

УДК 811.161.2'371'27

ІРИНА ШКІЦЬКА

(Тернопіль)

## КАТЕГОРІЇ КІЛЬКОСТІ ТА ІНТЕНСИВНОСТІ В ТАКТИЦІ ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧУЩОСТІ СПІВРОЗМОВНИКА

*Ключові слова:* маніпулятивна стратегія позитиву, тактика підвищення значущості співрозмовника, гіперболізація, гіпербола, мейозис.

Сьогодні в мовознавстві особливої актуальності набули дослідження прагматичних і функціональних аспектів мовних явищ. Це стало поштовхом для застосування стратегічного підходу до дослідження мови. Йдеться про використання лінгвістами тріади «стратегія–тактика–прийом». Вивченню комунікативних стратегій та їхньої мовної репрезентації присвячені праці А.М. Баранова, В.З. Дем'янка, К.Ф. Седова, О.С. Іссерс, В.В. Бушкової, О.В. Фадєєвої, Т.Є. Янко, Ю.К. Пирогової, І.С. Морозової, Ю.М. Іванової, А.В. Олянич, О.В. Яшенкової, О.В. Дмитрук, О.М. Белозерової, О.В. Герасименко, А.І. Дубських, О.В. Даньшиної та ін.

Незважаючи на велику кількість робіт із прагмалінгвістики, об'єктом яких є комунікативні стратегії, використовувані в міжособистісному спілкуванні, не вивченою до сьогодні залишається маніпулятивна стратегія позитиву. Це зумовлює актуальність нашого дослідження. Згадана стратегія спрямована на зміну поведінки чи ментального або емоційно-психічного стану співрозмовника і вербалізується шляхом повідомлення адресату приємної інформації або інформації, що позитивно позиціонує мовця чи передає спільне між комунікантами.

Основна тактика маніпулятивної стратегії позитиву – тактика підвищення значущості співрозмовника, репрезентована експресивами, зокрема компліментарними висловлюваннями та висловлюваннями, що маркують прихильність до адресата. Характерною особливістю експресивів є інтенсифікація позитивно-оцінних сем, за допомогою яких виражається ставлення до адресата чи дається позитивна оцінка його якостей, заслуг, характеристик. Інтенсифікація збільшує ілокутивну силу мовленнєвого акту, сприяє досягненню бажаного перлокутивного ефекту. Засобами інтенсифікації позитивної оцінки співрозмовника та вираження позитивного ставлення до нього в маніпулятивній стратегії позитиву постають стилістичні фігури та художні тропи.

Метою нашої наукової розвідки є дослідження особливостей вираження функціонально-семантичних категорій кількості й інтенсивності в маніпулятивному дискурсі. Метою зумовлені завдання: визначити засоби вираження перебільшення та применшення в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву; з'ясувати прагматичну роль гіперболи і мейозису як стилістичних прийомів, що дозволяють посилити мовленнєвий вплив.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній уперше в українському мовознавстві досліджено особливості репрезентації категорій кількості та інтенсивності в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Теоретичне значення дослідження полягає в розробці недостатньо вивчених проблем маніпулювання адресатом із позиції прагмалінгвістики, теорії дискурсу, стилістики.

Практичне значення наукової розвідки визначається тим, що результати дослідження можуть бути використані при читанні лекцій у вищій школі, написанні підручників і посібників з української мови, а також бути предметом обговорення на заняттях спецсеминарів і спецкурсів із прагмалінгвістики, функціональної стилістики, риторики тощо.

Методи дослідження становлять описовий метод із використанням компонентного аналізу, метод комплексного аналізу екстралінгвальних факторів і лінгвістичних явищ, метод прагмасемантичної інтерпретації дискурсу, а також методи стилістики мови й аналізу мовленнєвих актів.

Функціонально-семантичні категорії кількості та інтенсивності представлені перебільшенням – гіперболою, що виявляється в помноженні дій, імен, ситуацій, і применшенням, чи мейозисом. Розглянемо специфіку вираження цих художніх тропів у тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву.

Гіпербола – словесний зворот, у якому ознаки описуваного предмета подаються в надмірно перебільшеному вигляді для того, щоб привернути до них особливу увагу. Гіпербола «являє собою безпосереднє, не стримуване етичними умовностями вираження інтенсивності емоційної оцінки дійсності відправником мовлення» [5, с. 122].

