

НАЦІОНАЛЬНА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ
ІМ. Я. МУДРОГО

УДК 81'42.+81'23.
ББК 81.431.1
М 71

В. Я. Міщенко

КОМПЛІМЕНТ У МОВЛЕННЄВІЙ ПОВЕДІНЦІ
ПРЕДСТАВНИКІВ АНГЛОМОВНИХ
(БРИТАНСЬКОЇ ТА АМЕРИКАНСЬКОЇ) КУЛЬТУР

Рецензенти:

Мартинюк А.П. — доктор філологічних наук, професор
кафедри перекладу та англійської мови Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Піхтовникова Л.С. — доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри іноземних мов Харківського національного технічного університету сільського господарства імені
П. Василенка

Мищенко В. Я.

М 71 Комплімент у мовленнєвій поведінці представників
англомовних (британської та американської) культур. —
Монографія. — Харків, Майдан, 2008. — 144 с.

ISBN _____.

Монографія присвячена вивченню компліменту як одиниці мовленнєвої поведінки носіїв британського та американського варіантів англійської мови. Комплексний опис структурно — семантичних, прагматичних та етнокультурних особливостей компліментарних висловлювань здійснюється з позицій діяльнісного підходу в межах діади «мета — засіб».

ББК 81.431.1

Майдан
2008

ISBN _____

© Мищенко В. Я, 2008

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВІС	виражений інтенційний стан
ІА	іллокутивний акт
ІАК	іллокутивний акт компліменту
ІС	інтенційний стан
КВ	компліментарне висловлювання
КСД	комплімент-соціальна дія
КфН	коефіцієнт нещирості
К _n	мовленнєвий крок, що складається з <i>n</i> мовленнєвих актів
МА	мовленнєвий акт
МП	мовленнєва поведінка
ПА	перлокутивний акт
ПО	позитивна оцінка
ТМА	теорія мовленнєвих актів
ТМД	теорія мовленнєвої діяльності
Х	мовленнєвий хід, що складається з одного мовленнєвого акту
Х _n	мовленнєвий хід, що складається з <i>n</i> мовленнєвих актів

ВСТУП

Відмінна риса сучасного мовознавства — прагнення до пізнання складної природи людського спілкування, у якому мова, втілена у мовленні, є найважливішим засобом соціальної взаємодії, що дозволяє людям впливати на розумову та практичну діяльність один одного.

Успішне вивчення мовлення як особливої форми соціальної поведінки, виявлення загальних закономірностей комунікативного процесу неможливе без глибокого комплексного аналізу окремих мовленнєвих явищ у всій повноті їхніх численних аспектів (мовного, соціально-психологічного, когнітивного, етнокультурного, тощо).

Ця монографія присвячена вивченню компліменту у мовленнєвій поведінці носіїв британського та американського варіантів англійської мови. Роботу виконано у межах діяльнісного підходу до мови.

Інтерес мовознавців до дослідження компліменту зумовлений уже тією обставиною, що він є невід'ємним елементом повсякденного міжособистого спілкування представників британської та американської етнокультур, що фігурує у різноманітних комунікативних ситуаціях. Нагальна потреба його вивчення підтверджується також практикою між культурного спілкування, що показала наявність досить яскраво вираженої етнокультурної специфіки у функціонуванні даної мовленнєвої одиниці.

Незважаючи на те, що вивченню компліменту була присвячена низка праць вітчизняних [61; 93] і зарубіжних [200; 204; 218; 229; 258] мовознавців, багато проблем не було вирішені. Поза полем зору дослідників до сих пір залишалась царина мікропрагматики компліментарних висловлювань [186; 188; 257], що включає таку найважливішу складову позамовного контексту як когнітивна, психічна детермінанта мовленнєвої поведінки, фактори особистого порядку, такі як потреби, мотиви, цілі, емоції кому-

никантів. До слабо розроблених на сьогоднішній день слід віднести й питання, пов'язані з визначенням ознак іллокутивної сили компліменту, вивченням способів реалізації непрямих іллокутивних актів компліменту, особливостями компліменту як перлокутивного акту, його етнокультурною маркованістю.

Таким чином, актуальність даного дослідження зумовлена загальною орієнтацією сучасної лінгвістики на вивчення мовлення як динамічного процесу, зростаючим у всьому світі інтересом до теоретичних і прикладних проблем діяльнісного підходу до мови. У зв'язку зі стрімким розширенням міжмовних і між культурних контактів все більшої значущості набувають питання співвідношення мови та культури, національно-культурної специфіки мовленнєвої поведінки. Актуальність даного дослідження, крім того, визначається недостатньою вивченістю такої складної, неоднозначної і разом з тим вельми поширеної у людському спілкуванні комунікативної одиниці як комплімент.

Мета цього дослідження полягає у виявленні та теоретичному обґрунтуванні структурно-семантичних, прагматичних і етнокультурних особливостей компліменту як одиниці мовленнєвої поведінки британців і американців.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: 1) розроблення поняттєвого апарату, що інтегрує теорію мовленнєвих актів, теорію мовленнєвої діяльності та концепцію ввічливості; 2) визначення основних характеристик іллокутивного акту компліменту; 3) опис компліменту як перлокутивного акту; 4) розроблення класифікації компліментів-соціальних дій; 5) якісний і кількісний аналіз структурно-семантичних, прагматичних та етнокультурних особливостей різних класів і типів компліментів-соціальних дій; 6) виявлення етноспецифічних рис компліменту у мовленнєвій поведінці представників англомовних (британської та американської) культур, а також факторів, що їх зумовлюють.

Матеріал дослідження складається з 610 фрагментів діалогічних текстів творів сучасних (друга половина XX століття) британських і американських авторів, що містять 826 висловлювань з іллокутивного силою компліменту. Для зіставного вивчення етнокультурних особливостей компліменту як мовленнєвого вчинку було використано твори російськомовних авторів (350 фрагментів). Загальний корпус прикладів обсягом 960 одиниць одержано методом суцільної вибірки.

Звернення до художньої літератури зумовлено характером дослідження, яке вимагає проникнення у внутрішній світ емоцій, інтенцій, цілей, мотивів, що детермінують поведінку мовця. Ми

поділяємо точку зору тих дослідників (Є. Є. Карпушиної [56], О. І. Морозової [79], В. П. Ніколаєва [84], Л. П. Чахоян [145], Н. Ю. Шведової [149]), які вважають, що «літературний діалог, який досить добре відображує дійсні ситуації комунікації і досить правдиво відтворює процес мовленнєво-дієвого і мовленнєво-розумового спілкування уявляється найбільш апроксимованим аналогом об'єкту вивчення і сприйняття живої розмовної мови» [84: 108].

Методи дослідження. Теоретичною базою дослідження є діяльнісний підхід до аналізу мовних явищ, положення про детермінованість мовленнєвої поведінки соціально-психологічними та етнокультурними факторами, інструментальні концепції мови. Авторське трактування компліменту як мовленнєвого вчинку сформувалося під впливом праць Т. Г. Винокур, І. О. Зимньої, О. О. Леонтьєва, О. М. Леонтьєва, О. Г. Почепцова, Дж. Р. Серля, П. Ф. Стросона, Є. Ф. Тарасова. Методика дослідження, що зумовлена різноманітністю розглянутих проблем, включає текстовий пошук, мовленнєве моделювання, елементи кількісно-якісного аналізу. У роботі також застосовуються методи семантичної та прагматичної інтерпретації дискурсу, контекстуально-ситуативний, інтенційний та акто-мовленнєвий аналіз.

Наукова новизна монографії визначається тим, що у ній вперше здійснено спробу комплексного дослідження компліменту на базі діяльнісного підходу, коли компліментарне висловлювання розглядається як особливий вид мовленнєвих вчинків, засіб досягнення якісно різних комунікативних (іллокутивних, перлокутивних, соціальних) цілей. Вперше у вітчизняній лінгвістиці поставлено проблему етнокультурної своєрідності компліменту, виявлено фактори, що зумовлюють деякі його етноспецифічні риси в аспекті семантики і прагматики.

Теоретична значущість монографії. Комплексна характеристика компліменту як складної єдності іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії, визначення ознак іллокутивної сили компліменту, опис способів реалізації непрямих іллокутивних актів компліменту, класифікація компліментів-соціальних дій є певним внеском у розвиток лінгвопрагматики, теорії мовленнєвої діяльності, теорії дискурсу, риторики. Теоретична значущість монографії полягає, крім того, у отриманні нових знань про етнокультурні особливості компліменту як одиниці мовленнєвої поведінки носіїв різних (англійської та російської) мов, що поглиблюють уявлення про співвідношення мови і культури, а також сприяють вирішенню проблем між культурного спілкування.

Практична цінність дослідження полягає у тому, що його теоретичні положення і конкретні результати можуть застосовуватись у курсі теоретичної граматики англійської мови (розділ «теорія мовленнєвих актів»), у спецкурсах з теорії мовленнєвого впливу, етики міжкультурного спілкування, англомовного етикету; вони можуть використовуватись у навчанні діалогічного мовлення на практичних заняттях з англійської мови, а також при підготовці дипломних і курсових робіт.

Мета і завдання дослідження зумовили *структуру* монографії, яка складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, бібліографії, списку джерел ілюстративного матеріалу.

У вступі обґрунтовується вибір теми дослідження, його актуальність, формулюється мета і завдання монографії, визначається матеріал і методи дослідження, його теоретична значущість і практична цінність.

У першому розділі здійснюється огляд основних напрямків у сучасних дослідженнях компліменту в англійській мові; обґрунтовуються переваги діяльнісного підходу до вивчення компліменту, викладаються найбільш важливі для даної роботи положення теорії мовленнєвих актів і теорії мовленнєвої діяльності, визначається поняттєвий апарат дослідження.

У другому розділі у відповідності до обраного підходу аналізуються іллокутивний акт компліменту (ІАК) (визначаються іллокутивні цілі компліменту, види прямих і непрямих ІАК, місце ІАК у системі іллокутивних актів, його відмінності від схожих іллокутивних актів, види нещирих ІАК), описується комплімент як перлокутивний акт і як соціальна дія.

Третій розділ присвячений кількісно-якісному аналізу різних типів компліментів-соціальних дій (КСД) в аспекті мовної структури, семантики, прагматики й етнокультурної специфіки.

У загальних висновках стисло викладаються результати роботи у вигляді основних положень і намічаються перспективи подальших досліджень.

РОЗДІЛ 1

ДІЯЛЬНІСНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ КОМПЛІМЕНТУ

1.1. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ У СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ КОМПЛІМЕНТУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Комплімент як об'єкт лінгвістичного аналізу привертав увагу багатьох дослідників, свідченням чого є роботи Н. Вулфсон і Дж. Мейнз [221; 256; 258], Р. Герберта [200; 201], Б. Левандовської-Томашик [218], Л. А. Кокойло [61] та ін.

Перш ніж викласти основні результати цих досліджень, зазначимо, що усі вони виконані у відповідності з тими загальними теоретико-методологічними принципами, на яких ґрунтується сучасна лінгвістика, незважаючи на різноманітність існуючих у ній концепцій, підходів і парадигм. Такими принципами є експансіонізм, антропоцентризм, функціоналізм, або, радше, неофункціоналізм і експланаторність (див. [64], [57:20]).

Експансіонізм лінгвістики проявляється у майже повсюдному визнанні того факту, що для адекватного пізнання мови необхідні виходи у різні царини не тільки гуманітарного знання, але також природничих і точних наук.

Мовознавці, що поділяють точку зору, згідно з якою «...суттєві результати у сучасних дослідженнях мови навряд чи можуть бути отримані шляхом вивчення суто мовних явищ» [55: 11], поділяють також і впевненість у тому, що сучасні дослідження мови неможливі без застосування психологічних методів [217: 375], притягнення таких понять як інтенція, пам'ять, дія, семантичне виведення тощо [28: 6]. Так, наприклад, в основі поняття «лице», що є ключовим у прагматичній теорії ввічливості Браун і Левінсона [175; 176], лежить психологічна категорія «потреба».

Під функціоналізмом, а точніше неофункціоналізмом, звичайно розуміють вивчення мови як діяльності (більш детальне тлумачення термінів див. [37: 267-271; 64: 220]). Діяльнісний підхід до мови є невіддільним від встановлен-

ня антропоцентричного принципу, який «знаходить у сучасній лінгвістиці різні індивідуальні формулювання і виявляється пов'язаним з дослідженням широкого кола явищ відображених у свідомості мовців або ж явищ, що відображують присутність мовців у акті мовлення, та встановленням системи його «координат» [120: 50-51].

Функціональний і антропоцентричний принципи органічно пов'язані з такою характеристикою сучасної науки як експланаторність, що виражається у відмові від чистого дескриптивізму і у прагненні знайти шляхи роз'яснення явищ, що спостерігаються.

У роботах присвячених вивченню компліменту в германських, зокрема, англійській, мовах, зазначені вище принципи виражаються головним чином у тому, що автори не лише описують структурно-семантичні моделі досліджуваних висловлювань, але й намагаються встановити характер взаємозв'язку між формою та функцією і пояснити, як мовні особливості одиниць, що вивчаються, детерміновані екстралінгвістичними факторами.

Англісти Н. Вулфсон, Дж. Мейнз, Р. Герберт розглядають комплімент у межах дисципліни відомою під назвою «етнографія мовлення», засновник якої Д. Хаймс вказував, що характеризуючи ті чи інші форми мовлення, неможна обмежуватися описом природних мовних ознак; необхідно враховувати також соціокультурний вимір, який визначає типи й моделі вживання мови [207].

Комплімент у роботах цього напрямку співвідноситься з поняттям мовленнєвого акту (МА), оскільки дана категорія є базовою в етнографії мовлення і саме на ній будується методика розкриття етнокультурної специфіки мовленнєвої поведінки, взаємозв'язків між мовними й соціокультурними факторами (див. [208: 57])

У роботі [258] Вулфсон і Мейнз досліджують лексикограматичну структуру компліментів і їхнє функціонування у мовленні американців. Всупереч своїм сподіванням знайти велику різноманітність лексичних засобів і синтаксичних моделей, зумовлену, згідно їхніх припущень, тим, що комплімент нібито є спонтанним вираженням захоплення та / або схвалення, а спонтанність, у свою чергу, звичайно асоціюється з оригінальністю вираження, вони, на своє здивування, виявили цілком протилежне, а саме: лексико-гра-

матичне оформлення компліментів вимовлених у найрізноманітніших комунікативних ситуаціях було надзвичайно одноманітним. На підставі отриманих результатів автори роблять висновок про те, що компліменти, по суті, є формулами — конвенціоналізованими, клішованими висловлюваннями, які можуть реалізовуватися одиницями різних рівнів і виконувати цілу низку різних дискурсивних функцій, зустрічаючись практично у будь-якій точці інтеракції.

У зв'язку з цим виникає питання: чи можливо привести ці різноманітні функції до якогось спільного знаменника, що характеризує комплімент як певну соціальну стратегію. Проаналізувавши зібраний матеріал, Вулфсон і Мейнз виявили, що таким спільним знаменником є встановлення й укріплення взаєморозуміння або того, що Браун і Гілман [177] позначили терміном «солідарність», і саме функція встановлення, підтримання й укріплення солідарності між комунікантами зумовлює формулоподібний характер мовної структури компліментарних висловлювань.

В одній із своїх робіт [256] Н. Вулфсон піднімає проблему соціо-прагматичної варіативності у вживанні компліменту, зокрема, урахування таких змінних як стать, вік, соціальний статус учасників комунікативного епізоду. За її спостереженнями переважна більшість компліментів адресується одноліткам, що мають більш або менш рівний з мовцем соціальний статус. Н. Вулфсон звертає увагу і на таку обставину: згідно звичайним уявленням комплімент часто виступає свого роду лестощами, за допомогою яких мовець намагається отримати певні вигоди. Виходячи з цього, можна припустити, що у випадках, коли соціальні статуси комунікантів є нерівними, більш вірогідно, що до використання компліменту як засобу маніпулювання адресатом удасться комунікант з більш низьким статусом. Однак отримані дослідницею дані свідчать про протилежне. Р. Герберт вважає такий стан речей цілком логічним і закономірним: якщо мета даної мовленнєвої події полягає у встановленні відношень солідарності між комунікантами, ініціатива має виходити від особи, що має більш високий соціальний статус [201:25-26].

Предметом досліджень Дж. Мейнз [221] став комплімент як віддзеркалення культурних цінностей носіїв англійської мови. Вона стверджує, що об'єкти і дії, з приводу

яких висловлюється комплімент, мають бути такими, щоб кожний член даного мовного соціуму міг розцінити його як позитивне оцінне висловлювання. Саме цьому, припускає Дж. Мейнз, комплімент можна вважати своєрідним індикатором цінностей, що культивуються у суспільстві. За її спостереженнями, і у компліментах, які найчастіше говорять американці, і у репліках-відповідях знаходять відображення такі цінності як зовнішня привабливість, новизна (newness), професійна майстерність, талант і працьовитість.

У роботах Р. К. Герберта [201], Б. Левандовської-Томашик [218], А. Померанц [229] комплімент розглядається вже не на рівні мовленнєвого акту, а на рівні мовленнєвої події (speech event). Деякі дослідники такі одиниці дискурсу називають діалогічними єдностями, [142], діалогемами [8], *adjacency pairs* (суміжними парами) [183, 241], *l'échanges* (обмінами) [233]. Отже, об'єктом дослідження є одиниці дискурсу, що складаються із двох взаємопов'язаних мовленнєвих ходів і мають таку структуру:

1. А говорить комплімент В.
2. В відповідає на те, що сказав А.

