

Національний університет "Острозька академія"

Факультет романо-германських мов

Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ КОМПЛІМЕНТІВ
(НА ПРИКЛАДІ ТВОРУ GEOFFREY CHAUCER — THE CANTERBURY
TALES)**

Виконала: студентка II курсу, групи МА-61

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

Ющак Юлія Іванівна

Керівник: Ковальчук І.В.

Рецензент:

Роботу розглянуто і допущено до захисту

на засіданні кафедри англійської філології

протокол №__ від “__” _____ 2021 р.

Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог - 2021

ЗМІСТ

ВСТУП

.....3

РОЗДІЛ I.....5

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНИХ КОМПЛІМЕНТІВ.....

5

1.1 Теорія мовленнєвих актів у контексті сучасної лінгвістики.....5

1.2 Поняття компліменту як різновиду мовленнєвого акту13

1.3 Типологія англомовних компліментів
.....19

РОЗДІЛ

II.....22

АНГЛОМОВНІ КОМПЛІМЕНТАРНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ:

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ22

2.1 Місце компліменту в мовному етикеті.....22

2.2 Національно-культурна специфіка компліментарних
висловлювань.....31

2.3 Особливості функціонування компліментів як відображення
англомовного менталітету

.....43

РОЗДІЛ III.....50

ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АНГЛОМОВНИХ КОМПЛІМЕНТІВ «КЕНТЕРБЕРІЙСЬКИХ

ОПОВІДАНЬ» Д. ЧОСЕРА.....50

3.1 Функції компліментарних висловлювань у творчості Д. Чосера....50

3.2 Типологія компліментарних висловлювань «Кентерберійських
Оповідань»

.....53 3.3

Лінгвокультурологічний аналіз компліментів «Кентерберійських
Оповідань»

.....55 3.4

Стилістичні засоби вербалізації компліментів.....58

ВИСНОВКИ	6	
7	СПИСОК	ВИКОРИСТАНИХ
ДЖЕРЕЛ	69	ДОДАТКИ
.....		75

ВСТУП

Актуальність роботи. Спілкування є невід'ємною частиною життя людини, оскільки має статус однієї з головних потреб, оскільки людина є істотою суспільною. Успіх людини, а також суспільства багато в чому залежить від комунікативних здібностей окремо взятого індивіда, а також загального масштабу комунікантів. Те, як виглядає людина, що вона має, а також його манери його та його співрозмовника, те, чим вони захоплені і чим займаються - все це є потенційними об'єктами, до яких може бути причетна компліментована особистість, тобто ці речі є приводами для компліменту. Комплімент повинен нести об'єктивну оцінку, інакше адресат компліменту переоцінить ступінь своїх дійсних досягнень та якостей. Правдивість компліменту багато в чому визначає його справжність та ефективність. Комплімент багатий на смислові відтінки, тому його найефектнішим, крім правдивості, можна назвати той комплімент, який є ненав'язливим, легким та щирим, оскільки реакцію він викличе відповідну при виконанні цих умов.

Об'єктом цього дослідження виступають діалогові витримки з літературного твору, що містять у собі компліментарні висловлювання, і навіть реакцію них.

Предметом дослідження є механізм освіти компліментарного висловлювання.

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що комплімент у сучасної комунікації досі не має масштабної вивченості, незважаючи на те, що на даний момент проведено величезну кількість досліджень з питань

теорії мовленнєвих актів, а також їх класифікацій. Вивчаючи англійську мову, не повинні залишатися поза увагою вивчення також особливостей національного характеру, національних реалій та освоєння комунікаційних компетенцій. Комплімент може бути також розглянуто як соціальну стратегію, оскільки в

4

даний час активно ведуться дослідження мовної взаємодії з боку безпосереднього впливу соціуму.

Мета даної роботи полягає в аналізі компліментарних висловлювань як мовного акту, а також того, як комплімент функціонує в англійській лінгвістичній культурі.

Мета даної роботи буде виконана за допомогою таких рішень **завдань**, як:

1. Визначення місця компліменту як мовного акту теорії мовних актів.
2. Виявлення зв'язку компліментарних висловлювань із етикетом.
3. Вивчення лінгвістичних та культурологічних особливостей компліменту.
4. Вивчення поняття особливостей національного характеру як фактора формування компліментарних висловлювань.

Методами дослідження є аналіз літератури теоретичного та наукового спрямування, а також контекстуальний аналіз.

5

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНИХ КОМПЛІМЕНТІВ

1.1 Теорія мовленнєвих актів у контексті сучасної лінгвістики

Сучасна комунікативно зорієнтована лінгвістика не претендує на вичерпний та глибокий аналіз мовних явищ без залучення знань з інших

гуманітарних наук. Проблема категорійного статусу комунікативної інтенції, актуалізована у практиці мовознавчих досліджень останніх десятиліть, не може знайти свого вирішення лише у вузькому, суто лінгвістичному ракурсі.

Використання напрацювань, приміром, із філософії передбачає всебічний опис інтенційності як феноменального явища у структурі лінгвістично-філософського дискурсу. Зауважмо слушну думку О. Потебні: «Зіставлення граматичних і філософських понять можуть здаватися даремними лише для того, хто вважає, що якість нашої думки для нас самих не залежить від вираження». Для визначення мовних категорій, як зауважує К. Жоль, необхідно вийти на рівень металінгвістики у сферу філософських питань лінгвістики.

Ідеї лінгвофілософських учень були закладені ще у працях античних мислителів: Протагор першим поділив мовлення на чотири види: прохання, питання, відповідь, наказ, називаючи їх мовленнєвими розгалуженнями; Діонісій Фракієць вважав, що мовлення – це поєднання слів, що виражають закінчену думку; відома теза Аристотеля про те, що всяке речення має значення, але не всяке речення є судженням.

Однак лише всередині ХХ – початку ХХІ ст. у сфері філософських наук, як і у лінгвістиці, починає домінувати комунікативно-дискурсивна парадигма, яка окреслює перехід від «філософії свідомості» до «філософії комунікації» – якісно нового бачення спілкувального процесу в контексті антропоцентризму,

6

визнання людини як суверенної та толерантної особистості, поваги до її прагнень, естетичних потреб та інтенцій [44].

Ідеї комунікативної філософії стали предметом аналізу в дослідженнях М. Гайдеггера, К.О.Апеля, Ю. Габермаса, Д. Бьолера, В. Кульмана, П. Ульріха та ін. Лінгвістичний (комунікативно зорієнтований) дискурс представлений працями вітчизняних та зарубіжних мовознавців (Ф. Бацевича, М. Голянич, Н. Гуйванюк, А. Загнітка, М. Мірченка, Т. Радзієвської, О. Селіванової; Н.

Арутюнової, А. Вежбицької, Г. Золотової, Г. Колшанського, Л. Пісарек, О. Падучевої, І. Сусова, Н. Формановської та ін.).

Утім, незважаючи на значні напрацювання у царині комунікативної граматики, ми виразно бачимо коло питань, яке потребує глибокого вивчення, зокрема маємо на увазі обґрунтування статусу комунікативної інтенції як лінгвістичної категорії, визначення типології інтенцій та їх синтаксичних презентацій в україномовному дискурсі. Актуальність комплексного вивчення комунікативної інтенції як невід'ємного компонента повсякденної мовленнєвої діяльності зумовлює вивчення її лінгвістичних основ з урахуванням релевантних філософських, логічних, антропозорієнтованих концепцій. Поняття «інтенція» прийшло у лінгвістику зі схоластичної філософії у значенні «намір, мета, спрямованість акту свідомості на певний предмет» [13].

В «Антології середньовічної думки» інтенція – це усвідомлена умисність вчинку [13], порівняймо латинське прислів'я «*Intendere arcum in*» (спрямувати лук на щось; бачити ціль). Філософи вважали цілком прийнятним поділ інтенцій на: першу (*intentio prima*), яку витлумачували як акт інтелекту, скерований на зовнішній об'єкт (певну річ), та інтенцію другу (*intentio secunda*) – акт інтелектуальної рефлексії, об'єктом якої виступає зміст мислення [2].

У філософський дискурс інтенційності запровадив австрійський філософ та психолог Франц Brentano, описуючи її як ментальну властивість, акт свідомості, спрямованість на об'єкт. Учений уважав свідомість сферою інтенційних переживань: у любові – любитися, у ненависті – ненавидитися. Продовжувачем ідей Ф. Brentano називають Е. Гуссерля, котрий розглядав інтенцію як одне з базових понять феноменалізму, вбачав у ньому вияви свідомості та мови [2]. Важливим для розуміння сутності інтенційності видається окреслення дослідником інтенційного зв'язку між значенням і

вираженням: інтенції значення роблять висловлення осмисленим, інтенції здійснення (наповненість інтенцій значення) визначають його істинність чи хибність на основі зв'язку з реальним предметом [2].

Саме така позиція «Значення і вираження», «Значення висловлення у його використанні» (Л. Вітгенштейн) висвітлюється у теорії мовленнєвих актів англо-американських філософів-лінгвістів Дж. Остіна, Г. Грайса, Дж. Серля, які і ввели термін «інтенція» у лінгвістичний дискурс. Зокрема, це зробили Г. Грайс і Дж. Серль, послідовники Джона Остіна, з метою уточнення його ідей щодо іллокутивного рівня мовленнєвого акту. Теорія мовленнєвих актів, на думку Ю. Караулова, своєю появою ознаменувала певні зрушення від статичної фіксації, від гербарійно-колекційного перерахування мовних засобів, що виражають певні емоційно-психологічні та інтелектуально-оцінні стани мовця (радість, зацікавленість, сумнів тощо) – до динамічного їх вивчення як комплексу мовних засобів, що характеризують людські інтенційності [45].

Новому напрямку в лінгвістиці передували праці відомих філософів та лінгвістів, в яких виразно простежувався пріоритет динамічного, процесуального підходу до вивчення мовної системи, почасти це і дискурсивна парадигма Е.Бенвеніста, теорія висловлення М.Бахтіна, лінгвістична філософія Л. Вітгенштейна, а передусім антропоцентрична концепція В. фон Гумбольдта, в якій стверджувалося, що мова – це не продукт діяльності (Ergon), а діяльність (Energeia), оскільки являє собою постійно відновлювальну роботу духу, спрямовану на те, щоб зробити звук, який

8

артикулюється, придатним для вираження думки [6]. Починаючи з праць відомого філософа та лінгвіста В. фон Гумбольдта, у мовознавстві утверджується динамічний аспект дослідження мовної системи, поняття «діяльність» поповнює термінологічний апарат лінгвістичних словників,

з'являються синонімічні позначення «поведінка», «акт», «дія». Одне з положень теорії мовленнєвих актів якраз і полягає в тому, що мінімальною одиницею людської комунікації виступає не речення чи висловлення, а здійснення певного акту (констатація, питання, наказ, вибачення, вдячність, поздоровлення і т.д.).

Основу теорії мовленнєвих актів складають ідеї, викладені Дж.Остіном у курсі лекцій у Гарвардському університеті (1955) та у виданій праці «How to do things with words» («Слово як дія») (1962). У Дж. Остіна мовленнєвий акт становить трирівневу модель: локуцію (вимова речення з певним смислом та референцією), іллокуцію (цілеспрямованість, комунікативна мета, інтенція) і перлокуцію (вплив на свідомість, поведінку адресата) [7].

У мовленнєвому акті як цілеспрямованій діяльності важливою субстанцією виступає мовець, якому належить основна роль у генерації висловлення, формуванні його пропозитивного змісту та ілокутивної сили, визначенні схем взаємодії з адресатом. Енциклопедія мовознавства фіксує характеристику мовленнєвих актів: «Мовленнєві дії є основною найменшою одиницею мовленнєвого спілкування; навмисні й організовані висловлювання, що супроводжуються відповідними діями мовця, спрямованими на реципієнта та їх відповіді». У наведеній дефініції підкреслюється важливість мовленнєвих дій адресанта у стосунку до адресата, хоча у деяких дослідженнях окремо взятий мовленнєвий акт трактують як «театр одного актора» (Т. Винокур). У теорії мовленнєвих актів інтенцію розглядають як суб'єктивне значення мовця, а також у контексті іллокутивної сили та мети висловлення. Так, Г. Грайс (1957) уводить поняття «суб'єктивне значення» на позначення того, що конкретний мовець має на

увазі під своїм висловленням . Інтенція відображає намір суб'єкта комунікації повідомити про щось, попросити, запитати, тобто передати у висловленні певне суб'єктивне значення. Г.П. Грайс вказує на двозначність терміна

«meaning»: з одного боку, це стаціонарне об'єктивне значення мовного вираження, з іншого – припущення, тобто значення, яке залежить від суб'єктивних намірів (інтенцій) того, хто використовує мовне вираження у комунікативному процесі.

Порівняння: питальне речення – Хто тобі подарував квіти?, озвучене мовцем у ситуації кооперативного, врівноваженого спілкування, спрямоване на певну відповідь, аби задовольнити інформаційні прогалини адресанта запиту. Цілком адекватною буде відповідь: Мама (тато, брат тощо).

У контексті емоційно-оцінного дискурсу така синтаксична конструкція має метафоричне значення, риторичне запитання за своєю суттю виражає докір, огуду: – Хто тобі подарував квіти? (Ніхто тобі не подарував квіти).

Інтенційний знак (певна синтаксична конструкція) відображає зміст намірів мовця. Цікаві спостереження у своєму дослідженні постулює В. Ладов: «Спочатку зміст виступає складовою ментального стану суб'єкта і лише згодом переходить в інтенційний зміст знака. Інтенційність мовлення ініціюється свідомістю».

З вищеназваних міркувань природно припустити, що комунікативна інтенція становить єдність інтенційного стану мовця (психоментальний простір мовної особистості) та інтенційного знака (синтаксична конструкція, речення&висловлення, дискурс). П. Стросон у праці «Намір і конвенція в мовленнєвих актах» вважає корисним для мовного аналізу введене Г. Грайсом поняття «суб'єктивне значення» і у своєму дослідженні пояснює його за допомогою наміру (інтенції), виокремлює намір, спрямований на розпізнавання реципієнта, і намір мовця викликати в адресата певну реакцію. Дослідник говорить про «відкритість» мовленнєвих намірів, мовець повинен знайти такі засоби, які зробили б його наміри відкритими для сприйняття.

Зазначимо, що такий підхід привернув увагу мовознавців до синтаксичних засобів експлікації інтенцій та їх релевантності у певній комунікативній

ситуації. Отже, у рамках теорії мовленнєвих актів інтенція ототожнюється з комунікативним наміром мовця і трактується як суб'єктивне значення. Дж. Серль, відомий теоретик інтенційності, вводить поняття «інтенційного стану», що, з одного боку, передбачає «іллокутивний вплив на слухача», а з іншого – виражає ментальне спрямування суб'єкта до дійсності, а отже – стосунок мовця до світу, висловленого, почутого, суб'єктивний погляд на життєві реалії, контекст спілкування [46].

Комунікативна інтенція співвідноситься з вираженням різних інтенційних станів. Мотиваційно-потребова сфера індивіда (термін Л.Орбан Лембрик) спрямована на експлікацію потреби людини в соціальних контактах та у спілкуванні. Активно взаємодіючи зі світом, з іншими людьми, суб'єкт мовлення прагне досягти взаєморозуміння, налагодити контакт, самореалізуватися. Доречно згадати у цьому ракурсі твердження А. Вежбицької: суспільне життя можна уявити як велику сітку актів мови.

З ранку до вечора запитуємо, відповідаємо, сперечаємося, обіцяємо, хвалимося, сваримося, скаржимося, відхиляємо, хвалимо, дякуємо, порівнюємо, дорікаємо, коментуємо тощо. З ранку до вечора ми намагаємося пояснити те, що нам говорять інші [46].

Комунікативний потенціал мовної особистості як носія певних інтенцій, різних психоемоційних станів найяскравіше розкривається у діалогічному дискурсі, динамічному мовному середовищі, що передбачає вільну реалізацію індивідуальних потреб мовця, «безперервний перетин», контактування з процесами життєдіяльності іншої особистості.

Мовленнєвий акт, як зазначає Ф. Бацевич, можна вважати комунікативним, прагматичним стрижнем формальних носіїв інтенцій – висловлень [11].

Перехід від інтенційного стану до мовленнєвого акту здійснюється через вибір релевантного засобу вираження конкретного інтенційного стану.