У маніпулятивних контекстах гіпербола безпосередньо апелює до уваги адресата, прямо і незауважено виражає емоції [1, с. 118].

Одним зі способів репрезентації перебільшення в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву постає плюралізація, що забезпечується:

а) активним уживанням у різних контекстах означальних займенників *весь (увесь, всенький), вся (уся), все (усе), всі (усі), всі як один, кожний* у значенні «цілком», «повністю», «у повному складі», наприклад: (викладачка запрошує поета на зустріч зі студентською молоддю) «**Всі** на вас чекають, **всі** стільки про вас начувані» (С. Процюк); (старший чоловік хоче одружитися на дочці своєї коханки, щоб не втратити трикімнатну квартиру) «– Сонце моє, та ти ж королева! Справжнісінька королева! Коли говорити щиро, я себе зараз почувую найщасливішим чоловіком у **всім** білім світі!» (С. Грицюк). Згадані займенники, як й інші слова з генералізованим референтним індексом (наприклад, *завжди, ніколи* тощо), характеризуються наскрізною семантичною дифузністю, тому їх відносять до універсальних квантифікаторів, які спричиняють утрату об'єктної ідентифікації) [4, с. 124];

б) числівниками (як кількісними, так і порядковими): *три, десять, сто, тисяча, мільйон, десятий* тощо, наприклад: (товариство вмовляє Арлама погодитись бути кошовим отаманом) «*Та й голова в тебе за **десять** наших*» (Т. Микитин);

в) структурами, що становлять закритий ряд – «від ... до ...» за зразком «від а до я» (*від немовлят до старих, від колиски до гробу, від початку світу до кінця, від старого до малого, мале і старе, день і ніч* тощо) або формально відкритий (*змалку, здавна, від пелюшок (до сьогодні)*), наприклад: (Ілля Митрофанович хоче відмовити слідчого від розслідування вбивства гвалтівника) «*І що такого примітного знаходить у тобі сорокінська жіноча стать, від немовлят до старих!* [– *пожартував Ілля Митрофанович*]» (В. Пеунов).

Засобами гіперболізації в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву також виступають слова тотальності, чи категоричні квантори: *завжди, завше* (розм.), *навіки, назавжди, навсе, ні за який (які, яку), ніхто, ніщо, ніде, ніякий* (у значенні «жоден»), *жоден*, (як) *ніколи, зроду, повік, вперше, востаннє, цілком, абсолютно, буквально, повністю, цілковито, вічний, перший, єдиний, унікальний, неповторний, неперевершений, останній, зовсім, тільки, лише, винятково, виключно, самий* (ужите для передання високого ступеня вияву ознаки).

Частотною в тактиці підвищення значущості співрозмовника є гіперболізація, що має вигляд нанизування слів тотальності, підсилена повтором, наприклад: (середняк, що боїться розкуркулювання, запобігає ласки в коваля, обраного на керівну посаду в справі колективізації) «[– *Як хочете, діло ваше! ... Но тільки майте на увазі, Степане Трохимовичу:*] **ніколи** я для вас **нічого** не жалів, не жалію й зараз» (М. Хвильовий).

Серед лексем-маркерів перебільшення можна виділити: а) іменники: *геній, чудо, диво, дивовижа, сила* (у значенні «багато») тощо; б) прикметники: *справжній, правдивий, істинний, цілковитий, цілий, грандіозний, великий, величезний, надзвичайний, неабиякий, неймовірний, дивовижний, чудовий, блискучий, чудесний, безмірний, геніальний, ідеальний, рідкісний* і т. ін.; в) прикметники із суфіксами *-енн-, -анн-/-янн-* (*страшенний, незрівнянний, несказаний* тощо) та прислівники, утворені від них; г) прикметники із префіксом *пре-* в значенні «дуже» (*пречудовий, премудрий, пресвітлий* і т. ін.) та утворені від