При цьому основну увагу вище зазначені дослідники приділяють вивченню відповідей на комплімент. Поштовхом, що спонукав їх звернутися до цієї проблеми, була та обставина, що, незважаючи на існуюче в англо-американській культурі правило етикету, яке приписує у відповідь на комплімент говорити «Thank you» [211: 43-44], адресати компліменту, знаючи це правило, тим не менш часто не знають, що сказати, відчуваючи ніяковість. Спроба пояснити цей примітний парадокс була здійснена А. Померанц [229], яка, узагальнюючи свої численні спостереження, робить висновки про те, що форма відповіді на комплімент у англо-американській культурній традиції визначається двома правилами мовленнєвого спілкування, що суперечать одне одному: (а) погоджуйся зі співрозмовником і (б) уникай самовихваляння. Припустивши, що існує обмежене число способів вирішення цього протиріччя, дослідниця розробила класифікацію, яка пізніше була змінена і доповнена Р. К. Гербертом [201] і врешті решт включала 16 типів реплік-відповідей на комплімент. При їх виділенні враховувались такі параметри (а) чи містить відповідь указання (експлі-

цитне або імпліцитне) на те, що попереднє висловлювання було ідентифіковано адресатом як комплімент; (б) приймається, відкидається або ігнорується комплімент; (в) чи існує семантична відповідність між компліментарним висловлюванням і відповіддю на нього; (г) чи містить відповідь будь-які коментарі адресата компліменту; (д) знижується чи підвищується ступінь похвали, що міститься у компліментарному висловлюванні; (е) яким чином адресат компліменту знижує ступінь похвали: переадресовує її третій особі, дає розлогі пояснення, повідомляючи різні подробиці, або ж указує на вади об'єкту компліменту. Аналогічний підхід до виділення типів відповідей на комплімент демонструє Б. Левандовська-Томашик [218], однак запропонована нею класифікація має не настільки розгорнуту й логічно упорядковану структуру як класифікація Р. Герберта.

Великий інтерес у лінгвістів викликає контрастивне вивчення компліменту в руслі досліджень етнокультурної специфіки мовленнєвої поведінки. У літературі представлені роботи, які викладають результати порівняльного аналізу вживання компліменту у британській і польській [218], американській (США) і південноафриканській [201], австралійській (англомовній) та іспанській [181], а також деяких інших культурах.

У вітчизняній лінгвістиці найбільш значним дослідженням компліменту можна вважати роботу Л. А. Кокойло [61], у якій комплімент розглядається перш за все як один із видів оцінного висловлювання, і тому центральне місце у цьому описі займає категорія оцінки. Автор пропонує комунікативно-функціональну типологію компліментарних висловлювань, використовуючи в якості класифікаційних ознак способи вираження позитивної думки мовця про адресата, а також підставу й аспект позитивної оцінки.

Основними типами оцінних висловлювань з іллокуцією компліменту, що виділяються Л. А. Кокойло в залежності від способу вираження позитивної думки мовця про адресата, є висловлювання, які характеризують адресата, і висловлювання, які характеризують ставлення мовця до адресата. Перші виражають думку про адресата в цілому, або про його якості, вчинки, дії, предмети, що йому належать. Мовець приписує адресату позитивну ознаку, яка есплі-

кується через відповідні мовні засоби оцінки. Другі описують позитивні почуття, емоції, враження мовця, викликані адресатом.

В залежності від підстави й аспекту позитивної оцінки Л. А. Кокойло виділяє загальнокомпліментарні та частковокомпліментарні висловлювання за аналогією з існуючими в аксіології двома типами значень — загально оцінних і частковооцінних [5].

Аспект загальнокомпліментарного висловлювання визначається цілим комплексом ознак, які входять до оцінного стереотипу. Загальнокомпліментарні висловлювання включають позитивну оцінку адресата в цілому, у сукупності різноманітних якостей. Аспект частковокомпліментарного висловлювання визначається якоюсь однією ознакою адресата. Тому частковокомпліментарні висловлювання містять у своїй семантичній структурі позитивну оцінку окремих якостей, властивостей або стану адресата. Загальнокомпліментарні та частковокомпліментарні висловлювання зустрічаються як у типі висловлювань, що характеризують адресата, так і у типі висловлювань, які характеризують ставлення мовця до адресата.

У роботі також дається детальний опис лексико-граматичних моделей кожного з типів компліментарних висловлювань.

Підсумовуючи цей огляд, перелічимо аспекти компліменту, які раніше вже були предметом вивчення:

- 1) структурно-семантичні особливості компліменту виду іллокутивних актів [61; 258];
- 2) функціонування компліменту соціальної стратегії [256; 258];
- 3) соціо-прагматична і етнокультурна варіативність уживання компліменту [181; 201; 218; 256];
- 4) комплімент як віддзеркалення американських культурних цінностей [221];
- 5) реакція на комплімент [201; 218; 229]
- 6) лексико-граматичні моделі різних типів компліменту як оцінного висловлювання [61].

Неможна не визнати, що проведені раніше дослідження торкаються досить широкого кола проблем і пропонують цікаві варіанти відповідей на цілу низку питань. Разом з

тим стає очевидним, що лінгвісти, прагнучи досліджувати комплімент у широкому позамовному контексті, розглядають його переважно у системі «зовнішніх» координат (термін Слама-Казаку [Цит. за 128: 47]), тобто на макропрагматичному рівні [186; 188; 257], беручи до уваги соціокультурні характеристики ситуації спілкування. Фактори ж особистого порядку: потреби, мотиви, цілі, емоції комунікантів, що відносяться до сфери мікропрагматики компліментарних висловлювань, залишалися до сих пір поза полем зору дослідників.

Саме дана обставина визначила мету й завдання цього дослідження, центральну проблему якого у найзагальнішому вигляді можна сформулювати як розгляд компліменту через призму категорій «мета — засіб».

Опис компліменту як засобу досягнення певних цілей передбачає діяльнісний підхід до вивчення цього явища, оскільки визнання цільової детермінованості мовленнєвої діяльності є ключовим принципом цього підходу.

1.2. ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ І ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА АНАЛІЗУ КОМПЛІМЕНТУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.

Виникнення діяльнісних концепцій мови пов'язано із засновником теоретичного мовознавства В. Гумбольдтом, який вперше вніс до лінгвістики ідею діяльності, сформульовану в межах німецької класичної філософії (І. Г. Фіхте, Ф. В. Шеллінг, Г. В. Ф. Гегель). Згідно В. І. Постоваловій, «усі наступні діяльнісні представлення мови можна розглядати як редукцію програми Гумбольдта з втрачанням її окремих компонентів або ж як її альтернативи, що принципово протистоять їй за замислом» [97: 5]. Хоча з часів Гумбольдта ідея про діяліснуну природу мови існувала у лінгвістиці завжди, знаходячи відображення у концепціях О. О. Потебні, И. А. Бодуэна де Куртене, Ф. де Соссюра, ЛЛВ. Щербы [46] і інших мовознавців, був період, коли інтерес до неї значно послабшав. Лише на початку 70-х років ХХ століття, коли намітилися глухі кути іманентного

підходу до дослідження мови з його принципом «мова у самій собі і для себе», «акцентування діяльнісного характеру мовної комунікації і тим самим функціональне зв'язування мови й діяльності стало необхідним і загальновизнаним принципом лінгвістичної методології та теорії» [141:41].

Важливою перевагою діяльнісного підходу перед іншими концепціями є, безумовно, те, що він своїм корінням уходить у традиції лінгвістики і при цьому є здатний віддзеркалювати найсуттєвіші аспекти інтегрованості мовних феноменів як у сферу людської особистості, так і у соціокультурну дійсність.

Домінуючими теоріями у межах діяльнісного підходу є теорія мовленнєвих актів (ТМА) (Остін, Серль, Стросон, Почепцов та ін.) і теорія мовленнєвої діяльності (ТРД) (Леонтьєв, Тарасов, Сорокин, Шахнарович, Хартунг, Тейтмайер та ін.). Ці теорії поєднують прагнення вивчати мовленнєву комунікацію у широкому екстралінгвістичному контексті, проте в їх основі лежать різні постулати, і вони беруть свій початок у різних лінгвістичних школах.

ТМА — лінія досліджень розпочата англійським філософом Дж. Остіном і продовжена П. Ф. Стросоном, Г. П. Грайсом, Дж. Р. Серлем, Д. Вундерліхом та ін. ТМА являє собою спробу поглянути на мовлення як на сукупність дій індивіда, що говорить, і виводити значення мовних форм з їхнього уживання за конкретних обставин комунікації.

Основною одиницею аналізу мовленнєвої діяльності виступає «мовленнєвий акт» — квант мовлення, що поєднує одиничний намір, завершений мінімальний відрізок мовлення і результат, що досягається (більш детальний аналіз ТМА див. [4; 13; 36; 37; 59; 107]).

Теорія мовленнєвої діяльності зростає з психологічної теорії діяльності О. О. Леонтьєва [70], розробленої на основі культурно-історичної концепції Л. С. Виготського [26]. Лінгвістичну базу ТРД склала концепція Л. В. Щерби [154].

Відмінними рисами ТРД, у викладенні О. О. Леонтьєва, є такі.

Перше. Предметом аналізу виступають не ізольовані речення, висловлювання або текст як продукти творення мовлення, а *процеси їх породження і продукування*. Відповідно змінюється метод аналізу і виділення одиниць: ТРД передбачає не «аналіз за елементами», а «аналіз за одиницями»

(формулювання Л. С. Виготського [26: 13-16]). Ціле складається не з поєднання окремих елементів, а з динамічної організації операцій у більш складні *дії* і далі у ще більш складну діяльність. Стосовно до мовлення це означає, що категорії його аналізу повинні мати статус мовленнєвих операцій, а не мовленнєвих продуктів або абстракцій цих продуктів.

Друге. Будь-яка діяльність є мотивованою і цілеспрямованою. Стосовно до мовленнєвої діяльності це означає, що існує деяке не мовленнєве завдання, для виконання якого саме й здійснюється мовленнєва діяльність і яке вирішується мовними засобами. Висловлювання або текст перш за все *є процесом вирішення такого завдання* і лише у другу чергу — продуктом або результатом такого вирішення.

Третє. Набагато важливіше знати те, з яких одиниць (дій) складається процес, ніж те, на які елементи можна розкласти продукт. Реальна системність мови — це не внутрішнє планування того складу, де зберігаються одиниці мови, а взаємозв'язок і організація тих одиниць у їхньому, так би мовити, робочому стані, у тій діяльності, заради якої вони тільки й існують.

Четверте. Як будь-яка діяльність, мовленнєва діяльність організована відповідно до мети або завдання, до опосередкованого нею першого «поштовху» (комунікативного наміру). Будь-яка діяльність, у тому числі і мовленнєва, за самою своєю суттю є евристичною [68].

Важливою особливістю ТМД є те, що в ній по-новому формується онтологія мовленнєвої діяльності. Це «комуніканти, що співпрацюють під час здійснення спільної діяльності і які спілкуються між собою заради організації співпраці» [132: 157]. Об'єктна сфера ТМД включає не тільки індивідуально здійснювані процеси сприйняття та продукування мовлення, але й міжособисте спілкування. Її предметна сфера — це не тільки залежність продукування і сприйняття мовлення від психічних характеристик мовця, але й залежність від соціальних умов спілкування, а також від психічних і соціальних характеристик слухача.

Незважаючи на різноманітність ТМА і ТМД, дослідники визнають необхідним і можливим їхню взаємодію та інтеграцію, вважаючи ці теорії взаємно додатковими й логічно сумісними (див., наприклад, [21; 52]). Як справедливо заз-

начає Т. Г. Винокур, «сучасний стан двох дисциплін — прагматики та психолінгвістики — більше за інших відображує закономірності розвитку лінгвістичного пізнання особистості. Обидві вони, кожна згідно своїх завдань, виводять питання про мову і про людину на рівень загальної теорії, яка вирішує категоріальні питання породження мовлення, мови як діяльності і комунікації як використання людиною знаків» [21: 20].

1.3. ПОНЯТТЄВИЙ АПАРАТ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛІМЕНТУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.

До основних понять, що використовуються у даному дослідженні, відносяться: мовленнєва поведінка, мовленнєва / немовленнєва ціль, іллокутивний акт, перлокутивний акт, соціальна дія (етикетна й інструментальна), модель поведінки, ввічливість (позитивна, негативна, інструментальна, нормативна). Враховуючи той факт, що ці терміни не завжди однозначно розуміються різними авторами, уточнено робоче визначення кожного з них.

1.3.1. ПОНЯТТЯ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ.

Поняття «мовленнєва (мовна) поведінка» не сходило з арени лінгвістичних досліджень протягом усього ХХ століття. Воно мало дуже широкий діапазон застосування і, як наслідок, наповнювалось різним змістом.

Виникнення поняття «мовленнєва поведінка (МП)» прийнято пов'язувати з американською біхевіористською психологією. Термін «МП» набув значного поширення в американській дескриптивній лінгвістиці. Л. Блумфілд використовував його у якості ключового для характеристики мови як однієї з форм людської поведінки. Трактуючи поняття «МП» американськими лінгвістами зазнавало змін по мірі того, як одна концепція змінювала іншу (пор. «ортодоксальний біхевіоризм» Л. Блумфілда, Е. Торндайка, Б. Скіннера, «необіхевіоризм» Д. Хебба, Ч. Осгуда та ін., концепцію К. Л. Пайка, трансформаційну модель породження мовлення Н. Хомського Дж. Міллера).

Хоча багато дослідників уживають поняття і терміни «мовна поведінка» і «мовленнєва поведінка» як взаємозамінювані й тотожні, слід мати на увазі, що дана опозиція може вибудовуватися як значуща, оскільки «ці терміни розходяться у часі й просторі наукової думки» [21: 10]. Термін «мовна поведінка» пов'язаний із загальнотеоретичними поглядами Л. П. Якубінського, Л. Д. Щерби, Є. Д. Поливанова, М. Йо. Конрада, О. О. Холодовича та ін. та відображує глобальний масштаб феномену, що визначається: мовною поведінкою називалася частина поведінки взагалі, але вона, у свою чергу, трактувалася як уся сукупність елементів життєдіяльності людини [144: 202], тобто як соціально-психологічна сутність. Термін «МП» — це результат пізнішої термінологічної спеціалізації, необхідність якої виникла із-за того, що це поняття почало уживатися у ряду таких суміжних понять як «мовленнєва діяльність», «мовленнєве спілкування», «комунікація», коли відповідні категорії опинилися у центрі інтересів соціо-, психо- і прагмалінгвістики.

Термін «мовленнєва діяльність» застосовується для позначення процесів продукування і сприйняття мовлення як правило у тих випадках, коли необхідно підкреслити, що, з одного боку, у центрі уваги знаходяться діяльнісні характеристики явища, що вивчається (умотивованість, цілеспрямованість, предметність, структурність), а з іншого, що дослідник використовує діяльнісну схему аналізу. Поняття діяльності як схема аналізу відзначається важливою особливістю: «для дослідження діяльності (об'єкту) за допомогою поняття діяльності (як схеми) немає необхідності користуватися додатковими проміжними поняттями, само поняття діяльності є достатнім, максимально абстрактним, а тому універсальним у функції пояснення діяльності» [132: 100] (див. також [157]).

Спілкування у самому загальному вигляді розуміється як деяка активність, мета якої — організація співпраці комунікантів у процесі спільної діяльності. Терміни «(мовленнєве) спілкування» і «(мовленнєва) комунікація» часто ототожнюються. Однак, за думкою Т. Г. Винокур, підстави для їхнього розмежування все ж таки існують. Виходячи з того, що двома основним аспектами феномену, що розглядається, є «цілеспрямованість» і «соціологічність», вона вва-

жає, що «у сенсі «цілеспрямованості» не можна не віддати перевагу терміну «комунікація», оскільки термін «спілкування» не передбачає того широкого діапазону деривативних можливостей, які потрібні для використання у роботі.» У другому ж сенсі («соціологічність») природно віддати перевагу терміну «спілкування», оскільки по-перше, саме за ним закріплено мовний і «людський» зміст (мовленнєве спілкування — частина комунікації), а по-друге, саме він втілює у собі ідею про взаємодію» ([92: 18-20]; [21: 15]; про проблему розмежування понять спілкування і комунікації див. також [67; 119; 129]).

Що ж до терміну «МП» і його місця у ряду термінів «мовленнєва діяльність», «мовленнєве спілкування» та «комунікація», відзначимо таке. У роботах вітчизняних дослідників [21; 48; 49; 72; 80; 129; 150] МП розглядається як специфічна і невід’ємна частина людської поведінки в цілому, яка представляє собою складну систему вчинків, дій, рухів. Як справедливо вказує І. О. Зимня, «МП є форма соціального буття людини (або її функціонування у соціумі)» [48: 122].

Вона є «манера», «характер» реалізації людиною мовленнєвих дій і мовленнєвої діяльності. При цьому під манерою слід розуміти «можливість виявлення у мовленні психологічних і соціально-психологічних (загальноколективних, групових, індивідуальних) особливостей мовців і слухачів» [21: 14] як мовних особистостей, як зосередження когнітивно-комунікативних потенцій, які є, у свою чергу, продуктом соціальних та історичних законів етносу (див. [54: 22]).

Таким образом, РП во внутриязыковом плане определяется закономерностями употребления языка в речи, а в экстралингвистическом — социально-психологическими условиями осуществления речевой деятельности.

Таким чином, МП у внутрішньомовному плані визначається закономірностями уживання мови у мовленні, а в екстралінгвістичному — соціально-психологічними умовами здійснення мовленнєвої діяльності.

Розгляд МП як гетерогенного явища, що конкретизує категоріальні ознаки мовленнєвої діяльності, мовленнєвого спілкування і комунікації, дозволяє вибудувати таку ієрархію відношень між відповідними поняттями. Перше (МП)

включає в себе компоненти останніх і водночас виступає як частина кожного з них (виокремлюючи і поєднуючи момент соціально-психологічної взаємодії, який буде управляти мовним відбором, що залежатиме від «образу» тих, хто вступив у цю взаємодію).

Залежно від того, яка з категорій: мовленнєва діяльність, мовленнєве спілкування (мовленнєва комунікація) або МП буде піддано аналізу, лінгвіст оперує такими одиницями як мовленнєва дія (акт), інтеракція (комунікативний акт) або мовленнєвий вчинок відповідно. Оскільки одиниця (на відміну від елементу) має усі ознаки цілого, співвідношення між мовленнєвим вчинком, мовленнєвою дією та комунікативним актом (інтеракцією) є аналогічним до описаного вище співвідношення між МП, мовленнєвою діяльністю і мовленнєвою комунікацією (спілкуванням).