Дж. Остін виділяє з урахуванням перформативних дієслів такі мовленнєві акти: вердиктиви, екзерситиви, комісиви, бехабітиви, експозитиви, які відповідають діям і намірам мовця. Дж. Серль класифікує мовленнєві акти на основі іллокутивних сил (інтенцій), які виражають дієслова у мовленнєвому акті [46].

Визначений лінгвістами мовленнєвий акт (твердження, інструкція, делегування, висловлювання) визначається телеологічними (цільовими) факторами, оскільки мета є найважливішим елементом ілокутивного вираження. На нашу думку, виступ виступає лише одним із засобів пояснення намірів мовця. Розгалужена синтаксична система структури — від синтаксису до складного синтаксичного цілого, дискурсивного дискурсу — може реалізувати інтенційний потенціал мовця за даного комунікативного контексту, інтерактивних умов та соціального статусу комунікатора.

Інтенційний компонент присутній у кожній синтаксично значущій конструкції, він детермінує глибинні значення змістової структури речення, увиразнює позицію мовця, його потреби, цільові настанови: спонукати адресата до певної дії-вчинку, до відповіді на поставлене запитання тощо. Речення у теорії мовленнєвих актів експлікує смисловий потенціал, пов'язаний з різними комунікативними настановами адресанта. Як зазначав В. Виноградов: «Речення як основна форма мовного спілкування є водночас і засобом вираження думки для мовця і знаряддям розуміння повідомлюваної думки для слухача».

У теорії мовленнєвих актів інтенцію розглядають і у контексті іллокутивної сили та мети висловлення. Дж. Серль стверджував, що іллокуція як один із складників мовленнєвого акту передбачає втілення у висловленні певної комунікативної інтенції [46]. Комунікативної мети, на переконання Ю.

Габермаса, можна досягти лише спільно, вони не даються комусь одному з учасників комунікації, як каузально спричинені наслідки.

Іллокутивний результат залежить від раціонально мотивованого порозуміння щодо чогось зі слухачем [1], як-от: – Що сталося тут, що так усі посоловіли? – Таж Аглая заручилася (Є. Ярошинська). – Чому ти все так сидиш як в тій норі. Така гарна днина: от вийшла б трохи принаймні до городу! Ядзя послухала мами і вийшла до городу (Н. Кобринська).

Ефективність втілення інтенцій визначається за діями адресата: на запит інформації слідує відповідь, на висловлену пораду – виконання певних мовленнєвих або фізичних дій.

Коли між комунікантами відсутній контакт, інтеракція має конфронтаційний, конфліктний характер, наприклад: – Чого лякаєте мене, як хлопчика? – раптом скипає Бондар і весь червоніє. – Не боявся я вас і раніше, а тепер і поготів. Минулося ваше. Навіки. – Не нахваляйся, чортів сину! Ще пуповиною тобі наша земля вилізе (М. Стельмах). У сучасних лінгвістичних дослідженнях інтенція розуміють як глобальну настанову мовця на смисл майбутнього висловлення (Г.Колшанський), мотивацію мовленнєвого акту (Н. Формановська), спрямованість речення на вирішення певного завдання (О. Почепцов), мета висловлення (Я. Хоффманова), потенційний чи віртуальний зміст висловлення (О. Ахманова, І. Магідова); основний текстотвірний чинник, організувальна ланка у змістовій структурі мовленнєвого витвору (І. Сусов) тощо. Нам імпонує розуміння комунікативної інтенції як лінгвістичної категорії, що репрезентує психоментальний простір мовної особистості у найбільш релевантних синтаксичних конструкціях.

Отже, комунікативна інтенція має безпосередній зв'язок із ментальним станом суб'єкта комунікації, з його свідомістю та мисленням, співвідноситься з мотиваційно-потребовою сферою мовця та синтаксичними ресурсами мови. У працях вітчизняних та зарубіжних учених утверджується домінуюча роль інтенцій у життєдіяльності кожної особистості. У філософському контексті

дослідники розглядають інтенцію як спрямованість свідомості на певний предмет, ментальний стан. Саме у дослідженнях із філософії були висунуті положення про те, інтенційність ініціюється свідомістю, мовний знак використовується для вираження інтенційного стану та змісту. У лінгвістиці інтенція асоціюється з теорією мовленнєвих актів і витлумачується як суб'єктивне значення мовця, іллокутивна сила висловлення. В окремих працях комунікативна інтенція набуває статусу лінгвістичної категорії, грамемні значення якої втілюються в модально-інтенційних реченнєвих реалізаціях, дискурсивних висловленнях, систематизація та ґрунтовний аналіз яких стане предметом наступних наукових розвідок.

1.2 Поняття компліменту як різновиду мовленнєвого акту

Основи ТМА заклав Дж. Остін [54] та продовжили досліджувати його послідовники Дж. Серль [48], К. Бах та Р. Гарніш, П. Ф. Стросон, С. Р. Шиффер, Д. Вундерліх та інші. В українському мовознавстві МА розглядали Ф. Бацевич [10], Л. Кокойло [30], В. Міщенко [36], Н. Одарчук, О. Селіванова, Т. Яхонтова та інші. У межах ТМА є чимало ґрунтовних праць, у яких досліджено комплімент та реакцію на нього.

Центральним предметом аналізу ТМА Дж. Остін вважає МА, що структурно містить три складові: локуцію (побудова фонетично і граматично правильного висловлювання з певним смислом та референцією, тобто мовлення саме по собі), іллокуцію (втілення у висловлюванні певної комунікативної 21 інтенції / мети, що надає йому конкретної спрямованості) та перлокуцію (наслідок впливу іллокутивного акту на адресата, тобто мовлення з ефектом цілеспрямованої дії, спрямованої на слухача) [51].

На думку Дж. Остіна, основними характеристиками МА є умисність (інтенціональність), цілеспрямованість та конвенціональність [51]. Поняття МА дослідники трактують по-різному: наприклад, Н. Арутюнова окреслює

МА як «цілеспрямовану мовленнєву дію, що здійснюється відповідно до принципів та правил мовленнєвої поведінки, узвичаєної в певному суспільстві»; Н. Одарчук та В. Богданов розуміють його як «дію виголошення мовцем деякого висловлення, побудованого за правилами певної мови, з властивим йому пропозиційним змістом, іллокутивною функцією та орієнтованого на адресата, і також як мовну одиницю, що утворилася у результаті інтенційної спільності змісту комунікативного акту».

У роботі послуговуємося визначенням Ф. Бацевича, який, розширивши дефініцію Н. Арутюнової, вважає типовим таке розуміння МА: «Мовленнєвий акт – це цілеспрямована мовленнєва дія, котра здійснюється відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, які прийнятні в певному суспільстві; одиниця нормативної соціомовленнєвої поведінки, що розглядається в межах прагматичної ситуації [8]. Одним із найскладніших та найдискусійніших питань ТМА є проблема класифікації МА, що зумовлена відсутністю єдиних критеріїв їхнього розмежування, різним підходом до визначення іллокутивної сили висловлювання та виокремленням різної кількості класів МА. Огляд низки класифікацій здійснив В. Богданов. У пропонованому дослідженні розглядаємо тільки основні типології мовленнєвих актів, до яких можна зарахувати комплімент.

Головним критерієм більшості класифікацій МА стала іллокутивна (комунікативна) мета (інтенція) [2]. За цим критерієм МА поділяють на інформативні та неінформативні. Інформативні Дж. Остін поділяє на констативні (дескриптивні або описові), що «відображають (не повідомляють) обставини, за яких відбулося висловлювання, обмеження, які на нього вплинули тощо [...]» та перформативні, під час яких мовець не описує чи стверджує, що щось робить, а просто відзначає здійснення певних дій. Відповідно до різної іллокутивної сили, Дж. Остін вперше класифікує МА і виокремлює «п'ять великих класів» перформативних дієслів:

вердиктиви (або репрезентативи, асертиви); директиви; комісиви; кондуктиви (або бегабітиви,

15

експресиви); експозитиви (або декларативи) [3]. У цій класифікації тільки умовно зараховуємо комплімент до кондуктивних (експресивних) висловлювань, що передають ставлення та поведінку мовця в суспільстві, адже вчений насамперед розглядає нетипові для компліменту експліцитні перформативні дієслова, тобто дієслова «першої особи теперішнього часу дійсного способу з відповідним додатком» [3].

Послідовники Дж. Остіна продовжують аналізувати та розвивати ТМА, а також і критикувати його класифікацію через занадто велику кількість МА (кожен МА поділяється на щонайменше п'ять актів – фонетичний, фатичний, ретичний, іллокутивний та перлокутивний) [4]; нечітке розмежування між значенням висловлювання та його іллокутивною силою, між іллокутивними та перлокутивними актами. Крім того, різні класи МА Дж. Остіна містять не перелік іллокутивних актів, а перелік іллокутивних дієслів, серед яких навіть не всі наведені дієслова можна зарахувати до іллокутивних. Проте найбільшим недоліком вважають відсутність «чіткого та загального принципу, на основі якого побудована класифікація» [14].

Тому головною проблематикою досліджень найвідомішого учня Дж. Остіна – Дж. Серля стає аналіз структури іллокутивних актів та їхня класифікація. На думку вченого, існують певні умови доречності, що необхідні для виконання МА і охоплюють правильну форму висловлювання, зовнішні обставини, учасників спілкування, їхні переконання та налаштування. Якщо ці умови будуть виконані, а МА буде належним чином інтегрований в контекст, тобто відповідатиме правилам, що діють в певній ситуації, можна буде стверджувати його успішне втілення [46]. Дж. Серль виділяє «(щонайменше) дванадцять важливих вимірів [критеріїв], за якими іллокутивні акти відрізняються один від одного» [46] і на основі трьох

найважливіших – іллокутивної мети адресата; відмінності в спрямованості між світом і словами та різному психічному стану мовця, тобто його щирості чи нещирості – створює власну класифікацію, поділяючи МА на

16

репрезентативи (або асертиви); директиви; комісиви; експресиви та декларативи [46]. Учений зараховує комплімент до експресивних МА, що виражають психологічний стан мовця, характеризують міру його відвертості.

На основі семантичного аналізу Дж. Серль та Д. Вандервекен роблять висновок, що через комплімент мовець висловлює схвалення щодо слухача чи щодо об'єкта, що йому належить. На думку вчених, комплімент, як і похвала, може належати як до класу експресивів, так і асертивів, бо висловлюючи позитивне ставлення до чогось, мовець стверджує, що він це відчуває [46]. Класифікація Дж Серля також зазнала критики, наприклад, німецький лінгвіст Т. Бальмер вважає, що вона неповна, не здатна пояснити відмінності між окремими класами МА, окреслити чіткі межі і надати відповідні приклади, негомогенна, нетранспарентна тощо, а також зауважує, що спробу Дж. Серля класифікувати іллокутивні акти не можна охарактеризувати через певну логічну форму, оскільки іллокутивна мета кожного МА залежить від 24 теоретичних факторів, вибору пропозиційного змісту та контексту [46]. Крім того, класифікація Дж. Серля, як і Дж. Остіна зорієнтована тільки на опис і типологізацію так зв. елементарних, або ініціативних МА та не враховує секвенційний характер більшості МА [46].

Значний вплив на розробку подальших класифікацій мала праця П. Стросона «Намір та конвенція в мовленнєвих актах» (1964), у якій він висловлює свою найвідомішу тезу, т. зв. тезу Стросона: «Типи іллокутивних актів – це форми комунікативних дій». Проте, на думку вченого, існують такі іллокутивні акти, що є тільки конвенційними, тобто їх регулюють тільки інституційні правила, а наміри (в т.ч. і комунікативні) не відіграють при цьому ніякої ролі. Тому тезу П. Стросона можна було б сформулювати так:

«Типи іллокутивних актів – це форми комунікативних чи інституційних дій». Класифікація С. Шиффера ґрунтується на першій тезі П. Стросона і полягає в тому, що «конкретні іллокутивні ролі можна визначити залежно від типу

17

відповідної первинної комунікативної мети». Учений розрізняє між іллокутивними ролями, визначеними змістом, причиною, змістом і причиною.

Натомість К. Бах та Р. Гарніш дотримуються другого формулювання тези П. Стросона, враховуючи як комунікативні, так і конвенційні (інституційні) типи дій та створюють власну класифікацію, що ґрунтується на понятті іллокутивної інтенції та висловленого ставлення. Науковці вважають, що визначальною рисою розмежування іллокутивних актів є те, що слухач повинен ідентифікувати на останньому етапі схеми МА, тобто іллокутивний акт є успішним тільки тоді, коли наміри мовця зміг розпізнати слухач. К. Бах та Р. Гарніш виділяють шість загальних класів іллокутивних актів: констативи

(репрезентативи за Дж. Серлем); директиви; комісиви; акти визнання (експресиви за Дж. Серлем) [46]; ефективи (декларативи за Дж. Серлем); вердиктиви (декларативи за Дж. Серлем) [46]. У цій класифікації комплімент належить до класу актів визнання, через які, подібно до кондуктивів за Дж.

Остіном чи експресивів за Дж. Серлем, мовець виражає почуття, що стосуються слухача. Якщо висловлювання є поверхневим чи формальним, К.

Бах та Р. Гарніш не вважають його конвенційним, проте наголошують, що акти визнання часто задовольняють певні соціальні очікування, за якими, наприклад, мовець повинен висловити вітання, а слухач на нього відповісти.

У класифікації Б. Фрейзера також наголошено на іллокутивній інтенції мовця і виокремлено вісім основних типів МА відповідно до ставлення мовця

щодо пропозиційного змісту висловлювання: стверджувальні МА; МА оцінки; МА, що віддзеркалюють ставлення мовця; встановлювальні МА; МА вимоги; МА пропозиції; авторитарні МА; МА самозобов'язання. Комплімент зараховуємо до МА, що віддзеркалюють ставлення мовця, оскільки в цьому

класі мовець оцінює стан справ, що виник через попередній МА. У цій класифікації не враховано секвенційний характер компліменту та реакції на нього, проте відзначаємо інтуїтивне прагнення науковця показати взаємозалежність різних МА, скажімо, до цього класу Б. Фрейзер зараховує

18

таку пару МА як просити пробачення і вибачати. Враховуючи відповідність / невідповідність структурно-семантичних особливостей речення іллокутивній силі МА, Дж. Серль, а потім і Й. Майбауер та ін. розрізняють прямі (що виражають безпосередню інтенцію мовця через дослівну семантику) та непрямі (недослівний зміст, що не збігається за іллокутивним типом з іллокутивною інтенцією) МА. Непрямі МА ґрунтуються на правилі імплікації: експліцитно передається один зміст, а імпліцитно закладається інший [46]. Деякі МА можуть містити кілька іллокутивних сил [46], тобто це комплексні МА, що реалізуються кількома елементарними МА [46].

Заслуговує на увагу і теорія іллокутивної ієрархії (речення \rightarrow МА \rightarrow текст), у межах якої виділяють два типи поєднань іллокутивних мовленнєвих дій: координативні (рівнозначні, незалежні одне від одного) та субординативні (коли виконання іллокутивної дії Б є зручною й необхідною передумовою для досягнення цілі іллокутивної дії А, тобто А – це домінантна іллокутивна дія, а Б – субсидіарна, допоміжна) [32]. У рамках цієї теорії ми визначаємо комплімент як основний ілокутивний акт, а реакція на нього — вторинний ілокутивний акт. Однак теорія передбачає цілком позитивну відповідь для задоволення переважного ілокутивного ефекту слів і вчинків компліментів. Факти показують, що реакція на похвалу виходить далеко за межі суто позитивних поглядів. Тому компліменти та реакції на нього існують у певному вигляді спілкування, не ізольовані один від одного, а систематично пов'язані, взаємодіючі та тісно пов'язані між собою.

Однак ми вважаємо, що похвала може належати і до категорії висловлювання (К. Бах і Р. Гарніш), що відповідає висловлюванню чи

твердженням (Дж. Серль), оскільки для вираження позитивного ставлення до чогось оратор стверджує, що він відчуває, тобто, констатує певний стан речей. Елементом змісту пропозиції похвали є позитивна оцінка одного з аспектів, пов'язаних із внутрішнім світом, зовнішнім виглядом, властивістю, досягненням чи майстерністю одержувача. Немає чіткої формули для

19

похвали. Через похвалу оратор може висловлювати різні комунікативні цілі. Формально компліменти мають послідовну структуру, але вони не обмежуються діалогом у плані спілкування[33].

