

Національний університет «Острозька академія»

Факультет романо-германських мов

Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

(проект)

на тему

«Лінгвокультурні особливості англійських компліментів (на прикладі художньої літератури)»

Виконала; студентка 6 курсу,

групи ЗМА-2

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: германські мови та

літератури

(переклад включно) перша – англійська

Джура Інна Андріївна

Керівник Лушпай Людмила

Рецензент _____

Острог - 2022 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА	
ВИСЛОВЛЕНЬ КОМПЛІМЕНТУ	6
1.1. Мовленнєвий етикет у системі мовної комунікації	6
1.2. Етимологія «компліменту» та його різновиди в системі	
мовленнєвих актів	17
1.3. Висловлення компліменту у площині міжособистісної	
комунікативної взаємодії	32
Висновки до розділу 1	38
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ КОМПЛІМЕНТАРНИХ	
ВИСЛОВЛЕНЬ В ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ	40
2.1. Соціокультурні особливості англійський компліментарних висловлень	40
2.2. Гендерний аспект англомовних компліментарних висловлень	55
2.3. Компліменти як засоби комунікативної взаємодії в художніх текстах	68
Висновки до розділу 2	88
ВИСНОВКИ	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Останніми роками лінгвістика характеризується посиленням інтересом до розробки проблем взаємозв'язку мови та культури, які ставлять своєю метою комплексне й всебічне дослідження традицій мовних носіїв, їх звичок, внутрішнього світу, побуту, обрядів, а також форм і засобів їх вираження, що й зумовлює актуальність статті. Одним з невід'ємних компонентів сучасної комунікації є комплімент, який детермінується суспільними нормами, ситуативно-обумовленим характером і національними особливостями.

Актуальність теми визначається посиленням інтересу дослідників до комунікативно-прагматичного аспекту мови і поширення погляду на мову не тільки як на форму життєдіяльності людини, вияв її особистісних характеристик, способ організації міжособистісного спілкування, але і як на знаряддя впливу. Вивчаючи механізми здійснення мовленнєвого впливу, мовознавці сьогодні часто послуговуються тріадою «стратегія», «тактика», «прийом». «Серед комунікативних стратегій, до яких удається мовець для зміни поведінки чи ментального й емоційно-психічного стану співрозмовника, вирізняється маніпулятивна стратегія позитиву, основним жанром якої є компліментарне висловлювання – висловлювання, що містить позитивну оцінку адресата з боку мовця і вживається мовцем, щоб викликати в адресата позитивний емоційний стан» [100, с. 5].

Ступінь дослідженості теми. Дослідженню компліментарних висловлювань присвячено чимало мовознавчих праць вітчизняних і зарубіжних учених. Багато з них виконано на матеріалі романо-германських мов. Ідеться про роботи Н. Вульфсон, Дж. Мейнз, Є. С. Петеліної, Л. О. Кокойло, В. Я. Міщенко, В. В. Леонтьєва та ін. У згаданих мовознавчих працях компліментарні висловлення аналізувались або з позицій теорії мовленнєвих актів та теорії мовленнєвої діяльності, або концепцій ввічливості, де їх основною соціальною

функцією постає встановлення і посилення солідарності між комунікантами, демонстрування добрих намірів.

Таке суперечливе відношення компліменту викликає пильнішу увагу до вибраної теми кваліфікаційної роботи.

Метою та завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження компліменту як єдності іллокутивного акту, перлокутивного акту та соціальної дії в англomовному усному та письмовому дискурсі.

Поставленою метою передбачено коло конкретних завдань:

- 1) розкрити мовленнєвий етикет у системі мовної комунікації;
- 2) розглянути етимологію «компліменту» та його різновиди в системі мовленнєвих актів;
- 3) оцінити висловлення компліменту у площині міжособистісної комунікативної взаємодії;
- 4) прослідкувати соціокультурні особливості англійський компліментарних висловлень;
- 5) вказати на гендерний аспект англomовних компліментарних висловлень;
- 6) проаналізувати компліменти як засоби комунікативної взаємодії в художніх текстах.

Об'єктом дослідження є компліментарні висловлення у мовленнєвій поведінці представників англomовної культури.

Предметом аналізу є комунікативно-прагматичні та етнокультурні характеристики компліментарних висловлень в англomовному дискурсі.

Матеріалом дослідження слугували фрагменти дискурсів з компліментарними висловленнями, відібрані методом суцільної вибірки з художніх творів англomовної літератури.

Методи дослідження. При вирішенні поставлених у кваліфікаційній роботі завдань було використано ряд методів сучасної лінгвістики, зокрема контекстно-

ситуативний аналіз, інтенціональний аналіз, мовленнєвоактовий аналіз, а також метод відсоткових відношень.

Наукова новизна дослідження. В кваліфікаційній роботі уперше дістав розвиток аналіз компліментів в різних культурах (американській та англійській) на основі гендерного порівняння. Також новизною відзначається формування компліментарних висловлювань в особливий лінгвістичний напрямок.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані при вивченні та подальшому дослідженні проблематики компліментарних висловлювань за видами слів, їх напрямками та гендерним спрямуванням.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота має структуру, яка зумовлена визначеною метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота написана на 102 сторінках друкованого тексту. З них основний текст займає 78 сторінок. Список літератури вміщує 139 джерел.

РОЗДІЛ 1. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИСЛОВЛЕНЬ КОМПЛІМЕНТУ

1.1. Мовленнєвий етикет у системі мовної комунікації

Сьогоденна лінгвістика, з одного боку, впевнено продовжує розширювати свої горизонти за рахунок залучення здобутків різних сфер наукового знання, а з іншого, – «шукає нові аргументи для вичерпної відповіді на запитання щодо онтологічної організації мови як системи» [58, с. 31], поставлене ще структуралістами на початку ХХ століття, що, здавалося б, уже і не викликає наукової дискусії, проте «пояснює її суто з іманентного погляду (як сукупність елементів, пов'язаних між собою певними зв'язками і відношеннями)» [92, с. 44].

З-поміж нових позицій щодо організації мови як системи варто назвати найголовнішу – антропоцентричну, суть якої вже неодноразово розкривалася у сучасних лінгвістичних дослідженнях Є. С. Кубрякової [45], І. М. Кобозєвої [49], А. В. Корольової [58], Ю. С. Степанова [81]. Основне питання, яке обговорюється, пов'язане з тим, яку роль виконує людина в цій системі як носій мови, як представник певної лінгвокультури; як взаємодіє людина з середовищем і як впливають результати цієї взаємодії на розвиток мовної системи? Слід визнати, що частково А. В. Корольова вже дала відповіді на ці запитання в багатьох фундаментальних працях [58], натомість розуміння мови як системи залишається все ще традиційним у класичних працях із загального мовознавства (М. П. Кочерган, С. В. Семчинський).

На підтвердження актуальності порушеної проблеми, слідом за І. О. Голубовською [17, с. 22], наведемо цитату з праці А. Вежбицької «Мова є інтегрованою системою, де все розраховано на вираження значення: слова, граматичні конструкції, різні «іллокутивні» засоби (включаючи інтонацію) [...]. У природних мовах значення виступають інтерпретаціями людиною навколишнього середовища. Значення є суб'єктивним, антропоцентричним, багато в чому культурно детермінованим і відбиває як культурно зумовлені типи соціальної

взаємодії, так і об'єктивні риси навколишнього світу» [110, р. 16–17]. При цьому варто зазначити, що культурно зумовлена соціальна взаємодія може бути успішною у разі дотримання комунікантами правил мовленнєвого етикету, встановлених у конкретній етнокультурі, які реалізуються за допомогою адекватних мовних засобів, якщо ширше розуміти, – то мовних значень.

XXI століття загалом уже назвали епохою Глобального або Всесвітнього спілкування. І для того, щоб таке спілкування було ефективним, необхідно подолання однієї перешкоди – мовного бар'єру. Очевидно тому настільки часто науковці звертаються до вивчення національних характерів, менталітетів та інших стереотипів поведінки носіїв різних мов тощо. Цитуючи І. Р. Корольова, який покликається на Й. А. Стерніна, відзначимо, що «національний характер – це психологічні стереотипи поведінки народу, а національний менталітет – національний спосіб сприйняття й розуміння дійсності, зумовлений комплексом когнітивних стереотипів нації» [82, с. 24–25]. Відтак, «національний менталітет є національним способом осмислення буття на ґрунті сформованих у національній свідомості стереотипів – готових думок, схем пояснення явищ [...]» [82, с. 25].

Глибинні витоки цих питань сягають праць В. фон Гумбольдта, який стверджував, що «мова «насичена» думками і переживаннями попередніх поколінь, зберігає їх живе дихання, її звуки та слова пов'язують предків та нащадків [...]». Мова залишається для поколінь наступних, які пізнають її глибину та через неї розуміють своїх попередників» [19].

У своїх дослідженнях різних національних мов, їх законів В. фон Гумбольдт намагався вивести спільний закон творення та передачі думки, що мав би ґрунтуватися на загальнолюдському в кожній нації. Проте, за всіх загальних умов у житті кожного народу є властиві лише йому реалії, з-поміж яких важливе місце посідають стійкі формули спілкування – формули мовленнєвого етикету, що «приписуються суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримки спілкування в обраній тональності згідно з

соціальними ролями і рольовими позиціями, взаємними стосунками в офіційних і неофіційних ситуаціях» [50, с. 413].

Нові перспективи вивчення етикету відкрилися завдяки застосуванню осеміотичних процедур до аналізу комунікації та поведінки людини у суспільстві. Зростання інтересу до питань етикету українських (С. К. Богдан [10], Я. Радевича-Винницького [70], М. П. Фабіан [89]), російських (В. І. Бакштановського [7], Н. І. Формановської [92; 93], О. І. Титаренка [88], Т.В. Цив'ян [95]), американських (Р. П. Вольфа [14]) дослідників пояснюється і новим осмисленням самих феноменів комунікації (як акту спілкування) та поведінки. При знайомстві з культурою та побутом чужого народу перше, що вражає, поряд із відмінностями в матеріальній культурі, – то це особливості поведінки у стандартних ситуаціях спілкування. І не випадково, що у працях етнографів, коли йдеться про відмінності одного народу від іншого, перш за все згадуються “дивні” обряди, звичаї і звички. Очевидно саме відмінності правил поведінки в подібних ситуаціях стимулювали той інтерес до побуту різних народів, який став одним із основних об’єктів вивчення в етнографії. Перші етнографічні описи стосувалися правил спілкування, причому йшлося ще не про власне етикет, а про звичаї та обряди.

Для глибшого осмислення поняття етикету, спробуємо з’ясувати його значення в лексикографічних джерелах та у працях науковців, що вже робили спроби його витлумачити з різних позицій.

Так, французьке слово *étiquette* має два значення: 1) «ярлик», «етикетка», «напис» і 2) «церемоніал», «етикет», запозичене з голландського *sticke* («кілочок»), яке спершу означало кілочок, до якого прив’язувався папірець з назвою товару, пізніше – і сам папірець із надписом. На основі значення «напис» розвинулося вужче значення “записка з позначенням послідовності перебігу церемоніальних дій” і далі – «церемоніал». Ще на початку ХХ ст. під етикетом у нашій мові розуміли «ярлик, що наклеюється на пляшки й обгортки товарів із

позначенням назви, торговця та виробника», тобто основне значення, яке закріпилося за цим поняттям, пов'язувалося зі словом етикетка [50, с. 823].

Власне ж поняття «етикет» почали досліджувати у контексті проблем міжособистісної взаємодії представників однієї етнокультури [52; 65], а згодом – як координацію мовленнєвої поведінки в міжкультурній комунікації [27; 42]. Визначити його термінологічне поле і сьогодні не так просто, як це може здатися на перший погляд. Зазвичай, розглядають як «сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей (поведінку, форми звертань і вітань, поведінку у громадських місцях, манери одягу тощо)» [10, с. 220]. Проте це визначення не є оптимальним, адже не враховує відмінностей між побутовими, обрядовими, ритуальними, офіційними, діловими й іншими ситуаціями спілкування, адже «поведінка у громадських місцях» може мати як суто побутовий, утилітарний характер, так і ритуальний, зумовлений міфологічним сценарієм.

Більш коректним можна вважати бачення етикету, розкриті у працях Т. В. Цив'ян, під яким вона розуміє такі «ритуалізовані правила поведінки людини у суспільстві, які відображають суттєві для цього суспільства соціальні й біологічні критерії, потребуючи застосування спеціальних прийомів (бо в широкому сенсі будь-яка поведінка цивілізованої людини може бути визнана етикетною), що відображають певні відносини і зв'язки, наявні у колективі. Саме поведінка допомагає виявити структуру колективу. Основною етикетної комунікації членів колективу буде визначення позиції і місця кожного його члена у суспільстві, що відображають ієрархію в людському колективі і задовольняють обидві сторони спілкування» [95]. Натомість, і у цій дефініції характеристики етикету не є вичерпними і самодостатніми, бо йдеться про спілкування загалом, а не про етикетні його форми. Поняття спілкування є набагато ширшим від етикету, який завжди реалізується у спілкуванні, утім, не всяке спілкування є етикетом.

На думку Н. І. Формановської, «для реалізації формул етикету потрібна скоординована система дій комунікантів, тобто певні «координати»» [93]. Перш за все, в основу цієї системи покладено комунікативну ситуацію, в якій етикет набуває мовленнєвого статусу, реалізується у ситуації безпосереднього спілкування

комунікантів за допомогою так званих стійких формул спілкування (одиниць мовленнєвого етикету): випрадання (І. Корольов [43]), побажання ([53]), каяття (С. Дорда [27]) тощо, основна мета яких – вплинути на співрозмовника, продемонструвати своє ставлення до нього, а головне, – підтримати міжособистісне спілкування. З огляду на такі відношення і зв'язки комунікативної ситуації і мовленнєвого етикету, можемо, слідом за Н. І. Формановською, представити модель мовленнєвого етикету як систему координат міжособистісної комунікації [93].

Комунікативна ситуація відбувається за безпосередньої участі мовця – «я» і адресата-співрозмовника – «ти» (чи співрозмовників, їх може бути кілька: етикетна ситуація завжди діалогічна, бо передбачає спілкування, навіть, якщо її учасники (мовці) розділені часом чи простором). За словами Т. В. Цив'ян, «виконання кожного правила завжди спрямоване на певного адресата й вимагає обов'язкової відповіді» [95, с. 8], бо «дія здебільшого відбувається «тут» і «тепер» (якщо йдеться про усне спілкування)» [93].

Комунікативні ролі учасників спілкування взаємозумовлені: з одного боку, вони визначаються їх статевими і соціальними ролями, а з іншого, – є функцією самого комунікативного акту, задаються ним. Початку спілкування передують стадії орієнтації, коли кожен партнер обирає свою тактику поведінки. Для того, щоб здійснити такий вибір, необхідно врахувати цілу низку параметрів комунікативної ситуації, і, в першу чергу, співвіднести свій статус зі статусом партнера. Такі ознаки, як стать, вік, суспільне становище, національна та конфесійна приналежність, родинні зв'язки або їх відсутність, ступінь знайомства та деякі інші диференціюють комунікативний статус. У кожному конкретному випадку одні ознаки актуалізуються, інші ж – нейтралізуються. Зрозуміло, що актуалізуються відмінності, а нейтралізуються збіги. Чим більше ознак, за якими учасники спілкування «не збігаються», тим, зазвичай, вищий ступінь етикету та обов'язковість дотримання правил. Зрештою, всі актуальні для етикету протиставлення можуть бути представлені у вигляді опозицій вищий/нижчий або вищий/молодший, що розуміються у соціальному сенсі, бо для етикету є вкрай

важливим сам факт нерівності. Етикет, насамперед, і ставить за мету забезпечити ефективне спілкування нерівних (за тими чи іншими параметрами) партнерів. З цього погляду він є своєрідним «механізмом балансування» спілкування. Тому етикет – це завжди компроміс, укладений на взаємоприйнятних умовах. Витоки цього психологічного фактора комунікації загалом та етикету зокрема вбачаємо у культурних традиціях етносу(ів), представниками якого є комуніканти. Цікавим у цьому аспекті є погляд Т. В. Цив'ян [95], яка наголошує, що «рольова структура комунікативної ситуації у традиційній культурі має певну специфіку» [104].

По-перше, людина завжди поводить з урахуванням того, що «за нею спостерігають якісь вищі сили, причому і ритуал, і ситуація можуть бути організовані у такий спосіб, щоб забезпечити безпосередню участь цих сил. Як правило, один із партнерів виступає від імені Бога, померлих родичів, господарів іншого світу і т. ін. Відповідно, вербальні та поведінкові тексти, які ним породжуються, начебто виходять не від нього особисто, а від тих вищих сил, представником яких він є» [95, с. 6].

По-друге, партнером у комунікативному акті може бути не лише людина, а й будь-який інший об'єкт, який набуває людських атрибутів у спілкуванні. Відбувається своєрідна «тотальна антропоморфізація» природи. А відтак, правила етикету мають діяти не тільки по відношенню до іншої людини, а й по відношенню до звіря, дерева, землі, а також духів предків, персонажів народної демонології і т. ін. Все це надає традиційному етикету надзвичайно своєрідного характеру. Відгомін цих явищ спостерігаємо в різноманітних формах (формулах, одиницях) мовленнєвого етикету. Наприклад, на думку І. І. Халєєвої, «більшість стійких формул є ритуальними побажаннями (англ. Bless you» [94, с. 10]). В українській мові до таких належать Добрий день, Господь допомагай. Існує й інший погляд щодо генези саме таких форм мовленнєвого етикету. Так, у СДЕС зазначається, що «такі благопобажання перебувають на межі між формами мовленнєвого етикету й

замовляльно-магічними текстами, регламентуючи відносини між людьми і контакти людини з надприродними силами для забезпечення добробуту» [75, Т. 1, с. 188].

Розглядаючи мовленнєвий етикет як засіб досягнення комунікативної мети: привернути увагу співрозмовника, продемонструвати йому свою повагу, співчуття, створити комфортні умови для спілкування, І. І. Халєєва розкриває витoki англійської форми звертання *Sir* та відповідних форм в інших мовах, що «колись виникли як ознака соціального статусу адресата, а згодом стали елементом ввічливого спілкування» [94]. В українській мові, наприклад, такою формою свого часу було звертання Пане.

При цьому варто погодитися з І. І. Халєєвою, яка зазначає, що «в сучасних мовах уже існує чимало заборон на використання слів і конструкцій, які втратили свою етикетну функцію, набули інших конотацій і стали архаїчними заборонами – табу» [94]. У мовленнєвому етикеті багатьох народів система координат міжособистісної комунікації організована однаково. Ідеться про те, що у всіх суспільствах наявні усталені форми вітання та прощання, форми поваги до старших тощо. Норми етикету мають єднальний (координувальний) характер, вони наче передбачають угоду про те, що вважати прийнятним (допустимим) у поведінці людей, а що – неприйнятним. А ось що стосується правил етикету і засобів їх вираження у різних народів, то тут спостерігається надзвичайна строкатість, зумовлена особливими умовами історичного розвитку, культурних традицій, віросповідань представників певних етноспільнот.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що систему мовленнєвого етикету нації складають відношення і зв'язки між усіма можливими етикетними формулами комунікації. Структуру ж його визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо, які вирізняються залежно від системи координат міжособистісної комунікації: при встановленні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні

контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання і засобів вираження у різних мовах.

Національна специфіка мовленнєвого етикету формувалася у кожної нації на її власній народній основі, проте під впливом трьох основних факторів, характерних для носіїв будь-якої мови: 1) психологічного, 2) соціально-політичного, 3) культурологічного.

1. Психологічний фактор «пов'язаний загалом із комунікативною поведінкою людини, складовою якої є мовленнєвий етикет, бо без знання прийнятих у суспільстві форм етикету, без вербальних форм вираження кооперативних стосунків між людьми, індивід не може ефективно з користю для себе і свого оточення здійснювати процес спілкування» [82].

Поняття кооперативних відносин, так званих постулатів мовленнєвого спілкування, було сформульоване свого часу Г. П. Грайсом у 1975 р. як «принципи кооперації», що «базуються на взаємодії у спілкуванні» [18, с. 221]. Ці постулати базуються на таких принципах: «якості (повідомлення не має бути хибним); кількості (повідомлення не повинно бути надто коротким чи надто довгим); відносин (повідомлення повинно мати відношення до адресата) і мовних засобів (має бути точним, чітким, не містити незрозумілих слів та висловлювань)» [18, с. 221]. Порушення одного чи декількох постулатів тягне за собою комунікативну помилку, або невдачу, або що найгірше – конфлікт (міжособистісний, міжгруповий і навіть міжкультурний).

Інші важливі вимоги, як, наприклад, увічливість (будь-яке повідомлення має бути ввічливим і тактовним), Г. П. Грайс не вважає фундаментальними, оскільки метою спілкування є ефективна передача інформації. Проте, навіть за такої суто утилітарної функції, норм мовленнєвого етикету все ж таки варто дотримуватися. Етикетні вимоги є значущими для повідомлень, які мають за мету переконати адресата у правильності своєї думки. У такому разі постулати ввічливості неодмінно актуалізуються.

2. Мовленнєвий етикет соціальний за своєю природою, бо виявляє соціально-рольову сторону спілкування. Іншими словами, на вибір тієї чи іншої одиниці

мовленнєвого етикету впливає соціальна роль індивіда – нормативно схвалений суспільством спосіб поведінки, який очікується від кожного, хто займає дану соціальну позицію.

Як соціолінгвістичне явище, «мовленнєвий етикет становить функціональну систему мовних одиниць, які виконують спеціалізовані функції. Н. І. Формановська загалом виділяє шість функцій» [93].

Перша функція – контактна (фатична) – «передбачає встановлення, збереження чи закріплення підтримуваних зв'язків і стосунків, індивідуальних чи соціально-масових. Поняття «контактна функція» однаково стосується всіх тематичних груп одиниць мовленнєвого етикету, бо, навіть, прощаючись, ми встановлюємо можливість подальшого контакту. Функція ввічливості (конотативна) пов'язана з проявами ввічливої поведінки членів колективу. Регуляторна функція (регулятивна) теж стосується всіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми при встановленні контакту регулює характер стосунків адресанта й адресата. Функція впливу (імперативна, волюнтативна) пов'язана з різними реакціями співрозмовників – вербальними і невербальними: мімікою та жестами. Функція апелятивна перехреснується з імперативною, бо привернути увагу – означає вплинути на співрозмовника. Емоційно-експресивна (емотивна) функція є факультативною, оскільки вона властива не всім одиницям мовленнєвого етикету» [93, с. 5].

Усі функції мовленнєвого етикету актуалізуються на основі комунікативної функції мови. А тому їх прояв у мовленнєвому етикеті доводить, що останній не є якимось випадковим чи несуттєвим явищем, а, навпаки, становить своєрідний механізм, лише за допомогою якого може відбуватися ефективна комунікація.