Виносячи у назву цієї роботи термін «МП», ми робимо акцент на тому, що комплімент розглядається нами саме як мовленнєвий вчинок. Це дозволяє включити в опис різні аспекти компліменту, тобто розглядати його і як окрему мовленнєву дію, і як складову частину комунікативного акту, і як частину інтеракції (міжособистісного спілкування), враховуючи при цьому соціально-психологічні особливості таких груп мовців і слухачів, об’єднаних за етнокультурною ознакою, як британці і американці. Крім того, трактування компліменту як мовленнєвого вчинку максимально відповідає широко використовуваному англomовними авторами (Cordelia, Herbert, Manes, Wolfson) поняттю, що позначається терміном «complimenting behaviour».

1.3.2. ПОНЯТТЯ ЦІЛІ ТА ДІЇ.

1.3.2.1. Комунікативні (мовленнєві / немовленнєві) цілі.

Дослідження компліменту з позицій діяльнісного підходу передбачає звернення до таких категорій як ціль та дія, оскільки цільова детермінованість мовленнєвої діяльності та процесуальність мовленнєвої дії — це дві найважливіші ознаки, якими характеризується даний підхід. У діяльнісній парадигмі поняття «ціль» і «дія» взаємозв’язані. Згідно найбільш загальному визначенню дія є «процес, підпорядкований уявленню про той результат, який має бути досягнутий., тобто процес підпорядкований свідомій цілі.» [70:

153]. Слідом за Л. Ніколовим, наголосимо, що «ціль — це ідеально-інтенціональний образ результату. Ціль переживається психологічно не тільки як ідеальний образ або модель того, що буде досягнуто діяльністю, але і як «інтенція» (бажання, намір, прагнення) суб'єкту» [85: 54-55]. Як зазначає П. Б. Паршин «інтенції формують конкретні завдання і створюють систему фільтрів для оцінки варіантів їхніх рішень, тоді як міркування стосовно бажань і думок забезпечують вибір» [91: 24].

Наголосимо, що деякі дослідники при вивченні МП розглядають категорію цілі у тісному зв'язку з категорією настанови, що розуміється як психологічний зміст взаємовідношення потреби й ситуації та являє собою своєрідний «глибинний семантичний «запис», який можна розглядати як замисел можливої теми мовленнетворення» [42: 94-97; 103: 62, 193].

Цілі розрізняються як кількісно, так і якісно (кількісне і якісне визначення цілі див. [134: 73]). Кількісні відмінності зумовлені тим, що у ТМД категорія цілі може відноситись як до діяльності в цілому, так і до окремих мовленнєвих дій, кроків, ходів, комунікативних подій.

Говорячи про якісні відмінності, ми маємо на увазі перш за все диференціацію мовленнєвих і не мовленнєвих цілей.

Окреме мовленнєве висловлювання, що розглядається з позицій діяльнісного підходу, детерміновано різними цілями (як загальними, так і окремими, як мовленнєвими, так і немовленнєвими), а отже поєднує у собі характеристики різного роду дій, що співвідносяться з цими цілями.

У цьому дослідженні основна увага приділяється урахуванню якісно різних цілей, що в значній мірі детермінують структурно-семантичні та інші особливості компліментарних висловлювань. У зв'язку з цим необхідно пояснити, як ми розуміємо мовленнєві й не мовленнєві цілі, комунікативні та практичні цілі і як ці категорії співвідносяться з такими поняттями як «мовленнєвий акт», «мовленнєва дія», «соціальна дія».

Мовленнєвими ми називаємо цілі, зміст яких складає передача повідомлення, тобто якогось значення, від одного комуніканта до другого. Будь-які інші цілі, яким може бути підпорядковане висловлювання, ми кваліфікуємо як немовленнєві.

Мовленнєва ціль — це іллокутивна ціль висловлювання, і вона співвідноситься з категорією іллокутивного (мовленнєвого) акту. Немовленнєві цілі відносяться до таких сфер, як здійснення психологічного впливу на партнера по спілкуванню (перлокутивні цілі — див. [146]) і організація та координація взаємодії комунікантів (соціальні дії).

Вважаємо доречним зробити акцент на розмежуванні понять «мовленнєвий акт» і «мовленнєва дія», яке ми проводимо. Ми не поділяємо точку зору тих дослідників, наприклад, Н. К. Ветошкіної, які вважають, що «власне мовленнєва дія є не що інше як відомий «speech act»» [20:75]. Чому ж ототожнення цих понять є неприпустимим?

У традиційній ТМА, хоча й визнається, що мовленнєвий акт представляє собою трирівневе утворення — поєднання локутивного, іллокутивного і перлокутивного актів, у якості основного об'єкту дослідження виділяється лише іллокутивний рівень. Що ж до перлокутивного акту (ПА), перлокутивного значення, багато вчених «його звичайно відносять до царини психології і не включають до числа мовних значень» [146: 17]. Внаслідок цього стало загальноприйнятою практикою уживати термін «мовленнєвий акт», маючи на увазі іллокутивний акт (ІА).

Але ІА — це передусім семантична діяльність, що базується, за Остіним, на понятті «значущість». Іншими словами, ІА — це відмінний від акта говоріння особливий акт передачі повідомлення [87: 87]. Його ціль є виключно мовленнєвою. Так, наприклад, іллокутивна ціль твердження полягає у представленні певного стану справ як дійсного. Іллокутивною ціллю вибачення є вираження мовцем жалю з приводу того, що сталося і таке ін.

Якщо термін «мовленнєвий акт» асоціюється з ТМА і відображає, головним чином, категорію іллокутивності (а отже співвідноситься з мовленнєвими цілями), то термін «мовленнєва дія», яким оперує ТМД, несе у собі ідею «не-самостійності мовлення», її підпорядкованості «цілям тієї діяльності, у структурі якої і заради цілей якої вона розгортається» [131: 13]. Ця ідея, як відомо, є однією з центральних у ТМД і логічно пов'язана з тезою про те, що основна функція мовлення — регулятивна. Слід підкреслити, що у ТМД не заперечуються гностична і комунікативна функції мовлення, але вважається, що «генетично вони є вторин-

ними, такими що «обслуговують» головну, регулятивну функцію» [128: 67].

Відповідно до цих положень, будь-яка мовленнєва дія крім своєї мовленнєвої цілі, яка полягає у тому, щоби передати повідомлення, завжди спрямована на якусь немовленнєву ціль: «передача мовленнєвих повідомлень ніколи не є кінцевою метою спілкування, ця передача завжди є лише засіб досягнення інших цілей, кінцева з яких — управління діяльністю співрозмовника» [130: 7] (про мовлення як управління див. [105: 309; 113: 28-33]).

Зазначимо, що питання про те, які саме немовленнєві цілі мають ураховуватися і яке місце вони повинні посідати у лінгвістичних моделях мовленнєвого спілкування, все частіше ставиться вченими, що працюють у різних напрямках функціональної лінгвістики, і по-різному вирішується ними.

Так, у ТМА немовленнєві цілі (ті з них, що зв'язані із здійсненням певного впливу на слухача) позначаються терміном «перлокутивні» і співвідносяться з перлокутивним актом. Але, як уже згадувалося, перлокутивний рівень висловлювання звичайно не включається до лінгвістичних описів, що створюються на базі цієї теорії. Крім того, одним з її слабких місць є те, що «вона не пояснює, як іллокутивна ціль співвідноситься з практичною, не виявляє зв'язків між стратегічною метою мовленнєвої взаємодії та тактичними цілями мовленнєвих актів, що її складають <..>» [59: 21].

У лінгвопрагматичі здійснювалися спроби усунути цей недолік. Так, О. Г. Почепцов [102] розробив методику інтенціонального аналізу, яка дозволяє виявити детермінуючі зв'язки між вихідною (мовленнєвою) і кінцевою (немовленнєвою, практичною) інтенціями мовця. Зміст цих понять автор розкриває, наводячи як приклад висловлювання «Як проїхати до вокзалу?». «Вихідна інтенція полягає у тому, аби запитати адресата про те, як проїхати до вокзалу, тобто спонукати адресата видати шукану інформацію, а кінцева — у тому, аби дістатися до вокзалу» [102: 75]. Опозиція «вихідна інтенція — кінцева інтенція» будується на відмінності у їхньому ієрархічному положенні: вихідна інтенція завжди є підпорядкованою кінцевій інтенції, і перша є лише засобом реалізації останньої. Модель взаємодії між

комунікантами наведена Дж. Аллен і Р. Перро [1], базується на припущенні про те, що у ході взаємодії комуніканти намагаються розпізнати плани один одного, які містять різноманітні цілі, у тому числі й немовленнєві, і потім спираються на виявлений план при вирішенні питання про те, як відповісти на репліку партнера.

Ідея немовленнєвих цілей мовленнєвого спілкування активно розробляється в межах такої дисципліни як риторика (неориторика) [10; 11; 12; 198]. Примітно, що постулюючи риторичний підхід до прагматики, Дж. Ліч [216] у мовленнєвій ситуації виокремлює і розмежовує такі компоненти як мета мовлення і іллокутивний акт.

Важливу роль відводять немовленнєвим цілям дослідники у сфері штучного інтелекту [32; 60; 81; 106; 155]. Б. Ю. Городецький, зокрема, вважає, що у моделі комунікативного акту такі компоненти як практичні цілі й комунікативні цілі мають бути виділені окремо, оскільки «вони є наскрізними, такими що зв'язують і пронизують усі інші компоненти» [32: 43].

У теорії діалогічного дискурсу [164; 183; 213; 223; 224; 234; 237; 241; 244] думка про те, що при вивченні принципів побудови діалогу, механізмів, що забезпечують зв'язність діалогічних реплік, недостатньо ураховувати тільки конкретні іллокутивні цілі висловлювання, вперше була чітко сформульована У. Едмонсоном [187]. Він розглядає комунікативний акт як єдність двох актів — іллокутивного і інтеракціонального. Термін «інтеракція» звичайно застосовують по відношенню до особистісно орієнтованого спілкування, яке протиставляється соціально орієнтованому спілкуванню [121]. Крім того, деякі лінгвісти, зокрема Чіпен [178], розрізняють трансакціональні та інтеракціональні діалоги. Трансакціональним називають діалоги з постійними або незмінними статусами мовців (наприклад, учитель — учень, лікар — пацієнт і т. п.) Їхнім результатом, як правило, є яка-небудь зміна зовнішніх обставин (спонукання до дії, прийняття рішень або зобов'язань і т. п.) Діалоги із змінними статусами учасників називають інтеракціональними; вони здійснюють вплив тільки на внутрішній світ діалогу, тобто на відносини між мовцем і слухачем. Інтеракціональні акти реалізуються у формі одного або кількох іллокутивних актів.

Глибинна структура комунікації є інтеракціональною за характером.

Ідея виділення інтеракціонального аспекту висловлювання і включення його до лінгвістичного опису як особливого виду інтенцій, цілей, функцій відмінних від іллокутивних була сприйнята іншими лінгвістами [24; 65; 96; 147] і отримала різноманітні тлумачення.

Так, А. Г. Поспелова оперирует термином «интеракционная функция», обозначая им одну из трех (наряду с эмоционально-оценочной и контактно-устанавливающей) так называемых дополнительных (по отношению к основной иллокутивной) коммуникативно-прагматических функций. В качестве примеров интеракционных функций она приводит следующие: отказ выполнить просьбу собеседника, настаивание на даче требуемой информации, которая запрашивается повторно, выражение согласия с мнением, высказанным в предыдущей реплике, и др.

Так, А. Г. Поспелова оперує терміном «інтеракціональні функція», позначаючи ним одну з трьох (разом з емоційно-оцінною і контактно-встановлюючою) так званих додаткових (по відношенню до основної іллокутивної) комунікативно-прагматичних функцій. Як приклад інтеракціональних функцій вона наводить такі: відмова виконати прохання, наполягання на даванні інформації, яка запитується повторно, вираження згоди з думкою висловленою у попередній репліці тощо.

Л. П. Чахоян и Ш. А. Паронян, звертаючись до категорії інтеракціональної інтенції, співвідносять її не з окремим мовленнєвим актом, а з більшою одиницею дискурсу — мовленнєвим ходом і зосереджують увагу на з'ясуванні того, які типи міжособистісного спілкування (переконання, аргументація, випитування, сварка, обговорення і т. п.) утворюються в результаті взаємодії тих чи інших інтеракціональних інтенцій.

Для вирішення завдань цього дослідження особливий інтерес представляє точка зору на сутність інтеракціонального аналізу, висловлювана таким дослідниками як Лазарев, Гусева, Восканян. Вони вважають, що основною одиницею інтеракціонального аналізу має виступати ІА, і якісна характеристика ІА повинна базуватися на подвійному підході

до їхньої інтерпретації: емпіричному, коли вони виступають як вихідний матеріал для аналізу, і теоретичному, коли вони оцінюються як похідні продукти реляційної системи мовленнєтворення. За думкою Г. Р. Восканяна, «методика інтеракціонального аналізу діалогічних текстів має розроблятися як у термінах комунікативної інтенції (іллокуція), так і соціальної цілі мовленнєвих актів» [24: 27]. При цьому соціальна ціль розуміється ним як перлокутивна: «цільове призначення іллокутивного акту фокусується і визначається перлокутивним наміром. Перлокутивний акт детермінує появу іллокутивного (одного або кількох) як засобу його інтеракціонального вираження. Діалектика детермінативних взаємозв'язків іллокутивного і перлокутивного актів — це діалектика засобу й цілі» (там само). Цілком очевидно, що дане положення, сформульоване у термінах стандартної ТМА, відповідає положенню ТМД про те, що мета мовленнєвого спілкування — це організація взаємодії (співпраці) комунікантів у ході спільної діяльності, і що кінцевою ціллю будь-якої мовленнєвої дії є управління поведінкою партнера по спілкуванню. Однак така відповідність, на наш погляд, — не є достатньою підставою для ототожнення понять і термінів «перлокутивна ціль» і «соціальна ціль».

Як відомо, регуляцію діяльності партнера по спілкуванню асоціюють з категорією впливу. Є. Ф. Тарасов гадає, що «мовленнєвий вплив... — це мовленнєве спілкування описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, вважаючи свого співрозмовника об'єктом. Бути суб'єктом мовленнєвого впливу — це означає регулювати діяльність співрозмовника, оскільки за допомогою мовлення ми спонукаємо іншу людину почати, змінити, закінчити якусь діяльність або створюємо у нього готовність до здійснення тієї чи іншої діяльності, коли в цьому виникає потреба» [131: 5]. При цьому необхідно пам'ятати, що під ефектом впливу може розумітися не тільки безпосередня зміна поведінки об'єкту, але також «зміна його емоційного стану, або зміна його знань про світ, або зміна його ставлення до тих чи інших подій і реалій цього світу...» [94: 18—19], тобто зміна психічної сфери об'єкта [135]. У зв'язку з цим ми розмежовуємо перлокутивні і соціальні цілі і узагальнено формулюємо зміст перших як зміна пси-

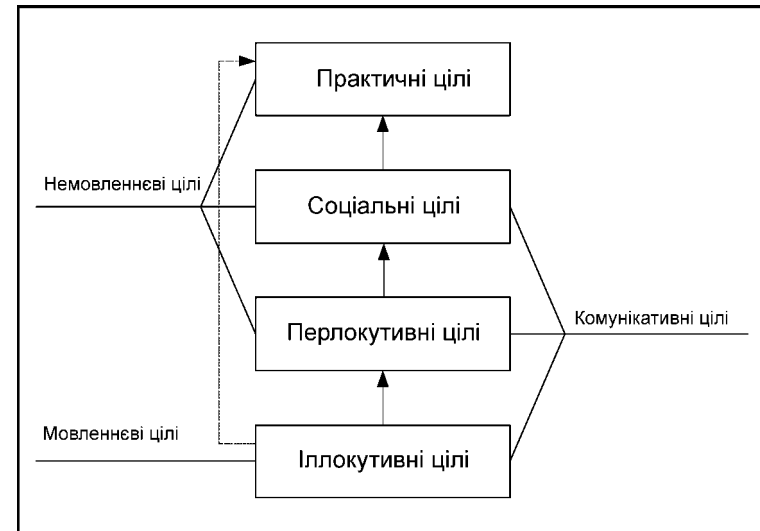
хологічного стану (переважно емоційно-почуттєвої сфери) адресата, а останніх як управління поведінкою адресата. Прикладами перлокутивних цілей ми вважаємо такі як порадувати, засмутити, налякати, зацікавити партнера по спілкуванню, зробити йому приємне, переконати у чомусь і т. п. Прикладами соціальних цілей у нашому розумінні можуть бути такі: встановити / підтримати / розімкнути контакт, встановити дружні / офіційні стосунки з адресатом, прихилити його до себе, посваритися з адресатом, спокутувати свою провину перед ним, умовити його зробити щонебудь, заохотити його до чогось і т. п.

Все зазначене вище свідчить про те, що більшість дослідників визнає необхідність включення немовленнєвих цілей до лінгвістичної моделі мовленнєвої взаємодії, хоча одні з них ураховують тільки комунікативні цілі, а інші — також і практичні цілі мовця.

Зробимо ще одне застереження: навіні міну ві тих лінгвістів (Восканян [24; 25], Левін [66:172], Мілютіна [74], Павлова [89], Рєзнік [104], Аартс [161] та ін.), які обмежують об'єм поняття комунікативна ціль, ототожнюючи її з іллокутивною ціллю висловлювання, ми, слідом за Г. Г. Почепцовим [101], вважаємо, що комунікативна інтенція (ціль) — це визначена мовцем спрямованість речення (висловлювання) на вирішення певних завдань спілкування, а отже відносимо до комунікативних як мовленнєві (іллокутивні), так і ті немовленнєві цілі, зміст яких безпосередньо стосується процесу соціально-психологічної взаємодії, тобто перлокутивні і соціальні цілі.

Таке розуміння цілком узгоджується з думкою Н. О. Безменової та Л. Г. Лузіної, які пишуть: «труднощі розроблення вичерпної таксономії комунікативних функцій призвели до обмеження їхньої кількості до трьох основних: 1) розвиток і підтримання взаємовідносин; 2) обмін інформацією; 3) здійснення впливу і переконання» [14: 10].

Розглянувши різні точки зору на проблему урахування немовленнєвих цілей у лінгвістичному описі мовної взаємодії і уточнивши зміст понять «мовленнєва ціль», «перлокутивна ціль», «соціальна ціль» і «комунікативна ціль», ми пропонуємо таку модель ієрархічної системи якісно різних цілей, що детермінують мовленнєве висловлювання:



1.3.2.2. Іллокутивний акт.