1.3 Типологія англомовних компліментів

На часі лінгвісти все більше фокусують увагу на дослідженні та категоризації компліментів в англомовному дискурсі.

Комплімент - важлива частина вербального спілкування носіїв англійської мови (британця та американця), яка впливає на характер міжособистісних відносин і ступінь взаєморозуміння комунікатора, а потім впливає на успішність спілкування. За допомогою похвали оратор аналізує різні цілі в комунікативній ситуації: встановлення зв'язків, створення гарної атмосфери в розмові, вираження почуттів тощо. Ця форма мови може використовуватися як звернення до жінок, чоловіків, колег, начальників і дітей. Форма, зміст і характер залежать від об'єкта похвали.

Комплімент як словесна дія — це складна єдність дій, спрямованих на різні комунікативні цілі, які за якістю складають систему. Іншими словами, сам комплімент має конкретну мету, тобто свою мету, отже, він має підтекст. Похвала також має наслідки для використання. Тому є якість риторики. З огляду на все це, похвала є зрілою соціальною поведінкою і має власну класифікацію. Тому при виконанні мовленнєвого акту «комплімент» мовець виконує різноманітні дії, які втілюються в реченні.

Щоб класифікувати компліменти, потрібно знати, за якими критеріями можна визначити належність додаткової заяви до певної категорії. У компліментах суб'єкт (отримувач) визначає комунікаційну стратегію, а її особливість відображається в системі ставлення до міжособистісного спілкування. У цьому випадку міжособистісне ставлення може бути зосереджено на собі, одержувачах, слухачах і третіх особах. Тому під час

20

взаємодії з похвалою можна призначити похвалу одержувачу, похвалу собі, похвалу слухачеві (тобто похвалу третій особі) і висловлювання похвали третій особі, яка не перебуває у спілкуванні, але впливає на символ спілкування, оскільки ця особа може увійти в поле інтересу оратора або реципієнта. До цих невербальних виразів найчастіше звертаються письменники.

Розглянемо ситуації, в яких правила етикету чи, інакше кажучи, правила нормативної ввічливості в англійських культурах досить суворо передбачають вживання компліменту.

1. «Реакція на елемент новизни». «The evening of the party Estelle wore a dress I hadn't seen before: a simple frock with an embroidered jacket. She looked very well in it... «You look lovely», I said, kissing her»(Thurber).

2. «Вечірка». "Rose!" screamed Lily, «What a perfectly scrumptious dress! You always get it right! So simple, so absolutely you!» «You look lovely» said Rose, «rather oriental. I adore those trousers» (Murdoch).

3. «Зустріч після довгої розлуки». Elizabeth came in carrying in her arms a baby girl. «Oh John!» she said. She settled the baby in the father's lap. «It's grand to see you. I'm awfully glad you could come»... "You've hardly changed at all,»Elizabeth said, «but it has been a long time.» «Eight years».

4. «Вираження вдячності». «I'll have it» said Tod, forking up the two pieces of chicken, «You've excelled yourself as usual, Jonty».

5. «Поздоровлення». «Congratulations, Roscoe», Philip Johanssen,

president of Mid Continent Rubber said, «you've really moved this bank into the big league. More power to you, fella»...

Ці типи церемоніальних компліментів пов'язані зі стереотипними ситуаціями спілкування. Критеріями вибору різних видів інструментальної похвали є стандартизовані варіанти зміни поведінки партнерів по спілкуванню. Різні типи додаткових речень реципієнтів також сильно відрізняються, що змінює характер і структуру речення.

21

У представників англійської комунікативної культури компліменти можуть прямо виражати людську гідність (прямі компліменти) або опосередковано (непрямі компліменти). Для британців важливу роль відіграють внутрішні чинники, що виявляються в частих вихваланнях морального характеру та інтелектуальних здібностей людей. Щодо компліменту-антитези, то, виходячи з матеріалів підрозділу, можна припустити, що він не поширений в англійському спілкуванні, оскільки в англійській культурі спілкування компліменти ярлики, тому комплімент антитеза може здатися грубим і надто знайомим [38].

Тому поділ компліменту та його реалізація залежать від об'єкта висловлювання, об'єкта компліменту, від того, хто реалізує висловлювання і як реалізувати висловлювання. Взагалі кажучи, позитивна оцінка мовця, його позитивна реакція на конкретні об'єкти чи людей, бажання оратора догодити реципієнту, щоб справити на нього хороше враження – усе це фактори, які впливають на стосунки між реципієнтами. Таким чином, спілкування загалом впливає на результат спілкування.

22

РОЗДІЛ II

АНГЛОМОВНІ КОМПЛІМЕНТАРНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ:

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ

2.1 Місце компліменту в мовному етикеті

Компліменти є невід'ємною частиною мовного етикету і використовуються в різних промови: зустрічах, прощаннях, привітаннях тощо. Ця форма мовного спілкування визначається країною, має гендерні особливості, підходить для актуальних проблем сучасного мовознавства. Компліменти належать до категорії експресії і є неінформативними мовними діями, тому мають регулятивний, індексуєчий та емоційно-оцінний зміст [37]. Деякі лінгвісти трактують компліменти як «усний подарунок» адресату, зокрема позитивну оцінку зовнішності, досягнень та успіху адресата. Більшість компліментів, які зустрічаються в культурі англомовних країн, — це «вийти з глухого кута», зробити перший крок і почати розмову.

У кожній культурній спільноті існує загально визначене уявлення про те, що є «правильною відповіддю» на почутий комплімент, однак, не дивлячись на це, багато хто відчуває збентеження, коли отримує комплімент на свою адресу.

Комплімент – приємні, люб'язні слова; похвала, лестощі. В англійському варіанті: Compliment – a remark that express praise or admiration (вислів, що виражає похвалу та захопленість).

Мовний акт компліменту є двоходовим утворенням: комплімент – відповідь на комплімент. Типи таких мовних актів принципово різняться в залежності від дистанції між учасниками спілкування. Формальним знаком прийняття компліменту звичайно є посмішка, подяка, кивок. Підозрілий погляд та пауза свідчать про спробу адресата визначити причину

компліменту. Помічено, що обмін компліментами у вигляді експліцитних знаків характерний в першу чергу для малознайомих людей. Основна функція компліменту полягає у створенні або підтримці солідарності між адресантом

та адресатом [37]. Роль досліджуваних мовних явищ у західних культурах настільки помітна, що вони були образно, але дуже точно названі «змазувальним матеріалом для суспільства» (“social lubricant”) [37].

Як різновид мовного акту, комплімент володіє низкою характеристик: є умовою успішності; відзначається іллокутивною силою та перлокутивним впливом на співрозмовника; мовний акт компліменту може бути як поширеним, так і непоширеним реченням; виражається вербально та невербально; має на увазі взаємодію як мінімум двох суб’єктів – адресанта й адресата.

Комплімент часто порівнюється з такими поняттями, як «схвалення» та «лестощі». Різниця між поняттями є досить тонкою. Вона полягає в тому, що комплімент, на відміну від схвалення та лестощів, передбачає позитивний вплив на адресата і є більш широким поняттям, ніж вищезазначені слова. Комплімент входить до складу мовного етикету, який є системою сталих формул спілкування, що використовуються суспільством для встановлення мовного контакту співрозмовників. Послугуючись науковими дослідженнями В.А. Маслової, мовний етикет розуміємо як «соціально задані та культурно специфічні правила» поведінки людей в тих чи інших ситуаціях спілкування. Мовний етикет відповідає «соціальним та психологічним функціям, рольовим та міжособистісним відношенням», в які вступають люди «в офіційних та неофіційних обставинах спілкування» [35].

За змістом комплімент поділяється на такі різновиди:

1) комплімент-схвалення, що сприймається адресатом як позитивна оцінка та має щирий характер;

2) комплімент-лестощі виражають перебільшене вихваляння співрозмовником якостей адресата та має нещирий характер; 3)

комплімент-насмішка несе в собі нещире захоплення з боку адресанта;

4) комплімент-подяка являє собою кліше та має етикетний характер;

- 5) комплімент-іронія;
- 6) комплімент-поздоровлення;
- 7) комплімент-привітання;
- 8) комплімент-прощання;
- 9) комплімент-співчуття виражає бажання адресанта заспокоїти, підтримати адресата та має щирий характер;
- 10) комплімент-прохання являє собою інтенцію адресанта отримати бажане та має нещирий характер;
- 11) комплімент- вибачення може мати як щирий, так і нещирий характер;
- 12) комплімент-звертання;
- 13) комплімент-порівняння;
- 14) комплімент-питання;
- 15) комплімент-вигук розкриває позитивну оцінку якостей адресата інтонаційно з метою більш сильного впливу на адресата.

Комплімент за своєю комунікативною спрямованістю:

1) прямий комплімент, направлений безпосередньо на адресу співрозмовника: – Yes, you've wonderful taste, Ernest (O. Wilde «The Importance of Being Earnest»);

2) непрямий комплімент, направлений за адресою співрозмовника опосередковано або в бік людини, яка не бере участі в комунікації: – He is just as superior as ever. (J.Austen «Emma»);

25

3) взаємонаправлений комплімент передбачає наявність двох суб'єктів у комунікації та спрямований безпосередньо на адресу комуніканта. Його особливість полягає в тому, що обидва комуніканта роблять один одному комплімент, тобто кожен з них виступає і адресантом, і адресатом: – You were lovely. Just killing lovely. – So were you (Updike, 1978: 65);

4) комплімент собі самому, направлений на адресанта, тобто адресантом

і адресатом цього виду компліменту стає одна і та ж сама людина: – ...but every man we know, compared to me , is a clunk. Really. I'm not conceited, but that's a fact (Updike, 1978:53).

Тому прямі компліменти більше характерні для української мови та культури, а непрямі – для англійської. Взаємні компліменти не є типовим типом компліменту між двома мовами та культурами. Навпаки, українці зазвичай самі себе хвалять.

Компліменти щодо кількості одержувачів:

1) Комплімент адресату;

2) Компліменти колективним адресатам: – I had the privilege of meeting your mother and dad when they had their little chat with Dr. Thurmer some weeks ago. They're grand people (Salinger, 2007).

Компліменти можна розділити на тематичні групи: внутрішні якості одержувача, зовнішні якості одержувача, комплімент, що виражає ставлення одержувача до одержувача, комплімент родині та родичам інтерв'юера, предмети, що оточують одержувача, речі, його хобі.

Протягом багатьох років вітчизняні та зарубіжні вчені звертають увагу на використання компліментів та статистику їх об'єктивного змісту. Тому Дж. Хомс виявив, що більшість компліментів англійською мовою стосуються зовнішності та здібностей (81,3%), гарної промови, виступу та деяких рис особистості. Р. В. Серебрякова наводить такі показники вивчення англійської мови: «В англійському спілкуванні компліменти в основному залежать від внутрішніх і моральних якостей людини, і на них припадає 18% усіх

26

записаних компліментів. Вони трохи поступаються компліменту зовнішності людини (15 %) і похвали за оцінку особистого професійного рівня та здібностей (14%). Рідше зустрічаються похвали за житло та меблі (3%), похвали за прикраси (2%) і похвали за ім'я (1%)[44].

В українському спілкуванні найчастіше вживається похвала за

зовнішній вигляд людини, на другому місці за частотою вживання – похвала за оцінку професіоналізму чи особистих здібностей, на третьому – похвала. З однаковою частотою вживаються похвала розумових здібностей і похвала окремих елементів зовнішності. Мовна одиниця з найменшою частотою – це захоплення коштовностями та іменами. Небажані також компліменти щодо житла та предметів побуту.

Англійські комунікатори часто підкреслюють у компліментах такі людські якості, як щедрість, сміливість, смирення, ввічливість, чесність, релігійні переконання, а також українську доброту та мудрість, як-от: – I know what a modest creature you are (J.Austen «Sense and Sensibility»). Українські комунікатори зазвичай мають здатність дуже добре говорити, а англійські - вміння красиво говорити і писати.

В українській мові та культурі одержувач вибирає лише зовнішній вигляд та окремі очі, без компліментів щодо зачіски, прикрас чи одягу. Англійські комунікатори хвалять зовнішні дані в цілому, включаючи волосся, очі, прикраси та стиль носіння, такі як: – You're young. You're better-looking now than when I first met you (Updike, 1978: 96).

В англійській лінгвістиці жінки стають одержувачами похвали за зовнішність і зовнішній вигляд будь-якого реципієнта, будь то жінка чи чоловік, а в українському мовознавстві - чоловік набагато частіше.

Порівняно з українською, компліменти за здібностями реципієнта в англійській лінгвістиці різноманітніші. Англійські комунікатори наголошують на якісних аспектах малювання, гри на фортепіано та навичок

27

співу, таких як: – If I could but play as well as you and Miss Fairfax (J. Austen «Emma»).

В українському мовознавстві лише мати музичний інструмент – це комплімент. Будь-яка дія співрозмовника зазвичай дуже складна і викличе позитивну оцінку в англійській лінгвістиці, тому оратор не буде їх описувати,

а замінить дієсловами *to do i to make*: – *She is a remarkable girl, Harry, with seven strikes against her from birth, but she’s done a remarkable thing. – What? – She’s come to grips* (Updike, 2005: 59–60).

Для української мови характерна така навмисна характеристика похвали: вона заспокоює адресата і викликає у нього співчуття. В англійській та українській мові й культурі поширені такі наміри комунікантів: висловити свою симпатію, повагу та повагу до адресата, встановити дружні стосунки, отримати бажане, привітати комунікатора чи підлестити йому.

На лексичному рівні комплімент характеризується високим рівнем емотивності. Комплімент є специфічним емотивним висловлюванням, котре виконує функцію оцінки. Об’єкт компліментарної оцінки – це людина, предмет, до яких відноситься комплімент. Компліменти, які мають оцінювальний характер містять у собі конотативну лексику. Зіставлення лінгвістичних форм українських та англійських компліментів засвідчило, що обидві лінгвокультури мають велику кількість оцінювальної, емоційно забарвленої, емотивної лексики, яка надає компліментам високу тональність. В обох мовах мають місце емотивні прикметники, іменники та дієслова, інтенсифікатори, прислівники-інтенсифікатори, вигуки, імена адресатів, наприклад: – *Ви така бліда, прекрасна, чарівна ...*; – *My dearest Emma, do not pretend, with you sweet temper...* (J. Austen «Emma»). Однак для українського компліменту типовим є використання прислівникових зворотів, великої кількості вокативів (крихітко моя, ангеле) та прикметників й іменників у зменшено-пестливих формах, наприклад: – *... вона гарнесенька, дуже гарнесенька ...* У структурі англійського компліменту використовуються

28

повні синтаксичні конструкції, емотивні дієслова (*to be glad, to be delighted*), прикметники з яскраво вираженою позитивною конотацією (*pretty, fine, nice*), підсилювальні прислівники (*so much, extremely*), інтенсифікатори (*very, so, too*), вигуки (*oh, gosh*) та лексичні одиниці з протилежним значенням,

наприклад: – Lucy is monstrous pretty, and so good-humoured and agreeable (J. Austen «Sense and Sensibility»). А. Вежицька пояснила, що властивість протилежного поєднання вживання англійської мови має тенденцію до зниження, тобто бажання евфемістично й обережно передати свою думку чи враження, що може бути пов'язано з «табу на публічне вираження емоцій». Щоб висловити захоплення зовнішністю співрозмовника, мовець в англійському компліменті може використовувати прикметники, наприклад beautiful, wonderful, graceful, gorgeous, sweet. – My own dear, sweet, loving little darling! (O. Wilde «The Importance of Being Earnest»).

На синтаксичному рівні комплементарний дискурс характеризується різними типами речень. За допомогою похвали оратор намагається переконати співрозмовника в тому, що почуте є розумним, тому добирає у структурі похвали різні типи речень і конструкцій. Компліменти англійською та українською мовами побудовані за тією ж схемою:

- 1) підмет + іменний присудок (дієслівний);
- 2) конструкції, які починаються з «Як ... !», «Скільки ... !» «Який (які) ... !» та їх еквіваленти в структурі англійського компліменту, що починаються з «What ... !», «How ... !»;
- 3) інверсія;
- 4) порівняльні конструкції;
- 5) найвищий ступінь порівняння прикметників.