При зміні рольової структури ситуації спілкування індивід переключається з одних стереотипів поведінки на інші, послуговується різними стилями мови, різними одиницями мовленнєвого етикету і т. ін., тобто, соціальні ролі мовної особистості є ключовими в розумінні сутності мовленнєвого етикету.

3. До мовленнєвого етикету включають, зокрема, прийняті в конкретній культурі висловлювання співчуття, горя, болю, різних негараздів та скарг тощо. До

цього відносять певні положення мовленнєвого етикету, з-поміж яких і таке, що стосується предмета розмови, можливості/неможливості його обговорення в певній ситуації.

Як уже зазначалося на початку, вся система мови розвивається й видозмінюється з часом. Щось втрачається, а щось, навпаки, здобувається у процесі мовленнєвої еволюції. Від користувачів мови потрібне вміння орієнтуватися в багатстві мови, у її невловимих, але так необхідних для точного вираження думках і почуттях, відтінках значень. Потрібне вміння орієнтуватися в нормативних варіантах висловлювань, які творяться мовою у процесі її багатовікового розвитку. Носії мови легко виділяють одиниці мовленнєвого етикету й відчують необхідність їхнього вживання, бо соціально-визначені ситуації вимагають функціонально-визначених знаків. Тому мовленнєвий етикет варто розглядати ще і як систему мовних засобів, здатних забезпечити етикетні відносини. «Елементи такої системи реалізуються на різних рівнях мови:

- на лексико-семантичному:
 - а) спеціальні слова та сталі вирази, зокрема і фразеологізми;
 - б) відмова від слів, що вказують на непристойні явища, використання замість них евфемізмів;
- на граматичному рівні – використання множини для ввічливого звертання;
- на фонетичному – за допомогою ввічливої інтонації;
- на текстовому – заборона переривати співрозмовника, втручатися в бесіду тощо» [24].

«Порушення норм і правил літературної мови розцінюється як порушення мовленнєвого етикету» [24].

Мовні відмінності, що зумовлені різноманітністю культур, найяскравіше простежуються у фразеології. В. М. Телія наголошує на тому, що «фразеологічний склад мови віддзеркалює національну лінгвокультурну свідомість» [87]. Своєрідність фразеологізмів полягає в тому, що вони містять у собі комплекс

уявлень носіїв мови про той чи інший еталон або стереотип національної культури, з-поміж яких стереотипні формули про життя народів.

Ці приклади свідчать про те, що мовленнєвий етикет є важливою складовою національних мов і культур.

Соціальна диференціація носіїв мови, їх постійний соціальний статус і змінні соціальні ролі диктують добір одиниць і, як наслідок, закріплення за групами носіїв мови відповідних формул мовленнєвого етикету тощо.

Нерозв'язаним і досі дискусійним, а відтак, і перспективним у цьому аспекті є питання щодо стилістичних характеристик мовленнєвого етикету, бо на сьогодні цей феномен є надстильовим, не прикріпленим до жодного стилю. Можна говорити лише про більший чи менший ступінь його вияву в різних стилях. Наприклад, найтиповішою формою вияву мовленнєвого етикету є усне контактне спонтанне діалогічне мовлення, і ці ознаки наближають мовленнєвий етикет до розмовного мовлення. Але мовленнєвий етикет не належить до розмовного мовлення, а тим більше до розмовного стилю (хоча найповніше мовленнєвий етикет виражається саме в усному розмовному мовленні).

Письмова чи усна форма мовлення накладає певні обмеження на використання форм мовленнєвого етикету. Наприклад, епістолярний жанр (як вид письмового мовлення) має специфічні для письма одиниці. Все це свідчить про те, що мовленнєвий етикет, зберігаючи традиційну структуру етикетних форм у кожній мові і культурі, не є закритою системою, бо йому властива динаміка і гнучкість. Частина формул мовленнєвого етикету поступово архаїзується. Можуть виникати нові, здебільшого okazіональні, утворення за типовими для кожної мови моделями. Деякі форми, втративши первісну семантику, вживаються в інших комунікативних ситуаціях.

Підсумовуючи, зауважимо, що «мовленнєвий етикет є однією із необхідних складових людського спілкування, – це сукупність стандартизованих мовних форм,

що є стереотипами мовлення, готових формул з певною синтаксичною організацією і лексичним наповненням» [104].

У мовленнєвому етикеті носіїв різних мов система координат міжособистісної комунікації організована однаково. Норми етикету мають єднальний (координувальний) характер, який розкриває строкатість правил етикету і засобів їх вираження у різних народів, зумовлених особливими умовами їхнього історичного розвитку, культурних традицій, віросповідань.

Систему мовленнєвого етикету нації складають відношення і зв'язки між усіма можливими етикетними формулами комунікації. Структуру ж його визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо, які вирізняються залежно від системи координат міжособистісної комунікації: при встановленні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання.

1.2. Етимологія «компліменту» та його різновиди в системі мовленнєвих актів

Комплімент – лінгво-специфічне і культуро-специфічне висловлювання з метою похвалити когось чи зробити комусь приємність і воно є досить важливим елементом у спілкуванні представників англomовної культури. Адже позитивна оцінка мовця, його позитивна реакція на певний предмет чи особу, а також прагнення мовця принести задоволення адресату і тим самим виявити своє

прихильне ставлення до нього є тими факторами, що впливають на стосунки між комунікантами, а, отже, впливають і на результат спілкування в цілому.

Щоб пояснити ці розбіжності в тлумаченні одного і того ж поняття, простежимо етимологію слова «комплімент». Аналіз наявних у нашому розпорядженні словників дозволяє представити її таким чином.

Етимологія слова «комплімент» сягає своїм корінням в давнину. «Спочатку з латинської мови в давньофранцузьку і північноіспанську мови було запозичене дієслово «complire», що було утворене від дієслова «plire» префіксальними способом. Воно означає «наповнювати», «заповнювати», «вселяти», «сповнюється», «виконувати», «здійснювати», «завершувати», «виконувати» та ін.» [47, с. 217]. В іспанській мові «в результаті деривації дієслова «complir» зі значеннями «виконувати», «виконувати» виник іменник «complimiento» – «виконання», «здійснення»» [31, с. 246]. Трохи пізніше до них приєдналися «переносні значення «достаток», «надмірність», «перебільшення». Вони були утворені, очевидно, від латинського прикметника «plenum» зі значеннями «повний», «наповнений», «сповнений»» [47, с. 218]. Враховуючи темперамент південців і схильність до перебільшень, похвал і лестощів, лексема «complimiento» стала ототожнюватися з проявом ввічливості, вихованості та поваги до інших. Зрештою, негативна конотація змінилася позитивною зі значенням «ввічливі, чемні слова», «свідомість любов'язності, галантності» і використовувалася, в основному, в придворному церемоніалі. Очевидно, тоді ж під компліментом стали розуміти ще й привітання. Можливо, вітання і уклін у свідомості людей того часу ототожнювалися один з одним, оскільки перше незмінно супроводжувалося другим.

Не варто забувати про те, що комплімент є синонімом похвали – однієї з основних цілей епідейктичної мови. Опис епідейктичної мови вперше представлено у праці Аристотеля «Риторика». Залежно від адресата і цілей мовного акту, Аристотель виділяє три роди риторичних промов: «дорадчі, судові і

епідейктичні. Метою останньої він називає похвалу або хулу, а об'єктом виголошення похвали – красу і чесноти» [3, с. 46].

Проблема прекрасного є однією з головних проблем риторичної естетики Аристотеля. Він говорить про те, що важливо не прекрасне саме по собі, а його бажаність. Отже, риторика, метою якої є переконання, повинна переконати когось в красі того чи іншого предмета або людини. Крім того, важливо довести, що даний предмет цілком гідний похвали і при цьому зовсім не обов'язково, щоб краса була реально властива йому. Досить переконати слухача в бажаності даного предмета, і він стане сприйматися як прекрасний. При цьому важливо відзначити, що для Аристотеля прекрасним є, насамперед, корисне для інших.

Автор «Риторики» зазначає, що «прекрасне, будучи «бажане саме заради себе, заслуговує ще й похвали, або що, будучи благом, приємно тому, що воно благо. Якщо такий зміст поняття прекрасного, то доброчесність є прекрасне» і, отже, заслуговує похвали» [3, с. 43]. Однак, чеснота уявляється Аристотелем диференційовано, і, значить, всі види чесноти – справедливість, мужність, розсудливість, щедрість, великодушність, безкорисливість, лагідність, розсудливість, мудрість – прекрасні і заслуговують похвали.

Давньогрецький ритор підкреслює, що прекрасним є те, що є тільки в одній людині, і людей, що володіють крайнім ступенем якого-небудь якості, потрібно приймати за людей, що володіють чеснотами.

При проголошенні похвали особливу увагу слід приділяти тому, в якому середовищі вимовляється похвала, і вихваляти ту властивість людини, яка найбільше поціновується у людей даного класу. У разі якщо не знаходиш, що сказати про людину самому по собі, Аристотель радить порівняти його з іншим, «але тільки з людьми знаменитими, оскільки, якщо він здається краще за людей, які гідні поваги, його гідності від цього тільки виграють» [3, с. 47].

Автор риторики порівнює пораду і похвалу, мотивуючи це тим, що «порада служить повчанням, а при зміні способу вираження може стати похвалою. Так що

коли хочеш похвалити, подивися, що б порадити, а коли хочеш дати пораду, подивися, за що б ти міг похвалити» [3, с. 47].

При похвалі допускається перебільшення, «оскільки похвала має справу з поняттям переваги, тобто з прекрасним. Взагалі ж, перебільшення найбільше підходить до епідейктичної промови, тому що оратор має справу з діяннями, визнаними за незаперечний факт; йому залишається тільки виділити їх величчю і красою» [3, с. 46].

Для поголошувача епідейктична промова є кращою, оскільки похвала або хула вимовляється з приводу чого-небудь існуючого.

Що стосується стилю, то тут головною, з точки зору Аристотеля, є ясність, зрозумілість: якщо мова незрозуміла, вона не досягне мети. В епідейктичній промові доречний середній стиль, призначений для того, щоб потішити слухача.

Якщо говорити про лексичну систему мови, то тут автор «Риторики» рекомендує використовувати загальноживані слова, уникати вживання складних слів, що роблять мову холодною, і незвичайних виразів, які можуть бути невірно витлумачені.

Вивчивши особливості епідейктичної промови, можна зробити висновок про те, які вимоги повинні були пред'являтися в минулому до компліменту як малої форми епідейктичної мови.

1. Об'єктом компліменту є те, що заслуговує похвали.
2. Адресатом компліменту стає той, хто володіє якою-небудь чеснотою, тобто крайнім ступенем якої-небудь позитивної якості.
3. Промовляючи комплімент, мовець повинен враховувати особистість слухача.
4. Для компліментів найбільш характерне використання таких тропів, як гіпербола, порівняння, епітети і градація.

Такими були основні вимоги до епідейктичної промови в античній риторичі, і з часом вони майже не змінилися. Це пояснюється тим, що найбільш послідовне вивчення і розвиток епідейктичної мови спостерігається саме в античності. Важливу роль в цьому зіграло і те, що, починаючи з IV століття до н.е., і аж до

епохи Відродження, риторика використовувалася в основному для складання і виголошення політичних промов і для церковного проповідництва.

Широке поширення мистецтво компліменту, як обов'язкова форма придворного етикету, отримало при дворі Людовика IV. У менуеті комплімент вважався неодмінним атрибутом танцю і набув характеру цілої спеціальної промови, вимовленої протягом його звучання і протанцювання.

Таким чином, розвиток значень слова «комплімент» відбувалося в іспанській мові. Потім вони проникли у французький і за допомогою останньої увійшли в масове вживання в німецькій мові.

На початку XVIII ст. лексема «комплімент» увійшла в лексичний склад російської мови і вперше з'явилася в паперах Петра I 1701–1702 рр. Але на питання про те, з якої мови російська запозичив слово «комплімент», поки важко відповісти однозначно. Більшість словників стверджує, що це французьке слово, і суперечки ведуться, в основному, з питання про його пряме чи опосередковане запозичення.

Не є винятком і слов'янська риторика. Тут, до кінця XVII ст. провідну роль відігравали дидактичні «Повчання» і хвалебні «Слова», складені за канонами візантійського ораторства, що поєднується з народною устномовною традицією і південнослов'янськими мовними традиціями.

Починаючи з кінця XVII століття, руська риторика, а разом з нею і епідейктична мова, вступили в нову віху свого розвитку. Світське красномовство знову стало актуальним. Причиною тому послужила реформаторська діяльність Петра I.

З введенням нових світських форм розваг і, зокрема, асамблей, поширення в цей період отримали правила хорошого тону. Саме тому в 1708 р. з'явилася книга «Приклад, како пишуться компліменти разния». У ній наводилися зразки формул,

якими слід починати лист, висловлювати свої почуття до жінки, формули, зручні для укладення листів, а також зразки інтимної, вітальної та офіційної переписки.

На основі цього ми можемо зробити висновок про те, що в XVIII ст. використання компліменту обмежувалося сферою епістолярної мови.

У XIX ст. сфера використання компліменту значно розширилася. «Він став елементом усного етикетної спілкування і трактувався як особлива форма похвали, знак схильності і прихильності» [90, с. 25].

На основі вивченої літератури про світський етикет («Хороший тон» (1881), «Правила світського життя та етикету» (1889), «Світська людина, повчальний звід законів суспільних і світських пристойностей» (1880)), можна чітко виділити вимоги, пропоновані до використання цього мовного жанру в XIX ст..

«У першу чергу, правила з етикету радили уникати промовляти компліменти тим людям, з якими ми знайомі лише поверхнево, або ж бути в цьому відношенні дуже обережними і розбірливими» [90, с. 191].

«Робити компліменти панночці чоловік міг тільки тоді, коли «цілком переконався в розташуванні до себе дівчини» [74, с. 61-62]. Якщо ж він не впевнений у її симпатії до нього, «ніколи не повинен лестити їй, так як груба похвала приводить дівчину до переконання, що вона має справу з порожньою людиною, слову якого не можна вірити» [74, с. 62].

Молодим дівчатам і жінкам зі скромності заборонялося робити компліменти, «з побоювання поставити їх в незручне становище» [67, с. 159].

Компліменти між чоловіками були не тільки не прийняті, але і вважалися непристойними, принаймні, «в тих випадках, коли вони не супроводжувалися легкою іронією, тобто не наділялися в форму невинного жарту» [67, с. 159].

«Чуючи похвалу батькам, молоді люди повинні були відповідати, дякувати, скромно підтверджуючи цю похвалу, але ні в якому разі нічого не додавати» [67, с. 159].

У книгах про хороший тон настійно рекомендувалося не ототожнювати комплімент з лестощами, чітко диференціюючи їх: «Компліментами називають ті люб'язності, які говорять особам з якого-небудь приводу, вірніше свідомо

перебільшений відгук про якості особи, з метою доставити їй задоволення, але не заради отримання вигоди, чим відрізняється від лестоців» [74, с. 161].

Лестоці суворо засуджувалася і «вони повинні були обурювати кожну порядну людину» [73, с. 158-159].

Слід, мабуть, відзначити, що для визначення поняття «комплімент» в сучасних тлумачних словниках – наприклад, в Словнику мови в 4-х томах, в Словнику мови С. І. Ожегова та ін. – використовується лексема «утішний». «Хоча вона і є дериватом від іменника «лестоці», що має негативну конотацію, одночасно є синонімом прикметника «приємний» і супроводжується позитивною конотацією: «утішний – містить похвалу, схвалення; дає задоволення самолюбству» [63, с. 255-256].

Таким чином, поняття «комплімент» і «лестоці» протиставляються один одному як вираження реально існуючих достоїнств співрозмовника, метою якого є принести задоволення співрозмовнику, не припускаючи власної вигоди, та вихваляння неіснуючих або сильно перебільшених достоїнств співрозмовника з метою отримати вигоду. Однак, на наш погляд, межа між компліментом і лестоцями є досить хиткою і залежить від комунікативної ситуації і самих комунікантів, точніше від їх вікових і соціальних характеристик, а також від особистих взаємин адресанта і адресата.

В кінці XIX – на початку XX ст. ототожнення компліменту з поклоном, а потім і з привітанням, вихідними з іспанської мови, українською мовою були втрачені, і компліменти в значенні поклону вживалися тільки за традицією: «при появі нового гостя встають і роблять комплімент і навіть в тому випадку, коли новоприбулий не помічає це, і повторюють цей уклін при найближчій зустрічі з ним. Перебуваючи з ким-небудь у бесіді, новому гостю кланяються, обернувшись до нього всім

корпусом, але ніяк не боком. При подібних компліментах ні в якому разі не стають спиною до колишнього свого співрозмовника» [72, с. 18-19].

Таким чином, розбіжність у тлумаченні компліменту пояснюється втратою деяких значень лексеми, а саме – «вітання» і «поклон», як наслідок зміни етикетних норм поведінки в суспільстві.

До кінця XX ст. категорія компліментів перестала досліджуватись через зміни соціального укладу. Але з починаючи з 80-х років спостерігається зростання інтересу до даного мовного жанру. У цей період комплімент в лінгводидактичному аспекті вивчався Н. І. Формановською [91, с. 1-159] і А. А. Акішиною [2, с. 1-183]. Починаючи з цього ж часу, спочатку зарубіжна лінгвістика (Е. Chaika, R. Herbert, B. Lewandowska-Tomaszyk, J. Manes, A. Pomerants, N. Wolfson), а потім і сучасна русистика (А. Германова, Є. Ключев, О. Іссерс) зацікавилися компліментом з прагматичної сторони. До цього призвела, очевидно, тенденція до граничного спрощення даного для нас риторичного жанру. «В рамках прагматики комплімент розглядається як одна з численних мовних тактик. Її мета – встановлення контакту і підтримання добрих відносин» [32, с. 43].

В останні роки компліментом з метою навчання мистецтву ділового спілкування стала активно цікавитися практична психологія (В. Шепель [101, с. 1-302], В. Шейнов [100, с. 1-64], А. Бодальов [11, с. 1-320], А. Борисов [12, с. 1-184] та ін.). Вона розглядає комплімент як необхідний компонент створення довірчої тональності спілкування, що сприяє його ефективності.

Вимоги до мистецтва компліменту як елементу етикету в кінці XX ст. кардинально змінилися. Це пояснюється тенденцією до глобалізації відносин, міжкультурної взаємодії між молодими людьми, розширенням бізнесових взаємин на міжконтинентальному рівні, вимогам часу. Тому в сучасних посібниках з

етикету компліменти рекомендується робити якомога частіше і всім, «хто хоч найменшою мірою гідний доброго слова» [100, с. 126].

Слід зазначити, що сьогодні дієслово «*complir*» та іменник «*complimiento*» дещо видозмінилися. Це пояснюється тим, що архаїчний префікс «*com-*» змінився на префікс «*cum-*» [47, с. 218].

Деякі лінгвісти наполягають на диференціюванні компліменту і похвали. Так, наприклад, О. С. Іссерс говорить про те, що «для похвали основною метою є позитивна оцінка, а для компліменту – повідомити про прихильність» [32, с. 2]. Дослідник зазначає, що «для похвали показником успішності ... є прийняття оцінки, показником невдачі – її відхилення», «для компліменту навіть незгода адресата з промовцем означає неуспіх...», а також стверджує, що «похвала передбачає оцінку якостей, знань, умінь адресата, і, щоб отримати похвалу, потрібно зробити щось, проявивши себе з позитивного боку. Комплімент ж не обмежений у цьому плані» [32, с. 2]. Однак, ці розрізняльні нюанси не володіють високим ступенем значущості для нашого дослідження, тому в його рамках ми будемо виходити з синонімічності понять «похвала» і «комплімент» і будемо використовувати їх як рівнозначні.

Отже, можемо сформулювати попереднє означення компліменту з вищеописаних значень. На нашу думку, комплімент – це привітне звернення до адресата з метою підкреслити його досягнення, достоїнства, покращити настрій, привернути до себе увагу, виразити повагу та переконання в сприятливому та доброму відношенні.

Лінгвістика ХХІ століття характеризується посиленням інтересом до розробки проблем взаємозв'язку мови та культури, які «ставлять своєю метою комплексне й всебічне дослідження традицій мовних носіїв, їх суспільної діяльності, звичок, внутрішнього світу, побуту, обрядів, а також форм і засобів їх вираження. Комплімент належить до тих термінів культури, що детермінуються суспільними нормами, ситуативно обумовленим характером і національними особливостями» [96]. В лінгвістиці дослідники послуговуються терміном «компліментарне

висловлювання» для аналізу його маніпулятивних впливів на адресата, його семантичними, прагматичними та поліфункціональними можливостями.

Вивчення комунікативно-функціональної сторони мовних явищ дало змогу включити в сучасне лінгвістичне дослідження прагматичний аспект. «Перспективним підходом до вивчення функціональної сторони мови є виявлення прагматичної значимості висловлювань. Прагматичні теорії аналізують значення висловлювання, оскільки це те значення, яке воно має, становлячи просторово-часову реалізацію речення в певній контекстуальній структурі» [74, с. 3].

Поняття суб'єкт й адресат – одні з центральних категорій прагмалінгвістики, які «відіграють важливу роль, зокрема під час аналізу компліментарних висловлювань. Мовець вважається суб'єктом компліментарного висловлювання, він висловлює позитивну оцінку адресата на основі особистих думки та відчуттів, звертає увагу на місце спілкування й вибирає адекватну форму висловлювання» [41, с. 12].

Вираження та функціонування в мові такої категорії, як оцінка, висвітлено в багатьох дослідженнях вітчизняних і зарубіжних лінгвістів на матеріалі різних мов (Авганова, 1975; Арутюнова, 1984, 1988; Блох, Ільїна, 1986; Вольф, 1982, 1983, 1985; Григорян, 1988; Зубов, 1974; Кошель, 1980; Кривонос, 1980; Рибкіна, 1982; Чельцова, 1983; Ярова, 1985). Дослідники Ф. С. Бацевич, В. Я. Міщенко, О. Г. Почепцов, А. Герберт, Дж. Серль, С. Парісі, П. Воган, Дж. Мейнс вивчали соціопрагматичні особливості компліментарних висловлень, їхню іллокутивну та перлокутивну силу. І. А. Беляєва, Л. І. Ключко й інші лінгвісти акцентували увагу на комунікативно-функціональних аспектах компліменту. Багато зарубіжних науковців (Б. Чіанг, Ф. Почтрагер, Дж. Холмс, А. Померанц) у працях аналізують відповіді на компліменти як важливий елемент мовленнєвого етикету [97].