У ТМА, незважаючи на те, що вона виділяє іллокутивних рівень як основний об'єкт дослідження, не існує єдиного загальноприйнятого визначення ІА.

Дж. Остін, уперше вводячи поняття іллокуції, тільки наводить приклади ІА (питання, відповідь, інформування, запевнення, попередження, призначення, критика і т. п.) і викладає свої міркування з приводу відмінних ознак іллокуції [87], які дозволяють отримати суто інтуїтивне уявлення про те, що мається на увазі під «іллокутивною силою» та «іллокутивним актом».

Уданому дослідженні ми використовуємо поняття ІА у трактуванні П. Ф. Стросона і Дж. Р. Серля, які, намагаючись виявити загальну фундаментальну властивість ІА, звертаються до поняття суб'єктивного значення, що його ввів Г. П. Грайс. Він вважав, що сказати, що *A* мав щось на увазі під *x* — означає сказати, що «*A* мав намір, уживши вираз *x*, цим своїм уживанням здійснити певний вплив на слухачів через те, що слухачі упізнають цей намір» [195].

Стросон тлумачить це визначення Грайса таким чином: *S* виражає суб'єктивне значення за допомогою висловлювання *x*, якщо *S* має намір (i1) вимовлянням *x* викликати певну реакцію (r) у слухача *A* і має на увазі (i2), що *A*

упізнає його намір (i1), і має на увазі (i3), що це упізнання його наміру (i1) з боку А буде підставою (або частковою підставою) для реакції г... Важливий момент у цьому визначенні, очевидно, полягає в тому, що забезпечення реакції (г) вважається опосередкованим через забезпечення іншого (і завжди когнітивного) ефекту в розумі А, а саме, розпізнання наміру S забезпечити реакцію г» [122: 137]. Стросон вважає, що для цілей, які переслідує запропонований Грайсом аналіз суб'єктивного значення, глибина цього аналізу є недостатньою, і що до умов Грайса необхідно додати ще одну умову: S повинен мати ще один намір (i4), пов'язаний з бажанням, щоби А впізнав його намір (i2) спонукати А впізнати його намір (i1) викликати певну реакцію (г) у А. Таким чином, для того, щоб А зрозумів висловлювання вірно, має бути здійснений намір S (i4), і як наслідок, його намір (i2). При цьому слід зазначити, що здійснення цих намірів не тягне за собою ані здійснення наміру (i1), ані здійснення наміру (i3).

Саме в цьому пункті Стросон намагається знайти точку зіткнення з терміном «забезпечення засвоєння» Остіна. Цим терміном Остін називає забезпечення розуміння іллокутивної сили, яке, за його думкою, є суттєвим елементом успішного здійснення ІА. Стросон робить таке уточнення. Він стверджує, що якщо не реалізація, то по крайній мірі наявність цілі забезпечити засвоєння є суттєвим елементом здійснення ІА.

Стросон формулює таке загальне положення, яке не розглядалося у явному вигляді Остіном, але яке можна задовільно пояснити запропонованим аналізом. «При вимовлянні якогось висловлювання ми дуже часто маємо намір не тільки викликати первинну реакцію *r* через упізнання з боку слухача наміру викликати цю реакцію, але також маємо намір здійснити подальший вплив через цю первинну реакцію *r*... У процесі говоріння частиною того, що я роблю, є спроба певним чином вплинути на вашу позицію або поведінку» [122: 143]. Однак намір здійснити цей вплив не входить до характеристики ІА.

Серля, як і Стросона, не зовсім упевнює запропонований Грайсом аналіз поняття «суб'єктивне значення». Він зазначає два таких недоліки: «По-перше, він не розмежовує різні види впливу, які ми можемо бажати здійснити на

слухача, — перлокутивні на відміну від іллокутивних, і, крім того він не показує, як ці різні види впливу зв'язані з поняттям суб'єктивного значення. Другий недолік цього аналізу полягає в тому, що він не враховує тієї ролі, яку відіграють у суб'єктивному значенні правила, або конвенції. Тобто цей опис суб'єктивного значення не показує зв'язок між тим, що має на увазі мовець і тим, що його висловлювання дійсно означає з точки зору мови» [112: 159].

Серль модифікує Грайсів опис суб'єктивного значення з метою підкреслити, що зв'язок між тим, що ми маємо на увазі, коли говоримо, і тим, що означає речення в мові, якою ми говоримо, зовсім не випадковий, тобто показати співвідношення між інтенціональним і конвенціональним аспектами МА. Він ставить перед собою завдання «експлікувати поняття іллокутивного акту, задавши множину необхідних і достатніх умов для здійснення якогось конкретного виду іллокутивного акту і виявивши із нього множину семантичних правил для вживання того виразу (або синтаксичного засобу), який маркує висловлювання як іллокутивний акт саме даного виду» [112: 152-153].

Згідно з Серлем, «здійснюючи іллокутивний акт, мовець має намір отримати певний результат, змусивши слухача впізнати свій намір отримати цей результат, і далі, якщо він уживає слова в буквальному смислі, він хоче, щоб це впізнання було здійснено завдяки тому факту, що правила уживання виразів, які він вимовляє, пов'язують ці вирази з отриманням даного результату» [112: 160].

Отже, слідом за Стросоном і Серлем ми виділяємо такі важливі моменти, що визначають сутність ІА:

1) загальною фундаментальною властивістю усіх ІА є повністю відкритий намір мовця, спрямований на слухача і призначений для розпізнання слухачем;

2) до характеристики ІА не входять наміри мовця здійснити на слухача впливи відмінні від іллокутивних (психологічний вплив і вплив на поведінку адресата);

3) для кожного виду ІА існують певні семантичні правила вживання мовних засобів

1.3.2.3. Перлокутивний акт.

Наше трактування ПА базується на положенні про те, що мовленнєва дія підпорядкована якісно різним комуніка-

тивним цілям — іллокутивній, перлокутивній та соціальній і представляє собою складне поєднання відповідних дій. Виходячи з наведеного вище загального визначення перлокутивних цілей, під ПА ми слідом за Р. Уотсом розуміємо дію, спрямовану на зміну *психічного* стану адресата [250: 32], переважно його емоційно-почуттєвої сфери.

Як справедливо зазначав О. Г. Почепцов [102: 64-65], ПА бувають інтенціональні (навмисні) і неінтенціональні (ненавмисні). Але оскільки тільки цілеспрямовані процеси мають статус дії, лише інтенціональні, навмисні ПА, за нашою думкою, можуть кваліфікуватись як дії. Що ж до тих ПА, які закінчуються незапланованим перлокутивним ефектом, їх слід розглядати як неуспішні.

Суттєва особливість нашого трактування поняття перлокуції полягає в тому, що на відміну від деяких дослідників (Восканян [24]; Дейвіс [185]; Остін [87]; Почепцов [102]; Чахоян, Невзорова [146]) ми не включаємо до його змісту зміни в поведінці адресата, а відносимо ці зміни до рівня соціальних цілей та дій. Це свідоме обмеження об'єму поняття перлокуції представляється нам правомірним і доцільним з таких причин.

Спочатку категорія перлокуції розроблялась в межах ТМА, де вона протиставлялась категорії іллокуції. Основна увага при цьому зосереджувалась на проблемі розмежування двох категорій [62:158; 102; 125: 8; 170: 158; 179: 496; 206; 226; 235: 152-154; 238: 71; 249: 43-61]. Оскільки центральне місце в моделі мовленнєвого акту ТМА відводить ІА, перлокуція розглядається як наслідок іллокуції, який може проявлятися найрізноманітнішим чином — у зміні думок, почуттів, дій адресата [87], тобто як у зміні його психічного стану, так і його поведінки. Така модель мовленнєвої дії не дозволяє, однак, урахувати і адекватно відобразити одну досить важливу, на наш погляд, обставину, а саме: зміни у поведінці адресата можуть бути викликані як ІА безпосередньо (наприклад, у випадку наказу), так і тими змінами у психічному стані адресата, які виникли як наслідок ІА (наприклад, у випадку, коли повідомлення якоїсь інформації тягне за собою зміну ступеня зацікавленості адресата у чомусь, а це, у свою чергу, впливає на його поведінку).

Принципова відмінність нашого підходу, що базується на ТМД, полягає у тому, що ми визначаємо відношення іллокуції та перлокуції не як відношення «причина-наслідок», але як відношення «засіб — мета». Відповідно до прийнятої нами моделі ієрархічної системи якісно різних цілей, що детермінують мовленнєве висловлювання, кінцева мета мовленнєвої дії — управління поведінкою партнера по спілкуванню — може досягатися як безпосередньо здійсненням ІА, так і опосередковано, шляхом здійснення впливу на психічну сферу адресата. Звідси випливає, що не всі мовленнєві дії містять у собі ПА, що розуміється як запланований психологічний вплив. Так, наприклад, мовленнєві дії, які прийнято називати ритуальними [6; 23; 184; 193] або етикетними [138], зокрема, такі як привітання, вибачення, вираження співчуття і т. п., за нашою думкою мають своєю кінцевою метою забезпечення можливості підтримання неантагоністичних відносин з адресатом. Ця мета досягається безпосередньо здійсненням іллокутивного впливу. Мовець не планує при цьому здійснити перлокутивний вплив (хоча саме так, на відміну від нас, вважає О. М. Вольф [23: 165]), наприклад, викликати позитивну емоційну реакцію у адресата. Тобто він не розраховує порадувати адресата, доставити йому задоволення тим, що скаже йому «Доброго дня», «Вибачте», «Прийміть мої співчуття» і т. п. Мовець, скоріше, прагне запобігти негативним наслідкам, які потягне за собою невиконання цих дій. Аналогічно, таку мовленнєву дію як питання ми розглядаємо як таку, що не включає в себе заплановану зміну психічного стану адресату, тобто ПА. Його соціальна ціль спонукати адресата дати необхідну для мовця інформацію (яку деякі дослідники, зокрема, Чахоян і Невзорова [146] називають перлокутивною ціллю) досягається тільки іллокутивним впливом — повідомленням адресата про наявну в нього інформаційну лакуну і намір заповнити цю інформаційну прогалину. Іншими словами, промовляючи питальне висловлювання з метою отримати відповідь, мовець не планує для цього здійснити психологічний вплив на адресата.

Отже, ми визначаємо ПА як цілеспрямований процес зміни мовцем психічного стану адресата і вважаємо, що він, на відміну від ІА і соціальної дії, не є обов'язковою складовою усіх мовленнєвих дій.

1.3.2.4. Соціальна дія.

Аби розкрити зміст, який ми вкладаємо у поняття «соціальна дія», нагадаємо, що ми розглядаємо дане поняття у межах потрійної опозиції «іллокутивний акт — перлокутивний акт — соціальна дія», що базується на якісно різних цілях, на які спрямована ця мовленнєва дія. Якщо іллокутивна ціль полягає у тому, щоби передати повідомлення партнерові по спілкуванню, а перлокутивна ціль — у тому, щоби здійснити на нього психологічний вплив, то соціальна ціль відноситься безпосередньо до такої сфери як організація і координація взаємодії між партнерами.

Інваріантну кінцеву мету будь-якого спілкування, відповідно до ТМД, можна сформулювати так: спонукати адресата діяти, (поводитися) певним чином. У конкретній ситуації ця інваріантна мета наповнюється конкретним змістом. Для її досягнення мовець ставить перед собою низку окремих соціальних цілей, виходячи із своїх знань про принципи і правила ведення інтеракцій, які, у свою чергу, обумовлені соціальними і моральними нормами, прийнятими у суспільстві, системою цінностей, що визнаються в ньому, національно-культурними звичаями та традиціями, що зберігаються у цьому суспільстві.

Діалог (інтеракція) представляє собою послідовність соціально значущих дій, що співвідносяться із такою одиницею дискурсу, як мовленнєвий хід. Учасники діалогу обмінюються мовленнєвими ходами: вони вітають один одного, повідомляють, описують, констатують, доводять, переконують, просять, наказують, ставлять питання, дають відповіді, роблять і приймають пропозиції, дякують, вибачаються, обіцяють, поздоровляють, іронізують над фактами, один над одним або над собою, ображають співрозмовника або говорять йому компліменти, оцінюють зовнішні факти або поведінку один одного, прощаються тощо. Усе це — соціальні дії, що дозволяють організувати і скоординувати взаємодію таким чином, аби досягти кінцевої мети спілкування.

Слідом за У. Едмондсоном [187], Л. П. Чахоян и Ш. А. Паронян [147] ми співвідносимо соціальну ціль з такою одиницею дискурсу як мовленнєвий хід. Залежно від того, скільки іллокутивних і перлокутивних цілей підпо-

рядковує собі соціальна ціль, мовленнєвий хід може складатися з одного або кількох ІА і ПА. Відповідно окремий мовленнєвий акт може виступати або як самостійна соціальна дія, або як його частина [75].

1.3.2.5. Моделі поведінки.

Етикетні та інструментальні соціальні дії.

При вивченні компліменту як соціальної дії і як одиниці МП важливо враховувати, в межах якої моделі поведінки здійснюється дана мовленнєва дія. Термін «модель поведінки» (або ж «стандарт поведінки», «стереотип поведінки») запозичений нами з психології та етнографії [6; 34; 151]. Його евристичну цінність для нашого дослідження ми вбачаємо у тому, що поняття, яке ним позначається, дозволяє по-новому побачити, яким чином мовні особливості компліменту зумовлені психологічними і соціокультурними факторами. Моделлю поведінки (pattern of behaviour) називають комплекс елементів поведінки, таких як слова, інтонації, жести, міміка, пози, костюм, які несуть у собі певні конвенціональні значення.

А. К. Бабурін підкреслює, що «слід <...> відрізнити стереотипи (моделі) поведінки і саму поведінку, тобто конкретні дії та вчинки, що є об'єктивацією стереотипу (пор. відмінності понять «мова» й «мовлення» в лінгвістиці, «код» і «повідомлення» у семіотиці, «закрита» й «відкрита» поведінка у психології)». У даному випадку стереотип виконує роль програми поведінки, що реалізується у поведінковому тексті (у семіотичному розумінні цього терміну) [6: 14]. За думкою Т. Шибутані, культуру суспільства можна розглядати як таку, що «складається з моделей поведінки, які виникають у комунікації і постійно укріплюються остільки, оскільки люди спільно взаємодіють з умовами життя» [151: 26]. Модель сприймається як одне ціле, що має своє власне значення.

Серед безлічі моделей поведінки виділяються два основних їх типи, які представляють інтерес для лінгвістів, що досліджують мовленнєву поведінку. Це — так звані «етикетні зразки» й «стратегії» [34]. Як буде показано нижче, одна з примітних властивостей компліменту полягає в тому, що, на відміну від більшості експресивів, він може функціонувати у якості як перших, так і других.

Найсуттєвішою відмінною рисою «етикетних зразків» є символічна насиченість. Правила етикету відображують біосоціальну ієрархізацію суспільства, характер відносин між групами суспільства, що відрізняються за статевою, віковою, конфесійною та іншими ознаками [7: 17]. Крім того, етикетні приписання символізують глибинні уявлення людей про устрій світу, про цілі й цінності життя і пов'язані з цим найважливіші моральні принципи. Переважна більшість правил етикету базується на ідеї найвищої цінності людського життя, з якої випливають загальні вимоги до поведінки: повага гідності особистості, турбота про фізичне та психічне благополуччя людини.

Етикетні моделі поведінки, сутність яких полягає у суворому додержанні правил етикету, звільняють людину від необхідності приймати самостійні рішення у стандартних ситуаціях, що повторюються мільйони разів.

Що ж до таких моделей поведінки, які психологи називають «стратегіями», вони, на відміну від символічно насичених, стандартизованих «етикетних зразків», «працюють», тобто мають практичну користь. Термін «стратегія» особливо поширений в англомовній літературі. Своєю популярністю він значною мірою завдячує тій обставині, що словники англійської мови визначають іменник «strategy» не лише як «мистецтво підготовки й ведення війни й великих бойових операцій» або як «мистецтво політичного керування масами» [117], але також як мистецтво планувати дії та здійснювати їх таким чином, аби досягти поставлених цілей, як план або політика, розроблені для досягнення конкретної мети [252].

В основі мистецтва планувати дії, тобто в основі стратегії, лежить знання принципів і правил, яким підпорядкована та чи інша діяльність (у даному випадку — це діяльність спілкування) і вміння їх застосовувати.

Враховуючи принципіальні відмінності, що існують між двома розглянутими типами моделей поведінки, вважаємо за доцільне соціальні дії підрозділити на два типи — ті, які є елементами «етикетних зразків», і ті, які є частиною «стратегій» і умовно називати їх «етикетними» та «інструментальними» відповідно. Наголосимо, що ми свідому відходимо від використання терміну «стратегія», передбачаючи нарікання, що можуть виникнути у зв'язку з різноманітністю

його трактувань, представлених у лінгвістичній літературі (див., наприклад, [35; 38; 39; 40; 43; 126; 135; 169; 175; 190; 197; 215; 220; 247; 258]).

Зіставимо основні характеристики етикетних та інструментальних мовленнєвих дій.

Перше. Найважливішою особливістю інструментальних дій, що відрізняє їх від етикетних, є спрямованість цих дій на досягнення цілей, які *свідомо задаються самим мовцем*, а не диктуються йому виключно етикетними приписаннями. Підтвердження цього положення знаходимо у Н. В. Уфімцевої, яка вказує, що «частина цілей і усвідомлених програм діяльності розробляється самим індивідом, а частина передається йому у готовому вигляді іншими людьми і соціальними інститутами. Найзагальнішими є соціальні цінності, норми, традиції, звичаї, ритуали, що належать культурному фонду даної соціальної групи» [136: 66].

Друге. На відміну від інструментальних дій, метою яких є та чи інша зміна у поведінці партнера по спілкуванню, етикетні дії безпосередньо підпорядковані одній меті: *підтриманню неантагоністичних відносин між комунікантами*. Такі відносини можливі лише тоді, коли додержуються норми і правила поведінки, прийняті у суспільстві, і тим самим виконуються експектації учасників комунікації. Так, коли людина вітає на вулиці знайомого, що раптом їй зустрілася, або просить пробачення у незнайомого перехожого, якщо ненавмисно штовхнув його, або говорить не завжди щирі компліменти з приводу частування, буваючи у гостях, або коли керівник держави виражає співчуття рідним і близьким людей, що загинули в результаті стихійного лиха і серйозних аварій, ми маємо справу з етикетними діями, спрямованими не на зміну поведінки адресата, а на здійснення його експектацій.