Мовні та культурні відмінності на синтаксичному рівні відображають особливості конкретної мови. Тому характерним для української похвали є вживання простих речень, наприклад: - Чудова, весела особистість.

Англійській мові властиві наступні синтаксичні структури:

- 1) використання конструкцій there is/are;
- 2) конструкції зі зворотами «I know», «I think», «I am sure», «I hope», «I dare say», «I assure you»;

3) компліменти, побудовані за схемою складного речення умовного способу.

Похвала — це намір серця. Деякі з них, наприклад, висловлюють співчуття одержувачу, віддають йому належне, висловлюють захоплення ним і отримують те, що він хоче, представлене двома мовами. Однак для української мови характерні інтенції, яких в англійській мові немає. Основне можна призначити: викликати жалість одержувача і заспокоїти його.

Слід також зазначити, що компліменти виражаються за допомогою вербальних і невербальних засобів. У двох мовах і культурах словесні способи похвали мають багато спільного: емоційні прикметники, іменники, дієслова, ім'я одержувача, вставне слово та заклик. Порівняно з англійською, невербальні методи спілкування (жести, сміх, сльози) для української мови та культури більш характерні.

Похвала, як різновид мовного етикету, має певні національно-культурні особливості і може розглядатися з точки зору культурних мовних традицій. У кожному суспільстві етикет поступово розвивався як система правил поведінки, система дозволу і заборони, що створюють у цілому моральні норми [43].

Компліменти змушують комунікантів взаємодіяти згідно певним моделям поведінки. На основі порівняльного аналізу використання компліментів приходимо до висновку про те, що представники різних націй роблять компліменти, керуючись різною метою. Так, наприклад, українці роблять комплімент для того, щоб викликати симпатію співрозмовника, привабити його до себе, а комплімент англійців часто носить етикетний характер. Отже, комплімент має національно-культурні особливості.

30

Похвала як частина мовного етикету має не тільки національний, а й гендерно-специфічний характер. Основними реципієнтами комплементарних виразів в українській мові та культурі є чоловіки, а в англійській – жінки.

Під гендером розуміють реальну систему міжособистісного спілкування, за допомогою якої створюються, підтверджуються і відтворюються поняття чоловіка і жінки як категорії соціального порядку. Чоловіки і жінки належать до різних соціальних груп і виконують різні соціальні ролі. Очевидно, що в їхніх моделях мовної поведінки можуть бути певні відмінності. Оскільки мовна поведінка статі (чоловічої та жіночої) базується на історичних стереотипах, закріплених у мові, можна сказати, що гендерні стереотипи – це система уявлень про те, як повинні поводитися чоловіки та жінки. Представники різної статі мають різні стратегії поведінки та стратегії мовного спілкування [27]. Compliments of women and men usually contrast. This is explained by the fact that men and women behave differently in communication situations. Women's communicative behavior can be characterized as concentration on establishing contact and cooperation with conversation partners (subordination and teamwork), while men's communicative behavior is characterized by competition and control [9].

Ця відмінність у спілкуванні чоловіків і жінок є причиною їх різного погляду на компліменти. Жінки називають компліменти позитивними і ввічливими виразами (тобто висловлюваннями, які демонструють солідарність), тоді як для чоловіків компліменти є негативними і ввічливими виразами (тобто висловлюваннями, які дають свободу дій) [9].

Отже, комплімент — це двочастинна словесна дія, наприклад: комплімент (репліка-стимул)-відповідь на комплімент (репліка-реакція). Похвала не тільки виражає щире захоплення позитивними якостями людини, але також може замінити привітання, подяку чи вибачення та звести до

31

мінімуму загрозованої поведінки, наприклад, критику та прокльони (Brown and Levinson, 1987; Holmes, 1988 та Wolfson, 1983, 1989).

Аналізуючи компліменти в англійській лінгвістиці, можна зробити

висновок, що компліменти в англійській мові – це ввічливість. Для англійських комунікантів компліменти більше схожі на «церемоніальний стереотип, кліше», а не на вираження симпатії до адресата, що є типовою рисою українських комунікантів.

2.2 Національно-культурна специфіка компліментарних висловлювань

Дуже важливою частиною опису похвальних слів як одиниць МП є виявлення культурно-специфічних особливостей їх використання. В останні десятиліття національно-культурні особливості МП привертають все більше уваги з боку лінгвістів, які досліджують взаємозв'язок мови та культури. Коли мова йде про цю галузь, дослідники повинні пам'ятати, що, перш за все, визначення національно-культурних особливостей членів недостатньо для визначення однієї з їхніх характеристик; опис має бути порівняльним за своєю суттю – лише таким чином можна бути зрозумілим, що одна мова і культура відрізняються від іншої. Чим відрізняються різні мови і культури, а по-друге, відповідно до того, як культури порівнюються з конкретними культурами, їх особливості можуть мати абсолютно різні кольори. Виходячи з цього, вважаємо за потрібне включити в наше дослідження приклади компліментів, які вживали представники української культури.

Проведений порівняльний аналіз зосереджений переважно на зумовленості деяких особливостей уживання компліменту етнокультурними факторами (традиціями, звичаями, правилами етикету, ідеалами, цінностями тощо). Представники вітчизняної етнопсихолінгвістики О. О. Леонт'єв, Є. Ф. Тарасов, Ю. О. Сорокін, О. М. Шахнарович та інші представляють національно-культурну специфіку мовленнєвого спілкування, як таку, що

складається із системи факторів, які зумовлюють відмінності в організації, функціях, і способі опосередкування процесів спілкування, характерних для

даної лінгвокультурної спільноти. Ці фактори «докладаються» до процесів спілкування на різних рівнях їх організації і мають різну природу, але у процесах спілкування вони взаємопов'язані й переплетені з іншими факторами, що зумовлюють і формують ці процеси, передусім факторами власно мовними, психолінгвістичними і загальнопсихологічними. Їх найбільш загальну класифікацію дав О. О. Леонт'єв.

Порівняльний аналіз вживання компліменту в англomовних (британській та американській) і українськомовній культурі.

Порівняльний аналіз проводився за двома параметрами 1) поширеність (співвідношення) етикетних та інструментальних КСД і 2) щирість мовця. Вибір цих параметрів ілюструється наступними обставинами. В англomовній та україномовній культурах похвала є невід'ємною частиною словесного етикету, тобто частиною встановленої в країні системи спілкування, яка використовується та приписується суспільством для встановлення контакту зі співрозмовником, підтримки та переривання контакту. Однак, якщо розглядати з точки зору етикету, похвала використовується як певна соціальна поведінка, етикет розуміється як сукупність поведінкових правил щодо зовнішнього вираження ставлення до людей, що демонструють певні відмінності. Щодо другого параметра, то виходимо з того, що щирість є однією з культурних цінностей, і вона тісно пов'язана з іншими цінностями: інтимністю, щирістю, добротою тощо. Щирість займає різні позиції в ієрархії цінностей англійської (американської та британської) та української культури. Матеріали дослідження можуть легко виявити щирість/нещирість доповідача. Цьому сприяли авторські коментарі до героїв і в контексті, що дало чітке розуміння характеру героїв та особливостей їх стосунків. Вище обговорювалися наші критерії класифікації похвали як щирі/нещирі[5].

33

Співвідношення етикетних, проміжних та інструментальних компліментів у культурах, що порівнюються.

Максимальна відносна кількість етикетних компліментів і компліментів проміжних типів, тобто таких, що закріплені за стандартними ситуаціями, зафіксовано в американській культурі (25,5%); мінімальна (14,1%) — у українськомовній культурі (табл. 2.1).

Слід зазначити, що серед прикладів компліментів, узятих з творів російськомовних авторів, відсутні такі, які можна було б віднести до типів «реакція на елемент новизни», «вечірка» й «прийняття подарунку». У зв'язку з цим не можна, звичайно, однозначно зробити висновок, що у українськомовній культурі компліменти у перелічених ситуаціях не вживаються. Помітивши щось нове у зовнішності приятеля, серед його речей або приходячи у гості (що є аналогічним до британської або американської вечірок), представники українськомовної культури також іноді говорять компліменти. Але тут такі компліменти не є обов'язковими з точки зору правил етикету, а, скоріше, є засобом підтримання дружніх стосунків, тоді як в англomовних культурах вони, подібно до усіх етикетних дій, мають символічний характер, є частиною ритуалу. Що ж стосується ситуації «прийняття подарунку», то, виходячи зі своїх власних спостережень, ми вважаємо, що у українськомовній культурі компліменти, що говорять у цій ситуації, все ж таки є етикетними, оскільки від людини, якій піднесли подарунок, чекають, що незалежно від того, сподобалася їй річ або ні, вона має відгукнутися про неї позитивно (пор. прислів'я «Дареному коню в зуби не смотрят») і таким чином виразити своє прагнення зробити приємне тому, хто зробив подарунок, тобто існує норма, яка приписує вживання компліментів у даній ситуації. Примітною є та обставина, що у проаналізованих нами художніх творах авторів, що пишуть російською, не було знайдено жодного прикладу «інтимного» компліменту, тоді як у корпусі англomовних прикладів такі компліменти складають близько 4%. Це також можна пояснити

етнокультурним фоном: у класичній українській , а пізніше в радянській українськомовній літературі існувало культурне табу на відверті описи інтимних сцен. Говорячи про інструментальні компліменти, не можна не відмітити, що майже половину з них в усіх трьох культурах складають компліменти типу «встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин». Це ще раз підтверджує думку про те, що саме ця функція компліменту є домінуючою. Разом з тим звертає на себе увагу те, що в американській культурі кількість компліментів, що належать до цього класу, менша, ніж у британській і українськомовній культурах. Той факт, що в американській культурі кількість етикетних компліментів і компліментів проміжних типів найбільша, а число інструментальних компліментів спрямованих на встановлення/укріплення дружніх взаємовідносин найменше порівняно з двома іншими культурами, свідчить, на наш погляд, про те, що американці частіше, ніж британці і представники українськомовної культури демонструють у суто символічній формі прагнення встановити / підтримати солідарність з партнером по спілкуванню і тим самим виявити інтерес, увагу, повагу до нього, його поглядів, смаків, думок, але, мабуть рідше насправді прагнуть встановити і підтримати дружні стосунки з ним[17].

Такий низький відсоток компліментів типу «встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин» в американській культурі також можна пояснити тим, що загальне число усіх інших типів інструментальних компліментів у даній культурі перевищує відповідні показники у британській і українськомовній культурах (табл. 2.1), а це, у свою чергу означає, що американці частіше використовують комплімент для досягнення цілей відмінних від встановлення дружніх взаємовідносин.

Співвідношення щирих і нещирих компліментів у культурах, що порівнюються.

Найбільше число нещирих компліментів (25,1%) припадає на американську культуру, найменше (17,1%) — на українськомовну (табл.2.2).

Розподіл нещирих компліментів по типах і класах наведений у табл. 2.2. Деякі відмінності виявляються у розподілі нещирих компліментів по типах, які можна простежити за допомогою так званого коефіцієнта нещирості (КфН). Під КфН ми розуміємо відношення двох величин N і N_0 , де N — відносна кількість нещирих компліментів даного типу (коли за 100% приймається число усіх нещирих компліментів у даній культурі), а N_0 — відносна кількість усіх компліментів даного типу (коли за 100% приймається загальна кількість компліментів у даній культурі). Значення величин N_0 і N наведені у табл. 2.1 і табл. 2.2 відповідно.

Розглянемо такий приклад, що ілюструє обчислення КфН типу «психологічна підтримка» у британській культурі. У проаналізованій нами виборці нещирих КСД типу «психологічна підтримка» складають тут 15% від усіх нещирих КСД (табл. 2.2), тобто $\hat{N}_{\text{Пд}} = 15$;

Загальна ж кількість КСД цього типу складає 8 % від числа усіх КСД в цілому тобто $N_0(\text{Пд}) = 8$ (табл.2.1). Отже КфН типу «психологічна підтримка» дорівнює $K_{\text{фн}}(\text{Пд}) = N(\text{під}): N_0(\text{під}) = 15:8 = 1,88$

КфН є своєрідним показником концентрації нещирих компліментів у різних типах. У табл. 3.9 с. 118 указаний КфН для класів і типів компліментів у культурах, що порівнюються. З таблиці видно, що в усіх трьох культурах КфН етикетних компліментів і компліментів типу «встановлення /укріплення дружніх взаємовідносин» менше одиниці, тоді як для типів «Умовляння» і «Соціальне змашування» він є більшим одиниці; підвищена питома вага нещирих компліментів переважно спостерігається у типах, що належать до класу інструментальних КСД і проміжної групи. В американській культурі виділяється тип «Заохочення»: його КфН дорівнює 1,25, в той час коли у британській та українськомовній культурах він дорівнює лише 0,26 і 0,18 відповідно. Даний показник узгоджується з наведеними вище словами Вулфсон про те, що американцям притаманно відмічати навіть незначні

широко використовується американськими педагогами. Британська культура від двох інших відрізняється типом «Пивітання», у якого КфН <1. Це означає, що у ситуаціях повсякденних привітань британці у набагато меншій мірі, ніж представники американської і українськомовної культур, схильні говорити нещирі компліменти.

Згідно з нашою вибіркою, суттєвий розкид значень КфН спостерігається також у типі «Психологічна підтримка». У українськомовній культурі цей показник менше 1, тоді як у британській і американській — більше 1. Це може говорити про те, що представники українськомовної культури готові допомогти партнеру по спілкуванню віднайти впевненість у собі головним чином у тих випадках, коли вони оцінюють його позитивно і насправді добре до нього ставляться.

Етнокультурні фактори релевантні для аналізу вживання компліменту у культурах, що порівнюються.

Однією з принципових особливостей англomовних культур (британської та американської) є переважання в них індивідуалістичної орієнтації, ядро якої складає принцип індивідуальної свободи, зокрема, свободи людини у сфері економіки, політики і тієї сфери, що позначається поняттям «privacy» [16]. Це слово англосаксонського походження, і в українській, а також інших європейських мовах немає його еквіваленту. Воно часто вживається у повсякденному мовленні і відображає одну з найголовніших цінностей англосаксонської культури. Вираз «to have privacy» означає приблизно таке: «мати можливість робити без стороннього втручання деякі речі так, як людині хочеться, як їй потрібно». З цим поняттям тісно пов'язані право людини мати власну думку, погляди, смаки і обов'язок ставитись до іншої людини як до особистості, яка заслуговує на повагу, рахуватися з її правами, інтересами, думками, поглядами й смаками. Для порівняння зазначимо, що у радянському

суспільстві робився однобічний акцент на принцип колективізму, панував погляд, відповідно до якого індивід був лише елементом, «цеглинкою»,

37

функцією, ланкою у соціальній організації, лише учасником колективної, інституціоналізованої дії, об'єктом централізованого управління. У свідомості носіїв радянської культури міцно укріпилася соціальна установка на демонстрацію загальної рівності, що нерідко знаходило віддзеркалення у негативному ставленні до якостей, що відрізняли, виокремлювали людину у загальній масі.

У британському та американському суспільствах, які тривалий час зберігали й поважали інші традиції, звичаї та культурні цінності, склалися моделі поведінки, які, хоча й дещо відрізняються один від одного, все ж є суттєва схожість: вони, з одного боку, символізують повагу і гідність, з іншого боку, дозволяють людині зберігати непорушність кордонів своєї особистої сфери. Щодо відмінностей між Великобританією та США, то можна відзначити наступні моменти. За існуючими стереотипами, англійці вважаються дуже стриманими і закритими людьми. Кажуть, що у Великобританії легко зрозуміти місцеві пам'ятки, але набагато складніше зрозуміти місцевих жителів. Т. Тен зазначає, що в англійців ярко виражений так званий синдром «mind your own business» (займайся своєю справою). Вони не схильні робити перший крок, бути ініціаторами спілкування. «В автобусі або метро вони майже ніколи не починають розмову з сусідом для того, аби не нудьгувати в дорозі. Якщо з якихось причин потяг зупинився між станціями на півгодини, у вагоні стоїть така тиша, що можна почути як падає шпилька». Навіть такі нейтральні, з точки зору інших культур, питання як «Де ви живете?», «Чим займаєтеся?» поставлені незнайомій людині можуть бути розцінені як надто особисті. Американці ж, навпаки, справляють враження людей вельми товариських. Соціолог М. Є. Покровський[40], характеризуючи манери поведінки представників цієї

культури, вказує на властивість американців негайно демонструвати свою дружелюбність, гучно сміятися, широко посміхатися, хлопати вас по плечу і усіляко показувати ознаки щирого серця і доброзичливості.