У доробку вітчизняних і зарубіжних мовознавців налічується чимало праць, у яких компліментарні висловлювання досліджуються різноаспектно. Основними ракурсами їх вивчення є структурно-семантичний, соціолінгвальний, етнографічний та крос-культурний. У цілому компліментарні висловлювання в лінгвістичних працях розглядались «або з позицій теорії мовленнєвих актів та

теорії мовленнєвої діяльності, або крізь призму концепції ввічливості, стратегій уникнення конфліктів і згоди – як засіб зближення комунікантів, контактостановлювальний елемент, спосіб демонстрації добрих намірів й етикетизатор спілкування. Але, крім функції вираження позитивного ставлення до адресата, комплімент, похвала та схвалення можуть уживатися з метою здійснення впливу» [103].

Вітчизняні та зарубіжні вчені вказують на поліфункціональність висловлювань із позитивною семантикою й наявність у них впливового потенціалу (Л. О. Кокойло, В. Я. Міщенко, Л. М. Киричук, В. В. Леонтьєв, Й. А. Стернін, Л. І. Клочко, Е. В. Мурашкіна, Л. Ю. Веретенкіна, Н. А. Трофимова, Н. В. Василенко та ін.). Так, О. С. Вострикова назвала комплімент емотивним засобом мовленнєвого впливу, «основною метою якого є «обробка» емоційно-вольової сфери свідомості адресата» [15, с. 13]. Е. В. Мурашкіна описала «реалізацію регулятивної функції компліменту» [62]. В. Я. Міщенко «вивчала компліментарні висловлювання в межах діади «мета-засіб»» [55]. Здійснивши класифікацію компліментів за спрямованістю, К. В. Мудрова виокремила «компліменти, ужиті з метою одержання вигоди» [61].

Використовуючи поняття «стратегія» і «тактика», компліментарні висловлювання досліджують К. Ф. Сєдов, Г. С. Двінянінова, І. С. Морозова, Н. М. Германова, К. В. Мудрова, В. Н. Коробова, О. С. Іссерс, З. Ф. Галімова, О. О. Григор'єва, Н. В. Василенко тощо [103].

На думку Н. В. Шапран, «компліментарне висловлення – це висловлення, що містить позитивну оцінку адресата, його особистих якостей, вчинків і т.д. зі сторони мовця, використовуючи яке, мовець досягає мети викликати в адресата позитивний емоційний стан» [96]. «Позитивна оцінка нерідко вживається в ситуації гри (політичної, економічної, соціальної, побутової), однак маніпулятивна оцінка є грою не за правилами: вона завжди пов'язана з ризиком, де гравець перед тим, як висловити комплімент, повинен зважувати свої шанси стосовно моральних і

соціальних наслідків того, чи варто «пристосовувати світ до слів». Проте у маніпулятивних компліментах ступінь ризику значно нижчий» [57, с. 67-70].

У процесі вживання компліментів значну роль відіграє система зовнішніх координат, тобто макропрагматичний рівень, «коли до аналізу залучаються переважно два виміри – стратифікаційний і ситуативний. У першому випадку беруться до уваги розбіжності, викликані ролями мовців як представниками різних соціальних груп і верств, у другому – переважне використання тих чи інших компліментів залежно від ситуації» [96].

Успішність введення компліменту в мовлення значною мірою залежить від уміння ідентифікувати його функцію й певним чином відреагувати. У діалозі не меншою мірою, ніж на рівні однієї репліки, виявляються характерні риси не лише комунікації, а й мовної системи. «Комплімент сам по собі може бути реакцією на певний вербальний стимул. Однак, навіть у такому випадку не прийнято залишати сказане без реакції, тим більше, що реакція є здебільшого формальною. Натомість відсутність відповіді вважається демонстрацією нечемності» [9, с. 13-21].

Один із важливих аспектів функціонування компліментарних висловлювань – їх вільне використання майже в усіх межах дискурсу. «За ними не закріплено відповідних позицій як, наприклад, за привітаннями чи прощаннями, і їхнє вживання не є обов'язковим, хоча в деяких ситуаціях бажаним. Залежно від цього вільного використання, мовленнєві акти компліменту, схвалення, похвали можуть виконувати різноманітні функції в дискурсі» [96].

Крім їхньої функції похвали в широкому значенні, «вони виконують функції таких конвенційних мовленнєвих актів, як привітання, прощання, згода, подяка, поздоровлення тощо» [1, с. 114-116].

Компліментарні висловлювання, які слугують посиленню або заміні інших вищезгаданих мовленнєвих актів, «уже конвенційно закріплені за стереотипними соціальними ситуаціями, відтворюються в них як готові одиниці, які мають постійну лексичну репрезентацію та стійку синтаксичну структуру, тобто є «стійкими формулами спілкування» та становлять невід'ємну частину системи

мовленнєвого етикету. Їхнє вживання – етична норма мовленнєвої поведінки» [20, с. 3-17].

У фазі встановлення мовленнєвого контакту формули привітання супроводжуються емоційно-експресивними компліментарними висловлюваннями, які виражають задоволення, радість зустрічі комунікантів-знайомих. «Компліментарні висловлювання у функції привітання трапляються в мові і рівноправних, і різних за статусом комунікантів. У ситуаціях із близькими, друзями, родичами вони сприймаються як щиріші висловлювання. І навпаки – під час спілкування людей із нерівним соціальним статусом їх уживають переважно комуніканти нижчого соціального статусу як увічливі, поважні форми привітання» [96].

«Компліментарні мовленнєві акти, які виконують функцію згоди, властиві для стадії підтримки мовленнєвого контакту співбесідників. Їх реалізацією є частково компліментарні висловлювання, які характеризують ментальні акти адресата» [41, с. 10-15].

У цій функції компліментарні висловлювання характерні для більшості ситуацій як бівалентні мовні акти, корті є реалізацією тактики підтакування. «Щире схвалення пропозицій, рішень, суджень адресата засвідчує розуміння та підтримку його поглядів мовцем. Тактика висловлення згоди компліментуванням передусім направлена на солідарність комунікантів» [96].

Однією з найважливіших властивостей компліментарних висловлювань є їхня здатність функціонувати як вид «позитивного підкріплення». Вони репрезентують засіб, за допомогою якого індивід чи суспільство загалом може заохочувати бажану поведінку. «Таке позитивне підкріплення дається комунікантами вищого соціального статусу або старшими за віком у спілкуванні з підлеглими чи молодшими й характерне для ситуацій, у яких соціальні ролі учасників спілкування розподіляються так: учитель – учень, господар – слуга й т.д.» [96].

Схвалення – мовленнєвий акт, який займає значне місце під час спілкування. Воно виражає ставлення мовця (суб'єкта оцінки) до адресата (об'єкта оцінки) в ситуації спілкування. «Подібно до компліменту, схвалення поділяються на ті самі

види, у яких використовуються ті ж засоби інтенсифікації, крім запитань та вигуків, тому можна зробити висновок: комплімент є схваленням, у якому виражається прагнення мовця вплинути на емоційну сферу адресата» [96].

Комплімент ґрунтується на задоволенні, «він дає вихід почуттям, формує чуттєву атмосферу приємності й люб'язності, практично не залежний від поза мовленнєвих цілей мовця, звичайно, якщо він не діє в контексті маніпулятивної гри. Основною інтенцією компліменту є приблизно така: мовець хоче виразити своє задоволення співрозмовником і сформувати атмосферу люб'язності» [97].

Комплімент, здебільшого, «звільняє людину від необхідності приймати самостійне рішення в стандартній ситуації, оскільки люди як раціональні істоти навіть у ситуаціях емоційної оцінки можуть надавати компліменту семантичний присмак раціонального» [97].

Потреба у компліменті знаходиться в тісному зв'язку з ціннісними орієнтаціями суб'єкта, сформованими внаслідок спрямованості пізнавальної діяльності суб'єкта на певні цінності. Основні тематичні групи цінностей в актах оцінки пов'язані з людиною й артефактами. Людина, на думку А. В. Дьогтьової і М. А. Ягубової, може «оцінюватися за зовнішністю, фізичним станом, психічним станом й емоціями, розумовими й інтелектуальними здібностями, моральними ознаками, поведінкою, трудовою діяльністю і професійними навичками, стосунками з людьми в побуті і громадських установах і т. ін. Тематичний ряд артефактів менш різноманітний і численний: їжа, дім, гроші, техніка, предмети мистецтва і т. ін. Указані цінності у процесі їх вербалізації в семантико-синтаксичних реченнєвих структурах компліменту виявляються на місці частково оцінних предикатів або узагальнено предикатами виділені у випадку загальнооцінних висловлень» [23, с. 198].

Естетика, на якій переважно ґрунтується комплімент, хоч і намагається сформувати свої стандарти, є явищем схильним до суб'єктивності. Тому «спектр оцінки цінностей в компліментах є розлогіший, бо закладена в них суб'єктивність розвиненіша, а відтак свобода інтерпретації дійсності більша. Об'єктом компліментів є насамперед такі цінності, як зовнішня привабливість, гарний

фізичний та психічний стан, емоційність, талант, а також предмети, що характеризують смаки та уподобання. Ідеться переважно про біологічні характеристики людини від природи, а не набуті спеціальними зусиллями. Здається, що можна навіть припускати, коли оцінюється гарна зовнішність чи фізичний стан як результат зусиль адресата, то комплімент має очевидні ознаки похвали» [97].

Про соціокультурну значимість компліменту як однієї з основних людських потреб свідчить увага, що приділяється вказаному явищу представниками суспільствознавчих дисциплін, у тому числі лінгвістики. Така увага закономірна, бо комплімент – одна з найбільш розповсюджених стратегій впливу на адресата, на стосунки, погляди та поведінку людей (Д. Карнегі, А. Wierzbicka), «знаряддя взаємодії, більш гармонійної, погодженої, продуктивної й ефективної» (S. Marks).

При вивченні всієї різноманітності функціонування мовних і мовленнєвих одиниць у різних ситуаціях спілкування, а також ролі людського фактора в мовленнєвій діяльності зростаюча увага приділяється феномену позитивності/негативності, що є відображенням аксіологічної категорії оцінки й елементом категорій схвалення/несхвалення, позитиву/негативу, які може давати комплімент (І. Я. Атваттер, І. М. Горєлов, Л. А. Федорова).

Поняття компліменту, непов'язаного із заслугами, «асоціативно тяжіє до негативних явищ, зокрема лестоців, надмірної люб'язності. Мова зафіксувала негативний бік компліментів – нещирість. Комплімент, як коштовності, треба берегти та використовувати зрідка» [97].

Для досягнення цілей нашого дослідження ми приймаємо визначення мовного акту похвали / компліменту як окремого мовного висловлювання, службового вираження думки (частіше позитивної і рідше – псевдопозитивної) адресанта про своє адресату або про третю особу, яка не є безпосереднім учасником спілкування,

і вимовного в умовах безпосереднього спілкування співрозмовників для досягнення адресантом певних цілей.

1.3. Висловлення компліменту у площині міжособистісної комунікативної взаємодії

Однією з домінантних тенденцій мовознавства ХХ ст. стало розширення зв'язків лінгвістики з іншими науками, зокрема, з соціологією, психологією, мовою, наслідком чого стала поява міждисциплінарних досліджень. На теренах сучасної лінгвістичної прагматики особливо посилюється інтерес до гендерних параметрів особистості. На думку вчених, «цей інтерес був викликаний як зміною наукової парадигми, так і соціальними змінами, адже лінгвокультурологічні дослідження останніх років демонструють, що вітчизняну лінгвістику поняття гендер, реляція жінка–чоловік та їхні позиції цікавлять у плані більш широкого вивчення ментальності й етнокультурної специфіки» [78].

Гендерні дослідження – це соціокультурний конструкт, який пов'язаний із приписанням індивіду певних якостей та норм поведінки на основі його біологічної статі. Становлення та інтенсивний розвиток гендерних досліджень у лінгвістиці припадає на кінець ХХ століття, що пов'язане із змінами наукової парадигми в гуманітарних науках під впливом постмодерністської філософії. Новий підйом процесів категоризації, відмова від признання об'єктивної істини, інтерес до суб'єктивного, до приватного життя людини, розвиток нових теорій особистості, зокрема теорії соціального конструктивізму призвели до перегляду наукових принципів вивчення категорії етнічності, віку і статі, які раніше інтерпретувались як біологічно детерміновані. «Новий підхід вимагав нової термінології, яка б більш точно відповідала методологічним цілям дослідників, що і стало причиною введення в науковий опис терміну «гендер», який покликаний підкреслити суспільно обумовлений характер статі, його конвенційність, інституціональність та

ритуалізованість. Цей підхід яскраво стимулював вивчення лінгвістичних механізмів проявлення гендеру в мові та комунікації» [4, с. 22].

Власне поняття «гендер» виникло у кінці 80-х років, воно бере свій початок із часів феміністичних рухів у США. Антрополог Гаї Рубінг висвітлює у своїх працях так звану «статеву-гендерну систему», яка полягала в тому, що «стать» означає біологічне поняття, а «гендер» – суспільне [6, с. 567].

Лінгвістична гендерологія співвідносить мову з особистістю за ознакою соціальної статі. Варто зазначити, що сучасна лінгвістика переживає своєрідний «гендерний бум», а тому можна і варто говорити про накопичені ідеї, напрями пошуків та експериментів, маючи на меті становлення лінгвістичної гендерології, бо гендер, як жодне інше соціолінгвістичне поняття, закорінений в умови життя, реалії, норми і традиції певної культури. «Гендерні ознаки мовної картини світу – це сутнісні прояви пізнання світу крізь призму чоловічого і жіночого бачення, що інтегрують універсальні та національно специфічні ознаки, оприлюднюють особливості номінативної та комунікативної діяльності чоловіків і жінок, а також вплив статі на мовну практику та мовну поведінку» [12, с. 32].

На сучасному етапі у вітчизняній лінгвістиці активно здійснюються дослідження, присвячені вивченню гендерного параметра в мові. Одним з найважливіших джерел, що репрезентують гендерну інформацію та закріплюють знання про гендер як соціокультурну диференціацію статі, є мова. Репрезентацією екстралінгвістичної категорії гендер у мові займається гендерна лінгвістика або лінгвістична гендерологія, яка знаходиться на даному етапі в процесі становлення та є складовою частиною антропоцентрично зорієнтованої лінгвістики, для якої центром дослідження та визначальним фактором є людина. «Принцип антропоцентризму є основою сучасних гендерних лінгвістичних досліджень та співіснує з іншими базовими принципами сучасного мовознавства. Такими традиційно вважають експансіонізм, функціоналізм, експланаторність, семантикоцентризм» [34].

Жіночі дослідження стали джерелом і створили теоретичну базу для виникнення власне гендерних досліджень, які ведуть початок від 70-х років XX

століття. З'явившись як новий етап у розвитку жіночих досліджень, гендерні дослідження заманіфестували перехід від вивчення специфічного жіночого досвіду до аналізу гендерної ситуації у будь-якій сфері існування. Є. Луценко вважає, що «розуміння суті гендерних досліджень допомагає виявити гуманітарну складову будь-якої науки загалом, та гуманітаризувати освіту зокрема» [26, с. 53].

Першим важливим дослідженням мовної презентації чоловіків і жінок стала праця Робін Лакоф «Мова та місце жінки» (1975), у якій авторка говорить про «мовний андроцентризм і неповноцінність образу жінки у мовній картині світу» [64, с. 459]. Це відбувається тому, що мовна картина світу створена чоловіками, продовжує думку інша дослідниця, Дейл Спендер у відомій праці «Мова створена чоловіком» (1980).

Вітчизняна гендерна лінгвістика репрезентована культурологічними розвідками гендерного концептуального змісту на матеріалі лексики (О. Л. Бессонова, О. С. Бондаренко, А. В. Дудолодова, І. Г. Ольшанський), фонетики (В. В. Потапов, Т. Н. Шевченко), фразеології (І. В. Зикова, Т. А. Клименкова, Д. Ч. Малишевська), паремії (Ю. В. Абрамова, О. Ю. Дубенко, А. В. Кириліна), соціолінгвістичними (В. В. Потапов), психолінгвістичними (О. А. Андріанова, О. І. Горошко), та дискурсивними поведінками статей, аналізом гендерного аспекту художнього дискурсу (Н. Д. Борисенко, О. Л. Козачишина, І. І. Морозова), рекламного дискурсу (Т. А. Ускова), а також спілкування в мережі Інтернет (М. С. Колеснікова). Одним із напрямків гендерних досліджень є порівняльний аналіз гендерної комунікативної поведінки різних вікових груп (А. П. Мартинюк, Е. В. Піщікова), професійних груп (О. І. Горошко), а також невербальних засобів комунікації (Л. В. Солощук).

Оскільки гендер є компонентом як колективної, так й індивідуальної свідомості, «його необхідно вивчати як когнітивний феномен, що виявляється як у стереотипах, що фіксуються мовою, так і в мовній поведінці індивідів, які усвідомлюють себе, з одного боку, особами певної статі, а з іншого, - відчують

певний тиск аксіологічно забарвлених структур мови, що відбивають колективне бачення гендера» [33, с. 30].

Його додаткові ознаки усвідомлюються лише представниками деяких соціальних груп.

Одним із найбільш відомих досліджень у галузі гендерної лінгвістики стала книга Дебори Таннен «Ти мене просто не розумієш. Жінки і чоловіки в діалозі» [86; 109]. Автор аналізує комунікативні непорозуміння у спілкуванні осіб різної статі й пояснює їх різними вимогами, що висуває суспільство до чоловіків і жінок, а також специфікою соціалізації в дитячому та підлітковому віці.

Крім того, у кожній культурі існують традиції і ритуали спілкування, не однакові для чоловіків і жінок. Так, під час застілля слово найчастіше надається чоловікам. Навряд чи жінка виконає роль тамади. У зв'язку з цим Д. Таннен говорить про гендерлект – соціально та культурно обумовлені особливості спілкування чоловіків і жінок. Теорія гендерлекту не знайшла одностайної підтримки в лінгвістиці, однак треба визнати, що модель, розроблена Д. Таннен, володіє пояснювальною силою, про що свідчить висока популярність цієї праці, перекладеної більш ніж 30 мовами, що постійно перевидается.

У межах комунікативно дискурсивного напрямку надзвичайно цікавим і потенційно необхідним дедалі частіше стає лінгвістичне конструювання гендеру в комунікативній взаємодії індивідів у різних видах дискурсу, мовна поведінка чоловіків і жінок з позицій теорій соціальної ідентичності, комунікативна адаптація та інтеракціонізм.

На сьогодні найбільш перспективним і обґрунтованим напрямом аналізу особливостей чоловічої і жіночої мови вважається «вивчення стратегій і тактик мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок у різних комунікативних ситуаціях з обов'язковим урахуванням культурної традиції конкретного суспільства» [78].

З погляду феміністської лінгвістики «мова фіксує картину світу із чоловічої точки зору. Вона не тільки антропоцентрична, але й андроцентрична (орієнтована на чоловіка): мова створює картину світу, засновану на чоловічій точці зору, а

жіноче з'являється в ролі об'єкта. Виокремлюють такі ознаки андроцентризму» [33, с. 40-41].

Як вказує І. Ю. Шкіцька, «незважаючи на зростаючу кількість мовознавчих студій, у яких з'ясовується специфіка мовлення різностатевих комунікантів, до сьогодні не дослідженими лишаються особливості стратегій і тактик мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок, зокрема гендерний аспект маніпулятивної стратегії позитиву – мовної реалізації суб'єктом впливу мети, спрямованої на одержання вигоди чи бажаного результату шляхом повідомлення адресату приємної для нього інформації» [102].

Результати гендерних досліджень стратегій увічливості показали, що «жінки ввічливіші за чоловіків, більшою мірою дотримуються правил мовленнєвого спілкування» [51] і «надають перевагу стратегіям позитивної ввічливості, тоді як чоловіки частіше послуговуються стратегіями негативної ввічливості, акцентують увагу на засвідченні поваги до статусу співрозмовника» [107].

Жінки «вживають більше зменшувальних суфіксів, частіше називають комунікативного партнера на ім'я і в цілому роблять більшу кількість контактовстановлювальних мовленнєвих дій» [66]. Це зумовлено тим, що жінки вважають себе відповідальними за підтримання міжособових контактів. «Мовлення жінок нормативніше, ніж мовлення чоловіків. Воно відзначається консервативністю, униканням неологізмів, натомість мовні новоутворення виникають здебільшого із суто «чоловічої» ініціативи» [108]. Мовленню жінок властива наявність великої кількості емоційно-оцінної лексики, тоді як у чоловічому мовленні оцінна лексика тяжіє до стилістичної нейтральності та зниженості. Суть тактики підвищення значущості співрозмовника полягає в повідомленні партнеру позитивної інформації про нього у вигляді компліментів, похвали і схвальних оцінок або вираження позитивного ставлення до нього. «Гіперболізована експресивність, функціонування слів-інтенсивів, вищу каність, ексцентричність, перенасиченість епітетами й метафорами, часте використання вигуків є переважно ознаками жіночого мовлення. Але ці риси характерні й для

мовлення чоловіків, які вдаються до здійснення маніпулятивного впливу за допомогою тактики підвищення значущості співрозмовника» [102].

«Мовленнєва поведінка чоловіків визначається як прозора, жіноча – як завуальована» [109]. Тому в мовленні представниць жіночої статі непрямі висловлювання частотніші, ніж у мовленні чоловіків.

Ф. С. Бацевич відзначає статусну закріпленість мовленнєвих актів (від носія конкретного статусу в певному соціально-культурному середовищі очікують відповідних цьому статусу мовленнєвих актів): «Прерогатива в уживанні прямих експресивів-похвал належить начальнику, підлеглий може висловити лише непрямі компліменти» [8]. Принцип, якого дотримуються комуніканти, можна сформулювати у вигляді такого постулату: «Ніколи не висловлюйте прямо захоплення або схвалення особі з вищим соціальним статусом. Згідно з вимогами етикету, адресувати прямі компліменти і схвальні висловлювання особам, що мають вище соціальне становище, некультурно. Жінки непрямі експресиви використовують частіше під час спілкування з чоловіком, ніж з адресатом своєї статі» [102].

Ставлення до компліментарних висловлювань чоловіків і жінок різне: «якщо для чоловіків комплімент є засобом вираження свого захоплення, то жінки за його допомогою долають соціальну дистанцію. Існує стереотип щодо жіночої чутливості до компліментів: жінки, на відміну від чоловіків, сприймають компліменти на свою адресу як мовленнєвий засіб вираження схвалення чи заохочення прийнятої суспільством рольової поведінки» [111].