Третє. Для етикетних дій релевантними є лише «зовнішні» координати ситуації спілкування (соціальний статус комунікантів, офіційність / неофіційність умов спілкування, місце, час і т. п.). Інструментальні ж дії здійснюються мовцем з урахуванням «внутрішніх» координат, тобто потреб, бажань, інтересів, емоцій, думок, поглядів — своїх і адресата. Із усього вище зазначеного виходить *четверте* положення: у випадку інструментальних дій досягнення соціальної цілі може бути опосередковано досягненням цілі

перлокутивної. У випадку ж етикетної дії мовець, як правило не ставить перлокутивну ціль передусім тому, соціальною ціллю етикетної дії не є безпосередньо управління поведінкою адресата, а також тому, що мовець знає, що можливий перлокутивний ефект скоріше за все буде нейтралізований експектаціями адресата.

П'ята відмінність характеризує мовну складова соціальних дій. Етикетні дії реалізуються у національно-специфічних усталених висловлюваннях-формулах, сукупність яких утворює особливу систему, яка називається мовленнєвим етикетом [118:105; 123; 137; 139; 159: 175-176; 163; 168; 182]. Така система складається завдяки стійкій прикріпленості засобів вираження до ситуації. Ще Л. П. Якубинський писав про те, що «говоріння у зв'язку з певними шаблонами побуту тягне утворення цілих шаблонних фраз мовби прикріплених до даних побутових положень і шаблонних тем розмов... Цілком очевидно, що такий тип фрази має бути протиставлений іншому, де наявним є певне комбінування» [159: 175 — 176] (див. також [47: 176; 140: 3]).

Для кожного виду етикетних дій (які, як уже зазначалося, співвідносяться з такою одиницею дискурсу як мовленнєвий хід) задається стандартний набір ІА. Так, наприклад, етикетна дія (мовленнєвий хід) «привітання» у англomовних культурах залежно від конкретної ситуації може включати в себе 1) ІА привітання як такий (Hi / hello / good morning і т. п.); 2) ІА констатації факту довгої розлуки (I haven't seen you for a long time / for ages.); 3) ІА запитування про справи, здоров'я і т. п. (How are you (getting on)? / How have you been?); 4) ІА вираження позитивних емоцій, викликаних зустріччю (Nice / glad to see you.) 5) ІА компліменту (How wonderful you look tonight!).

Інструментальні дії реалізуються у висловлюваннях, які мовець обирає з багатьох можливих варіантів як максимально ефективний засіб здійснення запланованого впливу на адресата, враховуючи перш за все психологічні фактори. Так, «для спонукання людини до дії можна безпосередньо її про це попросити або наказати. Можна досягти того ж ефекту, похваливши його, присоромивши, повідомивши йому інформацію про іншу людину, що зробила те ж саме, вказавши йому на його можливості, на об'єктивну необхідність.

Крім того, можна звернутися до третьої особи так, щоби той, від кого очікується дія, чув це» [73:150].

Отже відмінна особливість інструментальних дій полягає в тому, що мовець сам визначає набір ІА, які складають цю дію (мовленнєвий хід) а також структурно-семантичні особливості висловлювання.

1.3.4. ПОНЯТТЯ ВВІЧЛИВОСТІ.

Найбільш адекватний лінгвістичний опис компліменту як соціальної дії, на наш погляд, можна здійснити, розглянувши його у межах дії принципу ввічливості, сформульованого у відомій теорії Браун і Левінсона [175; 176]. Цей принцип втілює у собі закономірності соціально-психологічної взаємодії комунікантів у процесі міжособистісного спілкування.

Як відомо, принцип ввічливості — один з двох основних принципів, що регулюють мовленнєве спілкування (разом з принципом співпраці, сформульованим Грайсом [33] для мовленнєвого спілкування, головною метою якого є максимально ефективна передача інформації).

Концепція ввічливості Браун і Левінсона розвиває концепцію лица, розроблену в роботах Е. Гофмана [192; 193], Д. Хо [202], Х. Ху [205].

Вихідні положення концепції ввічливості зводяться до такого:

Кожний з комунікантів має так зване «лице», позитивне й негативне. Позитивне лице — це цілісне уявлення людини про себе як особистість, а також бажання, щоби інші сприймали його таким, яким він сам себе уявляє, і, таким чином, високо цінували й схвалювали його. Інакше кажучи, позитивне лице комуніканта полягає у потребі подобатися іншим і бажанні мати такі якості, завдяки котрим можна подобатися [248].

Негативне лице — це право, що відстоюється людиною, на особисту недоторканість, на свободу дій та свободу від примушування [175: 61].

Комунікантам притаманна раціональність, що дозволяє їм для досягнення будь-якої цілі обирати найбільш придатні засоби. Комуніканти завжди вимушені рахуватися з

«лицевими потребами» партнера по комунікації і постійно оцінювати ступінь ризику для «лища» адресата.

Чим більше зусиль мовець витрачає для збереження лица адресата (виконує «face-saving work»), тим у більшій мірі він буде сприяти своїми висловлюваннями задоволенню потреб, які сприймаються ним як такі, що складають лице адресата. Отже, за умови взаємної зацікавленості у збереженні лица комуніканти намагаються будувати свої висловлювання таким чином, аби потреби, які складають лице співрозмовника, а також усіх інших учасників спілкування не залишилися б непоміченими і були б задоволені. Щоби досягти цього, співрозмовники свідомо, раціонально застосовують певні комунікативні дії, і в результаті їхнього застосування виникають складні моделі (patterns) побудови повідомлення, які саме й представляють собою феномен ввічливості. За вмiло побудованими висловлюваннями мовби стоїть ще одне повідомлення, щось подібне до такого: «Я, мовець, визнаю і поважаю вас, адресате, і тим самим надаю, як я гадаю, достатні для вас підстави визнавати й поважати мене».

Таким чином, якщо принцип співпраці Грайса спрямований на забезпечення максимально ефективної передачі інформації, то принцип ввічливості — на захист і збереження лица.

Залежно від того, яке лице адресата — позитивне або негативне — мовець намагається зберегти, він проявляє відповідно позитивну або негативну ввічливість.

По мере появи нових фактів і спостережень багато положень теорії Браун і Левінсона пересматриваються, розвиваються і вдосконалюються [210; 227; 228; 247; 251; 255; 262].

По мірі з'явлення нових фактів і спостережень багато положень теорії Браун і Левінсона переглядаються, розвиваються і вдосконалюються [210; 227; 228; 247; 251; 255; 262].

Для нашого дослідження важливе значення має висловлене Ю. Гу зауваження відносно того, що «у спілкуванні ввічливість має не тільки інструментальний характер, вона також є нормативною... Той факт, що Браун і Левінсон не вдалося вийти за межі інструментальної ввічливості і перейти до її нормативної функції, пояснюється, певне, тим,

що їхня теорія базується на поєднанні двох тенденцій у поведінці людини — 1) раціоналізм; 2) збереження лица. Однак ввічливість — це явище, що відноситься не стільки до рівня особистості, скільки до рівня суспільства. Кожен член суспільства повинен поводитись перш за все згідно з прийнятими у ньому нормами, а не просто прагнути до раціональності і збереження лица адресата» [196: 241-242] (див. також [222]).

Таким чином, на додаток до позитивного й негативного типів ввічливості, описаних Браун і Левінсоном, ми, слідом за Гу [196] і Мао [222], вважаємо за доцільне виокремити і розмежувати такі її різновиди як «ввічливість інструментальна» і «ввічливість нормативна». Співвіднесення цих різновидів з описаними нами вище типами соціальних дій дає підстави стверджувати, що у випадку етикетних дій мовець проявляє нормативну ввічливість, і, відповідно, виконуючи інструментальні дії, для здійснення запланованого впливу на адресата він використовує стратегії інструментальної ввічливості [77:112].

Сформований поняттєвий апарат дозволяє розглянути комплімент з позицій діяльнісного підходу, зокрема, визначити зміст якісно різних комунікативних цілей мовця, на досягнення яких спрямоване зроблене ним компліментарне висловлювання, і описати комплімент як поєднання різних (іллокутивної, перлокутивної та соціальної) дій; співвіднести інтенціональні категорії з мовними і таким чином встановити зв'язки між цілями мовця і мовними засобами досягнення цих цілей; описати в термінах теорії ввічливості функціонування компліменту у процесі соціально-психологічної взаємодії і виявити характерні особливості компліменту як мовленнєвого вчинку у мовленнєвій поведінці представників англomовних (британської та американської) етнокультур.

ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 1

Огляд робіт вітчизняних і зарубіжних мовознавців, присвячених вивченню компліменту в англійській мові, показує, що дослідження, які проводяться, базуються на таких

принципах сучасної лінгвістики як експансіонізм (вихід у різні царини гуманітарних та природних знань), неофункціоналізм (вивчення мови як діяльності), антропоцентризм (урахування присутності мовця і слухача в акті мовлення) та експланаторність (прагнення пояснити, а не просто описати явища, що спостерігаються).

Розглядаючи комплімент переважно на макропрагматичному рівні, дослідники зосереджують основну увагу на соціокультурному вимірі даного явища. На мікропрагматичному рівні, який передбачає взаємозв'язок мовних особливостей компліменту з такою важливою складовою позамовного контексту як внутрішній світ комунікантів, який містить, зокрема, їхні цілі, мотиви, потреби, бажання, почуття, емоції, компліментарні висловлювання вивчені явно недостатньо.

Аналіз компліменту як мовного засобу досягнення певних цілей правомірно здійснювати з позицій діяльнісного підходу, один з основних принципів якого полягає у визнанні цільової детермінованості мовленнєвої діяльності.

Як теоретико-методологічна база аналізу компліменту в мовленнєвій поведінці британців і американців використовуються ТМА, ТМД і концепція ввічливості, котрі є взаємно доповняльними і логічно сумісними.

Основна одиниця аналізу — комплімент як *мовленнєвий вчинок*. Поняття мовленнєвого вчинку є комплексним. Воно поєднує у собі такі категорії як мовленнєва дія, соціально-психологічна взаємодія і спосіб мовної реалізації мовленнєвої дії.

Мовленнєва дія, через її спрямованість на якісно різні (мовленнєві й немовленнєві) комунікативні цілі, представляє собою складну єдність *іллокутивного акту*, який розуміється як вираження мовцем відкритих намірів, призначених для розпізнання адресатом, *перлокутивного акту*, сутність якого полягає у запланованій зміні психічного стану адресата, і *соціальної дії*, що розуміється як цілеспрямований процес управління поведінкою адресата.

Спосіб реалізації мовленнєвої дії у внутрішньомовному плані визначається закономірностями уживання мови в мовленні, а в екстралінгвістичному — соціально-психологічними особливостями (колективними та індивідуальними) учасників взаємодії.

РОЗДІЛ 2

КОМПЛІМЕНТ ЯК ПОЄДНАННЯ РІЗНИХ ДІЙ

У відповідності з обраним нами підходом до вивчення мовленнєвих дій розглянемо комплімент як поєднання іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії. Щоби показати необхідність і доцільність такого розгляду наведемо цитату з роботи Вулфсон і Мейнз [258: 406-407]: «компліменти, незважаючи на їхню формулоподібну структуру, часто є тим, чим вони видаються: щирими й спонтанними вираженнями захоплення, що зустрічаються в ситуаціях, де вони безпосередньо не виконують жодної соціальної функції. Хоча вони, поза всяким сумнівом, «працюють» на підтримання солідарності, їхня *безпосередня функція* — *це лише функція компліменту*. Мабуть саме існування компліментів-формул такого роду дає мовцю можливість *видавати інші компліменти-формули за компліменти* навіть тоді, коли в дійсності вони представляють собою переважно *соціальні жести*, спосіб розпочати розмову або ж приписане правилами позитивне зауваження з приводу нового придбання» (курсив мій — В. М.).

Слід визнати, що наведене висловлювання виявляє деякі протиріччя і викликає низку питань: Що ж таке комплімент, якщо в одних випадках він тільки видається щирим, спонтанним вираженням почуттів, а в інших дійсно є таким? Що слід розуміти під «функцією компліменту як такою» (*purely and simply*)? Чим ця функція принципово відрізняється від його соціальних функцій? Якщо висловлювання по суті є соціальним жестом, чи можна його вважати компліментом? Чи може висловлювання зовсім не виконувати жодної соціальної функції і якщо так, що тоді слід розуміти під соціальною функцією висловлювання?

Ми вважаємо, що подібні питання неминуче виникають тому, що намагаючись вивчати комплімент як дію, Вулфсон і Мейнз описують його в термінах «форма — функція», не беручи до уваги той факт, що комплімент одночасно спрямований на якісно різні цілі мовця, і, отже, може одночасно виконувати різні функції (про співвідношення понять цілі і функція див. [46]) Крім того автори, вказуючи на те, що основною одиницею здійсненого ними аналізу виступає іллокутивний акт компліменту (ІАК), не дають скільки-небудь чіткої характеристики даного виду ІА і жодним чином не оговорюють роль фактору широти у його здійсненні.

Отже, щоби дати адекватний опис компліменту як мовленнєвої дії та уникнути згаданих вище труднощів, ми вважаємо за доцільне розглянути комплімент як поєднання ІА., ПА і соціальної дії.

2.1. КОМПЛІМЕНТ ЯК ІЛЛОКУТИВНИЙ АКТ

У характеристиці компліменту як ІА найсуттєвішими моментами ми вважаємо такі: іллокутивні цілі компліменту, його місце в системі мовленнєвих актів, особливості компліменту, що відрізняють його від схожих з ним за формою ІА, ширість мовця під час здійснення ІАК.

2.1.1. ІЛЛОКУТИВНІ ЦІЛІ КОМПЛІМЕНТУ. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ АНГЛІЙСЬКОГО СЛОВА «COMPLIMENT».

Для визначення змісту іллокутивних (мовленнєвих) цілей мовця, який здійснює ІАК, проаналізуємо семантику англійського слова «compliment», яке називає цей ІА. Словник англійської мови [252] дає такі його значення

1. compliment *n* **1 a:** a formal expression (as by speech, gesture or ceremony) of esteem, respect, affection or admiration <each candidate was introduced with the usual compliments> *specif:* a remark intended to praise or please <paying his best girl all sorts of compliments>; **b:** formal recognition: respectful consideration <he came only in compliment to the rank of his

host>. **2 compliments** — *pl:* best wishes: regards <to send her compliments to a friend> <a free sample is enclosed with the compliments of the manufacturer>.

2. compliment *vt* **1 a:** to greet ceremoniously or flatteringly; **b:** to pay a compliment to <complimenting his friend on the steadfastness of his interest in science — Benjamin Farrington <she was again complimented at a bridal shower given in her home>. **2:** to present (a person) with a token of esteem, respect, affection or admiration <complimented with an honorary degree>. **3:** congratulate <complimented his men on their conduct> **compliment** *vi:* to pay compliment <refuse to compliment with one another>.

Як видно з наведеного вище переліку, слово «compliment» в англійській мові може називати декілька різних (і не лише мовленнєвих) дій і в певному контексті слугувати синонімом таких слів як «привітання», «поздоровлення», «визнання заслуг». Лише одне зі значень характеризує ІАК як такий: зауваження, зроблене з метою похвалити когось, або доставити комусь задоволення.

В російській же мові слово «комплимент» має лише одне значення — «похвала, вызванная стремлением сказать любезность или польстить кому-либо» [115]. Зазначимо, що дієслово «польстить» може уживатися у двох значеннях, які суттєво відрізняються між собою: 1) доставити задоволення кому-небудь, якомусь почуттю, схильності і 2) похвалити когось у вічі з корисливою метою.

При цьому ніщо у словниковому визначенні компліменту не вказує на те, яке з двох значень дієслова «польстить» перетинається зі значенням виразу «сказать / сделать комплимент». Якщо домовитись про те, аби вважати, що мається на увазі перше значення цього дієслова, тоді б визначення компліменту було б достатньо схожим за змістом з таким визначенням англійського іменника «compliment», як «a remark intended to praise or please». Це дозволило б нам вважати визначення компліменту як «похвали, викликані прагненням доставити задоволення кому-небудь», тим вихідним описом досліджуваного МА, на базі якого можливо виділити інваріантне ядро іллокутивної сили компліменту, що не змінюється при переході від англійської мови до російськомовної.

Разом з тим таке визначення компліменту не можна вважати задовільним, оскільки в ньому один ІА (компліменту) описується через указування на інший ІА (похвали), що може призвести до невірної висновку про те, що ці ІА практично нічим не відрізняються. Найбільш оптимальний, на наш погляд, спосіб вийти з порочного кола, в яке неминуче потрапляє дослідник, який намагається сформулювати значення того чи іншого мовленнєвого дієслова, використовуючи дефініції, які даються традиційними словниками, запропонувала Г. Вежицька [19; 254]. Здійснюючи так зване спрощене перефразування (*reductive paraphrase*), дослідниця розкладає значення на елементарні смисли — семантичні примітиви. У складеному нею словнику мовленнєвих дієслів знаходимо такий набір елементарних смислів, що складають значення англійського дієслова *to compliment*:

- (1) perceive something good about your Y
- (2) I want to say something good about you because of that
- (3) I say (something good about X and Xs Y)
- (4) I feel something good thinking about it
- (5) I say this because I want to cause you to know that I am thinking something good about you
- (6) I assume that you will feel something good because of that [254: 201].

Представлене таким чином значення характеризує ІАК як такий, що має таку іллокутивну ціль: повідомити про те, що мовець хоче, щоби адресат дізнався, що мовець думає про нього щось добре.

Проте дане формулювання іллокутивних цілей викликає деякі заперечення.