них прислівники; д) якісні прикметники вищого й найвищого ступенів порівняння (*розумніший, освіченіший, хитріший, достойніший, щасливіший, найкращий, найхоробріший, найвродливіший, найсильніший, наймудріший, найясніший, найулюбленіший, найповніший, найкоштовніший, найшановніший* і т. ін.); е) прикметники з першим компонентом *високо-, глибоко-, вельми-* тощо, наприклад: *високопоставлені гості*; ж) прикметники та займенники із суфіксами *-ісінък-, -усінък-, -юсінък-* (*справжнісінький, самісінький*); з) прислівниками *дуже, zelo* (заст.), *надто, надміру, без міри, безмірно, безмежно, постійно, нівроку, більше, напрочуд, по-справжньому, правдиво, істинно, грандіозно, надзвичайно, неймовірно, неповторно, неперевершено, дивовижно, блискуче, чудово, чудесно, геніально, уклінно, до біса* (у значенні «дуже») тощо, а також прислівниками *прямо, стільки/скільки, просто, вжитих у значенні підсилювальної частки, адвербіалізованими іменниками страх, страсть, часткою таки*, що може функціонувати самостійно або із прислівниками *цілком, зовсім, абсолютно, буквально, прямо, просто, займенником такий, ужитим для передачі перебільшеної оцінки*, к) дієслово *обожнювати*; л) лексеми із префіксом *супер-* (*суперпрофесійна робота, супермен* тощо), наприклад: (флірт) «*Ви сьогодні напрочуд красива, Моніко!*» (Ю. Дольд-Михайлик); (Одарка з чоловіком прийшли до сусіда, який став начальником, з метою збору інформації) «*Коли Степан Трохимович зупинився, Одарка глибоко зітхнула й сказала:*» – *Страсть як люблю такі пісні – цілий би вік їх слухала!*» (М. Хвильовий).

Перебільшена позитивна оцінка маркується компліментарними висловлюваннями, оформленими реченневими конструкціями:

а) з *емоційно-експресивними й експресивно-підсилювальними частками* як, який/яка, яке, що за, що то за, що то, куди там, де там, такий/така, таке, на що вже, видільною часткою *аж*. Такі конструкції можуть супроводжуватись вказівними частками *он, ось, от, оце* та вигуком *ну/але + й*, наприклад: (перебіжчик пан Шмигельський хоче ввійти в довіру до отамана) «*ШМИГЕЛЬСЬКИЙ. Я он який радий, що так сталося, що в час короткої заслужив від тебе, пане отамане, щире слово і хвалу*» (І. Карпенко-Карий);

б) *ускладненими уточненнями* (зі службовими словами *до того ж, і/та ще й, хоч (би)*), наприклад: (флірт) «*Який в вас гарний садок, та ще й над водою*» (І. Нечуй-Левицький); (запрошені на весілля подружки запобігають перед нареченою) «*НАТАЛКА. А як до лиця все вам, хоч малюй!*» (М. Старицький);

в) *що мають форму інфінітивних речень*, наприклад: (патер хвалить за великодушність свого духовного сина, який обіцяє взяти на себе всі витрати козацького сотника-перевертня, у чому зацікавлений сам патер) «*Простягти руку ворогові, хамові <...> винагородити в сто разів за збитки, що заподіяли йому інші!*» (З. Тудуб);

г) *побудованими за схемами:*

– *(та) це не + [нейтральна/узагальнена назва предмета похвали]*, а [іменники на позначення позитивно оцінюваних реалій, що в контексті набувають експресивності (*чудо, диво, рай, золото* і т. ін.)], наприклад: (козацький полковник хоче використати у своїх інтересах полоненого турецького доводця) «*Та це ж не договір, а чудо! Ніякому султанові не вдалося без пролиття крові, мирно й тихо укласти такий договір, а вам, о найхоробріший з найхоробріших*» (С. Тельнюк);

– частка *сам/навіть, аж* + [номінація високої посадової особи, авторитета в певних колах] + [дієслово, що прямо чи опосередковано виражає позитивне ставлення до адресата (*похвалив, згадав, подарував, доручив* тощо)];

– *Якщо/коли ти(Ви)* + [дієслово у формі минулого або теперішнього часу на позначення дії, позитивно оцінюваної мовцем], *то* [дієслово на позначення бажаної дії у формі майбутнього часу];

– *Ви* + [дієслово у формі майбутнього часу на позначення бажаної дії], *не то що (не кажучи про, а не тільки)* + [дієслово на позначення менш значної дії];

– [об'єкт оцінки] + *не то (не тільки, не лише)* + [позитивна оцінка], (*а й (навіть)*) [позитивна оцінка більшої інтенсивності], наприклад: (Маюфес хвалить свого спільника – Фенотена перед обладнанням) «МАЮФЕС. Зате ж який опит і яку практику маєте! Ви своє надолужите. Коли ви змогли обманювати Терентія Григоровича (хазяїна. – І. Ш.), то кого ж після цього ви не обманете» (І. Карпенко-Карий).