Цікаво, що «в англomовних культурах найчастіше адресатами й адресантами компліментів виступають жінки, що пояснюється позитивним ставленням представниць жіночої статі до компліментарних висловлювань. Комплімент вважається невід'ємною рисою комунікативної поведінки, орієнтованої передусім на жінок, а також ознакою «жіночої мови»» [22]. Найчастотнішими є компліменти жінок жінкам, далі в порядку зменшення частотності – компліменти жінок чоловікам і компліменти чоловіків жінкам. Найменшою за чисельністю, на думку

вчених, є група компліментів чоловіків чоловікам [112, р. 21-28; 111, р. 236-244; 106, р. 445-465; 105; 40, с. 155-157].

Досліджуючи функціонування компліментів у британській та американській лінгвокультурах, мовознавці сходяться на думці, що «компліменти, як правило, висловлюються комунікантами на адресу представників протилежної статі» [15].

Л. І. Ключко, дослідивши соціолінгвальні особливості функціонування похвальних висловлювань в англomовних країнах, помітила культурно зумовлену ознаку: «переважання схвальних відгуків осіб обох статей щодо здібностей та успіхів у тому чи іншому виді діяльності» [35, с. 114].

Зіставивши результати мовознавчих студій позитивно-оцінних висловлювань різних жанрів у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві, доходимо висновку, що «компліменти і похвали відмінні й за гендерним параметром: адресантами похвал частіше виступають чоловіки, ніж жінки» [35, с. 103]. У маніпулятивній стратегії позитиву про цю відмінність говорити не доводиться через істотне переважання позитивно-оцінних висловлювань, адресатом і адресантом у яких є чоловіки.

Отже, здійснений аналіз гендерного аспекту маніпулятивної тактики підвищення значущості співрозмовника не суперечить думці про те, що гендерні стереотипи мовленнєвої поведінки є відображенням диференціації соціальних ролей чоловіка і жінки, які, проте, можуть коригуватися в той чи інший бік під впливом професійної чи якоїсь іншої необхідності.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження дає змогу зробити такі узагальнюючі висновки:

Етимологія слова «комплімент» сягає своїм корінням в давнину. Спочатку з латинської мови в давньофранцузьку і північноіспанську мови було запозичене дієслово «complire», що було утворене від дієслова «plire» префіксальними способом. Воно означає «наповнювати», «заповнювати», «вселяти», «сповнюється», «виконувати», «здійснювати», «завершувати», «виконувати» та ін. В іспанській мові в результаті деривації дієслова «complir» зі значеннями

«виконувати», «виконувати» виник іменник «complimiento» – «виконання», «здійснення». Трохи пізніше до них приєдналися переносні значення «достаток», «надмірність», «перебільшення». Слід зазначити, що сьогодні дієслово «complir» та іменник «complimiento» дещо видозмінилися. Це пояснюється тим, що архаїчний префікс «com-» змінився на префікс «cum-».

На нашу думку, комплімент – це привітне звернення до адресата з метою підкреслити його досягнення, достоїнства, покращити настрій, привернути до себе увагу, виразити повагу та переконання в сприятливому та доброму відношенні.

На думку Н. В. Шапран, компліментарне висловлення – це висловлення, що містить позитивну оцінку адресата, його особистих якостей, вчинків і т.д. зі сторони мовця, використовуючи яке, мовець досягає мети викликати в адресата позитивний емоційний стан. Позитивна оцінка нерідко вживається в ситуації гри (політичної, економічної, соціальної, побутової), однак маніпулятивна оцінка є грою не за правилами: вона завжди пов'язана з ризиком, де гравець перед тим, як висловити комплімент, повинен зважувати свої шанси стосовно моральних і соціальних наслідків того, чи варто «пристосовувати світ до слів». Проте у маніпулятивних компліментах ступінь ризику значно нижчий.

Комплімент ґрунтується на задоволенні, він дає вихід почуттям, формує чуттєву атмосферу приємності й люб'язності, практично не залежний від поза мовленнєвих цілей мовця, звичайно, якщо він не діє в контексті маніпулятивної гри. Основною інтенцією компліменту є приблизно така: мовець хоче виразити своє задоволення співрозмовником і сформував атмосферу люб'язності.

Досліджуючи функціонування компліментів у британській та американській лінгвокультурах, мовознавці сходяться на думці, що компліменти, як правило, висловлюються комунікантами на адресу представників протилежної статі. Зіставивши результати мовознавчих студій позитивно-оцінних висловлювань різних жанрів у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві, доходимо висновку,

що компліменти і похвали відмінні й за гендерним параметром: адресантами похвал частіше виступають чоловіки, ніж жінки.

Отже, здійснений аналіз гендерного аспекту маніпулятивної тактики підвищення значущості співрозмовника не суперечить думці про те, що «гендерні стереотипи мовленнєвої поведінки є відображенням диференціації соціальних ролей чоловіка і жінки, які, проте, можуть коригуватися в той чи інший бік під впливом професійної чи якоїсь іншої необхідності».

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ КОМПЛІМЕНТАРНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ В ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

2.1. Соціокультурні особливості англійський компліментарних висловлень

Створюючи психологічний портрет англійців, В. Г. Крисько зазначає, що «в повсякденному спілкуванні часто важко зрозуміти парадокси англійського національного характеру, серед яких він називає «дивне поєднання конформізму та індивідуалізму, ексцентричності і пригладженості, привітності та замкнутості, відчуженості і поступливості, простоти і снобізму». Подібний парадокс виражається і у вираженні англійцями емоцій, в тому числі і у висловлюваннях похвали і компліменту. Холодні і стримані англійці регулярно обдаровують один одного посмішкою, яка, що цікаво, знаходить відображення і у вербальній

комунікації, в ряді ситуацій відрізняється експресивністю, виразністю і явним перебільшенням» [44, с. 278-279]:

You couldn't have devoted yourself to a better charity, or done it more sweetly, my darling. God bless you! (Alcott L. «A Garland for Girls»).

You are a trump, Dan, and I'm ever so much obliged to you. (Alcott L. «Little Men»).

You've both grown so pretty! I can't decide, which I like best. Phebe is the biggest and brightest-looking, ...but somehow you are so of sweet and precious... (Alcott L. «Eight Cousins»).

Сучасними вченими при розкритті змісту і форми універсальних культурних концептів емоційної складової надається велике значення. Вони стверджують, що «мова однаковий для всіх і різна для кожного, насамперед, у сфері її емотивності, де діапазон варіювання та імпровізації семантики мовних одиниць у сфері особистісних емотивних смислів найбільш широкий і різноманітний» [99, с. 59].

Суперечки про те, чи існує емотивний код мови, вирішені вченими позитивно: «наявність емотивних засобів різних мовних рівнів у національному мовному коді вже ні в кого не викликає сумніву» [98, с. 1]. Міжмовна комунікація є одним з аспектів вивчення емотивного потенціалу мови. «У процесі перекладу з однієї мови на іншу особливо актуальними стають знання про національно-культурні специфіки картини світу, що виявляються в коді використовуваних мов. Емоції – загальнолюдська універсалія, але їх відображення в мові національно специфічні, тому емотивний компонент семантики мови природно розглядати у складі його культурологічного аспекту» [98, с. 2].

Щоб зрозуміти особливості прояву емоцій в комунікативних культурах, Т. В. Ларіна пропонує чітко розмежувати такі поняття, як емоційність і емотивність, і визначає їх таким чином: «емоційність – інстинктивний, несвідомий незапланований прояв емоцій, що є психофізіологічною потребою людини; емотивність – свідомо, запланована демонстрація емоцій, що має певну комунікативну установку» [46, с. 156]. У першому випадку емоції носять природний, спонтанний характер, є відкритою демонстрацією почуттів; у другому

– прояв емоцій носить навмисний характер і являє собою стратегію комунікативної поведінки. Емоційність і емотивність мають різну спрямованість: перша сфокусована більшою мірою на суб'єкті (це емоції «для себе»), друга спрямована на об'єкт (це емоції «для інших»).

На думку дослідників, мовні акти похвали/компліменту англійської лінгвокультури мають, скоріше, етикетний характер. Звідси і особливість англійської комунікативної культури, яка полягає в тому, що співрозмовники більшою мірою фокусують свою увагу на почуттях інших, їм пропонується бути уважними (*careful, considerate, thoughtful*) до оточуючих і їх почуттів. І це не випадково, оскільки вся система англійської ввічливості є об'єктно-орієнтованою. Вести себе у відповідності зі своїм внутрішнім станом, не розділяючи загального настрою, є для англійської мовної особистості порушенням норм ввічливої поведінки.

Наші спостереження показують, що емотивність в цілому відіграє велику роль в англійській комунікації. Традиційна англійська стриманість стосується емоційної комунікації, але не емотивної. Комунікативна емотивність, навпаки, є однією з домінантних рис англійської комунікативної поведінки і безпосередньо

пов'язана з англійської ввічливістю, яка наказує перебільшувати інтерес, симпатію до співрозмовника, бути оптимістом:

I'm so dazzled by the brilliancy and beauty that has suddenly burst upon me, I have no words to express my emotions," answered Charlie, gallantly dodging the dangerous question. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

...it seems as if I never really saw a girl before, or had any idea what agreeable creatures they could be. I fancy you are a remarkably good specimen, Rose. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

Oh, Phebe, it was splendid! I nearly cried, I was so proud and glad to see you do yourself justice at last. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

Очевидно, що емоції адресантів компліментів безпосередньо відображаються в використовуваних ними мовних засобах.

Таким чином, для англійської мовної особистості характерне прагнення до «порожнього», формального висловлення компліменту. Формальне вживання компліменту закріплено за рядом стандартних ситуацій, що припускають висловлення етикетної похвали. «У цьому випадку комплімент складно назвати щирим, так як адресант застосовує такий прийом, як ввічливість-маска, користується «мовою» щирості», не відчуючи відповідних почуттів. У міжкультурному спілкуванні важливо вміти правильно інтерпретувати ті чи інші прояви емоцій, давати їм правильне тлумачення, розуміти їх функціональну значимість, що зробити нелегко, оскільки, як ми вже переконалися, зв'язок між проявом емоцій і почуттями, які при цьому відчуються, не завжди прямі і однозначні» [60, с. 1].

Розглянемо, як виявляється емотивність в англійських мовних актах похвали/компліменту.

На думку В. В. Леонтьєва, щоб іллокутивна сила етикетного мовного акту похвали/компліменту була прозорою, а іллокутивна мета мовного акту – легко досяжною, необхідна експлікація адресанта даних мовних актів своїх емоцій за допомогою поєднання предикатів загальної оцінки з такими експресивними

лексичними засобами, як інтенсифікатори типу «*Thank you so much*», «*I am most grateful*» і т.д. [59, с. 2]:

Ok, thank you very much. You are a dream come true. (вчитель – студентці за принесену чашку чаю).

Your daughter is a genius, she is absolutely fantastic. (вчитель – батькам про їх дитину).

Цілком очевидно, що англійці часто дають завищену оцінку як співрозмовнику, так і всьому, що відбувається і що спостерігається, використовуючи для цього численні суперлативні одиниці (*How absolutely marvelous! / You are absolutely fantastic / You're being extremely kind / That's brilliant. I'm delighted you are coming, that's fantastic*):

That's splendid! You did well. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

«Magnificent! Encore! Encore!» cried Gerald enthusiastically. (Barnard A. M. «Behind a Mask or a Woman's Power»).

Stupendous! Chrysanda, you've never been more stunning! (Hambly B. «Bride of the Rat God»).

Перебільшення, або використання стратегії переоцінки, насамперед, проявляється в широкому вжитку англійцями експресивних емоційно-оцінних одиниць: «*great*», «*excellent*», «*perfect*», «*gorgeous*», «*wonderful*», «*brilliant*»,

«superb», «fantastic», «fabulous», «marvelous», «divine», «ravishing», «terrific», «delighted», «enjoyable» та ін.:

Everybody at school says he's a wonderful person (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

In fact, you have the most brilliant political mind in Europe (із кінофільму «It was yesterday»).

It is wonderful! I can sing, but nothing half so fine as that. (Alcott L. «Eight Cousins»).

Bless the little dear, what a generous heart she has! (Alcott L. «Eight Cousins»).

My dear, it is perfect bread, and you are an honour to your teacher. (Alcott L. «Eight Cousins»).

Цікаво відзначити, що оціночні репліки, що містять подібні суперлативні лексеми, які часто вживаються при оцінці досить прозаїчних речей:

You're absolutely fantastic (Ти абсолютно фантастична) (за допомогу в митті посуду);

I had the most gorgeous bath (Я прийняв найчудовішу ванну);

Your rice is terrific. It looks incredible (Твій рис приголомшуючий. Він виглядає незбагненно) (за столом);

It's absolutely marvelous. I'm delighted. It's unbelievable (Він абсолютно чудовий. Я в захваті. Це неймовірно) (про новий диван) і т.п.:

Oh me, what a sweet toilet table! (Alcott L. «Eight Cousins»).

...My dear, you are a treasure; I haven't tasted such tea since my poor maid Ellis died... Whatever you do seem to do well, and that is such a comfort. (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

It's the sweetest, dearest kitchen in the world! (Alcott L. «Little Men»).

Результати проведених в цій галузі досліджень показали, що до числа найбільш частотних засобів вираження емоційного концепту «комплімент» в англійській мові відносяться емотивний прикметник «beautiful» і предикат

загальної оцінки «*good*», інтенсифікатори «*very*» і «*so*», вигук «*oh*» та імена адресатів:

How nice it smells! (Alcott L. «Eight Cousins»).

How well those fellows row! Look to them, and take notes for your own use by and by... How beautifully they go... (Alcott L. «Eight Cousins»).

Your plans are always so wise and kind! That's why they work so well, I suppose... (Alcott L. «Eight Cousins»).

How kind you are! (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

In the first place, you're the most beautiful woman I've ever seen... (Wharton E. «Summer»).

You look very beautiful in red, minx. (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

Для опису захоплення зовнішністю співрозмовника в англійській комунікативній культурі мовлення може використовуватись і цілий ряд інших

прикметників («*beautiful*», «*pretty*», «*wonderful*», «*graceful*», «*gorgeous*», «*sweet*», «*nice*», «*fine*» та інші):

You wore such a graceful little garland... It is most artistic, and caught my eye at once. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

Your paleness is excellent... (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

Gorgeous! Ravishing! Fatal beauty at its most devastating! (Hambly B. «Bride of the Rat God»).

Що стосується вживання імен адресатів, то, на думку психологів, людину цікавить власне ім'я більше, ніж що-небудь ще. Таким чином, вживання імені співрозмовника є одним із дієвих способів завоювати його симпатію:

You're very thorough, Bolo. Yes, indeed, you're doing a very commendable job. Keep up the good work. (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

В англійських мовних актах широко використовуються якісні прикметники в порівняльному і найвищому ступенях:

I think you're quite one of the nicest people I've ever known, and one of the finest too (Wharton E. «Summer»).

I think you are the dearest girl in the world, and I'll let you do anything you like with me. (Alcott L. «Eight Cousins»).

That is the nicest lunch I ever had! (Alcott L. «Little Men»).

Дуже часто в англійських прямих компліментах використовуються розповсюджувачі, які вказують на час:

Your plans are always so wise and kind! That's why they work so well, I suppose... (Alcott L. «Eight Cousins»).

It was the kindest thing you ever did... (Alcott L. «Rose in Bloom»).

В англійському спілкуванні в мовних актах похвали/компліменту дуже часто застосовуються дієслова-перформативи. «У висловленнях з перформативами інтенціональний сенс «комплімент/похвала» знаходить найбільш повне

вираження» [29, с. 3]. Особливо це характерно для ситуацій спілкування в офіційно-діловій, формальній обстановці:

I admire her taste... (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

I appreciate your honesty... (Greenman B. «Black, Gray, Green, Red, Blue: a Letter from a Famous Painter on the Moon»).

Цікавими є способи вираження позитивної оцінки чийхось достоїнств за допомогою лексем, що виражають, здавалося б, протилежне позитивній ознаці значення, наприклад: англійські «*awful*», «*terrible*», а також численні так звані лексеми з «жіночим ярликом» («*adorable*», «*charming*», «*sweet*», «*lovely*», «*divine*»):

I expect he's awfully nice, really. (Wharton E. «Summer»).

She had a terribly nice smile. (Salinger J.D. «The Catcher in the Rye»).

That little girl with the red leaves is charming. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

I knew Miss Harper once, - a lovely woman... (Alcott L. «A Garland for Girls»).

Результати досліджень свідчать про те, що в переважній більшості випадків в англійських мовних актах похвали/компліменту зафіксовано вживання повних

оповідних і окличних пропозицій. До основних синтаксичних структур англійської мовного акту похвали/компліменту відносяться:

- 1) You + to be + Adj./N.;
- 2) You + look + Adj./N.;
- 3) N./Pn. + to be + Adj.;
- 4) What + Adj. N., How + Adj., What + Adj.;
- 5) I like/love....:

...you're the most beautiful woman I've ever seen... (Wharton E. «Summer»).

How splendid you are!... (Alcott L. «A Modern Cinderella»).

...what a sweet toilet table! (Alcott L. «Eight Cousins»).

...what I like about you is your beautiful honesty (Lessing D. «England Versus England»).

Для вираження більшої експресивності в компліменті часто вживаються такі стилістичні прийоми, як гіпербола, порівняння, градація. Прикладом використання гіперболізації можуть бути такі висловлення:

They are the people, I feel, among whom Shakespeare will be born if he is born again(Wharton E. «Summer»).

I would tell you how the soft red silk enhances the natural flush of your perfectly sculpted cheeks – cheeks softer even than the silk, petal-soft... And how the fiery color echoes the tantalizing hints of auburn caught by the candlelight in your glorious hair –

thick luxurious hair...And how the rich color emulates the sweet tint of your lips – full, lush, sensual lips... (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

Порівняння можуть бути представлені по-різному:

- адресата порівнюють з яким-небудь літературним персонажем:

The Ugly Duckling turned out a swan, you remember...I'm sure he'll turn out a capital specimen of the Campbell variety. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

- адресата порівнюють зі знаменитими людьми, авторитет яких всенародно визнаний:

He will definitely be a Shakespeare yet! (Alcott L. «Little Men»).

Bless her dear heart! She's bonnier than ever! Looks like a Madonna doesn't she? With that blue cloak round her, and her bright hair flying in the wind. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

Прикладами градації в компліментах можуть служити наступні мовні акти:

...I've watched you, and found the girl I've always wanted for my wife. Modest, and brave, dutiful and true, that's what I love. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

She would make a man of me. She puts strength and courage into me as no one else can. She is unlike any girl I ever saw; there's no sentimentality about her; she is wise, and kind, and sweet. She says what she means, looks you straight in the eye, and is as true as steel. I've tried her, I know her, and – ah, Gerald, I love her so! (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

Як показують наші спостереження використання англійською мовною особистістю значно більшого різноманіття емотивів та оціночних лексем пояснюється емотивним характером англійської комунікації. Це не означає, що всі досліджувані англійські мовні акти формальні і нещирі, це лише підтверджує високу значимість міжкультурної компетенції і вимагає від учасників комунікації і мовних посередників, якими є перекладачі, бути гранично уважними до тієї комунікативної ситуації, в якій відбувається спілкування.

Носій англійської мови схильний демонструвати радість, задоволення від отриманого компліменту і подяку. Ми вважаємо, що це пояснюється емотивністю

англійської комунікації і прагненням слідувати запропонованим правилами мовної поведінки:

- *It is a pleasure to hear you, for you read remarkably well.*

- *Do you really think so, uncle? I'm so glad!* (Alcott L. «Eight Cousins»).

- *You are not silly, my dear, but a very sensible girl, we all think, and I'm proud to have you for a sister.*

- *That's so nice of you!* (Alcott L. «Eight Cousins»).

У найзагальнішому вигляді реакція на комплімент (при наявності такої) в англійській комунікативній культурі може бути представлена:

1. Погодженням з компліментом, його прийняттям:

- *My faith, Alec, that's the sort of voice that wins a man's heart out of his breast!*

- *So it would! – answered Dr. Alec delightedly.* (Alcott L. «Rose in Bloom»).

- *How well you are looking!*

- *Oh, thanks!* (Alcott L. «Rose in Bloom»).

2. Подальшим розвитком компліменту (у тому числі відповідним компліментом):

- *...I like you.*

- *Really? – he asked, diffidently.*

- *Really, - she said.*

- *I like you too, - he said, boyishly.* (Clarence K.B. «Youth Challenges»).

- *I thought the other night I should like you. Now I'm sure of it. – She owned her father's directness.*

- *You are good. – He said.* (Clarence K.B. «Youth Challenges»).

3. Незгодою з компліментом:

- *You are a remarkable woman, Kafari Camar.*

She shook her head:

- *No, I'm just a Jeffersonian.* (Ringo J. and Evans L. «The Road to Damascus»).

- *You're the strongest person I have ever known, Kafari Khrustinova. Do you have any idea how remarkable you are, dear lady?*

- *I don't feel very remarkable, Simon. And I probably look like a drowned cat.* (Ringo J. and Evans L. «The Road to Damascus»).

Похвала або комплімент можуть викликати у адресата не тільки позитивну або нейтральну реакцію – реакція може бути і явно негативною. У ряді ситуацій компліменти розуміються як явно улесливі висловлювання або як мовні дії, що виражають іронію, часом злу, близьку до образи адресата (*a double-barreled compliment* – двозначний комплімент; *a left-handed compliment* – сумнівний комплімент, комплімент-знущання).

Негативна реакція може виникнути в адресата як з вини мовця, так і через деякі особливості власного характеру адресата, наприклад, скромності, сором'язливості.

Однією з помилок мовця, що призводить до негативної реакції, є вживання надто явних компліментів:

- *Your last picture was wonderful, Miss Gonzales.*

- *Your flattery is dishonest.* (Chandler R. «Little Sister»).

Іншою помилкою є вживання компліменту, що містить іронію, насмішку, глузування:

«*How nice of you to visit, John*», *she said with icy contempt that wasn't lost on him even in his drunken state.*» *You're looking well...* (Steel D. «The Long Road Home»).

В останньому прикладі в ході сімейної сварки адресант (дружина) вимовляє комплімент з приводу зовнішнього вигляду свого чоловіка. З контексту видно, що іллокутивна мета висловлення спрямована на те, щоб принизити, образити адресата

і висловити презирство до нього. У даному контексті емотиви «*nice*» і «*well*», що виражають, як правило, позитивні емоції, набувають негативної конотації.

Негативну реакцію може викликати і комплімент, що містить негативне порівняння:

You are really a moron. But what a dancer. (Sallinger J.D. «The Catcher in the Rye»).

You're rather handsome, not a prince though. (Lodge D. «Paradise News»).

Негативну реакцію викликає і фамільярність мовця:

- *Good boy, I really had no idea you could look so like a gentleman.*

- *Stop calling me a boy.* (Alcott L. «Rose in Bloom»).