Хоча позитивное оценочное суждение, как правило, входит в структуру ИАК, оно составляет его пропозициональное содержание и само по себе еще не указывает на иллокутивную цель. Высказывания, в пропозициональное содержание которых входит положительная оценка (ПО), могут быть направлены на самые разнообразные иллокутивные цели и, соответственно, реализовывать различные ИА, например, ИА оценки как таковой («Я оцениваю *вашу работу как отличную*»), ИА поздравления («Поздравляю вас

с таким замечательным открытием»), ИА благодарности («Благодарю вас за *столь интересное выступление*»);

Хоча позитивне оцінне судження, як правило, входить до структури ІАК, воно складає його пропозиційний зміст і саме по собі ще не вказує на іллокутивну ціль. Висловлювання, до пропозиційного змісту яких входить позитивна оцінка (ПО), можуть бути спрямовані на найрізноманітніші іллокутивні цілі і, відповідно, реалізовувати різні ІА, наприклад, ІА оцінки як такий («Я оцінюю *вашу роботу як відмінну*»), ІА поздоровлення («Поздоровляю вас із *таким чудовим відкриттям*»), ІА подяки («Дякую вам за *такий цікавий виступ*»), ІА поради (А. — Що б мені приготувати на святкову вечерю? Б. — *Ти чудово запікаєш гуся з яблуками*), ІА заперечення (А. — Мені здається, моєму синові слід більше уваги приділяти англійській мові. Б. — Ну що ви! *Ваш син прекрасно розмовляє англійською*), ІА попередження, застереження («Цей пан не пропускає жодної спідниці. *А ваша донька така гарненька*»), ІА згоди (А. — Яке ж ваше рішення? Ви згодні це надрукувати? Б. — Цього разу *ви написали чудову статтю*) тощо.

При цьому необхідно визнати, що на відміну від усіх перерахованих ІА для компліменту ПО (експліцитна або імпліцитна) є обов'язковим елементом пропозиційного змісту.

На відміну від Г. Вежицької, ми вважаємо, що основною іллокутивною ціллю компліменту є повідомлення не про те, як мовець оцінює адресата, а про те, яких емоцій та почуттів він зазнає у зв'язку з ПО, тобто ця ціль полягає у вираженні позитивного психологічного або інтенціонального (за Серлем [111]) стану мовця, репрезентативний зміст якого складає позитивна оцінка. Так, промовляючи висловлювання «Ви непогано танцюєте» з іллокутивною силою компліменту, мовець має на увазі приблизно таке: Я радий / мені приємно / я відчуваю задоволення від того, що ви гарно танцюєте.

По відношенню ж ще до однієї, додаткової цілі, яку ми вважаємо іллокутивною, Г. Вежицька [254: 201] робить суттєве застереження. Вона визнає, що мета компліменту полягає у тому, аби доставити задоволення адресату, але відмовляється від формули «I say this because I want to cause you to feel something good», тому що вважає, що це — скор-

іше, так звана реальна мета компліменту, ніж його іллокутивна ціль. На користь цього твердження дослідниця приводить такий довід: якби мовець відкрито повідомляв про те, що його мета — доставити задоволення адресату, це перешкоджало би досягненню даної мети, оскільки адресат вважав би прагнення мовця зробити йому приємне мотивом мовленнєвого акту й не повірив би у щирість ПО.

Ми маємо інакшу точку зору на дану проблему. Наведений вище аргумент, на наш погляд, не зовсім вірний. По-перше, у випадку компліменту (на відміну від деяких інших ІА, зокрема, схвалення) фактор щирості не має вирішального значення для досягнення мети доставити задоволення адресату. Ми гадаємо, що в ІАК для адресата представляє цінність і доставляє йому задоволення не тільки й не стільки сама позитивна оцінка, скільки той факт, що мовець захотів повідомити про неї адресата зі своєї власної ініціативи, або ж визнав необхідним відгукнутися позитивно щодо адресата, коли той поставив йому відповідне питання. Так, наприклад, побачивши на колезі нову сукню і визнавши про себе, що вона гарна і добре на ній сидить, ми можемо сказати їй про це, але можемо й промовчати. У ситуації, коли колега питає в нас, як нам подобається її нова сукня, яка нам зовсім не подобається, ми, вірогідніше за все, зробимо вигляд, що сукня нам сподобалася.

По-друге, такий мотив ІАК, як прагнення доставити задоволення адресату не є безперечним свідченням нещирості позитивної оцінки, однак він однозначно вказує на позитивне ставлення мовця до адресата. Як правило, ми прагнемо доставити задоволення людині тільки в тому випадку, якщо ми до неї добре ставимось, тобто маємо по відношенню до неї позитивні почуття: симпатію, любов, повагу або хочемо, щоби в цієї людини склалося враження, ніби ми до неї добре ставимось.

По-третє, якщо мовець відкрито повідомляє адресата, про свою мету доставити йому задоволення, він тим самим повідомляє йому про своє позитивне до нього ставлення, що в свою чергу сприяє (але ніяк не перешкоджає) досягненню даної мети.

Таким чином, ми вважаємо, що коли мовець здійснює ІА компліменту, його відкритими для розпізнання адресатом цілями є такі:

- 1) виразити позитивний інтенціональний стан, репрезентативний зміст якого складає позитивне оцінне судження
- 2) виразити намір / прагнення / бажання доставити задоволення адресату;
- 3) виразити позитивне ставлення до адресата

2.1.2. МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ІЛЛОКУЦІЇ КОМПЛІМЕНТУ

2.1.2.1. Прямі ІАК.

Для вираження позитивного інтенціонального стану (ІС) у розпорядженні мовця є цілий набір конвенціональних засобів.

Головним формальним індикатором, як уже згадувалося вище, є оцінне судження, яке складає пропозиційний зміст ІА. ПО есплікується за допомогою як лексичних, так і синтаксичних засобів [16; 127; 160].

Типовими лексичними засобами вираження ПО є лексичні одиниці, до семантичної структури яких входить значення позитивності. Лексична ознака — сема позитивності / негативності притаманна цілим пластам онтологічно оцінних одиниць, в яких значення оцінки закріплено узуально і при актуалізації не зникає [98]. Такі одиниці належать до різних частин мови: прикметників *good, nice, wonderful, marvellous, lovely, beautiful, great, splendid, clever, bright, brilliant* та ін.), іменників (*angel, beauty, genius, wonder* и др.), дієслів (*to like, to love, to admire, to adore* та ін.), прислівників (*well, nicely, wonderfully, beautifully* та ін.).

Згідно з результатами досліджень, проведених Л. О. Кокійло [61], Н. Вулфсон і Дж. Мейнз [258] стереотипними синтаксичними моделями, за якими будуються оцінні висловлювання, що прямо виражають іллокутивну силу компліменту, є такі:

- (1) **You + V be/look + Adj complimentary**
(1) *«You are lovely» (Updike).*
(2) *«You look well» (Pinter).*
- (2) **You + V be + Adj complimentary + N**
(3) *«You are a capable man, McCan» (Pinter).*
(4) *«You “re an excellent seamstress» (Shannon).*
- (3) **You + V be + N complimentary**

- (5) «*You're a wonder*» (Updike).
 (4) **NP + V be + Adj complimentary**
 (6) «*Your Italian's pretty good*» (Pinter).
 (5) **PRO demonstrative + V be + Adj complimentary + N**
 (7) «*This is a very beautiful house*» (Dunne).
 (6) **You + V have + NP complimentary**
 (8) «*You have a beautiful natural swing*» (Updike).
 (9) «*You know, you have talent*» (Murdoch).
 (7) **You + V + Adv complimentary**
 (10) «*You know, you really play extra ordinarily well, Miss Cutts*» (Pinter),
 (8) **I + V complimentary + NP**
 (11) «*I like the stuff you "ve been doing on India*» (J. Cooper).
 (9) **Окличні речення з підсилюючими інтродукторами what и how.**
 (12) «*What a lovely apron!*» (Pinter).
 (13) «*How marvellous everything looks!*» (Shannon).
 (10) **Неповні речення, що виникають внаслідок трансформації усичення ядерної структури шляхом редукції підмету й дієслова-зв'язки**
Adj complimentary:
 (14) «*Very cozy*» (Krantz).
Adj complimentary + N:
 (15) «*Bright boy*» (Hemingway).

Зазначимо, що якщо об'єктом ПО є не адресат, а асоційована (і) з ним особа (и) (наприклад, його родич(и), в моделях (1), (2), (3), (6), (7)) позицію підмета може займати займенник третьої особи he / she / they або іменник, що позначає дану особу (даних осіб).

У компліментарних висловлюваннях широко застосовуються інтенсифікатори — службові слова підсилення змісту (quite, such, very, so, really, awfully, terribly).

Хоча зв'язок інтенціонального і конвенціонального аспектів мовленнєвого акту є однією з суттєвих його характеристик [112], невірним було б вважати, що існує ізоморфізм між формою висловлювання і типом мовленнєвого акту. У мовному спілкуванні дуже поширені «непрямі, вторинні за своїм характером позначання як предметних (ре-

ферентних) ситуацій, так і намірів самого мовця» [29: 150]. Нижче будуть розглянуті основні способи реалізації непрямих ІАК.

2.1.2.2. Непрямі ІАК.

В основі більшості існуючих визначень непрямого ІА лежить невідповідність між експліцитно вираженою і реальною іллокутивною силою висловлювання [18; 27; 29; 90; 101; 110; 194; 225; 231; 232; 235; 242]. Співвідношення між прямим і непрямим ІА може бути різним і тому, як справедливо зазначає Г. Г. Почепцов, «випадки використання речень у невласливих їм прагматичних функціях потребують диференційованого підходу» [101: 278]. Слідом за К. Циммерманном і П. Мюллером [263] ми використовуємо різне співвідношення прямого й непрямого ІА для розмежування видів непрямого ІА: власне непрямого та імпліцитного (або гомогенного і конкуруючого за Зьокелендом [242]; див. також [162]).

Власне непрямий ІА здійснюється у тому випадку, коли при невідповідності форми речення типу ІА зберігається відповідність пропозицій. Якщо ж пропозиційний зміст непрямого ІА розпізнається шляхом прагматичного виведення з пропозиції прямого ІА, у цьому випадку реалізується імпліцитний ІА. Проілюструємо прямий, власне непрямий та імпліцитний ІА, використовуючи хрестоматійний приклад:

Pass me the salt. — прямий реквестив;

Could you pass me the salt? — власне непрямий реквестив;

The soup is not salty enough. — імпліцитний реквестив.

До *прямих* ми відносимо ті ІАК, в яких оцінне судження, що складає їхній пропозиційний зміст, виражене експліцитно через конвенціоналізовані лексико-семантичні моделі, тобто компліменти-формули. Для розмежування видів непрямих ІАК релевантними ми вважаємо такі характеристики висловлювань, що реалізують *прямий* ІАК:

а) об'єкт ПО і оцінний предикат виражені експліцитно і утворюють оцінне судження, яке має форму двоскладного стверджувального або окличного речення;

б) автором оцінного судження є мовець, а об'єкт ПО має безпосереднє відношення до адресату [78].

До власне непрямих ми відносимо ІАК реалізовані через висловлювання, в яких об'єкт ПО і оцінний предикат виражені експліцитно, але при цьому (а) висловлювання має форму питального речення (16), (б) оцінне судження не вичерпує пропозиційний зміст висловлювання (17).

(16) *Your fiancé, hasn't he got a lovely smile?* (J. Cooper)

(17) *«Would you think,» I said, «it just another example of male chauvinism if I tell you you look very youthful?»* (W. Cooper)

До імпліцитних ІАК ми відносимо:

ІА, пропозиційний зміст яких імпліцитно виражає хоча б одну зі складових позитивно-оцінного судження (об'єкт ПО (18) або оцінний предикат (19)) або ж оцінне судження як таке (20):

(18) *«<...> Observe him carefully. There, there, I must not alarm you. Writing, thinking, yes, action, no. Let him take his time. I'm glad he has such a good friend»* (Murdoch). /Дане висловлювання імплікує, що об'єктом, до якого відноситься оцінний предикат *a good friend*, є адресат. /

(19) *«Do I look like a grandmother?» she repeated.*

«You can never look like a grandmother» Darcy replied. (Krantz) / у даному висловлюванні позитивно-оцінний предикат імплікується через заперечення негативної ознаки, яка, у свою чергу, виражена за допомогою порівняння./

(20) *«Where the hell's your husband?»*

«He got held up at the office. We had a row about my coming alone». Instantly she felt disloyal.

«He's quite right. If I were married to you, I'd keep you locked up.» (J. Cooper), /дане висловлювання імплікує таке оцінне судження: *You are very pretty and sexy.* /

Проте зазначимо, що В. І. Карасик [53], спираючись на приклад, наведений Дж. Гамперзом [197: 144-145], вказує на те, що деякі імпліцитно виражені судження, що вважаються конвенціоналізованими формулами компліменту в американському варіанті, не завжди інтерпретуються носіями британського варіанту як такі. /

До імпліцитних ІАК ми також відносимо:

— висловлювання, в яких зв'язок між об'єктом ПО та оцінним предикатом не є предикативним:

(21) *«I couldn't possibly marry a glamour puss like you, I'd find you far too distracting. I'd never get to work in the morning»* (J. Cooper).

— висловлювання, в яких об'єкт ПО відноситься не (або не лише) до «безпосереднього», але до «побічного» адресату [58: 275]. Непрямі ІА, в яких адресатом прямого й адресатом непрямого ІА є одна й та сама особа, Г. Г. Кларк і Т. Б. Карлсон пропонують називати безпосередніми (linear); якщо ж адресати прямого й непрямого ІА — різні особи, такий тип непрямих ІА вони називають побічними (lateral). Адресати непрямих ІА відповідно називають «безпосередній» і «побічний» [58: 275]. У випадку побічного непрямого ІА прямим ІА, через який здійснюється непрямою ІА, виступає так званий інформатив (про проблему типології адресату див. також [9; 100]).

(22) *He put his arms round both of them. «Sneaking out on me, huh? With the prettiest girl in the room?»*

«W "re just off to dine,» said Richard (J. Cooper).

Ще один тип імпліцитних ІАК — це висловлювання, в яких мовець не є автором позитивно-оцінного судження, що складає пропозиційний зміст:

(23) *«I don't think you lot need me all that much,» said Jenkin in a tentative tone. «I've always felt like the odd man out.»<...>*

«What perfect nonsense!» said Gerard, regaining a little confidence. «You're central, you "re essential, even Crimond saw this. He said you were the best» (Murdoch).

Точно так, як виокремлюються декілька типів адресата, може бути виділено й кілька типів мовців. Гоффман [191] проводить розмежування між тим, хто промовляє висловлювання (особою, що вимовляє слова), тим, хто є автором висловлювання (особою, яка «здійснює вибір думок, що підлягають вираженню, та слів, за допомогою яких ці думки передаються») і «відповідальним» (особою, «яка є джерелом того змісту, що укладений у словах»).

Можливі випадки, коли в одному непрямою ІАК сполучається більш ніж одна ознака імпліцитності:

(24) *A. J. looked slightly embarrassed. He glanced at Jessica, then back at Lila «<...> I'm A. J. Morgan,» he said.*

Aaron grinned. «See, I told you, A. J. No shortage of gorgeous girls.»

Lila tossed back her hair. She obviously took Aaron's comment as if it were directed especially at her (Pascal).

/У даному висловлюванні об'єктом ПО є побічний адресат і, крім того, оцінне судження виражене імпліцитно/.

Слід зауважити, що імпліцитні ІАК розрізняються між собою ступенем імпліцитності, яка визначає кількість когнітивних зусиль, необхідних з боку адресата для розпізнання повідомлення. Найменшу складність для адресата, на наш погляд, представляють висловлювання, в яких

(а) зв'язок між об'єктом ПО і позитивно-оцінним судженням не є предикативною:

(25) *«I can hardly claim to have done that.»*

«You're too modest. Your generosity, your goodness, your pure love has enabled this possibility» (Murdoch);

(б) позитивно-оцінний предикат 1) виражений через такий стилістичний прийом як порівняння:

(26) *«Rick? Doug? Hi! What are you guys doing here?»*

«Whoa,» Doug teased. «It's Sleeping Beauty, Part Two! And don't you look like the sun-kissed snow bunny. Did you have a good time?» (Gunn);

2) імплікується через заперечення негативної ознаки:

(27) *«<...> Who wants to do something they are lousy at? I'd rather deliver mail, lead a band, sweep the streets —*

- Then why don't you?

- Because I'm too old, damn it.

- That's nonsense. You "re not too old to love, you "re not too old to screw, you "re not too old to be a father<...> (Gloag);

(в) існує побічний адресат:

(28) *«Junior, I want to dance with this beautiful lady,» said Bratsie, rising to do an elaborate mime of the rumba.*

«He may be little, Ann, but he's some dancer,» said Junior about his friend. (Dunne) /усі втрьох: Джуніор, Бретсі і Ен — беруть участь в одній розмові/;

(г) мовець не є автором позитивно-оцінного судження:

(29) *«This is a pleasant house. My son would find it interesting. As an architect, he "d call it an example of something or other and point out the various influences» (Ludlum).*

До другої за ступенем складності інтерпретації групи ми відносимо компліментарні висловлювання (КВ), в яких

(а) об'єкт ПО виражений імпліцитно через указування на клас об'єктів у цілому, до якого він належить:

(30) *«Oliver tells me you're Helen's sister,» he said to Jessica. «Jesus, they breed good-looking girls in your family» (J. Cooper);*

(б) «інтенсивність» позитивної якості, притаманної об'єкту ПО, виражається через зіставлення його з іншим(и) об'єктом (ами):

(31) *«<...> Spot of brandy?» He poured a drink for the sergeant and one for himself <...> He poured another brandy and tossed it off «I never saw a man could hold his brandy like you, sir,» said the sergeant (Thurber);*

(в) імпліцитно виражено позитивно-оцінне судження як таке, але для його розпізнання адресату не потрібно виходити за межі даного висловлювання:

(32) *I think it would be difficult not to be friendly with you (Ludlum).*

Третя група відрізняється від перших двох тим, що для інтерпретації висловлювань, що до неї входять, адресату необхідно не лише здійснити деякі логічні операції, але також притягнути свої фонові знання і такий важливий іллокутивний індикатор як контекст ([261], [239], [152]). Контекст може бути як максимально «вузьким», тобто обмежуватися одним або декількома висловлюваннями «зліва» (33), (34) або «справа» (35), так і максимально широким, наприклад, включати в себе численні події, про які відомо обом комунікантам (36).