Передача інтенсивних позитивних почуттів до адресата в межах здійснення маніпулятивного впливу відбувається за допомогою експресивів:

а) у яких акцентовано увагу на незначній дії з боку адресата й перебільшено її значення для адресанта. Йдеться про структури на зразок *Ви подивились на мене! та Дозвольте (дайте) мені (хоч)* + [дієслово на позначення дії, що виражає позитивне ставлення до співрозмовника], наприклад: (флірт) «ГОСТРОХВОСТИЙ. Ви заговорили до мене! Який я щасливий, що почув ваш срібний голосочок, Євфросино Сидоровно» (І. Нечуй-Левицький); (флірт) «ХВИЛЯ. Дозвольте хоч дивитися на вас» (І. Карпенко-Карий);

б) на позначення почуттів до співрозмовника, у яких перебільшено передається ознака, стан, дія. Серед них можна виділити висловлювання, що репрезентують: 1) **вплив адресата на органи сприйняття адресанта**: *очі вбира, красою сліпить очі, очі вийма* тощо; 2) **вплив співрозмовника на процес виконання мовцем певної роботи, здійснення дії**: *трохи ніг не одтяв собі кося, кинувшись до тебе, не міг далі працювати, не міг промовити/вимовити ані слова, нічого в голову не лізе* тощо; 3) **вплив адресата на емоційний стан адресанта**: *хоч плач, і от стою, дивлюсь і таю, став світ немилый та ін.*; 4) **вплив співрозмовника на стан здоров'я мовця або третіх осіб** (*втрачаю здоровий глузд/голову, розум, контроль, владу над собою, стаю дурним, не тямлю себе, (я) в нестямі (від Вас/ваших уроків, розповідей і т. ін.), божеволю від Вас, (в мене) все аж обмерло, пропадаю, серце може луснути, закам'янів/вмер би на місці, вмру, (без вас) мені не жити на світі, знепритомнів (як Вас побачив), у горлі давить (коли дивлюся на вас), голова крутиться/чманіє, паморочиться, туманіє, макітриться* тощо); 5) **значущість адресата для адресанта та відданість мовця співрозмовнику**: *про тебе день і ніч думаю, пропаду/помру без тебе, без Вас мені не жити на світі, для Вас голки вночі збиратиму, для Вас готовий ціле Дніпро перенести у вашу хату, готовий ноги цілувати, горло передеру ось цими руками тому, хто* + [негативна дія щодо співрозмовника] і т. ін., наприклад: (флірт) «*Лучше нехай мене винесуть на Щекавику (цвинтар – І. Ш.), ніж я маю жити без Вас*» (І. Нечуй-Левицький).

Типовим для висловлювань, що виражають інтенсивні позитивні почуття, є супровід висловлюваннями на зразок: «Не доведи Боже комусь зазнати

таке», «Не дай Боже таке пережити комусь», «Нікому такого не побажаєш», «Дай Бог Вам не знати такого», «Не бажаю такого нікому», «Краще вже померти, ніж (о)так мучитись» та ін., наприклад: (юнак хоче одружитися на доньці директора) «[– *Од розмов мене вже нудить, Віко.*] Я люблю тебе. Без перебільшень – я божеволію од любові. На мене це – ніби лавина з гір. **Не дай боже такого нікому**» (В. Дрозд).