Невпевненість адресата у щирості мовця також служить причиною неадекватної реакції на комплімент:

«... *you look younger, cousin Jolyon*». – «*I'm ancient...*» (Galsworthy J. «The Forsyte Saga. In Chancery»).

Проте, варто відзначити, що в англійській комунікативної культурі не прийнято сперечатися з співрозмовником або керуватися при відповіді на комплімент хибними уявленнями про скромність.

Помилка мовця у виборі предмета компліменту також може спричинити за собою негативну реакцію адресата:

«*You are extraordinarily attractive to women. And your greatest charm is that you don't realize it*». – «*No, but really,*» – he protested. «*I hope I'm some kind of a doctor as well*» (Cronin A.J. «The Citadel»).

Наступною причиною є недоречність компліменту в конкретній ситуації:

- *Have you given up your painting?* – she asked rather abruptly...

- *Sweetest face I ever saw, and very like you about the eyes, isn't it?* – said Charlie, who seemed to have a Yankee trick of replying to one question with another.

- *I want an answer, not a compliment.* (Alcott L. «Rose in Bloom»).

І, нарешті, антипатія адресата до адресанта також веде до негативної реакції:

«*You are a very nice girl, but I wish you would flirt with me, and me only*», said Winterbourne. – «*Ah! Thank you very much, you are the last man I should think of flirting with*» (James H. «Daisy Miller»).

Таким чином, мовець може знизити ймовірність негативної реакції на комплімент, уникаючи вживання надто явних компліментів, компліментів, що містять іронію, насмішку, глузування, негативне порівняння, а також уникаючи фамільярного звернення.

У компліменті може даватися оцінка окремих рис характеру людини, її зовнішності та одягу, її внутрішніх моральних якостей, здібностей та інших достоїнств. Перелік потенційних об'єктів похвали і компліментів в англійській комунікативній культурі досить великий, але, безумовно, ряд об'єктів є найбільш поширеними в компліментних висловлюваннях.

Результати проведеного дослідження похвали і компліменту в англійському спілкуванні наведено в табл 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз частотності похвали/компліментів англійської комунікативної культури
залежно від об'єкта похвали/компліменту

Тип компліменту	% від загальної кількості актів
Компліменти зовнішньому вигляду людини	21%
Компліменти, які оцінюють професіоналізм, чи певні здібності	20%
Узагальнюючі документи (які характеризують особистість в цілому)	10%
Компліменти внутрішнім, моральним якостям	24%
Компліменти інтелектуальним здібностям	13%
Інші компліменти (компліменти. Що стосуються віку, імені, житла, домашньої обстановки тощо)	12%

Таким чином, в рамках дослідження виявлено, що в англійській комунікативної культурі провідне місце займають компліменти внутрішнім, моральним якостям людини.

В англійському мовному спілкуванні компліментів зовнішності приділяється досить велика увага – цей вид компліментів на англійській культурі стоїть на другому місці. Цілком очевидним є той факт, що в англійській комунікативної культурі компліменти з приводу зовнішності вживаються головним чином в

неформальних ситуаціях спілкування. У діловому спілкуванні компліменти з приводу зовнішності співрозмовника маловживаних і можуть розглядатися як ознака поганого тону. Деякі автори, зокрема С. Ільїнський, стверджують, що взагалі «компліменти щодо зовнішності і фізичних властивостей співрозмовника типу «як ви схудли» або «який ви високий» вважаються вульгарними» [30, с. 5].

Не дивлячись на це, вище приведені результати дослідження і вивчені нами фактичні матеріали свідчать про високу частоту вживання даного різновиду мовного акту.

2.2. Гендерний аспект англомовних компліментарних висловлень

Говорячи про адресатів і адресантів компліментів, безумовно, необхідно розглянути питання статевої поведінки в міжособистісному компліментному спілкуванні.

У лінгвістичних роботах останнього десятиліття все більша увага приділяється гендерним дослідженням. Гендер вважається одним з параметрів, за допомогою якого в спілкуванні конструється соціальна ідентичність мовця. Як правило, він взаємодіє з іншими параметрами – статусом, віком, соціальною групою і т.п. «Громадські інститути (школа, армія, церква і т.д.) підтримують відмінності, надають їм статус норми. Громадські ритуали також створюють гендерну асиметрію – в одязі, повсякденному побуті і символіці. Гендер, як продукт культури, відбиває уявлення народу про жіночність і мужність, зафіксовані у фольклорі, казках, традиціях і, зрозуміло, в мові» [71, с. 784].

На думку вчених, «жіноча парадигма поведінки не є сформованою настільки, щоб бути діаметрально протиставленою чоловічій парадигмі поведінки» [84, с. 5]. Однак, «поряд із змішаними, загальнолюдськими і маскулініними ознаками в жіночій парадигмі поведінки різні дослідники виділяють такі більш-менш позитивні істинно жіночі якості і властивості, як недирективність, дифузність думки і почуття; близькість до природи; висока адаптивність до чужих міркувань; висока здатність до імітації та репродуктивності; рецептивність; довірливість;

душевне єдність з навколишнім світом; бажання бути в центрі (чоловічого) уваги; прагнення стати об'єктом компліменту; прагматичність; терпимість; делікатність; загадковість; пристрасність; життєва розважливість; практичність» [84, с. 6]. Згідно вченим, «ці риси зумовлюють особливості жіночої комунікативної поведінки. Відповідно, можливість чіткого протиставлення чоловічих і жіночих компліментів пояснюється давно визнаним соціолінгвістами теоретичним положенням про те, що чоловіки і жінки по-різному поведуться в комунікативних ситуаціях» [48, с. 118].

Дебора Таннен, аналізуючи комунікативні невдачі в спілкуванні осіб протилежної статі, пояснює їх різними вимогами, що пред'являються суспільством до чоловіків і жінок, а також специфікою соціалізації в дитячому та підлітковому віці, коли спілкування відбувається, переважно, в одностатевих групах. Під впливом цих факторів у чоловіків і жінок виробляються різні мотиви поведінки, стратегії і тактики спілкування. «Для більшості жінок мова спілкування – це, в першу чергу, мова порозуміння: спосіб встановити контакт і зміцнити взаємини. Від жінок суспільство очікує неконфліктності, поступливості, кооперативності та емоційності» [86].

Як правило, для чоловіків розмова – це, головним чином, спосіб зберегти незалежність, завоювати і утримати статус. Ці відмінності ведуть, відповідно з концепцією Д. Таннен, до відмінностей в цілях спілкування та інтерпретації висловлювань. Одні й ті ж висловлювання можуть розглядатися з позиції статусу або з позиції підтримки взаємозв'язку, солідарності та допомоги.

Промовляючи одні й ті ж фрази, чоловіки і жінки можуть керуватися різними мотивами і по-різному інтерпретувати слова співрозмовника. Наприклад, вислів похвали чи компліменту можна витлумачити як прояв солідарності і зміцнення взаємозв'язку. Але можна побачити в похвалі і компліменті натяк на те, що висловлювач позитивної оцінки демонструє свою перевагу і намагається домінувати в міжособистісних стосунках. Так, власниця великої будівельної

компанії Лара Камерон робить комплімент своєму головному конструктору наступним чином:

«Howard Keller tells me that you are the best» [134, p. 97].

Вона розуміє, що чоловік волів би отримати оцінку своїх професійних навичок з вуст іншого чоловіка, оскільки вважається, що будівництво і бізнес не жіночі заняття. Подібні відмінності в комунікативній поведінці чоловіків і жінок є причиною їх різного ставлення до меліоративних висловлювань. Виходячи з положень теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона, можна сказати, що «жінки ставляться до компліментів і похвал, як до висловлювань позитивної ввічливості (висловлювань, що демонструють єдність і солідарність), а для чоловіків – це висловлювання негативної ввічливості (висловлювання, що надають свободу дій)» [105].

Разом з тим вчені визнають, що мовна поведінка конкретних жінок і чоловіків часто залежить від оточення, в якому відбувається спілкування, від соціального і культурного рівня комунікантів. У той же час, гендерні ролі і норми значно варіюються залежно від комунікативної ситуації і інтенції мовця. «Не існує власне «чоловічої» і власне «жіночої» мови – гендер є «плаваючим» параметром, що впливає на комунікативну поведінку людини. У цьому зв'язку правомірно говорити про гендерно обумовлені комунікативні особливості чоловічого та жіночого мовлення і про стилі комунікативної поведінки, які детерміровані особистісними гендерними властивостями» [71, с. 785].

Питання про те, хто кому (чоловіки жінкам, жінки чоловікам чи представники однієї статі при спілкуванні один з одним) частіше говорять компліменти в західних соціумах, давно знайшов своє рішення в ряді лінгвістичних робіт. На думку Н. Вольфсон, Дж. Мейнс, Дж. Холмс і Д. Ф. Браун, в ролі як адресантів, так і адресатів компліментів частіше виступають жінки. «При цьому найбільш частотними є компліменти жінок жінкам, далі за рівнем зменшення

частотності йдуть компліменти жінок чоловікам, компліменти чоловіків жінкам. Найменш нечисленні компліменти чоловіків чоловікам» [48, с. 119].

«У процесі неформальної взаємодії беруть участь люди, пов'язані між собою родинними, дружніми, подружніми або романтичними стосунками. Меліоративні висловлювання в даному випадку є щирими, оскільки емоціями адресанта виступають захоплення і радість» [71, с. 785].

Таблиця 2.2

Співвідношення чоловічих та жіночих мовних актів позитивної оцінки в процесі неформального спілкування

М – М (компліменти/похвала, що промовляються чоловіком чоловікові)	М – Ж (компліменти/похвала, що промовляються чоловіком жінці)	Ж – М (компліменти/ похвала, що промовляються жінкою чоловікові)	Ж – Ж (компліменти/похвала, що промовляються жінкою жінці)
Oh, my friend, you prevzoshol himself in this race!	My dear, you - irresistible in this dress!	Dear, your labor services do you the honor of being the most respected among his colleagues.	My dear friend, you are very beautiful in the role of the bride!
3 %	49 %	31 %	17 %

З таб. 2.2 видно, що найбільш частотними є чоловічі компліменти і похвали жінкам. Багато чоловічих компліментів і похвал являють собою досить розгорнуті твори мовлення. Наприклад, чоловік говорить своїй дружині:

«You are even more beautiful than you were. You've grown up to be an exceptionally beautiful woman. But that's not surprising. You were always an exceptionally beautiful girl» [135, р. 63].

Соціологічні дослідження підтверджують, що «в розмові між чоловіками і жінками чоловіки говорять довше, так як розмова для чоловіків – спосіб завоювати і утримати статус» [76, с. 133].

Чоловіки прагнуть домінувати в розмові і з позиції свого статусу виносять оцінку жінкам.

Мала кількість компліментів і похвал, виголошених чоловіками чоловікам, пояснюється тим, що чоловіча соціальна поведінка розглядається соціолінгвістами

як нормативна, яка не потребує коментарів та інших суджень. До цієї групи увійшли, в основному, оціночні висловлювання людей, пов'язаних родинними зв'язками: батько – син, дядько – племінник, дідусь – онук. Наприклад,

син каже батькові:

«*You smell good, Dad*» [135, р. 123],

дядько племіннику:

«*You know, Jeff, you are a smart fellow*» [133, р. 208].

Характерною особливістю даних висловлювань є те, що чоловіки в розмові один з одним воліють виражати своє схвалення дуже лаконічно.

Для жінок комплімент і похвала являють собою практичний хід, спрямований на підтримання контакту з адресатом, створення сприятливого психологічного клімату. Наприклад, Ліан каже своєму чоловікові:

«*You look like a proud papa all over again*» [135, р. 49].

Метою даного висловлення є не тільки бажання висловити захоплення своїм чоловіком, але і поліпшити взаємини.

При офіційному спілкуванні слід брати до уваги не тільки тематику висловлювання, стать адресатів, але і їх соціальний та віковий статус і ступінь близькості з адресатом. В табл. 2.3 представлено співвідношення чоловічих та жіночих молденнєвих актів позитивної оцінки в процесі саме формального спілкування та з врахуванням соціального статусу комуні кантів.

З таб. 2.3 видно, що переважну кількість компліментів і похвал вимовляють жінки (60 %). Пояснюється це тим, що комунікативна поведінка жінок орієнтована на встановлення контакту зі співрозмовником і на взаємодію. Чоловіки вважають за краще говорити компліменти і похвали жінкам (36 %), а не особам своєї статі (4 %). Компліменти з приводу зовнішності, особистих речей, внутрішніх і

професійних якостей, житла, сім'ї, а також похвали, можуть бути адресовані жінкам будь-якого соціального статусу.

Таблиця 2.3

Співвідношення чоловічих та жіночих мовленнєвих актів позитивної оцінки в процесі формального спілкування з врахуванням соціального статусу комунікантів

М – м (компліменти/похвала, що промовляються чоловіком вищого соціального статусу чоловікові)	м – М (компліменти/похвала, що промовляються чоловіком чоловікові вищого соціального статусу)	М – ж (компліменти/ похвала, що промовляються чоловіком вищого соціального статусу жінці)	м – Ж (компліменти/похвала, що промовляються чоловіком жінці, яка є вищою в соціальному статусі)
You completed the task on time. I note this in the future.	You are the boss, right noticed that false messenger. It was truly unfair. And how did you manage to see it?!	Oh, such a design could come up with only dresses and new. I was right there!	Oksana, your talent to predict the situation gives me a chance to react to something unpredictable.
2 %	2 %	24 %	12 %
Ж – м (компліменти/ похвала, що промовляються жінкою вищого соціального статусу чоловікові)	ж – М (компліменти/ похвала, що промовляються жінкою чоловікові з вищим соціальним статусом)	Ж – ж (компліменти/похвала, що промовляються жінкою з вищим соціальним статусом жінці)	Ж – Ж (компліменти/похвала, що промовляються жінкою жінці з вищим соціальним статусом)
Ivan, you are so skillfully manage this car! To you cope with it one could not. I am pleased with your work.	Nikolai Petrovich, I certainly appreciate your ability to pick up my bad mood, but now I need to prepare my nayvazhdlyvishoyi role.	Catherine, you have excellent coffee welded shut and raised me on her feet!	Maria Ivanovna, you have a great team and I'm so happy that you work in!
3 %	6 %	12 %	39 %

Для офіційного спілкування характерно вживання формальних, «порожніх» компліментів в ситуаціях, в яких їх застосування наказано правилами етикету чи

громадської ввічливості. У цьому випадку компліменти не можуть вважатися щирими, оскільки адресант застосовує такий прийом як ввічливість-маска.

Наприклад, комплімент як вітання:

«*We do not often meet à beautiful woman in here. It brightens our day*» [134, p. 97].

В якості встановлення контакту один з пасажирів на кораблі каже знаменитій письменниці:

«*I read the novel. It's wonderful. One of your best efforts
I could not put it down*» [118, p. 33].

Мовні акти позитивної оцінки, вимовлені чоловіками чоловікам не дуже численні, і в основному складаються з компліментів певним якостям або професіоналізму співрозмовника, а також похвал за успішно виконану роботу або досягнення і заслуги адресата. Наприклад, персонаж одного з творів С.Шелдон говорить своєму другові-музиканту після концерту:

«*I would not have missed your concert. You were marvelous*» [134, p. 206].

У відношенні людини більш високого статусу часто вимовляються улесливі висловлювання. Лестощі вимовляються мовцем з метою завоювати довіру і розташування співрозмовника, при цьому відносини між комунікантами можуть бути суперечливими: захоплення, заздрість, неприязнь. Підлещувач, намагаючись приховати свої корисливі цілі і ввести в оману мовця, намагається максимально

наблизити лестощі до щирого компліменту. Наприклад, дівчина, бажаючи отримати роботу секретаря говорить власниці великої будівельної компанії:

«I'm a big fan of you, Miss Cameron. You're my role model. You've accomplished a lot, and you've done it on your own» [134, p. 297].

У сфері формальної комунікації справжні компліменти мають, переважно, непряму форму, стосуються тільки професійних якостей і регулюються етикетними правилами.

«Wherever you look» the mayor continued, «you can see Lara Cameron's contribution written in concrete». The mayor turned to Lara and smiled. «And she's not only brainy, she is beautiful» [134, p. 195].

Наведений як приклад комплімент має подвійний сенс. По-перше, чоловік визнає дівчину як рівноправного партнера. По-друге, він робить комплімент її зовнішніми даними і розумовим здібностям. Формально даний комплімент є непрямим, оскільки звернений не до самого адресату оцінки, а до третьої особи.

Особливості жіночого і чоловічого мовлення проявляються у виборі лексичних і синтаксичних засобів. Наприклад, чоловіками рідко використовуються такі експресиви як *gorgeous, adorable, brave, noble, gallant, lovely, pretty, romantic*. Жінки рідко вимовляють *remarkable, cool, right, perfect, brilliant*.

Для вираження позитивної оцінки чоловіки найчастіше вживають конструкції:

- 1) You are / look + adj.,
- 2) You are + noun, It is + adj (+ noun),
- 3) You have + adj. + Noun, You + do + adv.

Жінки часто використовують у своїй промові розділові питання:

«You are very strong, are not you?» [136, p. 35].

На думку сучасних соціолінгвістів, «розділові питання орієнтовані на мовця, так як вони апелюють до адресата для підтвердження висловлювання мовця» [36. с. 153]. Жінки більш емоційні, тому у своєму мовленні вони частіше використовують вигуки, інтенсифікатори та експресивні конструкції з *how* і *what*. В силу підвищеного емоційного рівня у жінок також спостерігається більш висока

застосовуваність еліптичних та інвертованих конструкцій. Наприклад, в оповіданні «Evening to Remember» місіс ФEARхест захоплюється будинком своїх знайомих:

«What a charming house! How clever of you and Henry to find it» [130, p. 237].

Жінки сприймають компліменти на свою адресу як мовний засіб вираження схвалення або заохочення прийнятої суспільством рольової поведінки. Від представниць слабкої статі в англійському соціумі очікують прояв інтересу до різних прикрас, красивого одягу, стильної зачіски, а також явно, експліцитної зацікавленості в сімейних справах і вихованні дітей. Для жінки виглядати привабливою, носити красиві плаття і прикраси означає виконувати соціально обумовлену роль і розглядається як дія (*performance*). Чоловіки ж не вважають компліменти найкращим мовним засобом вираження солідарності, дружнього ставлення до адресата, тому вони частіше вербалізують компліменти в ситуаціях, в яких їх застосування наказано правилами етикету чи громадської ввічливості.

Для чисто жіночих компліментів характерне рідке звернення до тем, пов'язаних з родичами жінок-адресатів (за винятком їхніх дітей), їх характером і здоров'ям. На нашу думку, жінки уникають давати позитивні етикетні оцінки характеру і здоров'ю співрозмовниць тому, що подібні висловлювання можуть бути неадекватно сприйняті жінками-адресатами (як лестощі, як іронія або навіть як образа). А неправильна інтерпретація жінками-адресатами сенсу почутого може призвести до несподіваних для жінок-адресантів результатів, при яких не буде реалізована комунікативна стратегія адресантів, і не буде досягнута їх комунікативна мета. «Проблема адекватного декодування адресатами компліментів взагалі і адресатами-жінками зокрема сенсу сказаного, і, відповідно, інтенцій адресантів в англійському соціумі стоїть дуже гостро. Соціолінгвістами відзначається висока ймовірність і фактична частотність випадків, коли адресати компліментів на момент вербалізації етикетної похвали відчують себе дискомфортно, відчують потребу до самозахисту і, найголовніше, не знають, як правильно відповісти на компліменти» [48, с. 119].

Жіночі компліменти з приводу успіхів у школі дітей жінок-адресатів, їх талантів, інших достоїнств означає визнання материнського майстерності і

достоїнств жінок-адресатів, що є прямим проявом прагнення до створення або зміцнення солідарності з співрозмовницями:

They say Bernard is a best student. My congratulations, Ursula! I always knew you were a perfect mother (Lodge D. «Paradise News»).

Your daughter has a gift for singing, misses Albot. Besides, she's a very good dancer (Lodge D. «Paradise News»).

Найбільше компліментів спрямовано на зовнішність жінок-адресатів, їх особисті речі (одяг, квартири), побутові (в основному, кулінарні) та професійні здібності:

I like your dress. I think it's adorable (Collins D. «Lady Boss»).

Oh, me, what a sweet toilet table! (Alcott L. «Eight Cousins»).

I do believe you have a gift for cooking, you take it so cleverly. (Alcott L. «Little Men»).

Жінки-адресанти вибирають предметами компліментів, в першу чергу, об'єкти, які візуально сприймаються обома співрозмовницями і одночасно є матеріальним втіленням особистого смаку адресатів. Жінки-адресанти виходять з положення про те, що компліменти щодо зовнішності можна інтерпретувати не інакше, як мовне вираження солідарності з адресатом.

Комунікативна тактика жінки в наведених вище прикладах проявляється вже на етапі вибору об'єкта компліменту. Вибір адресантом як об'єкт блузки/сукні співрозмовниці демонструє її високу комунікативну компетенцію.

Як відомо, в англійській лінгвокультурі висловлення може бути інтерпретовано адресатом як комплімент, а не як експліцитні лестощі, якщо воно пов'язане з чимось, позитивно оцінюваним обома комунікантами і представляє велику цінність для адресата.

Ступінь щирості адресанта, подібно вище наведеному контексту, визначити буває дуже складно. Тим не менш, ми відносимо дані компліменти до категорії щирих, виходячи з положення про те, що щирі компліменти більшою мірою характерні для спілкування комунікантів, що складаються в родинних чи близьких дружніх стосунках і не залежать один від одного ні морально, ні матеріально. На

щирість жінки-адресанта вказує також неформальна обстановка ситуації спілкування. У цьому випадку ступінь поваги жінки-адресата жінкою-адресантом має бути значним, висловлюючись в симпатії та позитивному ставленні до неї. Комунікативна тактика адресанта аналізованого компліменту також проявляється у структуруванні самого вислову: спочатку йде загальна висока оцінка і вираз загального враження адресанта від оцінюваної речі, а потім відбувається конкретизація її враження.

Аналіз подальшого контексту дозволяє зробити висновок про успішне досягнення жінкою-адресантом своїх комунікативних цілей.

Жіночі компліменти на адресу чоловіків є прекрасним зразком міжгендерної комунікації, при якій жінка, яка виступає в ролі адресанта, ініціатора комунікації, обов'язково повинна враховувати згадане вище в цілому негативне ставлення чоловіків до компліментів. Тому комунікативна тактика жінки-адресанта повинна бути ще більш «тонкою» і продуманою, в порівнянні з комунікативною тактикою адресантів чисто жіночих компліментів. В. В. Леонтьєв зазначає, що «в британській лінгвокультурі в тематичному плані жіночі компліменти на адресу чоловіків фокусуються на зовнішності адресантів (50 %), на їх професійній майстерності (20 %), і на персональному ставленні чоловіків-адресатів до жінок-адресантів (20 %). На всі інші теми припадає 10 % прикладів» [48, с. 122-123].

