто спробує піти твоїм шляхом*” (stinger-stix); очі: „*Очі прекрасні*” (wolf-schrei);

1.3) одяг, взуття, аксесуари, прикраси адресата: *дивовижне намисто, класна шапка, кльовезний прикид, крутий шалик, спідниця — офігезна, спідничка неймовірно гарна, сукня — суперова, чудові чобітки („Рожева сукня — суперова!” (bilozerska)).*

Для компліментів, що стосуються зачіски, одягу, взуття, прикрас та аксесуарів, поширеною є формула „*тобі личить*” („*так як було колись дуууже класно і личить :)*” (divchata), „*тобі личить гольф*”) (daf\_andrew));

2) вік співрозмовника:

2.1) применшення реального віку: („*Серед нас усіх ти виглядаєш наймолодшою*” (korucusya), „*ти молодшою чомусь виглядаєш, романтичним підлітком, дуже мило)*”) (josie\_and\_duck));

2.2) перебільшення реального віку: „*такий дорослий, стильний і кльовий!*” (sobaka-loburaka), „*подорослішала!*” (inozemka);

2.3) позитивна оцінка реального віку: „*А вік якраз хороший, вважай вже не такий підліток з внутрішніми протиріччями, але ціле життя попереду*” (sasha2002);

2) розумові, інтелектуальні, творчі здібності реципієнта:

3.1) розум, освіченість: *вундеркінд, вундерледі, гарно думаєш, енциклопедія, розумничка („вундеркінд і вундерледі :)*” (hudozhnytsya));

3.2) мудрість: „*Яка ти мудра:*”) (postcrossing\_ua.), „*Ірцю, я Тобі казала вже, що Ти*



*мудра кубіта?*" (joanerges);

3.3) талант: „*От, талановита дитина!*” (sestra-yuliya), „*Ти такий молодець!*” (bilozerska). У фактичному матеріалі також було зафіксовано висловлення компліменту талантові адресата за допомогою ідіоми *золоті руки*: „*у тебе золоті руки!*” (karposhka);

4) риси характеру адресата:

4.1) сміливість: *відважна, смілива, хоробрый* („*Ти такий хоробрый!*” (rgolubovsky));

4.2) гарний смак: *стильна, хороший смак* („*У тебе хороший смак*” (joanerges));

4.3) відмінність від інших, винятковість: *надзвичайна, неймовірна, дивовижна* („*я й не сумнівалася, що ти — дивовижна!*”) (hudozhnytsya));

4) простір, у якому перебуває адресат:

5.1) реальний простір (будинок, кімната, робоче місце тощо) „*Красиво і так затишно*” (hudozhnytsya), „*Який чудовий та затишний кабінет!*” (hudozhnytsya);

5.2) віртуальний простір (графічне оформлення сторінок Інтернет-щоденника): *гарне оформлення жж, оформлення журналу бомбезне, оформлення подобається* („*Гарне оформлення жж*” (lesya\_shnitser));

6) юзерпик (аватар) співрозмовника: *аватарка (геніальна, класна, прикольна), юзерпик (концептуальний, просто афігенний, солідний, чудовий), чудна юзерпичка, вражають круглі аватарки* („*аватарка класна*” (bilozerska));

7) нік (нікнейм) адресата: *гарний, загадковий, класний, незвичайний, прекрасний, хороший, чудовий* („*Який чудовий нік =)*” (milicenta)).

Тематична спрямованість компліментів на реалії віртуального світу, а саме: нікнейму (віртуального імені), аватарки (зображення, із яким асоціює себе автор віртуального щоденника) та оформлення графічної оболонки журналу, свідчить про асоціювання блогера з цими віртуальними реаліями. Аватарка та нікнейм сприймаються як грані втілення віртуальної особистості автора блогу, а оформлення журналу стає „середовищем” існування цієї особистості — їх оцінюють так само, як у реальному житті характеризують зовнішність, ім'я чи місце проживання співрозмовника.

Компліменти стосовно справжнього імені особи блогера у фактичному матеріалі не були зафіксовані, що пояснюється виразнішою презентацією віртуальної особистості саме під віртуальним іменем (значна частина блогерів навіть не розкриває свого справжнього імені), індивідуальністю нікнеймів (вони унікальні й не можуть повторюватися в межах одного блог-сервісу), котрі більшою мірою, ніж справжнє ім'я пов'язані з особою автора блогера, оскільки обираються ним свідомо.

Адресатом схвалення у блог-комунікації, як і в інших дискурсах, завжди виступає співрозмовник. Проте об'єктом оцінки стає не сам адресат, а його ідеї та явища-результати його діяльності. Висловлення схвалення при цьому не завжди означає згоду з тим, що людина робить чи говорить, радше це підтвердження того, що кожен може відчувати, думати та робити такі вчинки, які вважає за потрібне [2, с. 18–23]. Підтвердження знаходимо й у репліках блогерів: „*Розумію хоча не погоджуюсь*” (sparrow\_hawk).