(33) *«Don't bother Miss Gonzales. I'm just a guy who came here on business. I don't have any idea of raping anybody.»*

«No?» The smile became soft, lazy and, if you can think of a better word provocative. «But I'm sure as hell working up to it» I said (Chandler).

(34) */Ерік збирається відвезти Фов додому/*

«Where do you live?»

«Near Felice.»

«That's not exactly around the corner.» He sounded jubilant. «It's about sixty kilometers,» she said apologetically.

«That "s what I like about it. Now Fauve, you "ve got to stop blushing, when I compliment you» (Krantz).

(35) *Foxy said, «One of the things that makes Angela a good wife to Piet, better than I could ever be, is that she lets herself be blind.»*

«Oh I don't know about that,» Angela said <...>.

<...> «I mean it as a compliment I think it's a beautiful trait. I could never be that way, the wise overlooking wife» (Updike).

(36) /Крісті прийшлося замість Тода, який травмував ногу, вести машину по небезпечній гірській дорозі/

«You did it!» Tod praised. <...> «You never stop surprising me, Christy.» He said it firmly and softly <...>. (Gunn)

Christy relaxed her tensed legs and repeated the thought «You never stop surprising me, Christy.» For Tod that was a compliment.

В окрему категорію ми виділяємо ІАК, в яких позитивно-оцінне судження виражено через метафору. Слідом за Серлем [239: 113], Герасимовою [29], ми вважаємо, що непрямі висловлювання і метафору слід розглядати як «різні випадки розходження між значенням речення (буквальним) і значення висловлювання (непрямим)» [29: 155]. Якщо ми позначимо значення речення Р, а значення висловлювання R, то в непрямих висловлюваннях Р є включеним до R, але Р не є рівним R. У метафорі мовець, говорячи Р, має на увазі R. Наприклад:

(37) Oliver whistled. «Jessica!» he said incredulously. «Little Jessica Eliot. My God!» He turned her round, «You have come out of the chrysalis. You'll need a body guard» (J. Cooper).

У непрямому висловлюванні два значення (буквальне й непряме) співіснують, а в метафорі проявляється одне значення — переносне.

Зауважимо, що незважаючи на поширену думку, згідно з якою явище непрямих ІА взаємопов'язано з явищем ввічливості (див. напр. [30: 20-21; 110: 213; 153: 89; 214: 25; 225: 263], деякі дослідники [171; 172; 174; 173; 212] вважають, що ввічливість завжди асоціюється з конвенціональними непрямыми ІА, але не завжди з неконвенціональними. Ш. Блам-Калка, зокрема, гадає, що у випадках, коли адресат має докласти надто багато зусиль для розпізнання повідомлення, з боку адресата виникає певне примушення, яке знижує рівень його ввічливості [171: 144].

Важливо мати на увазі, що ці міркування зосереджені передусім на ввічливості *негативній*. У випадку ж *позитивної* ввічливості і конкретно компліменту, неконвенціональні непрямі ІА, хоч, з одного боку, й ускладнюють розпізнання повідомлень, але, з іншого — сприяють тому, щоби в адресата залишилось якомога менше сумнівів у щирості мовця, а це, звичайно ж, підвищує ефективність лицевої роботи.

2.1.2.3. Співвідношення об'єкту позитивної оцінки і об'єкту вираженого інтенціонального стану.

При розмежуванні прямих і непрямих ІАК виникають проблемні випадки, коли висловлювання-формули з іллокутивною силою компліменту мають пропозиційний зміст, що не відповідає повідомленню мовця, а саме: об'єкт ПО, що складає буквальне, власне семантичне значення висловлювання, не відповідає тому конкретному об'єкту, який був дійсно оцінений мовцем і викликав у нього позитивний емоційний стан. Так в одному з епізодів роману У. Купера «Immortality at Any Price» гостя виражає своє захоплення частуванням через КВ, в якому оцінний предикат відноситься не до частування, а до хазяйки, яка його приготувала:

(38) Trish came in carrying the souffle and we all exclaimed.

«Trish you "re marvellous,» said Mollie, watching her serve it out.

У наступному прикладі аналогічне за формою висловлювання слугує засобом вираження позитивних ІС мовця, об'єкт яких — вчинок адресата, рішення, що він прийняв, але не адресат як особистість в цілому:

(39) «Compete with John Robert Powers?» he asked doubtfully.

«And why not? Just what does some man do that I could not do? And perhaps better? He's only another kind of dealer and I've known dozens — believe me, there's no magic to them.» She rushed on spurred on by his reaction of doubt. «As it happens, Darcy, I have a little capital to risk.»

«Maggy, you're bloody marvelous!...» (Krantz).

Для того, щоб адекватно описати подібні ІАК, ми вважаємо за доцільне розмежувати поняття «об'єкти вираженого інтенціонального стану» (ВІС) і «об'єкт позитивної оцінки» (ПО), розуміючи під першим об'єкт (особу, предмет або ста справ), що є безпосередньою причиною виникнення мовця, а під другим, тобто під об'єктом ПО. — той об'єкт (особу, предмет або стан справ), до якого відноситься ПО, що складає власне семантичний зміст КВ.

Хоча ІАК, що розглядаються, мають якість притаманну непрямим ІАК (імпліцитне вираження значення), ми схильні відносити їх до прямих, оскільки вони за всіма параметрами відповідають прямим ІАК. Аналогічно до того, як Безугла Л. Р. [15] виділяє прямі МА-реквести з прямою та

імпліцитною пропозиціями, ми розмежовуємо прямі ІАК, у яких об'єкт ПО збігається з об'єктом ВІС, і прямі ІАК, в яких вони не збігаються.

Розділення понять «об'єкт ВІС» і «об'єкт ПО» дозволяє подолати труднощі, з якими зіткнулася Л. О. Кокойло, намагаючись класифікувати КВ і використовуючи при цьому як критерій аспект об'єкта ПО: «уявляється неможливим проведення чіткої межі між деякими групами частково компліментарних висловлювань. Так, наприклад, висловлювання, що характеризують внутрішні якості особистості адресата, можуть використовуватись для вираження схвалення вчинку, у якому ці якості виявилися. Можливий також перехід загально-компліментарних висловлювань у частково-компліментарні. Наприклад, загально-компліментарні за формою висловлювання вживаються для вираження схвалення дії, виконаної адресатом: Danny: That's a good boy. (Oats)».

Певні заперечення викликає точка зору Л. О. Кокойло, згідно з якою об'єктом ПО у КВ завжди є адресат. Ми схильні вважати, що у висловлюваннях типу «This is a good book», «That's a nice dress», «Your daughter is very pretty» об'єктом ПО є не адресат, а книга написана адресатом, сукня, що на адресаті, і донька адресата відповідно.

2.1.3. МІСЦЕ ІА КОМПЛІМЕНТУ У СИСТЕМІ ІА.

2.1.3.1. Комплімент як представник класу експреси вів у класифікації Серля.

Характеристика компліменту як ІА була б неповною, якби ми не вказали, яке місце він займає в системі ІА. На даний момент кількість класифікацій МА досить велика, проте усі вони можуть бути умовно розділені на дві групи в залежності від установки їхніх авторів, у відповідності до якої одні виокремлюють невелику кількість крупних класів, а інші — велику кількість дрібних класів (так звані *lumper attitude* і *splitter attitude* [Verschueren 1983: 169] (Цит. за [17: 26])).

До першої групи належать класифікації К. Бах і Р. Харніша [166: 110-113], Д. Вундерліха [261: 77], Дж. Ліча [216: 211-213], Дж. Остіна [87], Дж. Оуера [165], Г. Г. Почепцова [101: 217-278], Дж. Серля і Д. Вандервекена [240: 12-20], У. Стайлза [243], Б. Фрайзера [189: 190-193].

До другої групи входять таксономії, запропоновані Ю. Д. Апресяном [2], Т. Баллмером і В. Бренненштуль [167], Г. Вежбицькою [254].

У лінгвістичній прагматикі найбільше поширення отримали класифікації першої групи. Найпопулярнішою з них є класифікація, яку запропонував і потім вдосконалив у співпраці з Д. Вандервекеном Дж. Серль. Релевантність даної класифікації для нашого дослідження зумовлена тим, що головною класифікаційною ознакою в ній виступає іллокутивна ціль. Аналіз компліменту з точки зору цих ознак дозволяє зробити висновок про те, що ІА, який розглядається слід віднести до класу експреси вів. Викладемо найсуттєвіші аргументи.

Іллокутивна ціль класу експресивів полягає в тому, щоби «виразити психологічний стан, що задається умовою щирості відносно стану речей визначеного в межах пропозиційного змісту» [109: 183]. Основну іллокутивну ціль компліменту можна сформулювати як «вираження позитивного психологічного стану, викликаного позитивною оцінкою, що складає пропозиційний зміст».

Експресиви, у розумінні Серля, не мають будь-якого напрямку пристосування між словами і світом. Ця обставина знаходить чітке віддзеркалення у синтаксисі англійської мови: експресивні іллокутивні дієслова не допускають при собі підрядних речень із сполучниковим словом *that*, а вимагають додатку вираженим іменником або герундієм. Дієслово *compliment* частіше за все вживається з додатком вираженим іменником (наприклад, *He complimented Morris on his new car*), і після нього не може слідувати підрядне речення зі сполучниковим словом *that* (неможна сказати **He complimented Morris that his new car was very good*).

Відповідно до Серля, важлива ознака експресивів полягає у тому, що їхній пропозиційний зміст приписує деяку властивість (не обов'язково дію) або мовцю, або слухачу [109: 184]. Комплімент, як зазначалося вище, характеризується тим, що до його пропозиційного змісту повинна входити позитивна оцінка (експліцитна або імпліцитна) адресата або ж предметів і осіб, що мають до нього безпосереднє відношення. Наприклад, ми не можемо (без якихось спеціальних припущень) сказати співрозмовнику комплі-

мент з приводу того, що останній виступ В. Путіна був особливо вдалим.

2.1.3.2. Відмінності компліменту від схожих з ним іллокутивних актів.

Та обставина, що пропозиційний зміст компліменту, як правило, представляє собою оцінне судження, робить даний ІА схожим за формою з ІА похвали, схвалення, захоплення. Однак компоненти, з яких складаються відповідні різновиди іллокутивних сил, неоднакові.

Принципова відмінність іллокутивної сили компліменту полягає в тому, що її обов'язковими компонентами є додаткові іллокутивні цілі: (а) виразити намір / бажання / прагнення доставити задоволення адресату і (б) виразити позитивне ставлення до адресата. Наявність цих двох іллокутивних цілей зумовлює ще одну обов'язкову ознаку іллокутивної сили компліменту, а саме безпосередній зв'язок об'єкту позитивної оцінки з адресатом.

Це означає, що можна хвалити когось / щось, схвалювати щось, захоплюватись кимсь / чимось, що не має жодного відношення до адресата (наприклад, Елізабет Тейлор або її грою), але неможна сказати комплімент людині, яка не присутня при розмові [76].

Можливо, ця особливість частково пояснює той факт, що синтаксично англійське дієслово *compliment* (на відміну від дієслів *praise*, *admire*, *approve*) в більшій мірі фокусується на адресаті, ніж на предметі або аспекті, обраному як об'єкт позитивної оцінки: прямим додатком дієслова *compliment* може виступати тільки іменник (займенник), що позначає особу (*to compliment somebody on something*), тоді як дієслова *praise*, *admire* можуть мати прямий додаток, виражений іменником (займенником), що позначає як живі істоти, так і неживі предмети (*to praise somebody for something* или *to praise something*; *to admire somebody* или *to admire something*). Дієслово *to approve* може мати прямий і непрямий додаток, але він завжди виражений іменником, що позначає неживий предмет (*to approve something* или *to approve of something*).

Слід підкреслити, що індикатором додаткових іллокутивних цілей компліменту слугують не стільки формально-семантичні особливості висловлювання, скільки його кон-

текст (хто говорить, кому, за яких обставин, у яких умовах спілкування), а також інтонації мовця, його міміка (особливо посмішка), жести. Неважко уявити, як висловлювання «Ваш син дуже добре розмовляє англійською» промовила б учителька на батьківських зборах на адресу одного з присутніх батьків, і як теж саме висловлювання прозвучало би під час званого обіду з вуст гостя на адресу хазяїна. В першому випадку, вірогідніше за все, був би здійснений ІА похвали; другий випадок представляв би собою ІА компліменту.

Наведений приклад може бути ілюстрацією ще однієї відмінності між ІА компліменту і похвали, яка менш очевидна через те, що дієслова *compliment* і *praise* у тому вигляді, в якому вони представлені у традиційних словниках англійської мови, дуже близькі за значенням і у деяких випадках можуть уживатися як взаємо замінювані. Іллокутивною ціллю похвали є повідомлення про позитивне судження мовця. Коли ми хвалимо щось або когось, ми перш за все повідомляємо адресата, про те, що саме ми думаємо з даного приводу, даємо йому знати, що наша оцінка позитивна, а не негативна. (Г. Вежицька зазначає, що дієслово *praise* є симетричним по відношенню до дієслова *criticize* [254: 198]). Іншими словами, у випадку похвали домінує раціонально-оцінне, а не емоційно-оцінне ставлення, і вираження деякого позитивного стану (позитивних почуттів і емоцій) крім позитивної оцінки як такої можливе, але не є обов'язковим (про проблему співвідношення оцінки та емоції див. [71: 45; 133: 19-20]).

Коли ж ми говоримо комплімент, ми робимо акцент на тому, що ми знаємо якихось позитивних почуттів і емоцій (задоволення, радість, захоплення, гордість) відносно якихось позитивних моментів, пов'язаних з адресатом. Інакше кажучи, основна іллокутивна ціль компліменту, як підкреслювалося вище, полягає у вираженні позитивного психологічного стану, викликаного станом речей, представленим у пропозиційному змісті.

Так, коли вчителька хвалить учня на батьківських зборах, вона повідомляє його батьків про те, що вона високо оцінює вміння їхнього сина говорити англійською. Коли ж на званому обіді гість говорить комплімент хазяїну, він робить акцент не на тому, що він думає про здібності його

сина, а на тому, що він відчуває захоплення (сином) і радість (за батька)

Щоби показати відмінності між ІА компліменту й похвали, з одного боку, і ІА схвалення і захоплення, з іншого, звернемось до теорії інтенціональних станів Серля [111]. Під інтенціональністю Серль розуміє «ту властивість багатьох ментальних станів і подій, через які вони спрямовані на об'єкти і стани речей зовнішнього світу.» [111: 96]. «Якщо, наприклад, я вірю, — пише Серль, — то це має бути віра в те, що щось має місце, якщо я боюся, то я боюся чогось, якщо я хочу, то хочу щось зробити або хочу, щоби щось сталося» [там само].

Інтенціональний стан (ІС) представляє собою репрезентативний зміст виражений у певному психологічному модусі. ІС репрезентують об'єкти й стани справ у тому ж самому смислі, у якому їх репрезентують мовленнєві акти (хоча вони роблять це за допомогою інших засобів та іншим чином). «Як моє твердження про те, що іде дощ, репрезентує певний стан справ, так само й моє переконання, що іде дощ репрезентує такий самий стан справ» [111: 107].

Серль наводить такі приклади станів, що можуть бути інтенціональними: віра, страх, надія, бажання, любов, ненависть, симпатія, неприязнь, сумнів, здивування, задоволення, захоплення, сум, тривога, гордість, розкаяння, скорбота, засмучення, винуватість, насолода, дратування, замішання, схвалення, прощення, ворожість, прихильність, очікування, гнів, презирство, повага, обурення, намір, потреба, уявлення, фантазія, сором, жага, огида, жах, прагнення, розвага, розчарування.

Здійснюючи МА, що має пропозиційний зміст, мовець має певний ІС з відповідним репрезентативним змістом, при цьому ІС є умовою широти такого МА.

Отже, коли ми говоримо, що був здійснений ІА схвалення або ІА захоплення, ми вказуємо на те, який саме ІС мовець виразив вербально. (Слід звернути увагу на те, що людина може мати ці ІС, не виражаючи їх словами, тобто він може мовчки, «про себе», «в душі» схвалювати когось / щось, захоплювати кимсь \ чимось тощо).

Що ж до таких назв як комплімент і похвала, вони не вказують на конкретний ІС, а співвідноситься з цілим спек-

тром ІС мовця, тобто здійснюючи ІА похвали або компліменту, мовець може виражати і схвалення, і захоплення, і повагу, і симпатію, і любов, і прихильність, і гордість, і насолоду, і задоволення:

(40) «*Darling, it's magnificent! I'm proud of you, and I love you more than ever*», Margot assured Alex when she read an advance copy a day before the interview was published. «*It's the most honest thing I've ever read*» (Haily).

Таким чином, ІА схвалення, захоплення і т. п., з одного боку, і похвали та компліменту, з іншого, відрізняються інтенціональним станом мовця, що виражаються, хоча за певних умов ІА схвалення, захоплення тощо можуть представляти окремі випадки похвали й компліменту.

2.1.4. ПРОБЛЕМА ШИРОСТІ КОМПЛІМЕНТУ.

Дослідники компліменту нерідко звертають увагу, на те що компліменти не завжди бувають щирими. При цьому вони не уточнюють, що саме вони розуміють під нещирим компліментом, за якими критеріями слід визначати, чи є той чи інший ІАК щирим або нещирим.

Розгляд даної проблеми почнемо зі стислого аналізу понять «щирість» та «істинність». Як справедливо вказує І. Б. Шатуновський «одним з найважливіших питань, з якими людина постійно має зіткнутися в процесі її життєдіяльності, є питання про відповідність або невідповідність... між змістом констативного [87] речення або мовленнєвого твору більшого розміру (далі S), між думкою мовця, автора речення (Г), тобто тим, що він має в умі (P), і дійсним, реальним станом речей (R)» [148: 31]. При цьому під відповідністю розуміється несубстанціональна, ознакова тождність якихось сутностей, їхня еквівалентність (однаковість) у деяких важливих відношеннях.

Відношення відповідності (тотожності) (S=P) / невідповідності (відмінності) (S?P) того, що Г говорить, і того, що він думає (і, ширше, того, що він має у своїй свідомості, в умі), виражається... словами щиро / нещиро, лицемірно [148: 32].