You are extraordinarily attractive to women. And your greatest charm is that you don't realize it. (Cronin A.J. «The Citadel»).

I wonder if there is anything in the world that you cannot do, she said, in a tone with respectful admiration. (Alcott L. «Eight Cousins»).

In fact, you have the most brilliant political mind in Europe (із кінофільму «It was yesterday»).

Враховуючи усталену думку про те, що чоловіки фокусують свою увагу на особистій незалежності й своєму соціальному статусі, на «виключення» співрозмовника зі сфери своїх інтересів, і стійку думку про те, що для чоловіків мова – не більше ніж засіб інформації, жінки, кажучи компліменти чоловікам, зобов'язані повною мірою виявити свою комунікативну компетенцію, якщо вони

дійсно хочуть зміцнити або встановити контакт з чоловіками-адресатами. Тому, в неформальній обстановці при спілкуванні з рівностатусними чоловіками жінки повинні вибирати теми зовнішності або характеру, повністю уникаючи їх у спілкуванні з високостатусного чоловіками (наприклад, керівниками по роботі). Основною, якщо не єдиною, темою жіночих компліментів у спілкуванні з керівниками є тема їх професійної майстерності та вміння.

«Серед якостей і атрибутів чоловічої парадигми поведінки вченими називаються мужність; високий рівень усвідомленості, осмисленості дій; розсудливість; логічність; оригінальність; освіченість; інтелектуальність; самокритичність; самостійність; ставлення до себе як до особистості; висока самооцінка; прихильність єдиній ідеї в дружбі» [71, с. 2]. Ці риси знаходять відображення в реалізованих чоловіками-адресантами висловленнях похвали і компліменту.

У мові чоловіків, що роблять компліменти жінкам, присутня емотивно-оцінна лексика, що характеризує «жіночне» начало, а саме: ніжність, м'якість, витонченість, витонченість і т.п. .:

I would tell you how the soft red silk enhances the natural flush of your perfectly sculpted cheeks – cheeks softer than silk, petal-soft... (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

Даний спосіб компліментації використовується також жінками по відношенню до жінок і чоловіків, але компліменти подібного роду не є частотними і типовими в комунікації між чоловіками. Чоловіки, роблячи один одному компліменти, використовують, як правило, лексику іншої емоційно-оцінної

тональності, яка характеризується «чоловічим» началом, а саме: силою, твердістю, переконливістю, розважливістю:

...you're doing a very commendable job. Keep up the good job! (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

Цим способом компліментації користуються і жінки по відношенню до чоловіків.

З позиції об'єктної спрямованості чоловічих компліментів, адресованих жінці, в англійській комунікативній культурі, безумовно, превалюють компліменти зовнішньому вигляду, предметам туалету, одягу і т.д. .:

You look very beautiful in red, minx. (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

Your hair's so lovely. (Salinger J.D. «The Catcher in the Rye»).

Високопродуктивні і чоловічі компліменти, що характеризують професіоналізм і різного роду здатності жінок-адресатів (кулінарні та інші):

My dear, it is perfect bread, and you are an honour to your teacher. (Alcott L. «Eight Cousins»).

My dear, you are a treasure; I haven't tasted such tea since my poor maid Ellis died... Whatever you do seem to do well, and that is such a comfort. (Barnard A.M. «Behind a Mask, or a Woman's Power»).

Чоловіки роблять компліменти чоловікам, як правило, оцінюючи саме ті якості, які традиційно вважаються чоловічими, а також тим достоїнствам, які формують вищеописаний маскулінний стереотип:

You are a trump, Dan, and I'm ever so much obliged to you. (Alcott L. «Little Men»).

You're very thorough, Bolo. Yes, indeed, you're doing a very commendable job. Keep up the good job! (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

...he was terrific. He was the greatest coach in the country. I would be nothing without him. (чоловік хвалить свого тренера) (Updike J. «Spouses»).

Безумовно, у наведеному аналізі присутня велика частка узагальнення і стереотипізації. «Жіноча і чоловіча комунікативні поведінки поряд з прийнятим у суспільстві характером соціальних відносин визначається, значною мірою, і

конкретними особливостями обстановки, в якій відбувається спілкування, умовами контексту спілкування, соціальним статусом комунікантів та комунікативною ситуацією в цілому» [71, с. 3].

Таким чином, проведений нами аналіз переконливо свідчить про значну роль гендерного фактора в реалізації меліоративної комунікативної стратегії. Вплив гендеру чітко проявляється у переважно чоловічому або жіночому вживанні певних синтаксичних моделей та експресивних лексичних засобів англійської мови.

2.3. Компліменти як засоби комунікативної взаємодії в художніх текстах

Комплімент в міжособистісних стосунках визначається як настанова для висловлення позитивного ставлення до іншої людини, позитивної оцінки її особистості, якостей, вчинків і думок. Він є одним із широко розповсюджених мовленнєвих дій, що використовуються представниками англійських етнокультур для вислову захоплення, позитивної уваги, доброго ставлення. Комплімент можна визначити як вербальний (або невербальний) прояв схвалення.

При визначенні прагматичного статусу компліменту виникають певні труднощі. Розглядати комплімент як елементарний мовленнєвий акт проблематично хоча б тому, що останнє поняття трактується в лінгвопрагматичі досить суперечливо. Як відомо, проблематиці та класифікації мовленнєвих актів присвячена величезна кількість досліджень (В. В. Богданов, Дж. Остін, Г. Г. Почепцов, Дж. Серль, G. Jule, S. Widdowson та ін.). Але як ключове поняття лінгвопрагматики воно трактується різними авторами неоднозначно. При всьому багатстві класифікаційних критеріїв найбільш загальною ознакою мовленнєвого акту є його іллокутивна функція. Вважається, що іллокуція задає модус комунікації (К. Apel, М. Bartha, J. Habermas) і тому є різновидом мовленнєвої діяльності, у процесі якої комунікант реалізує певну мету. Іллокутивні сили, що містять у собі інтенцію мовця, декодовану адресатом, називають прагматичною складовою пропозиційного змісту, або прагматичним значенням (І. П. Сусов). Останнє інколи конкретизується як первинне прагматичне значення висловлювання, оскільки в

межах одного й того ж висловлювання можливе суміщення декількох прагматичних значень. Таке поєднання відбувається внаслідок процесу прагматичного суміщення (А. М. Приходько, О. М. Старикова) і є причиною виникнення якісно нових багатокомпонентних прагматичних утворень, визначальною ознакою яких є полііллокутивність, тобто об'єднання дискретних інтенцій в одній складно структурованій номінації (А. М. Приходько, О. М. Старикова, W. Motsch, R. Pasch, I. Rosengren та ін.).

У компліменті, розглянутому як мовний акт, слід виділяти три основних аспекти: мовленнєву дію, психологічну взаємодію і спосіб мовної реалізації мовної дії. Модель мовної дії інтегрує в собі положення теорії мовних актів, теорії мовленнєвої діяльності та концепції ввічливості. Компліментарний вислів ми розуміємо як мовний засіб досягнення якісно різних (мовних і немовних) комунікативних цілей, як реалізацію мовного дії, що представляє собою складну єдність локутивного акту, іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії.

Іллокутивні цілі компліменту полягають у тому, щоб:

- 1) висловити позитивний інтенціональний стан мовця, репрезентативний зміст якого становить експліцитно або імпліцитно позитивне оцінне судження;
- 2) виразити намір / прагнення / бажання мовця принести задоволення адресату;
- 3) висловити позитивне ставлення мовця до адресата.

Іллокутивний акт компліменту характеризується широким спектром вираження інтенціональних станів мовця – не тільки схвалення і захоплення, але також поваги, симпатії, любові, прихильності, насолоди, задоволення і т.д.

Іллокутивний акт компліменту вважається нещирим тоді, коли хоча б одне з виражених інтенціональних станів не відповідає дійсному, а також тоді, коли позитивне оцінне судження, що становить пропозиціональний зміст, не відповідає реальній оцінці.

Перлокутивна мета компліменту, головним чином, полягає в тому, щоб викликати у адресата позитивну емоційну реакцію, доставити йому задоволення. Вплив, який чиниться на адресата комплімент, заснований на задоволенні життєво

важливої його потреби бути визнаним і оціненим гідно оточуючими. Якість перлокутивного ефекту, а, відповідно, і успішність перлокутивного акту, обумовлені такими аспектами іллокутивного акту компліменту, як об'єкт позитивної оцінки, соціально-рольові статуси комунікантів і характер взаємин між ними, обставини, за яких здійснюється іллокутивний акт компліменту. Перлокутивно акти компліменту можуть бути не тільки інтенціональні (навмисні), але й неінтенціональні. Неінтенціональні перлокутивно акти компліменту мають місце в ситуаціях, коли позитивна реакція адресата, викликана висловлюванням, не входила в цілі мовця.

Компліменти – соціальні дії, поділяються на два основні класи: етикетні та інструментальні. Класифікаційним критерієм при цьому виступає характер соціальної мети компліменту. Загальна соціальна мета всіх етикетних компліментів полягає в підтримці неантагоністичних відносин між комунікантами, тоді як

інваріантною метою інструментальних компліментів є зміна поведінки партнера по спілкуванню.

«Мовні акти похвали/компліменту класифікуються і за адресатами (суб'єктами) компліментів. Цей критерій класифікації називається окремими дослідниками вектором комплементатії» [85, с. 4].

За вектором компліментації можна виділити наступні види мовних актів похвали/компліменту:

- 1) директивний комплімент;
- 2) рефлексивний комплімент;
- 3) комплімент слухаючий;
- 4) комплімент третій особі за його відсутності.

Директивний комплімент – це комплімент співрозмовнику-комуніканту, що виконує одночасно дві функції – комунікативного суб'єкта і адресата компліменту:

Very well done, child; I see you have not lost the use of your limbs though you are in your teens. (Alcott L. «Eight Cousins»).

You really do read unusually well, and I'm very glad for it, for it is a rare accomplishment, and one I value highly. (Alcott L. «Eight Cousins»).

Рефлексивний комплімент – комплімент самому собі у формі зовнішньої або внутрішньої мови:

...but every man we know, compared to me, is a clunk. Really. I'm not conceited, but that's a fact. (Updike J. «Couples»).

«I'm probably the best at cleaning,» he said. I'm probably one of the cleanest people you've ever met in your life. (Lodge D. «Paradise news»).

Однак, завжди варто пам'ятати про те, що «в подібних мовних актах, що виражають самопохвалу, порушуються комунікативні максими, або мовні постулати, а саме – принципи скромності, кількості і такту» [69, с. 6].

Говорячи про комплімент слухаючий, ми говоримо про псевдоадресата компліменту. Це особа, яка виступає реципієнтом компліменту, адресованого

насправді не йому, а присутній при розмові третій особі – тобто в даному випадку мова йде про розбіжності адресата і реципієнта висловлювання:

She is the kindest lady in the world! (сказано в присутності жінки) (Alcott L. «A Garland for Girls»).

Ruth sings awfully well. (сказано в присутності жінки) (Alcott L. «A Garland for Girls»).

Комплимент може бути адресований третій особі за її відсутності:

She is a nice girl, and I'm much interested in her. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

She is just what you need, - sensible and kind, intelligent and capable; not ashamed to do anything for you, and able to teach you a great deal in a pleasant way. (Alcott L. «A Garland for Girls»).

У мовних актах на основі критерію одиничності/множинності дослідниками виділяються три типи адресатів: одиничний, колективний і масовий. «Не всі з

названих типів адресатів реалізуються в мовних актах похвали/компліменту» [28, С. 55].

В умовах безпосереднього спілкування найбільш звичайний одиничний адресат:

Very well done, child; I see you have not lost the use of your limbs though you are in your teens. (Alcott L. «Eight Cousins»).

You look quite wash out... How nice you smell! (дружина – чоловікові) (Wharton E. «Summer»).

Колективний адресат також можливий при прямому спілкуванні:

How splendid you are! It does my heart good to see my handsome sisters in their best array. (Alcott L. «A Modern Cinderella»).

...they are some of the finest and the kindest human beings on the face of the earth! (Wharton E. «Summer»).

Масового адресата мають на увазі, коли говорять про засоби масової інформації. Висловити похвалу чи комплімент до масового адресату неможливо.

Таким чином, на основі критерію одиничності/множинності адресатів ми виділили такі типи компліментів:

- 1) комплімент одиничного адресату;
- 2) комплімент колективного адресату.

За способом реалізації компліментів ми можемо виділити наступні їх типи:

1. Прямий комплімент.
2. Непрямий комплімент.
3. Комплімент-антитеза.

Прямі компліменти – це явні і повні акти компліментації як за формою, так і за змістом. До прямих відносяться іллокутивні акти компліменту, в яких оцінне судження, що становить їх пропозиційний зміст, виражене експліцитно за допомогою конвенціоналізованих формул. Таким чином, прямі компліменти прямо вказують на достоїнства людини. Побудова прямого компліменту досить стандартна. Він, як правило, має трьохчастинну композицію: звернення, власне

повідомлення і мотивацію, тобто детальну характеристику об'єкта. Але мотивація може бути і відсутня:

He whispered: «You are a remarkable woman, Kafari» (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

You are the strongest person I have ever known, Kafari... Do you have any idea how remarkable you are, dear lady? (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

You really do have beautiful eyes you know (Baade R.L. «Such Lovely Eyes You Have»).

Як впливає з вищенаведених прикладів, прямими компліментами можуть виступати і одночленна номінація, представлена ім'ям адресата, і двочленна номінація, що складається з імені, і підмета-займенник, і додаткового займенника.

У компліментах, які вимовляються при вітанні, зустрічі, звернення може бути відсутнім:

How well you are looking! (Alcott L. «Rose in Bloom»).

How splendid you are! It does my heart good to see my handsome sisters in their best array. (Alcott L. «A Modern Cinderella»).

Об'єктами прямих компліментів, так само як і непрямих, є будь-які з достоїнств, рис, властивостей і т.д., які можуть характеризуватися в компліментних висловленнях взагалі.

Непрямі компліменти є імпліцитними. У непрямому компліменті реалізується здатність адресанта до нестандартного мислення і його адекватної вербалізації. У цій групі компліментів можна виділити кілька підвидів:

1. Адресант хвалить не самого адресата, а те, що йому дороге:

Your kitty is just so lovely, so skittish... (Lodge D. «Paradise News»).

2. Похвала відноситься до адресата опосередковано:

You tell stories almost as well as Grandpa (Alcott L. «Little Men»).

3. Похвала відноситься до адресата прямо:

... my best inspiration come from the beneficent life of a sweet and noble woman. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

I wish you would stay with me always, David. It has made me younger, and happier... (Curwood J.O. «The Courage»).

4. Адресант вихваляє якісь досягнення адресата:

Your novels have received numerous accolades, including three Christy Awards for excellence in fiction. How have you honed your craft? (із інтерв'ю з Девісом Бунном).

5. При похвалі адресант посилається на загальновизнані закономірності, на сентенції, які показують співрозмовника у вигідному світлі:

He's so handsome... Nice picture... Only real professionals may be so good at making photos. (про фото, яке зроблене професійним фотографом) (Lodge D. «Paradise News»).

Так само, як і в прямому компліменті, структура непрямого мовного акту компліменту містить у собі позначення адресата за допомогою займенника, імені.

Крім того, непрямий комплімент містить об'єкт похвали чи привід для схвалення, його позитивну оцінку, відображену якісними прикметниками і прийменниками:

She must be an observing as well as energetic young person, to discover your chief weakness and attack it so soon. (Barnard A.M. «Behind a Mask or a Woman's Power»).

Непрямі компліменти, так само, як і прямі, можуть як містити, так і не містити мотивацію, тобто детальну характеристику об'єкта:

... If you were my sister, I should be very proud of you, because your face shows what I admire more than its beauty truth and courage, Phebe. (Мотивація присутня) (Alcott L. «Rose in Bloom»).

«None of them is like you,» she said with startling frankness, her eyes shining at him. «I would love to be with you.» (мотивація відсутня) (Curwood J.O. «The Courage»).

There are women big enough and strong enough – few, maybe. Big enough to endure neglect and loneliness... A few might not complain, might be able to endure...

You, Miss Ruth – I believe you are one of them. (мотивація присутня) (Clarence K.B. «Youth Challenges»).

У компліменті-антитезі, так само, як і в непрямому компліменті, реалізується здатність адресанта до нестандартного мислення і його адекватної вербалізації. Компліменти цього типу будуються на антитезі:

«You are really a moron. But what a dancer.» (Sallinger J.D. «The Catcher in the Rye»).

«Цей вид компліментів психологи вважають найбільш емоційним і незабутнім» [25, с. 135].

Результати проведеного нами аналізу не дозволяють нам судити про більшу чи меншу продуктивність прямих або непрямих компліментів в комунікативній культурі. Очевидною при цьому є нетотожність способів їх мовного оформлення і ступеня їх експресивності.

Успішність введення компліменту в мовлення значною мірою залежить від уміння ідентифікувати його функцію і певним чином відреагувати. У діалозі не в меншій мірі, ніж на рівні однієї репліки виявляються характерні риси не лише комунікації, а й мовної системи. «Комплімент, сам по собі, може бути реакцією на певний вербальний стимул. Однак, навіть у такому випадку не прийнято залишати сказане без реакції, тим більше, що реакція є, здебільшого, формальною. Натомість, відсутність відповіді вважається демонстрацією нечемності» [97].

Формальності реакції сприяє закладена в компліменті інтенційність, яка практично, крім вияву привітності і солідарності, не потребує якихось зусиль з боку адресата, ні до чого не зобов'язує. У зв'язку з цим репліки компліментів разом з реплікою-відповіддю формують діалоги-унісони. Остання ґрунтується на скромності і вдячності, які можна вважати її маркованими ознаками.

Одним з важливих аспектів функціонування компліментарних висловлювань є їх вільне використання майже в усіх рамках дискурсу. «За ними не закріплені відповідні позиції, як, наприклад, за привітаннями чи прощаннями, і їх вживання не є обов'язковим, хоча у деяких ситуаціях бажано. Залежно від цієї свободи

використання мовленнєві акти компліменту, схвалення, похвали можуть виконувати різноманітні функції у дискурсі» [97].

Крім їхньої функції похвали, у широкому смислі значення, вони виконують функції інших конвенційних мовленнєвих актів, таких як привітання, прощання, згода, подяка, вітання (поздоровлення) і т. д.

«Компліментарні висловлення, які служать для посилення або заміни інших вищезгаданих мовленнєвих актів, вже конвенційно закріплені за стереотипними соціальними ситуаціями, відтворюються в них як готові одиниці, які мають постійне лексичне представлення і стійку синтаксичну структуру, тобто є «стійкими формулами спілкування» і представляють собою невід’ємну частину системи мовленнєвого етикету. Їх вживання є етичною нормою мовленнєвої поведінки» [83, с. 241-248].

Вибір стереотипних компліментарних висловлень у ситуаціях зустрічі залежить від ряду екстралінгвістичних факторів – соціальних характеристик комунікантів, рівня їхнього знайомства, періоду часу між зустрічами.

У фазі встановлення мовленнєвого контакту формули привітання супроводжуються емоційно-експресивними компліментарними висловленнями, які виражають задоволення, радість зустрічі комунікантів-знайомих:

It's nice to see you. How nice to see you! I'm glad to see you!

Вказані висловлення можуть передувати конвенційним формулам привітання чи слідувати за ними, але часто вони замінюють їх та функціонують самі у якості мовленнєвих актів привітання. У таких випадках вони виступають як «бівалентні мовленнєві акти», що виражають дві ілокутивні сили. Наприклад:

Wyatt: Oh, Alastair! How nice it is to see you! /.../Do tell us about the Americans.

Alistair: Don't ask. (Shaffer P. «Five Finger Exercise», p. 18)

Компліментарні висловлення у подібних випадках реалізують метакомунікативну функцію й сприймаються як частина соціального ритуалу.

Привітання є одним із видів одиниць мовленнєвого етикету, які вживаються для маркування соціальних відносин, що існують в рамках комунікативного акту. Компліментарні висловлення у функції привітання зустрічаються у мові як

рівноправних, так і різних за статусом комунікантів. У ситуаціях з близькими, друзями, родичами вони сприймаються як більш щирі висловлення. І, навпаки, при спілкуванні людей з нерівним соціальним статусом вони вживаються, в основному, комунікантами з нижчим соціальним статусом у якості ввічливих, поважних форм привітання й носять етикетний характер.

Типовими етикетними формулами є компліментарні висловлювання, які конвенційно закріплені у якості ввічливих форм привітання за ситуаціями знайомства:

(I'm) pleased to meet you.

(It's) nice meeting you.

(I'm) glad to meet you.

A pleasure to know you.

На стадії розмикання мовленнєвого контакту компліментарні мовленнєві акти виступають як «передзакінчуючі» чи «післязакінчуючі метакомунікативні висловлення». «Пов'язуючись з конвенційними формулами прощання, вони функціонують як мовоактивна єдність вищого рівня. Вони також можуть

самостійно виконувати функцію прощання, виражаючи при цьому дві ілюктивні сили» [77, с. 234-239].

Ситуаціям прощання характерні конвенційність та ритуальність. Тому компліменти, які закріплені за ними, також можна віднести до одиниць мовного етикету.

Вибір тої чи іншої форми висловлення залежить від рівня близькості комунікантив та їх ситуативних соціальних ролей. При прощанні мовця з особою чи особами використовуються такі компліментарні висловлення:

It was a pleasure meeting you.

Nice meeting you.

I'm so glad to have met you.

It's been a great pleasure to know you.

Прощання у формі компліментарного мовленнєвого акту готує сприятливі умови для продовження взаємостосунків між комунікантами на майбутнє й часто прямо виражає бажання мовця продовжити вже існуючі дружні зв'язки.

На відміну від компліментів-привітань, компліментарні висловлення, які посилюють або заміняють мовленнєві акти вдячності, характеризуються більшою свободою зустрічі та меншим рівнем конвенційності. Для них характерне функціонування на усіх стадіях мовної комунікації – як у фазах встановлення і розмикання, так і у фазі підтримки мовного контакту. Проте, більшість з них має

стереотипну структуру і використовується комунікантами в якості готових одиниць для вибору певної стратегії поведінки з корективом.

Такі висловлення, як

That's (most, very, awfully) kind (sweet) of you.

It's very good (nice) of you (to tell me).

How nice of you.

виступають більш ввічливішими формами вдячності і використовуються, в основному, комунікантами з різними віковими характеристиками, а також рівними за соціальним статусом знайомими та колегами, з якими немає близьких стосунків.