Гіперболізовано передають позитивну оцінку також компліменти, що мають вигляд речень, побудованих за схемами:

– *Я так* + [дієслово, що прямо чи опосередковано виражає позитивне почуття до співрозмовника], *що* + [конструкція на позначення перебільшеної міри], наприклад: (флірт) «**Я он занудився так за тобою, що два дні і ризи в роті не мав**» (М. Старицький);

– *Я не тільки/не лише* + [дієслово, що виражає позитивне ставлення до адресата], *але й* + [дієслово, що більшою мірою передає позитивне ставлення до адресата], наприклад: (флірт) «– **Я з тобою не лише в твою Новгородівку – на край світу готовий їхати!**» (С. Грицюк).

Одним із засобів гіперболізації є вигуки *О!*, *Ой!*, *Ой-ой-ой!*, *Ох!*, *Ох-ох-ох!*, *Ай-ай-ай!*, *Ах!*, *Ех!*, *Ух!*, *Уф!*, *Уй!*, *Ого!*, *Го!*, *Ба-ба-ба!*, *Вау!*, *И-и-и!*, *Цу, цу, цу!*, *Іч як!*, *Ой ненько!*, *Моя матінко!*, *Ой господи!*, *Господи!*, *Боже!*, *Боже мій!*, *Гай, гай, милий боже!*, *А божечку святенький!*, *Подумати тільки!*

Функцію посилення впливу на адресата виконують і висловлювання на зразок *Ви (навіть) не уявляєте/не здогадуєтесь, Ви не можете уявити собі*, що супроводжують експресиви маніпулятивної стратегії позитиву.

Перебільшення в досліджуваній стратегії може маркуватись і навмисними недомовками, демонструванням мовцем браку слів (*Коли б Ви знали <...>, Як не знаю що <...>, Не знаю прямо <...> і т. ін.*), наприклад: (флірт) «*Ох, Нелюська, яка ви гарна! Ви така гарна, що я ну <...>. ну, що я не можу*» (І. Вільде); (флірт) «*Ти одна для мене в світі добра і щира, одна до ладу приводиш. До хати, роботи принукуєш, до родичів навертаєш – а то без тебе був би я давно*» (О. Кобилянська).

Навмисні недомовки є різновидом комунікативно значущого мовчання. Включене до структури мовного спілкування як один із його компонентів, комунікативно значуще мовчання «здатне виконувати певну комунікативну функцію, тобто здатне бути одиницею спілкування, знаком, комунікативним актом» [3, с. 93].

Паузи характеризуються прагматичною поліфункціональністю, їхнє трактування визначається контекстом. Вони можуть бути зумовлені різними причинами – підшукуванням потрібного слова, хвилюванням мовця (передають імпліцитний зміст: «Я дуже схвильований»), отже, щирий і не байдужий), неочікуваним переходом від однієї думки до іншої та ін.

Удаючись до комунікативно значущого мовчання під час здійснення маніпулятивного впливу, зокрема емпатичних пауз, мовець демонструє щирість, невимушеність мовлення, показує силу захоплення співрозмовником, що в цілому дозволяє підсилити вплив на нього.

В основі гіперболи «завжди лежить елемент певної абсурдності, різкого протиставлення здоровому глузду або суспільного досвіду», несподіваності [2, с. 223]. У тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної

стратегії позитиву мають місце висловлення-«нонсенси», що є непрямим вираженням надмірних позитивних почуттів до адресата. Такі експресиви функціонують переважно в ситуаціях флірту, наприклад: (молодий рецензент домагається прихильності актриси, що сходить у zenit слави) «ЮРКОВИЧ. Уф, яка прелість! Як розцвіли, як розвернулись. Красуня, богиня! А очі, очі! **Найкращі зірки з неба украли <...> І вас бог не кара?»** (М. Старицький); (флірт) «[ВАСИЛЬ. Та не бійся, не з'їм. ГАЛЯ. А як з'їш? ВАСИЛЬ.] **Тоді ковтну, щоб тут у мене завжди сиділа** (показує на горло)» (М. Старицький).

Отже, в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву здебільшого гіперболізуються позитивні якості співрозмовника та інтенсивність почуттів адресанта до адресата.

Художнім тропом, протилежним гіперболі, є мейозис – кількісне применшення справжніх властивостей об'єкта, його якостей, стану тощо. Мейозис також інтенсифікує ілюктивну силу експресивів. Цей стилістичний прийом дозволяє мовцю приховати своє справжнє ставлення до повідомлюваного, прикрасити дійсність, підкреслити позитивну оцінку співрозмовника та силу своїх почуттів до нього.