Використовуючимовусемантичнихпримітивів,представимосхваленнятакимспособом:

*у тебе є погляди, думки, переконання*

*я вважаю, що вони позитивні та мають право на існування*

*я говорю тобі про це*

Експліцитність схвалення найкраще виявляється у висловлюваннях, де предикатами є перформативні дієслова (І особи однини теперішнього часу дійсного способу): *схвалюю*: „*Читав, схвалюю :*” (pekelnui\_bulba), *росіянізм одобряю*: „*дуже гарно і барвисто. одобряю*” (kamienczanka); *підтримую* („*Підтримую твій хід думок!*” (vaхо); *поділяю* (*антидіаспорний пафос, висновки, вподобання, досаду, думки, занепокоєність, обурення, лють, настрій, огиду, переконання, погляди, позицію, стурбованість, точку зору, хвилювання*) („*Я сам цілком поділяю ваш антидіаспорний пафос*” (maksymus)).

Перформативи *вітаю* (*думку, ідею*), *благословляю, затверджую, санкціоную, підтакую, піддакую, потакаю, потакую, підспівую* не притаманні розмовному стилю блог-комунікації. Було зафіксовано випадки експлікації цієї тактики перформативом *співчую* в контекстах:

(із бесіди про вегетаріанство) „Я співчуюю. Але наразі не планую, бо без м'яса мені не смачно” (ksani), „Підтримую, схвалюю, респект” (bilozerska). Однак, зазначена мовна одиниця, як правило, уживається блогерами для реалізації комунікативної тактики співчуття.

Для висловлювань схвалення у блогах характерним постає використання інтенсифікаторів предикативної ознаки: *вельми, всіляко, дико, дуже, люто, повністю, цілком* („*дико схвалюю!*” (ostapsky), „*дуже схвалюю, скільки можна закривати очі на навколишню красу*” (strongowski)).

Ще одним способом висловлювання схвалення-солідаризації стає формула „*Приєднуюся до вище сказаного*” („*Приєднуюся до всього вище сказаного про нові враження, захоплення і знайомства*” (divchata)).

Отже, в ході дослідження встановлено, що експліцитність похвали виявляється у висловлюваннях, які містять перформативні дієслова (І особи однини теперішнього часу дійсного способу — *хвалю*) та у висловлюваннях з позитивною оцінкою дій, вчинків, станів, характеристик адресата, що приносять користь або задоволення адресатові чи суспільству зокрема. Висловлювання-компліменти в мовленні блогерів побудовані на основі предикатів із семантикою позитивної оцінки адресата та пов'язаних із ним об'єктів, дій, ознак, ситуацій. З'ясовано, що віртуальність блог-дискурсу спричинила появу нетипових для інших дискурсів компліментів, спрямованих на реалії віртуального світу, а саме: нікнейму (віртуального імені), аватарки (зображення, із яким асоціює себе автор віртуального щоденника) та оформлення графічної оболонки журналу. Схвалення найповніше есплікується в перформативних висловлюваннях — із дієсловами І особи однини теперішнього часу дійсного способу: *схвалюю, одобряю, підтримую, поділяю* та формули „*приєднуюся до вище сказаного*”.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті : монографія [Текст] / Н. Ф. Баландіна. — К. : АСМІ, 2002. — 332 с.
2. Бигунова Н. А. Таксономия одобрительных речевых актов в англоязычном художественном дискурсе [Текст] / Н. А. Бигунова // Вісник ХНУ. — № 973. — 2011. — С. 18—23.
3. Вежбицкая А. Из книги „Семантические примитивы”. Введение / А. Вежбицкая // Семиотика / Под. ред. Ю.С. Степанова. — М. : „Радуга”, 1983. — С. 225—252.
4. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки [Текст] / Е. М. Вольф — М. : Наука, 1985. — 228 с.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О. С. Иссерс. — 5-е изд. — М. : URSS : ЛКИ, 2008. — 284 с.
6. Лавров О. А. Набросок правил для участников электронных коммуникаций [Текст] / О. А. Лавров // Educational Technology & Society. — 2005. — В. 8 (1). — С. 183—190.
7. Wolfson N., Manes J. The compliment as a social strategy [Text] / N. Wolfson, J. Manes // Papers in Linguistics. 1980. Vol.13. № 3 — P. 391—410.

**В. В. Лизанчук**

Львівський національний університет імені Івана Франка  
(м. Львів)

### ІДЕЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ДЕРЖАВНОСТІ В АРХЕТИПАХ «ДІМ», «ПОЛЕ», «ХРАМ» ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Ідеологічна боротьба навколо творчості Тараса Григоровича Шевченка триває досі. Влада кожної системи намагалася приватизувати Шевченка, зробити з поета „вжиток” на свою користь. Наприклад, комуністична система ставила собі на службу Шевченка, оголошуючи його „революціонером-демократом”, „другом колгоспних трудящих мас”, „поборником дружби між російським і українським народами”, „ненависником українських буржуазних націоналістів”, „революціонером-атеїстом” тощо.

Когорти новітніх „десакраталізаторів” (Ліна Костенко) нав'язують ліберальні політичні міфи про Шевченка, якого ми начебто „не знаємо”, — „шамана”, „міфотворця”, „відьмака”, „вурдалака”, космополіта- „загальнолюда”. Деякі самозакохані постмодер-