«Компліментарні мовленнєві акти, які виконують функцію згоди, властиві для стадії підтримки мовленнєвого контакту співбесідників. Їх реалізацією є частковокомпліментарні висловлення, які характеризують ментальні акти адресата» [5, с. 80-86].

У даній функції компліментарні висловлення зустрічаються у більшості ситуаціях як бівалентні мовні акти, які є реалізацією тактики підтакування. Щире схвалення пропозицій, рішень, суджень адресата свідчить про розуміння та

підтримку його поглядів мовцем. Тактика висловлення згоди компліментуванням, у першу чергу, направлена на солідарність комунікантів [97].

Перш за все, компліменти для вираження згоди вживаються у ситуаціях висунення адресатом будь-якої пропозиції чи прийняття рішення про дію, вчинок.

Це висловлення типу:

Quite right.

You are right.

That's great (good, nice, fine, wonderful, correct).

That's a good idea.

Компліментарні мовленнєві акти також доводять те, що мовець поділяє точку зору адресата у ситуаціях схвалення висловлених співбесідником суджень, поглядів:

That's true.

You are right.

Good point.

Lovely.

Splendid.

Однією з найважливіших властивостей компліментарних висловлень є їх здатність функціонувати у якості «позитивного підкріплення». Вони представляють собою засіб, за допомогою якого індивід чи суспільство в цілому може заохочувати бажану поведінку. «Таке позитивне підкріплення дається комунікантами з вищим соціальним статусом або старшими за віком у спілкуванні з нижчестоячими чи молодшими і характерно для ситуацій, в яких соціальні ролі

учасників спілкування поділяються наступним чином: вчитель – учень, керівник – підлеглий і т.п.» [97].

Стиль навчання заохочення є типовим для англомовних суспільств в рамках традицій та правил поведінки у школі на уроках. Наприклад:

Hanson: Excellent. Very good.

O'Connor. Next week, as a very special reward, you can be in charge of the ink and the chalk.

Sheila: Oh, thank you, sir! (Osborne G. «West of Suez», p. 334).

Схвалення є мовленнєвим актом, що займає значне місце у процесі спілкування. Воно виражає ставлення мовця (суб'єкта оцінки) до адресата (об'єкта оцінки) у ситуації спілкування. «Подібно до компліменту, схвалення поділяються на ті самі види, в яких використовуються ті самі засоби інтенсифікації, крім

запитань та вигуків. Тому, можна зробити висновок, що комплімент є схваленням, в якому виражається прагнення мовця вплинути на емоційну сферу адресата» [97].

Наведемо приклади таких висловлень, взятих з текстів творів англійської художньої літератури:

«I've always wanted to meet you,» she gushes. Then she stands back and says, «You are as pretty as everyone says» (Bushnell C. «Four Blondes»).

«In the first place, you're the most beautiful woman I've ever seen...» (Wharton E. «Summer's»).

«You look very beautiful in red, minx.» (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

У вищенаведених прикладах компліменти вжиті з приводу загального зовнішнього вигляду адресата або третьої особи, що не бере участь у комунікації.

Що стосується компліментів з приводу окремих елементів зовнішності, частин тіла, то вони нерідко вживаються в англійському спілкуванні. Подібні компліменти характеризують очі або руки, обличчя або волосся і т.д. .:

You have really nice eyes, don't you? Misshaped though, but nice (Ostdick N. «Ronald Jones Loves Me»).

I would tell you how the soft red silk enhances the natural flush of your perfectly sculpted cheeks – cheeks softer than silk, petal-soft... (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

I would tell you...how the fiery color echoes the tantalizing hints of auburn caught by the candlelight in your glorious hair – thick, luxurious hair... (Hern C. «Miss Lacey's Last Fling»).

Серед компліментів внутрішнім, моральним якостям людини, що мають найбільшу частотність вживання в англійському мовному спілкуванні, в порівнянні з іншими видами мовних актів похвали/компліменту, найбільш продуктивні

компліменти доброти й іншим традиційним чеснотам – щедрості, чесності, скромності, сміливості, релігійності:

Dear Sally, what I like about you is your beautiful honesty (Lessing D. «England Versus England»).

You've been wonderfully kind to me (Wharton E. «Summer»).

...they are some of the finest and the kindest human beings on the face of the earth!(Wharton E. «Summer»).

Yalena is a very brave little girl. It is not easy to be the daughter of a soldier. (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

...I could tell you were an honest man. There weren't so many left. (Lodge D. «Paradise News»).

При цьому необхідно зазначити, що перераховані вище риси характеру є загальнолюдськими. Відповідно, в даному випадку мова йде не про монопольне володіння тією чи іншою етнічною спільністю цими рисами, а, скоріше, про відмінності у формах (відтінках, стилях і т.д.) їх прояву та їх оцінки англомовною мовною особистістю.

В англійських прикладах оцінка моральних якостей людини – традиційних чеснот – виражена явно експліцитно:

*You are an honest man,
you've been kind,
she is very brave*

Серед компліментів, які оцінюють здібності і професіоналізм людини і займають третє місце за ступенем, зокрема, їх вживання в англійському

спілкуванні, найбільш часто зустрічається комплімент високому рівню компетентності в роботі:

He favors me with an expression that I define as smug satisfaction. «You're very thorough, Bolo». Yes, indeed, you're doing a very commendable job. Keep up the good work. (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

...they've done a beautiful job on the restoration. (Lodge D. «Paradise News»).

That's very commendable of you, my dear. Such initiative and patriotism! I'm sure the girls...will be delighted to hear that you're doing your part to rebuild our lovely world. (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

Останній приклад, до того ж, демонструє згадане С. Мадаріага високе почуття «соціальної відповідальності» у англійців [40, с. 156].

Англійські компліменти поданої адресної спрямованості розгорнуті, тобто використовуються повні в граматичному відношенні речення. «Мовець прагне якомога точніше висловити свою думку, що складно зробити, обмежуючись короткими уривчастими фразами. Це обумовлено, насамперед, сферою спілкування, в якій вживаються ці мовні акти. Похвалу за успішно виконану роботу, гідно виконані обов'язки найчастіше приймають у розмові з начальством, колегами або партнерами, тобто в офіційному діловому спілкуванні» [39, с. 2].

Оцінні дії співрозмовника нерідко носять складний характер, тому мовець не описує їх, а замінює дієсловами «to do» і «to make»:

We appreciate very much what you've done,» I said to the old lady. (Moody A. «Coming of Age in Mississippi»).

Many thanks for all you done for me and mother (Alcott L. «A Garland for Girls»).

В англійській культурі частіше вживається комплімент інтелектуальним здібностям людини. Тут згадують і вміння мислити людиною, і її мудрість, і аналітичний склад розуму і т.д. .:

You're so intelligent (Updike J. «Couples»).

She's a very intelligent child, and has a nice little manner of her own (Alcott L. «Eight Cousins»).

You're pretty wise, aren't you? (Updike J. «Couples»).

Dammit, Maewest, you're so...logical (Peck R. «Anonymously yours»).

В англійській комунікативній культурі нерідко вживаються загальнооцінні, так звані узагальнюючі компліменти, що характеризують особистість в цілому. При цьому результати дослідження свідчать про більшу частотність їх вживання в порівнянні з іншими видами компліментів:

Bella is a capital girl, and one can't help loving her (Barnard A.M. «Behind a Mask or a Woman's Power»).

She is a remarkable girl (Updike J. «Couples»).

Do you have any idea how remarkable you are, dear lady? (Ringo J., Evans L. «The Road to Damascus»).

В англійській комунікативної культурі часто наголошується, що зовнішність співрозмовника не змінилася, або що співрозмовник не виглядає старим:

It's a wonder she isn't wrinkled and gray... (Alcott L. «Little Men»).

- My hair is getting gray! – He raised a hand and took off his hat.

- A little, - she sad. - But you are not old (Curwood J.O. «The Courage»).

Компліменти членам сім'ї та близьким адресата є яскравою рисою англійської комунікативної культури. Компліменти даної предметної спрямованості роблять родичі, друзі або хороші знайомі. Адресатом може стати

найширше коло родичів, хоча переважають компліменти, що оцінюють зовнішність дітей адресата і досягнення його батьків:

«Your mother is so...charming,» Hubert said the first time he met her. (Bushnell C. «Four Blondes»).

Your aunt Ursula was a sweetie. I really got to like her in the few weeks we had to get acquainted... She had a great sense of humor, didn't she? (Lodge D. «Paradise News»).

I like old Morrow's mother. She was all right... She had a lot of charm. (Salinger J.D. «The Catcher in the Rye»).

If I had a daughter like yours, ...I should be a very proud and happy woman. (Alcott L. «Eight Cousins»).

«I envy you the pride and happiness of having such a daughter,» – answered old Mac, unexpectedly betraying the paternal sort of tenderness men seldom feel for their sons. (Alcott L. «Rose in Bloom»).

Таким чином, з аналізу фактичного матеріалу стає очевидним, що в основі мовних актів похвали/компліменту знаходиться фрейм, що включає в себе образи адресанта (суб'єкта компліменту), адресата або третьої особи, відсутнього в комунікативному просторі, а також предмет (об'єкт) компліменту. В цілому, перелік об'єктів мовних актів похвали/компліменту досить різноманітний, але проведені в даній галузі дослідження дозволяють виділити найбільш типову для англійської комунікативної культури об'єктну спрямованість компліментів.

На основі результатів проведеного нами дослідження можна зробити висновок, що для англійців велику роль відіграють внутрішні чинники, що проявляються в частому вживанні компліментів моральним якостям та інтелектуальним здібностям людини.

Отже, комплімент передбачає соціальний та емоційний мовний вплив. Соціальний мовленнєвий вплив – це особливі ситуації спілкування, в яких не відбувається передачі інформації як такої, а здійснюються певні соціальні акти. Відправник повідомлення керується мовнодіючою, а не комунікативною метою. Коли ми робимо співрозмовнику комплімент, ми, як правило, не ставимо перед

собою мету проінформувати, повідомити йому про ті чи інші його достоїнства, а намагаємося привернути його до себе, висловити своє захоплення його достоїнствами і здібностями, змусити здійснити які-небудь дії, погодитися на щонебудь і т.д. Емоційний мовленнєвий вплив направлено на міжособистісні суб'єктивно-емоційні стосунки. Основним мотивом-метою адресантів компліментів є поліпшення емоційного стану адресатів.

Таким чином, компліменти суміщають характеристики різних мовних актів. У них можуть поєднуватися риси репрезентативів, експресивів і фатичного спілкування. Але, оскільки провідною характеристикою компліменту є оцінний характер цього мовного акту, ми розглядаємо його в категорії експресивів. Комплімент відноситься до неінформативних мовних дій, висловлюючи регулятивний, індексальний і емоційно-оцінний зміст.

Висновки до розділу 2

Одним з важливих аспектів функціонування компліментарних висловлювань є їх вільне використання майже в усіх рамках дискурсу. За ними не закріплені відповідні позиції, як, наприклад, за привітаннями чи прощаннями, і їх вживання не є обов'язковим, хоча у деяких ситуаціях бажано. Залежно від цієї свободи

використання мовленнєві акти компліменту, схвалення, похвали можуть виконувати різноманітні функції у дискурсі.

За вектором компліментації можна виділити наступні види мовних актів похвали/компліменту: директивний комплімент; рефлексивний комплімент; комплімент слухаючий; комплімент третій особі за його відсутності.

У фазі встановлення мовленнєвого контакту формули привітання супроводжуються емоційно-експресивними компліментарними висловленнями, які виражають задоволення, радість зустрічі комунікантів-знайомих.

Ситуаціям прощання характерні конвенційність та ритуальність. Тому компліменти, які закріплені за ними, також можна віднести до одиниць мовного етикету.

Серед компліментів внутрішнім, моральним якостям людини, що мають найбільшу частотність вживання в англійському мовному спілкуванні, в порівнянні з іншими видами мовних актів похвали/компліменту, найбільш продуктивні компліменти доброті й іншим традиційним чеснотам – щедрості, чесності, скромності, сміливості, релігійності.

В англійській культурі частіше вживається комплімент інтелектуальним здібностям людини.

Компліменти членам сім'ї та близьким адресата є яскравою рисою англійської комунікативної культури. Компліменти даної предметної спрямованості роблять родичі, друзі або хороші знайомі. Адресатом може стати найширше коло родичів, хоча переважають компліменти, що оцінюють зовнішність дітей адресата і досягнення його батьків.

Результати досліджень свідчать про те, що в переважній більшості випадків в англійських мовних актах похвали/компліменту зафіксовано вживання повних

оповідних і окличних пропозицій. До основних синтаксичних структур англійської мовного акту похвали/компліменту відносяться:

- 1) You + to be + Adj./N.;
- 2) You + look + Adj./N.;
- 3) N./Pn. + to be + Adj.;
- 4) What + Adj. N., How + Adj., What + Adj.;
- 5) I like/love....:

Таким чином, в рамках дослідження виявлено, що в англійській комунікативної культурі провідне місце займають компліменти внутрішнім, моральним якостям людини.

І в англійському мовному спілкуванні компліментів зовнішності приділяється досить велика увага – цей вид компліментів на англійській культурі стоїть на другому місці. Цілком очевидним є той факт, що в англійській комунікативної культурі компліменти з приводу зовнішності вживаються головним чином в неформальних ситуаціях спілкування. У діловому спілкуванні компліменти з приводу зовнішності співрозмовника маловживаних і можуть розглядатися як ознака поганого тону.

В гендерному аспекті висловлення компліментів має свої особливості, а тим більше, - в англійській культурі мовлення.

Гендер вважається одним з параметрів, за допомогою якого в спілкуванні конструюється соціальна ідентичність мовця.

Соціологічні дослідження підтверджують, що в розмові між чоловіками і жінками чоловіки говорять довше, так як розмова для чоловіків – спосіб завоювати і утримати статус.

У процесі неформальної взаємодії беруть участь люди, пов'язані між собою родинними, дружніми, подружніми або романтичними стосунками. Меліоративні висловлювання в даному випадку є щирими, оскільки емоціями адресанта виступають захоплення і радість. Але тут є певні особливості: на неформальному рівні компліменти один одному більше говорять особи протилежної статі: жінки чоловікам – в 31 % випадків, чоловіки жінкам – в 47 % випадків. А компліменти

особам однієї статі навіть в неформальній обстановці говорять нечасто – чоловіки чоловікам – в 3 % випадків, жінки жінкам – в 17 % випадків. Отже, найбільш обмежені неформальні компліменти між чоловіками, так як в неформальному спілкуванні компліменти між ними сприймалися б як лестощі. Це – обумовлено суворістю чоловічого спілкування.

При офіційному спілкуванні слід брати до уваги не тільки тематику висловлювання, стать адресатів, але і їх соціальний та віковий статус і ступінь близькості з адресатом. переважну кількість компліментів і похвал вимовляють жінки (60 %). Пояснюється це тим, що комунікативна поведінка жінок орієнтована на встановлення контакту зі співрозмовником і на взаємодію. Чоловіки вважають за краще говорити компліменти і похвали жінкам (36 %), а не особам своєї статі (4 %). Компліменти з приводу зовнішності, особистих речей, внутрішніх і професійних якостей, житла, сім'ї, а також похвали, можуть бути адресовані жінкам будь-якого соціального статусу.

Для офіційного спілкування характерно вживання формальних, «порожніх» компліментів в ситуаціях, в яких їх застосування наказано правилами етикету чи громадської ввічливості. У цьому випадку компліменти не можуть вважатися щирими, оскільки адресант застосовує такий прийом як ввічливість-маска. Це обумовлено ще й тим, що на офіційному рівні надмірна компліментарність свідчила б про лестощі і підлабузництво (у випадку висловлення компліментів особами з нижчим статусом особам з вищим статусом (система підлеглий – керівник)), або про перехід від офіційних стосунків до протезенства (у випадку

компліментарних висловлень особами вищого соціального статусу особам нижчого соціального статусу (система – керівник – підлеглий)).

Для вираження позитивної оцінки чоловіки найчастіше вживають конструкції:

- 1) You are / look + adj.,
- 2) You are + noun, It is + adj (+ noun),
- 3) You have + adj. + Noun, You + do + adv.

Жінки часто використовують у своїй промові розділові питання.

Безумовно, у наведеному аналізі присутня велика частка узагальнення і стереотипізації. Жіноча і чоловіча комунікативні поведінки поряд з прийнятим у суспільстві характером соціальних відносин визначається, значною мірою, і конкретними особливостями обстановки, в якій відбувається спілкування, умовами контексту спілкування, соціальним статусом комунікантів та комунікативною ситуацією в цілому.

ВИСНОВКИ

Проведене кваліфікаційне дослідження дає змогу зробити такі узагальнюючі висновки.

Етимологія слова «комплімент» сягає своїм корінням в давнину. Спочатку з латинської мови в давньофранцузьку і північноіспанську мови було запозичене дієслово «complire», що було утворене від дієслова «plire» префіксальними способом. Воно означає «наповнювати», «заповнювати», «вселяти», «сповнюється», «виконувати», «здійснювати», «завершувати», «виконувати» та ін. В іспанській мові в результаті деривації дієслова «complir» зі значеннями «виконувати», «виконувати» виник іменник «complimiento» – «виконання», «здійснення». Трохи пізніше до них приєдналися переносні значення «достаток», «надмірність», «перебільшення». Слід зазначити, що сьогодні дієслово «complir» та іменник «complimiento» дещо видозмінилися. Це пояснюється тим, що архаїчний префікс «com-» змінився на префікс «cum-».

На нашу думку, комплімент – це привітне звернення до адресата з метою підкреслити його досягнення, достоїнства, покращити настрій, привернути до себе увагу, виразити повагу та переконання в сприятливому та доброму відношенні.

У процесі вживання компліментів значну роль відіграє система зовнішніх координат, тобто макропрагматичний рівень, коли до аналізу залучаються переважно два виміри – стратифікаційний і ситуативний. У першому випадку беруться до уваги розбіжності, викликані ролями мовців як представниками різних соціальних груп і верств, у другому – переважне використання тих чи інших компліментів залежно від ситуації.

Комплімент ґрунтується на задоволенні, він дає вихід почуттям, формує чуттєву атмосферу приємності й люб'язності, практично не залежний від поза мовленнєвих цілей мовця, звичайно, якщо він не діє в контексті маніпулятивної

гри. Основною інтенцією компліменту є приблизно така: мовець хоче виразити своє задоволення співрозмовником і сформуванати атмосферу люб'язності.

Комплімент, здебільшого, звільняє людину від необхідності приймати самостійне рішення в стандартній ситуації, оскільки люди як раціональні істоти навіть у ситуаціях емоційної оцінки можуть надавати компліменту семантичний присмак раціонального.

Потреба у компліменті знаходиться в тісному зв'язку з ціннісними орієнтаціями суб'єкта, сформованими внаслідок спрямованості пізнавальної діяльності суб'єкта на певні цінності. Комплімент в міжособистісних стосунках визначається як настанова для висловлення позитивного ставлення до іншої людини, позитивної оцінки її особистості, якостей, вчинків і думок. Він є одним із широко розповсюджених мовленнєвих дій, що використовуються представниками англomовних етнокультур для вислову захоплення, позитивної уваги, доброго ставлення. Комплімент можна визначити як вербальний (або невербальний) прояв схвалення.

Досліджуючи функціонування компліментів у британській та американській лінгвокультурах, мовознавці сходяться на думці, що компліменти, як правило, висловлюються комунікантами на адресу представників протилежної статі. Зіставивши результати мовознавчих студій позитивно-оцінних висловлювань різних жанрів у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві, доходимо висновку, що компліменти і похвали відмінні й за гендерним параметром: адресантами похвал частіше виступають чоловіки, ніж жінки. У маніпулятивній стратегії позитиву про цю відмінність говорити не доводиться через істотне переважання позитивно-оцінних висловлювань, адресатом і адресантом у яких є чоловіки. Отже, здійснений аналіз гендерного аспекту маніпулятивної тактики підвищення значущості співрозмовника не суперечить думці про те, що «гендерні стереотипи мовленнєвої поведінки є відображенням диференціації соціальних ролей чоловіка

і жінки, які, проте, можуть коригуватися в той чи інший бік під впливом професійної чи якоїсь іншої необхідності».

Одним з важливих аспектів функціонування компліментарних висловлювань є їх вільне використання майже в усіх рамках дискурсу. За ними не закріплені відповідні позиції, як, наприклад, за привітаннями чи прощаннями, і їх вживання не є обов'язковим, хоча у деяких ситуаціях бажано. Залежно від цієї свободи використання мовленнєві акти компліменту, схвалення, похвали можуть виконувати різноманітні функції у дискурсі.

За вектором компліментації можна виділити наступні види мовних актів похвали/компліменту: директивний комплімент; рефлексивний комплімент; комплімент слухаючий; комплімент третій особі за його відсутності.

У фазі встановлення мовленнєвого контакту формули привітання супроводжуються емоційно-експресивними компліментарними висловленнями, які виражають задоволення, радість зустрічі комунікантів-знайомих.

Ситуаціям прощання характерні конвенційність та ритуальність. Тому компліменти, які закріплені за ними, також можна віднести до одиниць мовного етикету.

Серед компліментів внутрішнім, моральним якостям людини, що мають найбільшу частотність вживання в англійському мовному спілкуванні, в порівнянні з іншими видами мовних актів похвали/компліменту, найбільш продуктивні компліменти доброті й іншим традиційним чеснотам – щедрості, чесності, скромності, сміливості, релігійності.

В англійській культурі частіше вживається комплімент інтелектуальним здібностям людини.

Компліменти членам сім'ї та близьким адресата є яскравою рисою англійської комунікативної культури. Компліменти даної предметної спрямованості роблять родичі, друзі або хороші знайомі. Адресатом може стати

найширше коло родичів, хоча переважають компліменти, що оцінюють зовнішність дітей адресата і досягнення його батьків.

Результати досліджень свідчать про те, що в переважній більшості випадків в англійських мовних актах похвали/компліменту зафіксовано вживання повних оповідних і окличних пропозицій. До основних синтаксичних структур англійської мовного акту похвали/компліменту відносяться:

- 1) You + to be + Adj./N.;
- 2) You + look + Adj./N.;
- 3) N./Pn. + to be + Adj.;
- 4) What + Adj. N., How + Adj., What + Adj.;
- 5) I like/love....:

Таким чином, в рамках дослідження виявлено, що в англійській комунікативної культурі провідне місце займають компліменти внутрішнім, моральним якостям людини.

І в англійському мовному спілкуванні компліментів зовнішності приділяється досить велика увага – цей вид компліментів на англійській культурі стоїть на другому місці. Цілком очевидним є той факт, що в англійській комунікативної культурі компліменти з приводу зовнішності вживаються головним чином в неформальних ситуаціях спілкування. У діловому спілкуванні компліменти з приводу зовнішності співрозмовника маловживаних і можуть розглядатися як ознака поганого тону.