38

Г. Вежбицька [21] зазначає, що для американців характерно узагальнене (generalized), не спрямоване на конкретну людину дружелюбне ставлення до усіх членів суспільства. Прикладом такої узагальненої, без конкретного спрямування, дружелюбності може слугувати поширена фраза «Have a nice day», яка часто адресується зовсім незнайомим людям. Іноді подібний напис можна побачити на формених емблемах у продавців або на вікнах таксі. Особливості поведінки англійців, що відрізняють їх від американців, очевидно, зумовлені тим, що Великобританія — країна з усталеними традиціями, де достатньо довго існувало уявлення про суспільство як ієрархію станів з чіткими межами, і була вироблена система суворих правил поведінки, що регулюють спілкування людей різних станів.

Кожен знає своє місце в суспільстві, і їх спілкування зазвичай обмежується країною, до якої вони належать. Тому англійці не настільки розвинені, як американці, і прагнуть виявляти доброзичливе ставлення до всіх. Що стосується американської культури, то тут можна розглянути той факт, що «однією з найважливіших передумов формування людського матеріалу, який складає американську націю, є процес імміграції»[20].

За словами Ю. О. Замошкіна, імміграція до США довела «існування, ідеали, цінності, потреби, почуття та настрої людей, які реалізували цю поведінку, і ці люди намагаються відобразити в соціальній реальності і замінити те, що вони залишають позаду» [26]. В результаті з'явилися нові моделі поведінки, які дозволяють людям досягати успіху в новому середовищі та максимально ефективно спілкуватися один з одним. Їх характеристика полягає в тому, щоб виявляти бажання налагоджувати і підтримувати добрі стосунки, проявляти дружелюбність до всіх членів

суспільства (абстрактно, без суб'єктивного забарвлення). Американський варіант інтерпретації поняття «добрі міжособистісні стосунки» Г. Вежбицька описує через формулу «Я хочу, щоб усі відчували щось добре» /I want everyone to feel something good/ (пор. запропоновані нею аналогічні формули для українськомовної та

39

польської культур «Я відчуваю щось добре по відношенню до тебе / вас» /I feel something good towards you/ і для японської культури «Я не хочу, щоби хтось відчував що-небудь погане» /I don't want somebody to feel something bad/) [26].

Незважаючи на вказані розбіжності у поведінці британців і американців, їхні культури мають спільне коріння, загальні фундаментальні цінності, і схожого між ними набагато більше, ніж відмінного. Це дає підстави багатьом дослідникам, що вивчають національно-культурну специфіку мовленнєвої поведінки, говорити про англо-американську культуру і називати її представників англо-американцями.

Отже, який існує взаємозв'язок між описаними вище етнокультурними відмінностями і виявленими нами відмінностями компліменту у МП представників трьох культур, що порівнюються?

Спробуємо висловити деякі припущення щодо того, чому в українськомовній культурі етикетні компліменти і компліменти проміжних типів менш поширені, ніж в англомовних культурах, і чому в англомовних культурах люди частіше, ніж в українськомовній культурі говорять нещирі компліменти.

Важливим чинником формування чітких правил етикету в англійській культурі є відносна стабільність її соціальної системи, що є необхідною умовою природної зрілості етикетної поведінки. Щодо української культури за радянських часів, то слід пам'ятати, що слово «етикет» з'явилося у промовах до 1960-х років. Це пов'язано з тим, що після державного

перевороту 1917 року воно відірвалося від історичної сцени світської аристократії і створило етикет як особливу символічну систему, що відрізняла малі країни від широких мас людей, тобто «пролетарську епоху».

Нове покоління «нових» людей сприймає етикет як законну форму неправдивої, нещирої та штучної поведінки, а її складний вигляд приховує незначні прояви аморальності. Описуючи особливості російського нігілізму,

40

П. О. Кропоткін звернув увагу на те, що нігілісти оголосили війну так званій умовній нереальності культурного життя. «Його (нігілізму) відмінною рисою була абсолютна щирість. І в її ім'я нігілізм відмовився сам і вимагав, щоби це саме зробили інші — від забобон, звичок і звичаїв, існування яких розум не міг виправдати. Усі форми зовнішньої ввічливості, що є одне лицемірство, були гидкими йому». Новий «радянський» етикет базується на моральних кодексах радянського народу, проголошує гуманітаризм, колективізм, правду, унікальні принципи тлумачення істини.

У більшості посібників з етикету, написаних радянськими авторами (напр. [31]) немає чітких вказівок щодо того, в яких ситуаціях необхідно сказати комплімент. Даються лише загальні рекомендації, відповідно до яких слід утримуватись від негативних зауважень на адресу співрозмовника і не слід приховувати свого щирого захоплення чимось. Це, можливо, почасти пояснює той факт, що у українськомовній культурі вдвічі менше типів етикетних компліментів, ніж в англомовних культурах, і що представники українськомовної культури говорять компліменти проміжних типів рідше, ніж представники англомовних культур.

Що ж стосується щирості, то вона займає різне положення у ієрархії цінностей, які детермінують правила мовленнєвої поведінки в англо-американській і українськомовній культурах. Якщо для англо-американців значно важливіше продемонструвати (нехай навіть формально) своє прагнення виявити своє дружелюбне ставлення до партнера по спілкуванню,

ніж виразити свої справжні почуття, емоції, оцінки, то представники українськомовної культури (втім, як і інших слов'янських культур, наприклад, польської) у стосунках між людьми цінують передусім щирість, глибини почуттів, близькість, взаємну довіру. Дуже цікавими нам уявляються міркування Г. Вежбицької з приводу такої характеристики людських взаємин, що впливає на МП, як близькість (closeness). Схематично дослідниця представляє значення даного поняття таким чином: «Х і Y знають: ми

41

відчуваємо щось добре по відношенню один до одного, тому кожний з них думає про іншого:

Я хочу знати, що ця людина відчуває /думає /хоче.

Я хочу, щоб ця людина знала, що я відчуваю /думаю /хочу

Тому кожний з них може знати, що інший відчуває /думає /хоче, у той час, коли інші люди цього знати не можуть». [39].

Дозволити комусь бути з вами означає довіряти цій людині і відчувати себе добре, якщо вона може: 1) знати вас краще за інших і 2) добре знати вас. Це приховує деякі небезпеки, тому що хтось, хто добре вас знає, може нашкодити вам. З'являється більше можливостей для розбіжностей, взаємних образ, відкритих конфліктів. Якщо ви цінуєте мир і злагоду у стосунках з оточуючими (тобто немає розбіжностей, конфліктів і взаємних образ), не варто шукати інтимних стосунків з партнером по спілкуванню. Тому інтимність у міжособистісних стосунках зберігається не в усіх культурах і є різною у всіх ситуаціях.

Розглянемо цю ситуацію. Якщо я маю до вас погане ставлення (наприклад, ви погано виглядаєте або зробили погані речі), я можу розповісти вам про це або приховати ці думки від вас. У першому випадку ви можете бути нещасними або ображеними, але ви принаймні будете знати, що я піклуюся про вашу поведінку або ваш зовнішній вигляд, що допоможе виникненню або збереженню наших стосунків. Якщо я мовчу, то для

збереження гармонії. За словами Г. Вежбицької, у цьому випадку представники української культури виберуть перше (тобто для них важливіша близькість стосунків), а британоамериканці — друге (тобто вони віддають перевагу гармонії, навіть якщо це формально).

З категорією близькості взаємин тісно пов'язана категорія щирості, зміст якої Г. Вежбицька виражає у вигляді формули «Якщо я не відчуваю X, я не повинен говорити: Я відчуваю X». Вона вважає, що цієї норми дотримуються у слов'янських та східноєвропейських культурах і не дотримуються в англо-

42

американській культурі, оскільки прийняті у ній правила поведінки приписують говорити, що ви відчуваєте щось добре незалежно від того, що ви відчуваєте насправді. Наочним прикладом можуть слугувати такі кліше як *Lovely to see you, Nice to have met you, Lovely day, isn't it* тощо. Вихідці зі східної Європи, що іммігрували в англomовні країни, нерідко зазначають, що розмовні кліше в англійській мові здаються їм нещирими. Так, наприклад, питання «*How are you?*» сприймається як нещире, тому що адресату цього висловлювання відомо, що насправді мовець не хоче знати, як себе почуває адресат і очікує, що буде дана позитивна відповідь «*Fine, thank you /very well, thank you/ not too bad.*»

Г. Вежбицька зізнається «Після 17 років прожитих в Австралії. Мене все ще заганяє у глухий кут псевдо питання «*How are you?*», оскільки мій власний культурний порив примушує мене відповісти щиро, хоча я знаю, що не повинна цього робити» [20]. Таким чином, в англо-американській культурі зовнішня гармонія взаємовідносин цінується вище ніж душевна близькість, щирість і правдивість. Досить давно англо-сакс Роджер Есчем (Roger Ascham 1550. Цит. по [53]) сказав: «Старайтеся не брехати, оскільки це безчесно, не говоріть усієї правди, оскільки в цьому немає необхідності; сказана доречно невразлива неправда набагато краща ніж нищівна правда».

В прагматиці подібну неправду прийнято називати «білою неправдою» (white lies) або «соціальною неправдою» (social lies). Дуже симптоматичною є той факт, що з п'яти прикладів «соціальної неправди», наведених Л. Коулмен і П. Кеєм три являють собою типові компліменти: «What a lovely party!», «The dinner was very good», «Oh, you wrote paper on lying? I found it extremely interesting».

Ми вважаємо, що все вищесказане пояснює, чому англо-американці частіше, ніж українська культура, говорять нещирі компліменти та фактори, які впливають на це.

43

2.3 Особливості функціонування компліментів як відображення англомовного менталітету

Світ, в якому ми живемо, — це сукупність абсолютно різних націй і культур. Кожна держава має свої звичаї. Більшість людей дотримуються певних кодексів поведінки та ведуть типовий спосіб життя жителів країни. Тому успіх спілкування з іноземними громадянами залежить не лише від відмінних мовних навичок та грамотності, а й від типових культурних бар'єрів та навичок етикету проживання співрозмовника. Культурні бар'єри можуть бути викликані непорозумінням між реципієнтом і реципієнтом, оскільки «сама культура – це сукупність традицій, ідей, вірувань, способу життя та національних особливостей; це стан душі, спосіб життя (хто їсть, п'є, і що робить).

Однак люди, які розмовляють різними мовами, все ж мають дещо спільне. Майже будь-кого можна привернути, використовуючи найціннішу майстерність, оволодіння мистецтвом похвали. Комплімент є частиною мовного етикету, це «набір стійких методів спілкування, і суспільство вимагає від нього встановлення мовних зв'язків між співрозмовниками».

У роботі ми торкнемося питання про менталітет жителів таких країн, як

Україна та Англія; порівняємо їхнє ставлення до компліментів, проаналізуємо приклади компліментів, у яких використовуються різні тактики та засоби підвищення рівня успіху комунікації. Як було сказано вище, населення Землі має різний менталітет залежно від території проживання. Наприклад, англійці – люди з суперечливим характером, яких дуже поважають у всіх країнах світу за їхню чуйність і гостинність. Але цей факт не заважає їм відчувати національну перевагу або ставитись із упередженням до всього іноземного. Вони продовжують шанувати свої традиції, залишаючись консерваторами. У той же час вони намагаються бути поблажливими до інших культур і навіть вказують це правило у книгах з етикету. Українці вважаються хитрунами з

44

широкою душею, від яких очікується будь-якого розвитку подій. У далекому ХІХ ст. П. Хохряков зазначав, що задушевність є особливою якістю української розмови. Саме тому у українській культурі походження терміна «емоційність» пов'язують із частим виявом щирості до співрозмовника під час розмови. Проте англійська, здавалося б, аналогічний термін “emotional” має суттєві відмінності: він хіба що ділиться на дві – “emotional” і “affectation” (“behaviour or speech that is not sincere – поведінка чи мова, яка є щирою” [50]).

Емоційна двоїстість уражає представників англійської культури. Уродженці Британії схильні до сентиментальності та сплеску почуттів у стресових ситуаціях, але, з іншого боку, можуть виражати емоції у стратегічних цілях, роблячи компліменти, звертаючись до перебільшення – overstatement [47]. В основі своєї комплімент - це оцінка, яка часто завищена. Вона безпосередньо стосується об'єкта компліменту, його зовнішності, якостей чи вчинків, причому часто навіть незначних. Мета використання overstatement – підвищити значущість вираження подяки, похвали, показати високий рівень доброзичливості до адресата. Досягнення цієї мети можливе за допомогою двох тактик: посилення значущості висловлювання

(intensification) та підкресленого перебільшення – гіперболізації (exaggerating). Першою тактикою користуються для налагодження доброзичливих відносин між співрозмовниками, у ввічливому спілкуванні яких наголошується на почуття іншої людини [41]. Підвищити експресивність слів можна за допомогою маркерів посилення (upgraders або emphasisers) – e.g. so, how, very, most, extremely, absolutely etc.

e.g. “Darling, you're looking absolutely wonderful... oh, what a lovely perfume, is it a new one? - «Дорога, ти виглядаєш зовсім чудово! <...> о, який прекрасний аромат, він новий?» (J. Asher, 127) e.g. “You are completely beautiful you know”. – «Ви прекрасні (J. Asher, 27). e.g. “You are so thoughtful”. – «Ти така дбайлива». e.g. "You're a dream come true". – «Ти здійснена мрія».

45

У українськомовній культурі також є свій набір про підсилювачів промови, наприклад: премного вдячний; велике вам спасибі; щоб я без вас робив; ви такі добрі; я щасливий вас бачити і т.д. Наприклад: «Як я щасливий, пані, що свого роду бачити вас. – Нам ще приємніше бачити таку особу» (Н. Гоголь); «Ця княжна Мері гарненька, – сказав я йому. – У неї такі оксамитові очі – саме оксамитові: я тобі раджу присвоїти цей вираз, говорячи про її очі; нижні та верхні вії такі довгі, що промені сонця не відбиваються в її зіницях» (Лермонтов. Герой нашого часу).

Проте з наведених прикладів видно, що україномовні компліменти наповнені величезною кількістю різних епітетів, порівнянь, присутня якась химерність у виразах, на відміну від англомовних компліментів, яким властива якась штамповість у підсилювачах мови – часте використання тих самих слів і виразів. Проте англомовні комунікатори, розуміючи семантичну спустошеність своїх маркерів, у формальній мові намагаються посилити значення компліментів за допомогою додавання емоційно-оціночних реплік, роблячи вирази більш розгорнутими.

e.g. Official situation: “May I be so bold as to compliment your dress?” – Чи

можу я наважитися висловити своє захоплення вашою сукнею? Unofficial situation: "I really love your dress!" - Я просто в захваті від твоєї сукні!

e.g. Official situation: "Tom, I couldn't help but notice your Mercedes. It's a beauty!" - «Том, я просто не міг не помітити твій мерседес. Який красунчик!"

Unofficial situation: "Nice car! Is it yours?" - "Гарна машина! Твоя?"

e.g. Official situation: "I admire your ability to + (verb)" – «Я захоплююся вашою здатністю + (дієслово)». Unofficial situation: "You can really (verb)". – «Ти чудово вмієш (дієслово)».

У виборі мовних засобів і українські, і англійські носії мови керуються ситуацією та контекстом розмови. Для демонстрації підвищеної уваги до співрозмовника незалежно від місця проживання прийнято розвивати тактику посилення тактикою підкресленого перебільшення (exaggerating). В

46

англійській мові використовуються такі засоби гіперболізації, як e.g. "love" замість "like"; "happy" замість "glad"; "super", "great" замість "good", "hate" замість "dislike". Крім того, лексичні та граматичні суперлативи ("brilliant", "marvelous", "fantastic", "most beautiful") у поєднанні з прислівниками інтенсифікаторами ("just", "really" etc.) створюють ефект подвійного посилення.

У українській мові ситуація схожа: «відмінно», «чудово» замість «добре»; «божественний», «приголомшливий», «чудовий» замість «красивий»; «геніальний», «винахідливий» замість «розумний». Проаналізувавши приклади компліментів із різних джерел, можна дійти висновку, що у Україні 22% компліментів виробляється у бік зовнішності співрозмовника. На друге місце (17%) українці ставлять здібності та вміння добре робити що-небудь, наприклад: співати, писати вірші, добре готувати; особлива увага приділяється рівню компетентності у роботі. Третє місце серед найчастіше вживаних компліментів у україномовному середовищі займають компліменти, які стосуються загальної оцінки людини (наприклад,

«Ти диво!»; «Моя мама – золота жінка!» тощо) (16%).