Засобами вираження применшення в межах реалізації тактики підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву постають реченнєві одиниці з числівниками (*десята* (частина), *одна* (брова) тощо) та іменниками на позначення об'єктів невеликого розміру, обсягу, кількості: *мізинець*, *риска* та ін.), наприклад: (флірт) «**Ті всі баришні не варті однієї вашої брови**» (І. Нечуй-Левицький); (Іван Іванович хоче, щоб дівчина, яка врятувала від смерті його сина, дозволила забрати його додому) «– **Я знаю, ви зазнали великих збитків, та й роботи стільки коло хорого, стільки золотої душі вкладено, що, мабуть, того золота, що я міг би викласти, не стачить і на десятку частку мого боргу перед вами, красна дівчино!**» (В. Міняйло).

До применшення мовець найчастіше вдається в ситуаціях висловлення компліментів на фоні самоприниження (*ви нам, безпомощним, за щита, скромні мури нашого тихого замку, за одно ласкаве слово дякую вам, на знак мого найнижчого схилення* тощо), а також при протиставленні адресата третім особам.

Таким чином, гіпербола і мейозис – стилістичні прийоми, що дозволяють інтенсифікувати позитивну оцінку адресата й вираження позитивного ставлення до нього. Засобами гіперболізації в тактиці підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву є слова тотальності, лексеми-маркери перебільшення, експресиви, що виражають перебільшену оцінку чи передають надмірні позитивні почуття до співрозмовника. Одним зі способів гіперболізації, до якої вдається мовець, використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, є плюралізація.

Мейозис має місце передусім у ситуаціях висловлення компліментів на фоні самоприниження, а також при протиставленні адресата третім особам. У межах реалізації тактики підвищення значущості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву мейозис вербалізується за допомогою реченнєвих одиниць із числівниками та іменниками на позначення малої кількості об'єктів, а також об'єктів невеликого розміру, обсягу.

Дослідження інших засобів інтенсифікації позитивної оцінки співрозмовника та вираження прихильного ставлення до нього в маніпулятивних контекстах становить перспективу для подальших наукових студій.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. 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.
2. 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.
3. Крестинский С. В. Коммуникативная нагрузка молчания в диалоге / С. В. Крестинский // Личностные аспекты языкового общения: [межвуз. сб. науч. тр.]. – Калинин : Изд-во Калининского гос. ун-та, 1989. – С. 92–98.
4. Різун В. В. Лінгвістика впливу: [монографія] / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнеєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
5. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики / Ю. М. Скребнев. – Горький : Изд-во Горьк. госуд. педагог. института, 1975. – 175 с.

ИРИНА ШКИЦКАЯ

#### КАТЕГОРИИ КОЛИЧЕСТВА И ИНТЕНСИВНОСТИ В ТАКТИКЕ ПОВЫШЕНИЯ ЗНАЧИМОСТИ СОБЕСЕДНИКА

Статья посвящена исследованию особенностей репрезентации категорий количества и интенсивности в манипулятивном дискурсе. Определены средства выражения преувеличения и уменьшения в тактике повышения значимости собеседника манипулятивной стратегии позитива. Определена прагматическая роль гиперболы и мейозиса как стилистических приемов, позволяющих усилить речевое воздействие.

**Ключевые слова:** манипулятивная стратегия позитива, тактика повышения значимости собеседника, гиперболизация, гипербола, мейозис.

IRYNA SHKITSKA

#### CATEGORIES OF QUANTITY AND INTENSIFICATION IN THE TACTICS OF RAISING THE IMPORTANCE OF THE INTERLOCUTOR IN MANIPULATIVE POSITIVE STRATEGY

The article is dedicated to investigation of peculiarities of representation categories of quantity and intensification in manipulative discourse. Means of realizing hyperbolization and diminishing in the tactics of raising the importance of the interlocutor in manipulative positive strategy are defined. Pragmatic role of hyperbole and meiosis as stylistic devices that intensify speech influence is found out.

**Key words:** manipulation positive strategy, tactics of raising the importance of the interlocutor, hyperbolization, hyperbole, meiosis.

Одержано 6.05.2011 р., рекомендовано до друку 15.11.2011 р.