В гендерному аспекті висловлення компліментів має свої особливості, а тим більше, - в англійській культурі мовлення. Соціологічні дослідження підтверджують, що в розмові між чоловіками і жінками чоловіки говорять довше, так як розмова для чоловіків – спосіб завоювати і утримати статус.

У процесі неформальної взаємодії беруть участь люди, пов'язані між собою родинними, дружніми, подружніми або романтичними стосунками. Меліоративні висловлювання в даному випадку є щирими, оскільки емоціями адресанта виступають захоплення і радість. Але тут є певні особливості: на неформальному рівні компліменти один одному більше говорять особи протилежної статі: жінки

чоловікам – в 31 % випадків, чоловіки жінкам – в 47 % випадків. А компліменти особам однієї статі навіть в неформальній обстановці говорять нечасто – чоловіки чоловікам – в 3 % випадків, жінки жінкам – в 17 % випадків. Отже, найбільш обмежені неформальні компліменти між чоловіками, так як в неформальному спілкуванні компліменти між ними сприймалися б як лестощі. Це – обумовлено суворістю чоловічого спілкування.

При офіційному спілкуванні слід брати до уваги не тільки тематику висловлювання, стать адресатів, але і їх соціальний та віковий статус і ступінь близькості з адресатом. переважну кількість компліментів і похвал вимовляють жінки (60 %). Пояснюється це тим, що комунікативна поведінка жінок орієнтована на встановлення контакту зі співрозмовником і на взаємодію. Чоловіки вважають за краще говорити компліменти і похвали жінкам (36 %), а не особам своєї статі (4 %). Компліменти з приводу зовнішності, особистих речей, внутрішніх і професійних якостей, житла, сім'ї, а також похвали, можуть бути адресовані жінкам будь-якого соціального статусу.

Для офіційного спілкування характерно вживання формальних, «порожніх» компліментів в ситуаціях, в яких їх застосування наказано правилами етикету чи громадської ввічливості. У цьому випадку компліменти не можуть вважатися щирими, оскільки адресант застосовує такий прийом як ввічливість-маска. Це обумовлено ще й тим, що на офіційному рівні надмірна компліментарність свідчила б про лестощі і підлабузництво (у випадку висловлення компліментів особами з нижчим статусом особам з вищим статусом (система підлеглий – керівник)), або про перехід від офіційних стосунків до протезенства (у випадку

компліментарних висловлень особами вищого соціального статусу особам нижчого соціального статусу (система – керівник – підлеглий)).

Для вираження позитивної оцінки чоловіки найчастіше вживають конструкції:

- 1) You are / look + adj.,
- 2) You are + noun, It is + adj (+ noun),
- 3) You have + adj. + Noun, You + do + adv.

Жінки часто використовують у своїй промові розділові питання.

Безумовно, у наведеному аналізі присутня велика частка узагальнення і стереотипізації. Жіноча і чоловіча комунікативні поведінки поряд з прийнятим у суспільстві характером соціальних відносин визначається, значною мірою, і конкретними особливостями обстановки, в якій відбувається спілкування, умовами контексту спілкування, соціальним статусом комунікантів та комунікативною ситуацією в цілому.

Отже можемо узагальнити: компліменти необхідно вживати постійно, для підтримки позитивних емоцій, налагодження і підтримки стосунків, підтвердження позитивного ставлення в формальній та неформальній обстановці, але робити це потрібно в міру і щиро. Висловлення компліментарних мовленнєвих актів в англійській лінгвокультурі має певні особливості вживання, засновані на переконанні в тому, що комплімент має вживатися щиро, підкреслюючи формальні чи неформальні досягнення, достоїнства чи здобутки адресата.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агаркова О. А. Прагматические аспекты комплимента как речевого этикета і дис. ... канд. філол. наук. Одесса, 2004. 133 с.
2. Акишина А. А., Формановская Н. И. Русский речевой этикет. М., 1986. 183 с.
3. Аристотель. Собрание сочинений в 4-х томах. М., 1975–1984.
4. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт. М. : Наука, 1988. 341 с.
5. Арцішевська А. Л. Комунікативно-прагматичні аспекти репрезентуючого компонента в англomовному оповіданні ХХ ст. *Іноземна філологія*. 2011. Вип. С. 72–89.
6. Байбурин А. К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения. Этнические стереотипы поведения. СПб. : Прогресс, 2005. С. 7–21.
7. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Введение в прикладную этику. Харьков, 2016. 392 с.
8. Бацевич Ф. Лінгвістична генологія : проблеми і перспективи. Л., 2005. 336 с.
9. Блох М., Ильина Н. В. Структура и семантика оценочной конструкции. Функциональная семантика синтаксических конструкций. М., 1986. С. 14–23.
10. Богдан С. Мовний етикет українців : традиції і сучасність : [монографія]. К. : Рідна мова, 2018. 475 с.
11. Бодалев А. А. Психология общения. М., 1986. 320 с.
12. Борисов А. Розкіш людського спілкування. К., 1998. 184 с.
13. Віттіг М. Пряме мислення та інші ессе. Івано-Франківськ : Славутич, 2012. 286 с.
14. Вольф Р. П. О философии : [учебник] [под. ред. В. А. Лекторского, Т. А. Алексеевой ; пер. с англ.]. М. : Аспект Пресс, 1996. 416 с.
15. Вострикова Є. С. Комплімент як одна з форм фатичного спілкування (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 «Германські мови». Суми, 2010. 17 с.

16. Вострікова Є. С. Комплімент як одна з форм фатичного спілкування (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. Львів, 2010. 17 с.
17. Голубовська І. О., Корольов І. Р. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики : [навчальний посібник]. К. : ВПЦ «Київський університет», 2011. 242 с.
18. Грайс Г. П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. 2015. С. 218–226.
19. Гумбольдт фон В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества. В кн. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М. : Прогресс, 2000. 400 с.
20. Гурочкіна А. Г. Функціонування формул мовного етикету в акті вербальної комунікації. *Комунікативний та номінативний аспекти одиниць мови* : міжвузів. зб. наук. тр. Львів: Темплан, 2019. С. 3-17.
21. Двінянінова Г. С. Деякі особливості мовного акту «комплімент» в англomовній (британській) лінгвокультурі (на матеріалі текстів художніх творів ХХ століття). URL : <http://language.psu.ru/bin/view.cgi?art=0069>.
22. Двінянінова Г. С., Морозова І. С. Комплімент як комунікативна стратегія та прагматична тактика в англomовному дискурсі (гендерний аспект). Доповідь на II міжнар. конф. «Гендер: мова, культура, комунікація». Суми, 2012. С. 118-125.
23. Дегтева Є. В., Ягубова М. А. Оціночне слово в мові газети. Питання стилістики. Вісник Чернівецького національного університету. Вип. 28: Антропоцентричні дослідження. С. 192 - 204.
24. Демина Т. С. Фразеология английских пословиц и поговорок : [учебное пособие]. М. : ГИС, 2004. 128 с.
25. Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения. Одесса, 2004. 192 с.
26. Дорда В. О. Питання про класифікацію афоризмів. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2015. Вип. 23. С. 141–142.
27. Дорда С. В. Комунікативно-прагматичні особливості висловлювань, що передають каяття (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. К., 2006. 164 с.

28. Дьячкова И. Г. Похвала и порицание как речевые жанры (прагматический анализ). *Вестник Омского университета*. 2008. Вип. 3. С. 55–58.
29. Дьячкова И. Г. Способы выражения интенционального смысла высказывания в речевых жанрах похвала и порицание. URL : www.univer.omsk.su/trudy/fil_ezh/n2/dyachkova.html.
30. Ильинский С. PR. Реклама. Маркетинг. Нейролингвистическое программирование. URL : www.franklang
31. Іспансько-український словник. К. : Крила, 2008. 1246 с.
32. Іссерс О. С. Мовна тактика компліменту в розмовній мові. Тезиси доповідей міжвузівської наукової конференції. 2005.
33. Карасик О. Культурні домінанти в мові. Мовна особистість : культурні концепти. Кривий Ріг, 2016. 305 с.
34. Кирилина А. В. Гендер : лингвистические аспекты. М. : Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. 180 с.
35. Ключко Л. И. Высказывания похвалы в коммуникативно-деятельностной парадигме общения (на материале английского языка) : Дис. ... канд. филол. наук. Сумы, 2003. 314 с.
36. Коатс Дж. Женщины, мужчины и язык. В кн. : Гендер и язык. М. : Языки славянской культуры, 2005. 353 с.
37. Коганова Е. Акт «комплимент» в современном английском языке. URL : www.samgueng.narod.ru/rus/tez2.htm.
38. Коганова Е. Акт «комплимент» в современном английском языке. URL : www.samgueng.narod.ru/rus/tez2.htm.
39. Кокойло Л. А. Комплиментарные высказывания в современном английском языке (структура, семантика, употребление) : Дис.... канд. филол. наук. К., 2005. С. 155–157.
40. Кокойло Л. А. Комплиментарные высказывания в современном английском языке (структура, семантика, употребление) : Дис.... канд. филол. наук. К., 2015. С. 155–157.

41. Колшанский Г. В. Лингво-коммуникативные аспекты речевого общения. Иностр. яз. в шк. 1985. № 1. С. 10–15.
42. Корольов І. Р. Відображення національно-ціннісних орієнтирів у комунікативній поведінці різномовних інтерактантів. *Studia Linguistica* : [зб. наук. пр.]. К. : ВПЦ «Київський університет», 2021. Вип. 5. Ч. 2. С. 286–291.
43. Корольов І. Р. Комунікативна ситуація «виправдання»: прагматичний та лінгвокультурний виміри : [монографія]. К. : ВПЦ «Київський університет», 2019. 223 с.
44. Крисько В. Г. Етнічна психологія. Львів : Академія, 2012. 320 с.
45. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). В кн.: Язык и наука конца XX века. М. : ИЯ РАН, 1995. С. 167–171.
46. Ларина Т. В. Фатические эмотивы и их роль в коммуникации. Эмоции в языке и речи : Сборник научных статей [под. ред. Шаронова И.А.]. М. : РГГУ, 2005. С. 150–160.
47. Латинсько-український словник. К., 1986. С. 217-218.
48. Леонтьев В. В. Женские комплименты в английской лингвокультуре. *Вестник ВолГУ. Сер.2: Языкознание*. 2011. Вып. 1. С. 118–123.
49. Лингвистика на исходе XX века : итоги и перспективы : [тезисы междунар. конф.]; [под ред. И. М. Кобозевой]. М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 1995. Т. 1–2.
50. Лингвистический энциклопедический словарь [гл. ред. В. Н. Ярцева]. М. : Советская энциклопедия, 1990. 684 с.
51. Мартынюк А. П. О реализации принципа вежливости в речи женщин и мужчин. *Вести. Харьк. ун-та*, 2018. № 339. С. 92.
52. Маслова В. А. Лингвокультурология. М. : Academia, 2001. 204 с.
53. Мекеко Н. М. Сопоставительный анализ функционирования единиц речевого этикета тематической группы «пожелание» в английском и русском языках : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20. М., 2001. 207 с.

54. Мищенко В. Я. Комплимент в речевом поведении представителей англоязычных (британской и американской) культур : дис. ... к. филол. н. : 10.02.04 «Германские языки». Х., 1999. 201 с.
55. Мищенко В. Я. Комплимент в речевом поведении представителей англоязычных (британской и американской) культур : дис. ... к. филол. н. : 10.02.04 «Германские языки». Х., 2009. 201 с.
56. Мітенко В. Я. Комплімент в мовленнєвій поведінці представників англomовних культур : Автореферат. Х., 2009. 74 с.
57. Мітенко В. Я. Комплімент в мовленнєвій поведінці представників англomовних культур : Автореферат. Х., 2009. 74 с.
58. Мовна система як результат відображення процесів концептуалізації і категоризації навколишнього світу : [монографія] [за ред. А. В. Корольової]. К. : Гілея, 2012. 200 с.
59. Морозова И. С. Некоторые особенности речевого акта «комплимент» в англоязычной (британской) лингвокультуре (на материале текстов художественных произведений XX века. URL : www.language.psu).
60. Морозова И. С., Двинянинова Г. С. Комплимент в английской лингвокультуре конца XX века (этнокультурный, прагматический и гендерный аспекты). URL : language.psu
61. Мудрова Е. В. Комплимент как первичный речевой жанр : автореф. дис. ... к. филол. н. Тернопіль, 2017. 27 с.
62. Мурашкина Э. В. Комплимент как регулятивный речевой акт : на материале английского языка : дис. ... к. филол. н. Сумы, 2014. 152 с
63. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М. : Советская энциклопедия, 1975. С. 265 – 266.
64. Основы гендерних исследований. Ч. I : Учебное пособие. Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков : ХЦГИ, 2011. 708 с.
65. Павловская А. В. Особенности национального характера итальянцев, англичан, немцев, норвежцев и финнов, американцев, исландцев. М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 2007. 172 с.

66. Подлегаева О. Г. Понятие мужской и женской речи в теории лингвистики гендерных субкультур. *Вісник Луганського національного педагогічного університету ім. Тараса Шевченка* : Сер. «Філол. науки». Луганськ, 2007. № 8. С. 92.
67. Правила светской жизни и этикета. Хороший тон: Сборник советов и наставлений на разные случаи домашней и общественной жизни. Сост. М. Юрьев, И. Владимирский. М. : РИПОЛ, 1991. 416 с.
68. Пугачева О. В. Самопохвала как речевой акт и средства его экспликации с точки зрения коммуникативных максим. *Орловский государственный университет. Электронный вестник Центра переподготовки и повышения квалификации по филологии и лингвострановедению*. 2007. Вып. 5. С. 1-8.
69. Пугачева О. В. Самопохвала как речевой акт и средства его экспликации с точки зрения коммуникативных максим. Орловский государственный университет. Электронный вестник Центра переподготовки и повышения квалификации по филологии и лингвострановедению. Вып. 5. 2007. 8 с.
70. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник]. К. : Знання, 2016. 291 с.
71. Савина Е. С. Гендерные особенности мелиоративный речевых актов в современном английском языке. URL : http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2009/2009_4_784_787.pdf
72. Светлов О. П. Светский благовоспитанный молодой человек: Сборник правил и наставлений, как держать себя с тактом во всех слоях общества и дома, с прибавлением необходимого словаря иностранных слов, употребляемых при разговорах в обществе и при дирижировании танцами. В 2-х частях. [Сост. Светлов О. П.]. М., 1998. 302 с.
73. Светский человек, изучивший свод законов общественных и светских приличий. Хороший тон. М., 1996. 189 с.
74. Серебрякова Р. В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах. *Язык, коммуникация и социальная среда*. Вып. 1. 2001. 5 с.

75. Славянские древности. Этнолингвистический словарь (СДЭС) : в 5 т. [отв. ред. Н. И. Толстой]. М. : Международные отношения, 1995. Т. 1 : А–Г. 584 с. ; Т. 2 : Д–К (Крошки). 697 с. ; Т. 3 : К (Круг) – П (Перепелка). 699 с.
76. Смирнова Е. В. Гендерные и социокультурные особенности коммуникации. *Вестник ВГУ. Серия «лингвистика и межкультурная коммуникация»*. 2005. № 2. С. 133.
77. Смирнова Н. И. Сопоставительное описание элементов английской кинесической коммуникации. Национально-культурная специфика речевого поведения. К. : Наука, 1977. С. 219–247.
78. Собецька Н. В. Гендер і мова в сучасному лінгвістичному світі. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. Збірник наукових праць за редакцією доктора філологічних наук, професора Попової І. С. 17.03.2014. URL : <http://ukrmova.com.ua/zmist-zhurnalu/vipusk-15/gender-i-mova-v-suchasnomu-lingvistichnomu-sviti/>
79. Сосюр Ф. Курс загальної лінгвістики. [пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко]. К. : Основи, 1998. 324 с.
80. Стельмахович М. Г. Теорія і практика українського національного виховання : посібник для вчителів початкових класів та студентів педагогічних факультетів. Івано-Франківськ : Лілея НВ, 2006. 180 с.
81. Степанов Ю. С. Изменчивый «образ языка» в науке XX века. В кн. : Язык и наука конца XX века. М. : ИЯ РАН, 1995. С. 7–34.
82. Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж : Истоки, 2003. 185 с.
83. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах: Пер. с англ. *Новое в зарубежной лингвистике*. Иностранные языки. 2008. Вып. 17 : Теория речевых актов. С. 131–150.
84. Сурова Е. А. Гендерная парадигма комплиментного дискурса. URL : www.tverlingua.by
85. Сурова Е.А. К вопросу о критериях типологизации высказываний в комплиментном дискурсе. URL : www.tverlingua.by

86. Таненн Д. Ты просто меня не понимаешь. Гендер и язык. М. : Языки славянской культуры, 2005.
87. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. В кн.: Роль человеческого фактора в языке : язык и картина мира [отв. ред. Б. А. Серебренников]. М. : Наука, 1988. С. 173–190.
88. Титаренко А. И. Антиидеи. Опыт социально-этического анализа. М. : Политиздат, 1984. 478 с.
89. Фабіан М. П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах : [монографія]. Ужгород : Інформаційно-видавниче агентство «ІВА», 1998. 256 с.
90. Фісяк І. Є. Гендерний аспект у семантиці фразеологізмів, що означають міжособистісні відносини. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2015. Вип. 58. с. 213–216.
91. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М. : Высшая школа, 1989. 159 с.
92. Формановская Н. И. Русский речевой этикет : лингвистический и методический аспекты. М. : Русский язык, 1987. 158 с.
93. Формановская Н. И., Шевцова С. В. Речевой этикет : Русско-английские соответствия : [справочник]. М. : Высшая школа, 1990. 95 с.
94. Халеева И. И. Понимание иноязычного текста как аспекта межкультурной коммуникации. Глядя в будущее. Первый советско-американский симпозиум по теоретическим проблемам преподавания и изучения иностранных языков. М. : РЕМА, МГЛУ, 1992. С. 120–127.
95. Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистические основы. М. : Либроком, 2009. 278 с.
96. Шапран Н. В. Функціональні особливості компліментарних висловлювань у французькій мові. *Електронна бібліотека Острозької академії*. URL : <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=20092&chapter=1>
97. Шапран Н. В. Функціональні особливості компліментарних висловлень в англomовному дискурсі : Національний університет «Острозька академія», м.

- Острог. *Електронна бібліотека Острозької академії*. URL : <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=20092&chapter=1>
98. Шаховский В. И. Лингвистика эмоций: основные проблемы, результаты и перспективы. URL : www.tverlingua.by
 99. Шаховский В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации. *Филологические науки*. 2012. № 4. С. 59–67.
 100. Шейнов В. Мужчина и женщина: Энциклопедия взаимоотношений. С.-Пб., 1997. 64 с.
 101. Шепель В. М. Имиджеология: секреты личного обаяния. М., 1994. 3022 с.
 102. Шкіцька І. Ю. Гендерний вимір маніпулятивного дискурсу. *Мовознавство*. 2012. № 1. С. 64 – 72.
 103. Шкіцька І. Ю. Семантичні різновиди маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. Випуск III. С. 85–93.
 104. Шутова М. О. Мовленнєвий етикет як система координат у міжособистісній і міжкультурній комунікації. *Вісник КНЛУ*. Серія «Філологія». 2013. Том 16. № 1. С. 134 – 142.
 105. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Use. Cambridge : Cambridge University Press, 1992.
 106. Holmes J. Paying Compliments : A Sex-Preferential Positive Politeness strategy. *Journ. of Pragmatics*. 1988. Vol. 12. # 4. P. 445–465.
 107. Holmes J. Women, Men and Politeness. London, 2005. 254 p.
 108. Kramer Ch. Perceptions of female and male speech. *Language and Speech*. 2017 (Jun). Vol. 20. Pt.2. P. 157.
 109. Tannen D. You just Don't Understand : Women and Men in Conversation. New York, 2009. P. 41.
 110. Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction. B. ; N. Y. : Mouton de Gruyter, 1991. 502 p.
 111. Wolfson N. Pretty is as Pretty Does : A Speech Act View of Sex Roles. *Applied linguistics*. 2014. Vol. 5. N 3. 441 p.

112. Wolfson N. The Bulge : a Theory of Speech Behavior and Social Distance. Second Language Discourse : a Text book of Current Research. Norwood ; New York, 2018. P. 21–38.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОГО ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

113. Alcott L. A Modern Cinderella. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
114. Alcott L. Eight Cousins. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
115. Alcott L. Little Men. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
116. Alcott L. Rose in Bloom. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
117. Baade R. L. Such Lovely Eyes You Have. URL : www.elfwood.com/art/r/a/rachiessuch_lovely_eyes.jpg.html
118. Bain D. Murder on the QE2. A Signet Book, New York, 1997. 233 p.
119. Barnard A.M. Behind a Mask or a Woman's Power. URL : www.online-literature.com/alcott/behind-a-mask/
120. Bushnell C. Four Blondes. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
121. Clarence K.B. Youth Challenges. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
122. Collins D. Lady Boss. United Kingdom: Pan Macmillan, 1991.
123. Cronin A.J. The Citadel. URL : www.fantasticfiction.co.uk/c/a-j-cronin/citadel
124. Curwood J. O. The Courage. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
125. Galsworthy J. The Forsyte Saga. In Chancery. United Kingdom, 2002. 732 p.
126. Greenman B. Black, Gray, Green, Red, Blue: a Letter from a Famous Painter on the Moon. URL : www.mcsweeneys.net/2002/01/07letter.html
127. Hambly B. Bride of the Rat God. URL : www.homeenglish.ru/Books.htm
128. Hern C. Miss Lacey's Last Fling. URL : www.webscription.net/p-355-the-road-to-damascus.aspx
129. Lodge D. "Paradise News". URL : www.amazon.co.uk/Paradise-News-David-Lodge/dp/0099554232
130. Pilcher R. An Evening to Remember. The blue Bedroom and Other Stories. Coronet Books, 2019. 637 p.

131. Ringo J., Evans L. The Road to Damascus. URL : www.amazon.com/Road-Damascus-Bolo-John-Ringo/dp/0743499166
132. Salinger J.D. The Catcher in the Rye. Penguin Books, 2015. 191 p.
133. Sheldon S. If tomorrow comes. Warner Books Edition, 1985. 408 p.
134. Sheldon S. Stars Shine Down. Warner Books Edition, 1992. 369 p.
135. Steel D. Crossings. Time Warner Paperback. 2002. 463 p.
136. Steel D. Summer's End . Time Warner Paperback. 2002. 235 p.
137. Steel D. The Long Road Hoam. New York, Delacorte Press, 1998. 397 p.
138. Updike J. Couples. Random House, USA, 1978.
139. Wharton E. Summer. URL : <http://classicreader.com/booktoc.php/sid.1/bookid.298>