Для жителів Британії найчастішою хвалою є високий рівень моралі, цінуються такі внутрішні якості людини, як доброта, гарні манери, сміливість і чесність (18%). Компліменти на вигляд становлять 15% і ставляться на друге місце. Також часто оцінюється професіоналізм та здібності співрозмовника (13%). Крім того, і в тій та іншій країні компліменту може удостоїтися житло, одяг, прикраси, фізичні характеристики, а також невідповідність зовнішніх даних офіційного віку [29].

Однак слід бути дуже уважним, роблячи комплімент щодо віку. Порівн.: e.g. “Time is kind to you.” – “Час робить вас тільки кращим” (Lawrence. The Rainbow 1985: 154).

e.g. “You look young for your age.” – «Ви молодо виглядаєте для свого віку»

47

(Conan Doyle. The Man від Archangel 2000: 182).

Якщо перша фраза сприятливо позначиться подальшому підтримці розмови, то другий легко можна зачепити почуття співрозмовниці, похитнути її впевненість у собі, особливо якщо її вік досить невеликий.

Крім того, комплімент-шаблон є не найкращим способом звернути увагу на позитивні риси одержувача. Приклад такого компліменту в Англії: “Do angels also use underground?” – «Ангели теж користуються метро?». Українською мовою можна знайти аналогічний еквівалент: «А в раю знають, що в них зник найкрасивіший ангел?» Неможливо залишити непоміченим, що в Англії, хто говорить у неформальній обстановці, дотримуються такого правила, як *small talk*. Воно полягає у прагненні будь-якими можливими способами привернути до себе партнера бесіди. Британці вдаються до стратегії перебільшення навіть якщо насправді виділені якості дещо гірші за оцінку, яку висловлюють, а також якщо їхня власна думка є іншою. По-перше, вони говорять те, що хотілося б почути іншій людині, що викличе

у неї позитивні емоції. По-друге, вони всіляко перебільшують досягнення партнера з комунікації можливо за рахунок зменшення своїх позитивних якостей. По третє, вони вдаються до використання компліментів з приводом і без, можуть хвалити одну з рис кілька разів, різними словами.

Більше того, для успішної бесіди як компліменти можна використовувати прецедентні тексти – «фрази, добре відомі та широкому оточенню особистості, включаючи її попередників і сучасників, звернення до яких поновлюється неодноразово у дискурсі цієї мовної особистості» [29]. Це можуть бути цитати із загальновідомих кінофільмів та художніх творів. Як в англійській, так і в українській культурі можна знайти величезну кількість промовистих виразів: e.g. “You make me wanna be a better man.” – «Щоб сподобатися Вам, мені захотілося стати кращим» (кінофільм «Краще не буває»); e.g. “You have such a pretty face, ви повинні бути на Christmas card!” - «У вас дуже миле обличчя. Як на різдвяній листівці!» (Кінофільм «Ельф»); e.g.

48

“I'm madly in love with you. And it is not because of your brains or your personality. It is because you are beautiful, inside and out.” - "Я тебе шалено люблю. Не за розум і не за характер, а тому, що ти гарна всередині та зброї» (кінофільм «Маленька міс Щастя»).

Наприклад: «Ой, це Ви, Анфісо, Вас і не впізнати! І все одно найкраще! Вам навіть ватник йде!» (Кінофільм «Дівчата»); «Це студентка, комсомолка, спортсменка. Зрештою, вона просто красуня! (Кінофільм «Кавказька бранка»); «Який ти красень і молодець із себе став; що таке з тобою сталося? (А. Ф. Писемський "Люди сорокових років", 1869).

Завдяки використанню даних та інших цитат можна не тільки похвалити співрозмовника, викликати приємні емоції, а й показати йому рівень своєї ерудованості. Крім володіння вмінням красномовно висловлювати думки, необхідно також дотримуватися кількох правил, що стосуються доречності компліменту. Один з основних законів успішності

цього засобу комунікації – його вживання у потрібний час. Для прикладу досить уявити ситуацію, де доповідач презентує новий проект, до чого він готувався кілька місяців, а замість компліменту щодо змісту в його бік висловлюється похвала на вигляд. Інше правило – дотримання субординації. Не рекомендується робити надто особисті компліменти начальству.

Крім того, часто вживати в промові похвалу у бік людей, які стоять вище за посадою, не варто, тому що в основному це виглядає лицемірно. Зазначимо, що кожен має свої індивідуальні особливості, і деякі люди дуже емоційно сприймають будь-яку критику на свою адресу. Для пом'якшення удару і продуктивного діалогу надалі можна використовувати комплімент на адресу критику, наприклад: «Мені подобається, що ви ставитеся небайдуже до своєї роботи, але є невелика проблема...» Насамкінець хотілося б звернути увагу на те, що в різних країнах ставлення до компліментів може бути зовсім протилежним.

49

В Україні, наприклад, виділення якихось якостей, чи то зовнішність чи вміння, незнайомими людьми приймається з побоюванням та настороженістю. Українці часто можуть розпізнати корисливі приємні нотки у промові співрозмовника. Така фраза, як «Ви найкрасивіша дівчина у всьому світі!» швидше за все сприйметься негативно, оскільки звучить надто гіперболізовано та неправдоподібно. В Англії до похвали ставляться спокійніше і сприятливіше, оскільки там не прийнято сперечатися і слід показувати доброзичливість. Британці найчастіше хвалять манери, якості характеру, зовнішність співрозмовника. Їхні компліменти відрізняються високим рівнем ввічливості та стриманості. Але в будь-якій країні для досягнення успіху при акті комунікації співрозмовникам необхідно дотримуватись правил мовного етикету, вихованості та вибудовувати свою мову найбільш коректно. Необхідно зважати на ситуацію, враховувати особисті особливості адресата. Для посилення похвали слід вживати гарні

епітети, вирази, але в цьому питанні головне – не перестаратися, оскільки можуть звинувачуватись у нещирості. Комплімент – це насамперед прояв уваги до партнера, що, своєю чергою, є стратегією позитивної ввічливості.

50

РОЗДІЛ III

ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АНГЛОМОВНИХ КОМПЛІМЕНТІВ «КЕНТЕРБЕРІЙСЬКИХ ОПОВІДАНЬ» Д. ЧОСЕРА

3.1 Функції компліментарних висловлювань у творчості Д. Чосера

«Кентерберійські оповідання» — незавершений твір, створений поетом Джеффри Чосером наприкінці 14 століття. За структурою твір схожий на «Декамерон» Боккаччо, і це також збірка оповідань, які починаються з передмови, описують оповідача, а потім розповідають його історію.

До групи також приєдналися власник таверни Гаррі Бейлі та сам поет. Під час подорожі паломники розповідали різні історії за порадою веселого та дотепного Бейлі. Герої прологу представляють майже всі класи британського суспільства: лицарі та його сини, вільні селяни-фермери, ченці, бізнесмени, студенти Оксфордського університету, ремісники, юристи, лікарі та ін. Автор має їх детальний опис, кожен з них відзначається яскраво вираженою індивідуальністю, і водночас є чітким типом, з притаманними характеристиками, що представляють їх соціальний статус[48].

Служителі церкви подані в сатиричному плані. Як показано, це люди дуже надійно влаштовані в тогочасному житті, хоча користі від них немає жодної. Характерним є образ монаха — монастирського ревізора, який розтринькував монастирський прибуток як власний і насолоджувався всіма благами життя. Кожний обирає тему для розповіді і розповідає по-своєму, згідно з властивостями своєї особистості, культурним рівнем, поглядами й життєвим досвідом. Оповідання збірки різні за темами, жанровими

особливостями, стилем. Сюжети їх запозичено з різних джерел: з книжок, усних оповідок, безпосередньо з життя. Чосер використовував майже всі основні середньовічні літературні жанри, а також типові для нього байки, романи та примітивні проповіді. Загалом «Кентерберійські оповідання»

51

відрізняються реалізмом, а твори сповнені інтересу до реального світу та людей. Чосер описав світ, який він бачив і розумів: брудний і чистий, потворний і прекрасний; без відчаю і глузування, без прикрас і слізного захоплення. У його творах органічно поєднуються високе і низьке, смуток і радість, поезія і буденність. Від початку своєї творчості поет писав англійською. Стан національної мови того часу був дуже хаотичним. Чосер намагався навести порядок у цьому хаосі. Він використовував найрозвиненіший на той час лондонський діалект і надав йому певну міру стандартизації, пропонуючи тим самим роль єдиної літературної мови. У цьому сенсі він є засновником британської національної літературної мови.

Жага до життєвих явищ, особливо жага до розуміння людей та їх особистісних особливостей, є стрижнем таланту Чосера. У його часи це була типова нова особливість. Він шукав і зміг знайти риси в своєму характері. Іноді обмежується детальним описом зовнішності, чого цілком достатньо. Іноді він додає швидкий психологічний опис, і людина виявляється повністю. Іноді, якщо персонаж зацікавився ним, він зрозуміє це глибоко, і дрібна деталь охоплює все. Іноді він дасть уявлення про смак людини і вкладе йому в уста відповідний тон і зміст розповіді, як серйозну, так і іронічну[52].

Лицареві і синові його, зброєносцеві, личило розповідати романтичні історії, так само як вченому докторові - історичне оповідання про Аппія Клавдій і прекрасної Вірґинії або студенту про Гризельде, або другий черниці - про святої Цецилії. Але коли настоятелька, дама з ніжним серцем, що носила на браслетці девіз: "Amor vincit omnia" (любов перемагає все), оплакує кожну покарану собачку і кожну мишку в мишоловці, розповідає з

гострим душком ненависництво благочестиве легенду про дитину, нібито замученому євреями, - це має особливого сенсу. За іронією долі, трагікомедія Шантеклера закладена у священика монастиря: єдиний священик-чоловік у монастирі розповідає ідилічну поему в курнику, а півень Шантеклера — щасливий чоловік семи ніжних пір'яних дружин, які насолоджуються шлюбом. Ніхто не

52

отримав благословення церкви. Чосер — один із найвидатніших коміків у світовій літературі.

Його гумор м'який, а не злий. Він рідко переходить у сарказм, з його гумором — глибоким розумінням людських слабкостей і готовністю їх пробачити. Але він спритно використав інструмент гумору. Гумор є невід'ємною частиною його літературного таланту, і іноді він сам, здається, не помічав гумору та іронії, які впливають із його письма.

Іноді Чосер розгортає іронію, але все ж тому, що вона не завжди буде виділятися і її можна проігнорувати. Тому в розповіді економа він перерахував легковажні й мінливі випадки у тваринному світі, які завжди притаманні жінкам-кішкам, вовкам тощо[48].

А потім додає: «Всі ці приклади відносяться до чоловіків, що стали невірними, а зовсім не до жінок. Бо у чоловіків завжди більше прагнення задовольнити спрагу до нищих речей, чим у їхніх дружин» . Прийоми його надзвичайно різноманітні. Дантовський Золотий Орел втрачає у нього свою трагічну важливість і своє олімпійське пишність і починає вести простацькі мовою звичайнісінькі розмови. І так само легко півень Шантеклер і його кохана дружина, мадам Пертелотта підносяться над нікчемністю свого курника і, цитують в вченій суперечці Катона і святе письмо. Там зниження, тут сублимація однаково служать іронії. Але Чосер вміє користуватися і прямий іронічної промовою. Її він найчастіше вкладає в уста Гаррі Бейлі, господаря готелю. Гумор Гаррі - грубуватий, але б'є без промаху. Ось як,

наприклад, він вітає капелана жіночого монастиря, тільки що розповів скажу про Шантеклера: «Сер капелан, та будуть благословенні твої спідне! Весела була у тебе казка про Шантеклер. Але, сказати правду, будь ти мирянином, ти був би чудовим півнем . Тому що, якби у тебе було стільки полювання, скільки є сил, тобі знадобилося б, думаю, сім раз сім курок. Погляньте, які м'язи у цього молодця-священика, яка шия, яка ширина грудей. І очей у нього, як у яструба, і для бороди його не потрібно ніякої фарби, ні місцевої, ні привізною.

53

Спасибі, сер, за твою казку!» Іронія тут тим тонша, що ж настоятелька капелланова монастиря теж слухала лукаву подяку Гаррі[48].

3.2 Типологія компліментарних висловлювань «Кентерберійських Оповідань»

Починається все з явно богоугодного прологу, де автор вихваляє шляхетну мету походу - вклонитися мощам, і пояснює, як і з ким він туди потрапив. Першим описується лицар (the Knight), що ймовірно є прототипом Генрі Болінброка, згодом - Генріха IV. Його основна біографія складається з подвигів, решта - просто штампи, причому іноді дивно гіперболізовані, наприклад «скромний, як дівчина», в оригіналі:

And therewith he was sly and full privy,
And like a maiden meek for to see [52].

Аббатіс (the Prioress) - власник пансіону шляхетних дівчат з прекрасним умінням поводитися з їжею, залишаючись чистою. Дуже докладно описано і її жалість, і зовнішній вигляд. Тут же бачиться протиборство Англії та Франції, стверджується, що у Стратфорді французька мова краща, ніж у Парижі:

І по-французьки говорила плавно,

Як вчать у Стратфорді, а не кумедним
Паризьким квапливим говіркою [52].

Досить плавно Чосер переходить до монаха (the Monk), який у всьому чудовий, тільки полювання сильно любить і до розкоші прагне. З ним поряд – Кармеліт (the Friar), представник жебракуючого ордена ченців, і тут же триває тонка чосерівська іронія – Кармеліт відпускав гріхи за кількість підношень: З приємністю монах сповідав, Охоче гріхи відпускав.

Епітім'я його була легка,
Якщо не скупилася грішника рука [52].

54

Там же і купець (the Merchant) - знатний обманщик, який приховує справжній стан справ, займається лихварством і студент (the Clerk), який здався на другому вільному мистецтві - логіці, який жебракував, адже «йому милішому було 20 книг мати, ніж плаття дороге» . Він старанно займався науками, але це не дає доходу. Юрист (the Sergeant of the Law), що дбає за благо приватних власників, хвацько «злий» і бадьоро виправдовує тих, хто більше заплатить, і

Франклін (the Frankelin), епікуреєць, гостинний господар для всіх, представник графства. Фарбувальник (the Dyer), Тесляр (the Carpenter) і Ткач (the Webbe), які претендують на місця в Гілдхоллі, йшли з усіма, але тільки заради пошани та звання і щоб носити одяг красивіше.

Також ми знаходимо кухаря-професіонала (the Cook), Шкіпера, який відрізнявся жорстокістю, доктора медицини, дуже вченого, який спрацював з аптекарем, Батську ткаля (the Wife of Bath), горду і жадібну до розкішних нарядів і парафіяльного священика (the Parson), контра з вищеописаними ченцями своєю поміркованістю, доброчесністю та показовим прикладом.

У «Кентерберійських оповіданнях» Чосер зображує суспільство Нової Англії. У цьому суспільстві є позиція лицаря, як і йому місце в хаотичній компанії Кентерберійських пілігримів. Але вона була скрізь пригнічена, і

найбільш активна і гнучка частина класу феодалів під тиском середовища почала переходити шлях буржуазного господарювання. На зміну кавалерам прийшов середній клас. Чосер привернув їх з особливим ентузіазмом. Багато паломників Кентербері є багатими торговцями, ремісниками чи представниками вільних професій. На них одяг із добротного сукна, у них славні коні, у їхніх гаманцях є чим платити за постій.

Навіть хлібороб не бідний: справно сплачує десятину, виконує обов'язки, не скаржиться на долю. Чосер охоче вникав у подробиці життя купців і ремісників і не приховував цікавої сторони городян. Його ставлення до суспільства вищого класу не вороже, але іноді з тонкою насмішкою. Більш

55

очевидне знущання над духовенством, їх кілька і всі вони карикатурні, особливо ченці: можливо, є знаки та коментарі до проповідей Вікліфа [Степанова, с. 309].

Отже, найбільшу кількість у мовленнєвих актах становлять компліменти, об'єктами яких є характер співрозмовників. Жінки вважають, що іншими важливими рисами є зовнішність, місце проживання, а також розумові й фізичні здібності. Чоловіки ж, навпаки, вважають, що, порівняно з зовнішністю, здібності їхніх співрозмовників важливіші, тоді як дім, місце проживання як об'єкт компліменту взагалі не належить до структури маскулінних компліментарних мовленнєвих актів.

3.3 Лінгвокультурологічний аналіз компліментів «Кентерберійських Оповідань»

Враховуючи представлене визначення компліменту, його слід відрізнити від лестощів та похвали, так як «похвала передбачає оцінку якостей, знань, умінь адресата і отримати похвалу, потрібно зробити щось, виявивши себе з позитивного боку. Комплімент не обмежений у плані» [49].

Компліменти можна класифікувати за різними ознаками - у тому числі

їх

можна розділити на жіночі та чоловічі: не секрет, що зміст компліменту завжди

залежить від статі, а точніше гендера співрозмовника. Що ж таке гендер і чим він відрізняється від біологічної статі?

Гендер – це «соціальна стать, яка визначає поведінку людини в суспільстві, та те, як ця поведінка сприймається» [24], у той час як біологічна стать – це набір генетично визначених рис, визначальних роль процесі розмноження. Традиційно, існує два види гендера - чоловічий та жіночий, і саме в цьому сенсі говорять про психологічні особливості чоловіків і жінок.

56

В англійській лінгвокультурі люди, незалежно від соціальної статі, кажуть

компліменти з метою:

- Знайомство. У цьому випадку комплімент є лише приводом для початку розмови. Man of the monocle and bottle spoke surdenly out of the sky above Rosemary: "You are a ripping swimmer." [25]
- Підняття самооцінки співрозмовника. Ця мета є однією з основних цілей компліменту в англомовній лінгвокультурі "I don't believe I can. I'm afraid I'm too awkward, Maybe. I never danced, you know." "You awkward, Roberta," he exclaimed. "Oh, how crazy. Why, you're as graceful and pretty as you can be. You'll see. You'll be a wonderful dancer."
- Встановлення контакту. У даному випадку комплімент використовується, щоб продемонструвати розташування того, хто говорить. "To be sure, it's a fine house you have here-beautiful. And your wife is as pretty a woman as I ever saw, if you'll pardon the familiarity." [25]
- Зізнання в коханні. Розгорнуті, яскраві компліменти допомагають зробити визнання емоційнішим. "Moonlight and blue twilight--that is what you look like in that dress. I like it. Це belongs to you. You aren't exactly

pretty, але ви маєте деякі adorable beauty spots. Your eyes. And that little kissable dent just between your collar bones. You have the wrist and ankle of an aristocrat. Те, що маленький head of yours beautifully shaped. And when you look backward over your shoulder you're maddening--особливо в twilight або moonlight. An elf maiden. A wood sprite. Ваша довжина до лісів, Moonlight - ви повинні бути невідомими. Література, там є деяка жива і remote і untamed про вас. And you have such a nice, sweet, throaty, summery voice. Такий приємний голос для love-making."

- Підтримка дружніх відносин. Комплімент здатний найповніше висловити дружбу, прихильність, показати як дорогий співрозмовник. "We've had a decent time of it together, and that's a fact," said Roaring Abel.

57

"You're the best small sport in the world, and your little finger is worth the whole Stirling clan tied together. Good-bye and good luck.

У ході аналізу виділено дві групи гендерно-маркованих компліментів залежно від адресата:

а) Компліменти, адресовані жінкам Жінка в компліменті найчастіше сприймається як носія естетичної. функції: гарна, жіночна, чарівна. Про це свідчить зміст мовного акту компліменту, висловленого 60% жінок та 68% чоловіків в англійській лінгвокультурі та 55% жінок та 64% чоловіків у українській лінгвокультурі. Зрозуміло, для жінки найбільш важлива позитивна оцінка її зовнішності, краси обличчя та постаті, жіночності, освіти, фінансового статусу (її власного та її чоловіка), кар'єри (якщо жінка є бізнес леді), внутрішньої чарівності і т.д. Опора на гендерний параметр дозволила помітити загальну гендерну маркірованість чоловічих та жіночих компліментів у двох різних лінгвокультурах. Універсальні ознаки виявлені в характеристиках, які вибираються як предмета компліменту.

Отже, однією з найважливіших аспектів компліменту є гендер (соціальна, не біологічна стать). Проаналізувавши ситуацію, можна побачити

ту межу, де розрізняються вимоги до чоловіків і жінок, які висуваються суспільством.

Як правило, в жінці найбільше цінується зовнішність, здатність піднести себе в вигідне світло, а також типові риси жіночності: доброта, любов і співчуття.

Компліменти, призначені чоловікам, більш конкретні та достовірні, а також не настільки розмиті: на передній план висуваються розум, успішна кар'єра, вміння досягти розташування в суспільстві і спілкуватися з жінками. Тим не менш, і жінка може отримати комплімент щодо професійного успіху, а чоловік – з приводу привабливою зовнішності.

В даний час комплімент недостатньо вивчений з лінгвокультурологічної точки зору, ще менш осмислені особливості даного мовного акту в порівнянні

58

план. Як показує вивчений матеріал, цей мовний акт багатofункціональний і йому відводиться важлива роль як при встановленні контактів у процесі фатичної комунікації, і підтримки необхідного тону спілкування.

3.4 Стилiстичні засоби вербалізації компліментів

За способом вираження позитивної думки мовця про співрозмовника компліменти поділяють на два типи. Перший тип становлять висловлювання, що характеризують адресата. Вони виражають позитивну думку мовця про комунікативного партнера як особистість, його якості, дії, учинки, особисті речі, осіб, із якими він пов'язаний. Компліментарні висловлювання другого типу передають ставлення адресанта до адресата. За їх допомогою мовець описує свої позитивні почуття, емоції, враження, які викликає співрозмовник.

Оцінки, що маркують почуття симпатії, антипатії, прихильності, бай дужості та ін., тобто мають суб'єктивну основу, називають безпосередніми,

чи внутрішніми [25]. Оцінки, у яких ціннісна значущість об'єкта виражається шляхом указівки на наявність у нього якостей і властивостей, виявлених емпірично, що повно чи частково розкривають його функціональне призначення, базуються на об'єктивній основі (наприклад: хороша земля – врожайна, хороша сім'я – дружна, хороший друг – вірний, надійний, відданий), є опосередкованими, чи зовнішніми.

За аналогією до загальних і часткових оцінок розрізняють загально- та частковокомпліментарні висловлювання [25]. У перших дається оцінка адресату загалом, у других – оцінюються окремі його риси. Провести чітку межу між деякими групами частковокомпліментарних висловлювань не завжди можливо, тому в роботі не акцентується увага на поділі компліментарних висловлювань на загально- та частковооцінні.

Компліменти щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника. Ця семантична група компліментів репрезентована

59

найбільшою кількістю прикладів (28,5 % усіх компліментів вибірки). Сфера функціонування таких висловлювань не обмежується лише формальним спілкуванням, однак простежуємо їх домінування в ситуаціях ділової інтеракції. Розглянемо підгрупи компліментів щодо вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника.

1. Компліменти щодо виконання адресатом певних дій.
2. Компліменти щодо вмінь, навичок, знань.
3. Компліменти щодо успіху співрозмовника.

Такі компліментарні висловлювання представлено реченнєвими одиницями з лексемами ас, віртуоз, заслужений, знаменитий, знаменитість, знаний, легендарний, лексико-граматичними структурами Ваш подвиг високо оцінять; Ви визначна людина; Вітаю / поздоровляю з успіхом; Досягаєте великих успіхів; Маєте успіхи; Робите успіхи і т. д.

До цієї семантичної підгрупи можна віднести і висловлювання, у яких

стверджується наявність чогось, що свідчить про успіхи співрозмовника: влади, авторитету, визнання, досвіду, поваги, слави, багатства та ін. Їх репрезентують компліменти, до складу яких входять такі мовні засоби: лексеми авторитет, бувалий, геній, досвідчений, могутній, переможець, солідний та ін.; характеризувальні словосполучення багата людина, багатий жених, взірець для всіх / для наслідування, досвідчений сім'янин, заможний пан, чоловік народного депутата і т. д.; лексико-граматичні структури Вам випала честь / місія; Вас згадують / пам'ятають; Вас любить народ; Ваші заслуги всім відомі; Маєте маєтки; Ти – великий віщун і т. п.

Компліментами стосовно успіху співрозмовника є також висловлювання, що підкреслюють його статус, посаду, професію або соціальну роль.

4. Компліменти щодо здібностей та можливостей. Такі компліментарні висловлювання містять лексеми здібний, непересічний, обдарований, перспективний, талановитий.

60

Компліментарні висловлювання щодо здібностей і можливостей співрозмовника можуть також маркувати унікальність адресата й супроводжуватися протиставленнями співрозмовника іншим особам.

5. Компліменти – "констатанти" позитивних результатів, учинків, дій. Ідеться про "фактологічні" компліменти, у яких, на відміну від власне оцінних, оцінка є опосередкованою: багато зробили для села, відслужив у армії, допомагаєте, сам розробив весь план та ін. Для таких висловлювань характерне нанизування дієслів, переважно у формі теперішнього та минулого часу доконаного виду. У складі компліментів цієї семантичної підгрупи домінують дієслова на позначення дії: видати, захопити, зробити, передати, продемонструвати та ін.

Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата
Компліменти, предметом оцінки в яких постають інтелектуальні якості

адресата, становлять 14 % від загальної кількості компліментарних висловлювань, зафіксованих у картотеці. Такі висловлювання мають місце в ситуаціях ділового спілкування, здебільшого супроводжують запрошення, пропозиції, умовляння та переконування.

Оцінка розумових здібностей у компліментарних висловлюваннях часто здійснюється за допомогою лексем аналітик, голова, догадливий, інтелект, інтелектуальний, кмітливий, мислячий, мудрий, розважливий, розум, розумний, розсудливий, світлодумний, світлочолий, толковий, тямущий і т. д. У маніпулятивних контекстах позитиву лексеми на позначення інтелектуальних якостей можуть сполучатися з групами слів у таких парадигмах (за основу виокремлення груп взята схема І. В. Навроцької): а) "людина чи група людей": ви людина доброго розуму / мисляча, тямуща, мудрий батько, розумний учень / чоловік, розумна дитина / жінка, людина і т. д.

61

б) "голова та обличчя людини": комерчеська (розм.) / міцна, мудра, розумна, світла голова, мудрий погляд, розумні очі; Куди мені до ваших розумних і досвідчених голів; Твоя голова набита розумом; У вас голова, повна розуму; У вас розуму добра макітра; (Ваша) голова – кладезь премудрості та ін.,

в) "результати розумової діяльності людини": гарне / доречне, цікаве питання, добра / мудра, слухна думка, масштабний / мудрий задум, мудра порада, мудре слово, потрібне рішення, розумна відповідь, розумні ваші слова; Ваші слова – золото; Твоя рада мудра і велику обіцяє славу; Це дуже розумний погляд (на щось) і т. п.

г) "мовленнева чи розумова діяльність людини": мудро вчиняєш, мудро / розумно говориш, мудро міркуєш.

У тактиці підвищення значимості співрозмовника домінує парадигма "результати розумової діяльності людини". Узагальнену оцінку

інтелектуальних якостей адресата в маніпулятивних контекстах передають зазвичай висловлювання з лексемою розумний.

Серед компліментів, предметом позитивної оцінки в яких постають інтелектуальні якості, можна виокремити компліментарні висловлювання, у яких:

а) розумові здібності адресата є підставою для позитивного ставлення – захоплення, поваги: Захоплююсь вашою мудрістю; Поважаю тебе за розум; Схиляюся перед мудрістю ваших слів.

б) констатуються факти, що свідчать про наявність розумових здібностей у адресата: Бачиш у п'їтмі; Ви мені розплющили очі; Ти вмїєш читати думки співрозмовника; Ти розумїєшся на ... і т. д.

в) дається оцінка діям адресата чи результатам його праці, зокрема інтелектуальної.

г) прямо чи в непрямий спосіб стверджується наявність у співрозмовника інтелектуальних якостей: Ви дотепний; Ви надїлені неабиякими розумовими здібностями; Мудрість свїтїться в твоїх словах;

62

Мудрість твоя безмірна; У вас завжди ясність в голові; У вас стільки мудрості та ін., наприклад: (хлопець має намір одружитися з донькою директора) Не примушуйте мене повторювати банальщину. У вас аналітичний розум, ви все розумїєте. Я мушу вас бачити.

д) виражається згода: Ви праві!; Маєте (цїлковиту) рацію!; Погоджуюсь із вами повністю; Розумно!; Свята істина!; Слушна думка!; Слушно сказано і подїбне.

е) дається номїнація співрозмовнику за його інтелектуальними якостями: мудрагель, рицар мудрості, розумашка, розумник, розумниця і т. п.

ж) у прямій чи непрямій формї висловлюється необхідність поради чи консультації співрозмовника.

Комплїментарні висловлювання, що визначають межу оцінки розумових здібностей особи (комплїменти на зразок Ви досить / доволї

розумні), маніпулятивній стратегії позитиву не притаманні. Поодинокі приклади таких висловлювань зафіксовано в ситуаціях ділового спілкування при звертанні старшого за віком і вищого за посадою чи статусом адресанта до молодшого та нижчого адресата. Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата, відзначаються відносною частотністю в ситуаціях докору, а також переконування та вмовляння.

Висловлювання на зразок Ви розумніші, ніж я думав; Ви розумніші, ніж здаєтесь є конфліктогенними і не представлені в маніпулятивних контекстах позитиву.

Якщо ж висловлювання щодо розумових якостей співрозмовника має натяк на іронію, воно здебільшого нейтралізується вибаченнями, самоприниженням або іронічність "знімається" контекстом: маніпулятивна стратегія позитиву виключає конфлікти й спрямована на створення позитивної тональності спілкування.

Периферію цього семантичного різновиду компліментів становлять висловлювання, що маркують освіченість адресата. Їх репрезентують

63

компліменти з лексемами вчений, грамотний, знаючий, обізнаний, освічений (розм.), освічений та лексико-граматичні структури довго вчилися, маєте освіту, чули про вашу вченість і подібне. Опосередковано оцінку розумових здібностей передають за допомогою лексем далекоглядний, завбачливий, проникливий, спостережливий, стратег, хитрий тощо.

Серед маніпулятивно спрямованих компліментів висловлювання цієї групи становлять 12 % загальної кількості компліментів картотеки. Загальна позитивна оцінка в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву передається за допомогою таких мовних засобів: лексем найкращий, приємний, самий-самий (розм.), славний, файний (діал.), хороший і т. д.; словосполучень гарна / гідна, достойна, оригінальна, прекрасна, справжня, хороша, чудова

людина; ідеальний / справжній мужчина (розм.) / чоловік; ідеальна жінка; прекрасна / приємна дівчина / жінка, молода леді; приємний хлопець / юнак; справжня жінка (розм.) / жінка, леді; лексико-граматичних структур Ви – індивідуальність / молодець, (сформована) особистість; З доброго матеріалу вас зроблено; Не знаєш собі ціни і т. д.

Загальну позитивнооцінну конотацію в маніпулятивних контекстах можуть передавати й компліменти з лексемами козак, лицар, шляхтич. Одиначними прикладами в зібраному матеріалі представлено фамільярні компліментарні висловлювання, що дають загальну позитивну оцінку співрозмовникові. До цього семантичного різновиду певною мірою можна віднести також компліменти, які характеризують культурний рівень адресата. Великий шар висловлювань на позначення загальної позитивної оцінки становлять прямі та непрямі експресиви, що позначають прихильність до адресата. Серед висловлювань, які передають позитивне ставлення до співрозмовника, багато таких, що містять метафоризовані іменники. Непрямо загальну позитивну оцінку адресата передають компліментарні висловлювання, у яких мовець повідомляє про те, що давно знайомий з

64

адресатом, добре його знає, довіряє йому, щирий та відвертий із ним, а також висловлювання, що маркують потрібність адресата адресанту. Частка маніпулятивно спрямованих компліментів, що дають характеристику моральних якостей адресата, у вибірці становить 11 %. Такі висловлювання побутують у ситуаціях ділового та неділового спілкування, де мовець ставить короткострокові цілі щодо співрозмовника, чітко формулює своє прохання. Компліментарні висловлювання цього семантичного різновиду зазвичай супроводжують прохання. Але є приклади їх уживання з пропозиціями і запрошеннями.

До складу компліментів на позначення моральних якостей співрозмовника входять мовні засоби, що маркують: а) моральність та

духовну силу: духовний, духовно сильний, моральний, морально стійкий / чистий, ясний, порядний, совісний, Маєш совість; б) доброту: благ, благий, брат милосердя, добра душа, добрий, добродій, добросердий, милостивий, милосердний, сердечний, Маєш серце; Твоє серце добре / м'яке; У вас очі добрі та ін.; в) побожність: благочесний, богобоязний, віруючий, побожний, православний, християнин; г) чесність і справедливість: відвертий, правдивий, справедливий, чесна людина, чесний, щирий; Брехати / почуттів своїх приховувати не вмієш; Вірю тобі на слово; Вірю у вашу чесність; Ти завжди говориш правду; Ти людина, якій можна вірити; Ціную вашу чесність та ін.; д) альтруїзм, великодушність, здатність на глибокі почуття до інших: великодушний, дбайливий, доброзичливий, люблячий, людина, приклад людяності, саможертвний, турботливий, уважний (до інших); Ви до мене з відкритим серцем; Вмієте любити / цінувати, шанувати; Добре ставишся до ...; У вас стільки материнського клопоту про мою долю і под.; е) відданість та вірність: відданий, вірний, надійний, незрадливий; Відчув у вас надійність; Людина, котрій довіряю; Людина, що не підведе / тримає слово; На вас можна покластися і т. п.

65

Оцінку моральних якостей співрозмовника передають висловлювання, що містять лексему "душа". Її атрибутивними поширювачами в маніпулятивних контекстах часто виступають прикметники золота, світла, чесна, чиста, щира.

Периферію компліментарних висловлювань на позначення моральних якостей адресата становлять компліменти, предметом позитивної оцінки в яких постають щедрість і скромність. Зазвичай такі структури містять лексеми нескупий, скромний, скромняга, щедрий. Сполучення іменника характер із прикметником м'який опосередковано дають моральну характеристику особі.

До околу цієї семантичної групи можна віднести також компліменти з

лексемами благородний, лицар, шляхетний, що в контексті можуть набувати значення "моральний".

Значно меншою кількістю прикладів репрезентовано компліментарні висловлювання, у яких констатуються факти, що є виявом моральних якостей співрозмовника (зміг увійти в становище, намагаєтесь зрозуміти мою душу, не зрадив, не кинув на поталу ворогам і т. д.).

Частка компліментів на позначення зовнішності комунікативного партнера, ужитих із метою здійснення маніпулятивного впливу, у вибірці становить 10 %. Тут переважають висловлювання, у яких чоловіки звертаються до жінок (83 %). Це можна пояснити тим, що "жінки більше уваги приділяють своїй зовнішності й менш упевнені в собі, тому завжди прагнуть отримати підтвердження своєї привабливості від людей із близького оточення, особливо чоловічої статі. Чоловікам більш притаманне прагнення отримати оцінку власних учинків, продемонстрованих у дії якостей, результатів діяльності або належних їм предметів".

Серед компліментарних висловлювань цієї семантичної групи можна виокремити ті, у яких дається:

- а) загальна оцінка зовнішності
- б) "локальна" оцінка зовнішності
- в) оцінка фігури, зросту, комплекції
- г) оцінка зачіски, ходи, погляду
- д) оцінка одягу, аксесуарів, прикрас

Хоча в цілому компліментарні висловлювання щодо зовнішнього вигляду адресуються переважно комунікативним партнерам жіночої статі, здебільшого під час флірту, типовим є їх функціонування і в інших ситуаціях здійснення маніпулятивного впливу

66

67

ВИСНОВКИ

Комплімент є одним із головних серед засобів встановлення контакту. Враховуючи це, його вивчення має ґрунтуватися на лінгвокультурі певного народу. Аналіз компліменту як мовного акта з точки зору теорії мовних актів довів, що комплімент немає свого певного місця у теорії мовних актів. Мовні особливості компліментарного висловлювання, саме його емоційно-оцінна лексика, і навіть його властивість як висловлювання позитивної думки говорять про те, що вищенаведена думка може вважатися вірною.

Однозначно компліментарне висловлювання пов'язане з мовленнєвим етикетом, оскільки воно є одним із складових його одиниць. Ситуація спілкування, а також характеристика численних можливих інтенцій того, хто говорить, є тим, на чому ґрунтуються класифікації компліментарних висловлювань.

У ході аналізу діалогових витягів з літератури було виявлено, що компліментарні висловлювання мають три рівні, а саме фамільярний, офіційний та нейтральний. Рідко можна зустріти компліменти улесливого змісту, при яких розмовляючим рухають деякі корисливі цілі, проте вони часто схожі з похвалою свого інтенційного змісту. Для компліментів доречні ситуації привітання, подяки, а також компліментарні висловлювання підходять для початку комунікативної діяльності.

Ефективність компліментарного висловлювання відбивається в безпосередньої реакції слухача. У роботі представлений ряд можливих реакцій на певний рід компліментів, у тому числі у своєму вербальному та невербальному вигляді. Цей підхід до вивчення компліментарних висловлювань

дозволив виявити, а також описати основні характеристики компліменту як мовного акту, що сприяло виявленню його специфічної природи та

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агаркова О. А. Прагматические аспекты комплимента как форма речевого этикета : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук. : спец. 10.02.19 "Теория языка" / Агаркова Ольга Анатольевна ; [Челяб. гос. ун-т]. – Челябинск, 2004. – 22 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Флинта, 2010. – 288 с 3.
Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 322-362.
4. Багдасарян Т. О. Тональность как компонент модели речевого жанра (на материале речевого жанра «угроза») / Т. О. Багдасарян // Жанры речи : сб. науч. ст. / [отв. ред. В. Е. Гольдин]. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. – Вып. 3. – С. 240–244.
5. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Собрание сочинений : в 7 т. Работы 1940 – начала 1960-х годов. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5. – 732 с.
6. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1979. – С. 237–280. 7. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1986. – 431 с
8. Бацевич Ф. С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2005. – 264 с.
9. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 281 с.

10. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної девіатології / Ф. С. Бацевич. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2000. – 236 с.

70

11. Бацевич Ф. С. Речевой жанр и коммуникативный смысл / Ф. С. Бацевич // Жанры речи : сб. науч. ст. / [отв. ред. В. В. Дементьев]. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. – Вып. 4 (Жанр и концепт). – С. 112–122.
12. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2004. – 344 с
13. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія / Л. Р. Безугла. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
14. Безугла Л. Р. Історична динаміка мовленнєвого акту квеситива в німецькій та англійській мовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Л. Р. Безугла. – Х., . – 22 с.
15. Белова А. Жанрові і комунікативні параметри флірту / А. Белова, І. Дьяконова // Мова і концептуальні картини світу. – 2003. – № 9. – С. 14–17.
16. Беляєва І.А. Комунікативно-функціональні особливості неповних речень, які передають зміст суб'єктивної оцінки мовця в ситуації безпосереднього спілкування (на матеріалі англійської мови). Автореф. дис...канд. філол. наук. 10.02.04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 1996. – 16 с
17. Биценко Т. О. Історична динаміка експресивів негативної емоційності в англійському дискурсі XVI–XX ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. О. Биценко. – Х., 2004. – 20 с.
18. Бігунова Н. О. Рівнева структура мовленнєвих актів похвали і

схвалення / Н. О. Бігунова // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. Івана Франка. – 2007. – (32). – С. 117-119. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. – М.: Язык, 2009. – 512 с.

71

19. Богданов В. В. Классификация речевых актов / В. В. Богданов // 20. Вежбицкая А. Семантические примитивы // Семиотика. – М.: Радуга, 1983. – С. 225-252.
21. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
22. Вострикова Е. С. Комплимент как одна из форм фатического общения : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.ф.н., спеціальність : 10.02.04. Санкт-Петербург, 2010. 18 с.
23. Голубнича О.І. Семантико-функціональні особливості висловлювань, спрямованих на підтримку адресата (на матеріалі англійської мови). Автореф. дис...канд. філол. наук. 10.02.04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 1994. – 24 с.
24. Горбунов А. Н. Чосер Средневековый / А. Н. Горбунов. – М. : Лабиринт, 2010. – 355 с.
25. Демиденко О. П. Лінгвокультурні типажі британців та українців у лінгвосеміотичному аспекті / О. П. Демиденко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. – 2016. – Вип. 60. – С. 28–32. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2016_60_13
26. Замошкин Ю.А. Вызовы цивилизации и опыт США: История, психология, политика. – М.: Наука, 1991. – 306 с.
27. Зубець Н. О. Прагматика компліментного акту мовлення. Науковий вісник Харківського державного університету. Харків, 2015. Вип. 22. С. 142-147.

28. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК „Гнозис”, 2002. – 333 с.
29. Ключко Л.И. Похвала в ряду родственных речевых актов в английском языке. – Харьков: Константа. – 2001. – С. 47-57.
- 72
30. Кокойло Л.О. Компліментарні висловлювання в сучасній англійській мові (структура, семантика, вживання). Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 1996. – 24 с.
31. Колеснікова І. А. Комплімент і антикомплімент у міжкультурній комунікації (на матеріалі української, англійської та російської мов). Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (15 берез. 2016 р.) редкол.: І. А. Колеснікова. Київ : КНЕУ, 2016. С. 92–94. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/43282074.pdf> Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Volume 9, No. 2/2021
32. Кузенна Н. Мовний акт «комплімент» в сучасній комунікації. Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Вінниченка. Серія : «Філологічна». Кіровоград. 2010. Випуск 89 (2). С.21-26.
33. Леонтьев В.В. Женские комплименты в английской лингвокультуре // Вестник ВолГУ. Сер.2: Языкознание. – Вып.1.– 2001. – С. 118-123. Личностные аспекты языкового общения. – Калинин : Калинин. гос. ун-т,
34. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
35. Маслова В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр “Академия”, 2004. – 208с.
36. Мищенко В.Я. Классификация речевых актов комплимента // Вісник Харківського державного університету: № 390. Актуальні проблеми теорії комунікації та викладання іноземних мов. – Харків: Константа,

37. Мищенко В.Я. Косвенные способы реализации иллокуции комплимента // Вісник Харківського державного університету: № 430. Романо-германська філологія. – Харків: Константа, 1999. – С. 101-107.
38. Міщенко В. Я. Комплімент в мовленнєвій поведінці представників англomовних (британської та американської) культур : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2000. 18 с.
39. Петелина Е.С. Некоторые особенности речевых актов похвалы и лести //Синтагматический аспект коммуникативной семантики: Сб. науч. тр. - Нальчик: Изд-во Кабардино-Балкарск. ун-та, 1985. – С. 150- 154.
40. Покровский Н.Е. Добрые советы для господ русских, не намеревающихся оставаться в Америке // Социологические исследования. – 1994. - №1. – С. 74-79.
41. Почепцов Г.Г. Прагматика предложения // И.П.Иванова, В.В.Бурлакова, Г.Г.Почепцов. Теоретическая грамматика современного английского языка. - М.: Прогресс, 1981. - С. 257-281.
42. Почепцов О.Г. Основы прагматического описания предложения. – Киев: Выща школа. Изд-во при Киев. гос. ун-те, 1986. – 115 с. 43.
- Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. – Львів: В-во „СПОЛОМ”, 2001. – 223 с.
44. Серебрякова Р.В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2001. – №1.
45. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 170–194.
46. Серль Дж. Р. Природа интенциональных состояний: Пер. с англ. //

47. Сухарев В.А., Сухарев М.В. Европейцы и американцы глазами психолога. – Минск: Беларусь, 2000. – 366 с.
48. Чосер Дж. Кертерберійські оповідки. Оповідь Лицаря / [Пер. Максим Стріха]. – Режим доступу: <http://rsjournal.kpu.zp.ua/archive/25-26-2016/16.pdf>.
49. Янова О.А. Номінативно-комунікативний аспект позначення усмішки як компонента невербальної поведінки (на матеріалі сучасної англійської мови). Автореф. дис...канд. філол. наук. 10.02.04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – Київ, 2002. – 20 с.
50. Яшенкова О.В. Оцінні номінації в англійському діалогічному мовленні. Автореф. дис... канд. філол. наук. 10.02.04. – Київ: Націон. ун т ім. Т. Шевченка, 1995. – 23 с.
51. Brewer D. S. Chaucer's Knight as Hero, and Machaut's Prise d'Alexandrie. Heroes and Heroines in Medieval English Literature / D. S. Brewer. – Cambridge, 1994. – 230 с.
52. Chaucer J. Canterbury Tales / J. Chaucer. –London : C. Knight & Co, 1999. – 160 с Джеффри Чосер. Кентерберийские рассказы. Пер. Кашкин И. М.; Художественная литература, 1973. – 528 с
53. Manes J. Compliments: A Mirror of Cultural Values // Sociolinguistics and Language Acquisition. N. Wolfson, E. Judd (Eds.) – Rowley: Newbury, 1983. – P. 96-102.
54. Wolfson N. An Empirically Based Analysis of Complimenting in American English // Sociolinguistics and Language Acquisition. N. Wolfson, E. Judd (Eds.) – Rowley: Newbury, 1983. – P. 82-95.

ДОДАТКИ

Додаток А

Типи й класи компліментів у американській (США), британській та українськомовній культурах (за 100% прийнято загальну кількість компліментів у даній культурі)

Умовні позначення: РЕН — «Реакція на елемент новизни»; Вч — «Вечірка»; ДР — «Зустріч після довгої розлуки»; ВВ — «Вираження вдячності»; ПП — «Прийняття подарунку»; Пз — «Поздоровлення»; Пр — «Привітання»; Зн — «Знаймство»; Инт — «Інтимні компліменти»; ДВ — «Укріплення дружніх взаємовідносин»; У — «Умовляння»; Пд — «Психологічна підтримка»; СЗ — «Соціальне змащування»; Зх — «Заохочення»; МР — «Маніпуляція ходом розмови».

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Україномовна культура
РЕН	3,7	4,2	-
Вч	0,7	1,9	-
ДР	1,4	0	4,6
ВВ	4,4	5,7	5,5
П П	1,4	1,6	-
Пз	3,7	0,3	0,6
Етикет. в цілому	15,3	14,3	10,7
Пр	4,1	3,5	2,5
Зн	1	1,3	0,9
Інт	5,1	2,5	-
Проміж. в цілому	10,2	7,3	3,4
Етикет. I проміж. в сумі	25,5	21,6	14,1
ДВ	33	43,5	46,7

У	8,2	8,6	7,6
Пд	9,8	8,0	8,9
СЗ	6,5	8,0	8,9
Зх	10,2	5,4	9,2
МР	6,8	4,9	4,6
Інструм. в цілому	74,5	78,4	85,9

Додаток Б

Таблиця 2.2.

**Нещирі компліменти (у %; за 100 %
прийнято загальну кількість нещирих компліментів
у даній культурі)**

Умовні позначення: РЕН — «Реакція на елемент новизни»; Вч — «Вечірка»; ДР — «Зустріч після довгої розлуки»; ВВ — «Вираження вдячності»; ПП — «Прийняття подарунку»; Пз — «Поздоровлення»; Пр — «Привітання»; Зн — «Знаймство»; Инт — «Інтимні компліменти»; ДВ — «Укріплення дружніх взаємовідносин»; У — «Умовляння»; Пд — «Психологічна підтримка»; СЗ — «Соціальне змашування»; Зх — «Заохочення»; МР — «Маніпуляція ходом розмови».

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Україномовна культура
РЕН	3,9	5,5	-
Вч	1,3	-	-
ДР	1,3	-	3,5
ВВ	1,3	2,7	3,6
П П	2,5	-	-

Пз	2,5	1,4	-
Етикет. в цілому	12,8	9,6	7,1
Пр	7,7	1,4	5,2

77

Зн	1,3	2,7	-
Інт	2,6	1,4	-
Проміж. в цілому	11,6	5,5	5,2
Етикет. І проміж. в сумі	17,9	26,0	37,3
ДВ	11	11,0	20
У	14,1	15	5,2
Пд	15,4	24,7	20
СЗ	12,8	1,4	1,7
Зх	3,9	6,8	3,5
МР	75,6	84,9	87,7
Інструм. в цілому	25,1	23,1	17,1