Відношення відповідності між змістом речення і дійсним станом речей (S=R) виражається ... словами «істина» (у ролі предиката), «істинно» там само.

Категорія ширості займає суттєве місце у ТМА, але в межах цієї теорії вона наповнюється дещо іншим змістом. Як відомо, умова ширості є одна з найважливіших умов успішності МА. Смісл її полягає у суворому додержанні відповідності між здійснюваним ІА та ІС, що виражається. Класичним прикладом порушення умови ширості стало висловлювання «Іде дощ, але я так не вважаю», яке ілюструє так званий парадокс Мура: дане висловлювання не містить логічного протиріччя, разом з тим воно не має сенсу, оскільки в ньому заперечується той ІС (переконання), для вираження якого власне й здійснювався даний ІА (твердження).

Щодо ІА компліменту, умовою його ширості, очевидно, перш за все є вираження позитивного емоційного стану або почуття. Найбільш наочним підтвердженням цього можуть слугувати висловлювання подібні до такого «Ви граєте чарівно». Це висловлювання втратить будь-який сенс, якщо до нього додати «але я не відчуваю зачарування». Менш наочним прикладом є висловлювання «Ви маєте прекрасний вигляд», але можна легко показати, що воно втратить ілюкутивну силу компліменту, якщо до нього додати «але я цьому не радий» / «але мені це не доставляє задоволення» / «але мене це дратує» і т. п.

Крім того, оскільки ІАК має додаткові ілюкутивні цілі, до умови його ширості слід також включити вираження позитивного ставлення до адресата (дружелюбності / поваги / любові і т. п.) і бажання / прагнення зробити йому приємне. Так, не може вважатися успішним ІАК, реалізований у висловлюванні «Ви маєте прекрасний вигляд, але я вас ненавиджу /зневажаю і не хочу, щоб вам було приємно».

ІА компліменту, як і усі експресиви, не має напрямку пристосування між словами й світом. Такі ІА, як відомо, передбачають істинність пропозиційного змісту і тому відповідний ІС включає в себе «переконання». Серль, розглядаючи як приклади експресивів ІА поздоровлення і вибачення, пояснює: «Якщо я шкодую за тим, що образив вас, або радію вашій перемозі, то... у моє шкодування входить переконання, що я вас образив..., і бажання не робити цього, а моя радість містить переконання в тому, що ви виграли і побажання вам виграшу» [111 :104]. ІА компліменту, на

відміну від наведених Серлем прикладів, часто має пропозиційний зміст, виражений оцінним судженням, у зв'язку з чим виникає питання про істинність оцінного судження.

Упродовж довгого часу було прийнято вважати, що оцінні висловлювання не можуть бути ні істинними, ні хибними, оскільки вони не можуть бути верифіковані, тобто перевірені шляхом зіставлення з дійсністю (див., наприклад, [51: 45]). Деякі дослідники, зокрема, Врігт [259: 24-30, 71-75, 99-101], гадали, що питання про істинність має ставитися по-різному для різних видів оцінок (наприклад, гедоністичних оцінок і оцінних суджень про функції). Ряд учених, зокрема Сендфорд [236], що спираються на загальні концепції розмитих множин, дотримуються точки зору, згідно з якою істинність оцінних суджень не є дискретною (так / ні) а має бути представлена як континуум, на якому розміщуються висловлювання від істинних до хибних.

Інший підхід до цієї проблеми розвивається у межах семантики «можливих світів» і так званих пропозиційних установок, що відображають ставлення особистості до стану справ. Як писав Я. Хінтікка, «нам набагато ближче й зрозуміліше відносно повсякденне поняття істинності у деякому можливому світі, ніж такі спеціалізовані поняття, як логічна істинність, логічне слідування і т. п.» [143: 39]. Розвиток цих ідей призвів до уявлення, згідно з яким оцінні висловлювання можуть бути істинні або хибні залежно від їхнього відношення до концептуальної системи носія мови (визначення поняття концептуальної системи див. [88: 239-240]).

Оцінне висловлювання має на увазі, що відповідна думка входить до «можливого світу» суб'єкта і може не збігатися з думкою інших суб'єктів у їхніх «можливих світах». Отже, оцінки, подібно до емоцій, почуттів, бажань, поглядів, намірів інтенціональні, тобто вони не існують поза психічною сферою мовця, його внутрішнього світу. Примітна особливість висловлювань, що описують інтенціональні явища, полягає в тому, що в них протиставлення істинності й ширості нейтралізується. Якщо ми широко говоримо, що ми хочемо / любимо / захоплюємося тощо *X*, то це означає, що ми дійсно хочемо / любимо / захоплюємося тощо *X*. Тут ширість висловлювання гарантує його ширість, а точніше — тут це одне й те ж. За словами Н. Д. Арутюнової, «ширість — це

істинність почуття, що виявляється у вербальному спілкуванні» [3: 23].

Відповідаючи на питання, який комплімент слід вважати нещирим, згадаємо зауваження Серля про те, що «коли ми говоримо, що ІС, яке створює умову ширості виражено у МА, це не означає, що індивід завжди повинен мати той ІС, який виражає» [111: 105].

Отже, якщо під ширістю розуміти відповідність вираженого ІС і дійсного ІС, то ІА компліменту слід вважати нещирим тоді, коли, хоча б один з виражених ІС не відповідає дійсному, а також коли позитивне оцінне судження, що складає пропозиційний зміст, не відповідає реальній оцінці.

Покажемо можливі варіанти нещирих компліментів. Позитивну оцінку (а), та ІС, що виражаються: позитивний емоційний стан мовця (в), його позитивне ставлення до адресата (с) і його бажання / прагнення доставити задоволення адресату (d) — представимо у вигляді змінних, що варіюють між двома значеннями: «відповідає» (+) і «не відповідає» (–). Теоретично можливими будуть такі комбінації (див. табл. 2.1):

Варіант нещирого ІАК	a	b	c	D
I	–	–	–	–
II	–	–	–	+
III	–	–	+	+
*				+
IV	+	–	–	–
**				–
V	+	+	+	–
ЩирийІАК	+	+	+	+

Комбінації, позначені «*» і «**», реально неможливі, оскільки якщо мовець позитивно ставиться до адресата, то навряд чи негативна оцінка зовнішності адресата, його вчинків, предметів, що йому належать тощо, викликає у мовця позитивні емоції або почуття (комбінація «*»). Так само мало ймовірно, що мовець, негативно налаштований по відношенню до адресата, буде зазнавати якихось пози-

тивних емоцій або почуттів, коли помітить в адресаті щонебудь, що заслуговує позитивної оцінки.

Необхідно пояснити, що коли ми говоримо, що змінна d має значення «не відповідає» (–), ми маємо на увазі, що мовець здійснює ІА компліменту не стільки для того, аби доставити адресату задоволення (з власної ініціативи), скільки для того, щоби дотриматися правил етикету, в тому числі і в тих ситуаціях, коли комплімент є відповіддю на питання адресата, що імплікує очікування позитивної оцінки (про етикетизацію спілкування, що розуміється як «розходження між комунікативною і денотативною істиною» див. [99: 33]). Мова в даному випадку йде про так звані компліменти — «соціальні жести».

Наведемо приклади, що ілюструють кожний з варіантів нещирих компліментів.

Варіант I:

(41) *William eyed a chair before he sank onto it and repressed a shudder. Aunt Van had succumbed to the current fashion and had done her drawing room over in fake Egyptian. The chairs were not only hideous but uncomfortable, huge thronelike monsters with carved serpent arms...*

She glanced complacently around. «How do you like the new decor?»

« Completely fascinating and highly unusual» (Shannon).

З контексту читачу відомо, що тітонька Вен — егоїстична, владна, авторитарна літня жінка. Уільяма пригнічує те, що він є залежний від неї і має рахуватися з її забаганками. Ані висловлена позитивна оцінка, ані висловлені позитивні ІС не відповідають його дійсним ІС. ІА компліменту здійснюється не за власною ініціативою мовця. Йому було поставлене питання, яке не допускає відповідь, що містить негативну оцінку. Більш того, в ситуації, коли у партнера по спілкуванню з'являються нові придбання, правила етикету приписують сказати комплімент.

Варіант II:

(42) *Lush. That's why I say you must have been quite a unique kind of man, sir, in your regiment being such an all-round man.*

Roote. Yes, yes, there's something in that.

Lush. I mean, not only are you a scientist, but you have literary ability, musical ability, knowledge of most schools of

phylosophy, phylology, photography, anthropology, cosmology, theology, phytology, phytonomy, phytotomy -

Roote. Oh, no, no, not phytotomy (Pinter).

Даний варіант нещирих ІАК представляє собою не що інше, як лестощі, оскільки мовець (Лаш), переслідуючи корисливі цілі, свідомо, зі своєї власної волі, догідливо вихваляє здібності свого начальника (Рута), знаючи, що це доставляє йому задоволення, хоча насправді вважає його людиною не надто розумною, із завищеною самооцінкою.

Варіант III:

(43) «You don't look twenty-nine,» said Georgie with more kindness than conviction... (J. Cooper).

Джорджи з симпатією ставиться до своєї нової знайомої Кейт. Вона знає, що Кейт готується до весілля, але при цьому дуже стомлена як фізично, так і психологічно. Вона має вигляд далеко не такий, який слід мати нареченій. Аби зробити їй приємне і тим самим підбадьорити Кейт, Джорджи коворить їй не зовсім щирий комплімент.

Варіант IV:

(44) At the gate Protheroe paused for us to survey his car. A BMW Sapphire with a Y registration — this year's. It must have cost him over J 20, 000. Thinking of my own clapped-out old Citroen, I said: «Very nice» (W. Cooper).

Герой відчуває по відношенню до Протеро (адресата компліменту) деяку неприязнь, але він вимушений підтримувати з ним стосунки. Мовець належним чином оцінює шикарний автомобіль адресата, але ця позитивна оцінка не викликає у нього радості за адресата, а наводить на сумні думки про його власний старенький, розбитий «сітроен». Своєю поведінкою Протеро показує, що він очікує почути схвальні слова щодо його «BMW». Реальна ціль мовця — виконання експектацій адресата.

Варіант V можна розглядати як межовий між щирими й нещирими компліментами. ІА, що відносяться до цього варіанту, по суті є щирими етикетними компліментами:

(45) Iris was out of bed, sitting in an armchair. I kissed her cheek and gave her flowers.

«Beautiful freesias. Thank you, James!» she said... (W. Cooper).

Джеймс провідує в лікарні Айріс, з якою вони нещодавно стали хорошими друзями. Айріс рада його бачити, і

їй приємно отримати у подарунок дійсно красиві квіти. Але вона говорить комплімент не стільки тому, що хоче доставити Джеймсу задоволення, скільки тому, що цього вимагають правила етикету.

2.2. КОМПЛІМЕНТ ЯК ПЕРЛОКУТИВНИЙ АКТ

Виходячи з прийнятого нами визначення перлокутивного акту (ПА) як дії, спрямованої на зміну психологічного стану адресата, ми вважаємо, під ПА компліменту слід розуміти дію, мета якої полягає в тому, щоби викликати в адресата позитивну емоційну реакцію, доставити йому задоволення.

Механізм впливу, здійснюваного на адресата компліменту, базується на тому, що позитивна оцінка, яка входить до пропозиційного змісту висловлювання, через яке даний ПА реалізується, а також позитивний емоційний стан мовця, що виражається і що є наслідком цієї оцінки, його позитивне ставлення до адресата і бажання, прагнення доставити задоволення адресату сприяють задоволенню такої потреби, що складає позитивне лице комуніканта, як потреба бути визнаним і належно оціненим іншими членами суспільства. Психологи (Фрейд, Джеймс, Берн, Леві) вважають, що ця потреба за своєю значущістю для індивіда може бути порівняна з основними життєвими потребами (наприклад, у їжі), що прагнення бути належно оціненим іншими є найважливішою особливістю людської природи, одним з головних мотивів, що лежать в основі поведінки людини, і навіть фактором, що певним чином впливає на його долю.

Якісний характер перлокутивного ефекту, а отже, й успішність ПА, зумовлені тим, у якій мірі, будуть задоволені ці потреби, що, у свою чергу, залежить не від самого компліменту як типу ІА, а від його аспектів, тобто від того, як він був сказаний (мовне оформлення), *ким* (маються на увазі рольові й міжособистісні стосунки партнерів по спілкуванню), *з якого приводу* (об'єкт позитивної оцінки), *за яких обставин* тощо.

Порівнюємо перлокутивні акти та ефекти у наведених нижче прикладах (46), (47), (48) і (49). У (46) і (47) реаліза-

ція перлокутивних актів компліменту є успішною, тобто призводить до позитивного (запланованого) перлокутивного ефекту. Однак дані перлокутивні акти відрізняються силою емоційного впливу, що зумовлено факторами прагматичного порядку.

Так, у прикладі (46) молоденька дівчина вперше чує від дорослого, за її поняттями, чоловіка комплімент з приводу її вроди.

(46) *As they had waffles after the movie Melvin said solemnly, «You are the most beautiful girl in the world, Teddy Lunel» .*

«I am?» she gasped.

«Without any doubt. » His glasses glittered at her. «I'm an acknowledged connoisseur of feminine loveliness, ask anyone at Collegiate.»

«I don't believe you .»

«It doesn't matter what you believe. That has nothing to do with it.»

Teddy blushed, her ears buzzed and she was afraid that tears were about to come into her eyes. None of the compliments she had received in her life from grown-ups had ever meant anything, but this! (Krantz).

Великий емоційний вплив (героїня червоніє, вона ледве стримує сльози) пояснюється, головним чином, особливим ставленням адресата до мовця, значущістю об'єкта оцінки і думки мовця для адресата.

(47) *Trish came in carrying the souffle and we all exclaimed. «Trish you're marvellous,» said Mollie, watching her serve it out. Trish gave her a bright bird-like glance — «It's quite easy, really.» (Cooper).*

У (47) позитивна емоційна реакція адресата на не настільки сильна, оскільки партнери по спілкуванню — давні приятелі, об'єкт позитивної оцінки (кулінарні здібності адресата) не має першорядної значущості у системі цінностей адресата, ситуація носить етикетний характер, і позитивна оцінка сприймається як належне. Це саме той випадок, коли важлива не позитивна оцінка як така, а виявлення дружності, ввічливості, прагнення доставити задоволення адресату.

Приклади (48) і (49) ілюструють неуспішні перлокутивні акти компліменту, реалізація яких не призводить до запланованих перлокутивних ефектів.

Приклад (48) — це уривок з оповідання Р. Сакоу «A Start In Life», що розповідає про те, як юна дівчина Дейзі приїжджає жити до своїх родичів, молодого подружжя Елмера і Едни, які мають маленьку дитину. Дівчина сподівається з їхньою допомогою якось влаштувати своє життя. Вона прагне прихилити до себе господиню, але розуміє, що Една ставиться до неї зовсім не так, як вона очікувала.

(48) *Edna made a significant little face at Elmer. Daisy did not see. She was standing back from the stove, where Edna was at work, looking at the baby.*

«He can talk pretty good, can't he? Dwight couldn't say anything but mama when he was that little».

Edna's back was turned. She said meaningly:

«Now, Elmer's come in for dinner, Daisy, we'll have to hurry. You must help me get on the dinner. You can cut bread and get things on the table. You must help, you know. That's what you're supposed to do».

Daisy looked startled, a little scared and resentful (Suckow).

Неуспішність цього перлокутивного акту компліменту можна пояснити по-перше, різними уявленнями партнерів по спілкуванню про їхні рольові статуси (Една дає зрозуміти, що Дейзі відводиться роль хатньої робітниці, тому точка зору мовця не є скільки-небудь значущою для адресата), і, по-друге, недоречністю компліменту (з точки зору адресата) в даному фізичному контексті (Една недвозначно натякає, що коли її чоловік чекає обід, недоречно говорити компліменти).

У прикладі (49) описана зустріч родичів: мати з сином-підлітком і донькою приїхали у гості до тітки (сестри матері). Девід хоче зробити приємне як тітці, так і матері. Тітці він говорить, що вона пахне як квіти, а матері — що вона пахне як соус для спагеті. Він дивується, коли сестра спиняє його, обурюючись його грубістю. Девід не розуміє, чим квіти краще за спагеті.

(49) *Marti gave each of them her usual feathery kiss on the cheek without smudging her lipstick or ruffling her short, lark hair.*

«You always smell like flowers,» David said when he got his kiss.

«Why, thank you David,» Marti said.

Before she could invite them inside David turned to Mom and said, «Mom, you always smell like spaghetti sauce». . .

«What made you think of spaghetti sauce?»

«It's "cuz Marti smells more like a garden, and you smell more like a kitchen».

«David, that is so rude!» Christy stopped his analogy, feeling bad for Mom. In a low voice between her teeth, she said, «I can't believe you'd say that!»

«Why? David looked surprised. «I love spaghetti It's just different from flowers, that's all.»

Marti took the peculiar moment in her clever grasp and concluded, «I believe we have both been given a genuine compliment...» (Gunn).

Головна причина неуспішності ПА компліменту, адресованого матері, полягає в тому, що мовець не має достатнього соціального досвіду, і він не знає, що, якщо жінка пахне кухнею, це не є її перевагою.

Як вказує О. Г. Почепцов, можливі такі ситуації, коли «знаряддям здійснення одного перлокутивного акту стає інший перлокутивний акт, тобто ситуації, коли відбувається перлокутивна ланцюгова реакція — один перлокутивний акт спричиняє другий перлокутивний акт» [102: 60]. Нерідко перлокутивний акт компліменту стає «знаряддям» здійснення перлокутивних актів утішання, заспокоювання, підбадьорювання.

Так, в наступному прикладі (50) діалог відбувається між колишніми коханцями. Пайт зателефонував Джорджин після того, як повідомив її у записці про те, що не може далі продовжувати з нею стосунки. Його мучить совість. Знаючи, що Джорджин страждає, Пайт намагається хоч якось пом'якшити завданий їм біль.

(50) «...Am I putting you off? I do want you.»

«I know. Please don't apologize. You've been a lovely mistress.»

She ignored his tense. «When I found the note the first thing I wanted to do was call you and what? Cry on your shoulder. Crawl into bed beside you. It was Monday night, Freddy was at Lions. I was terrified. I was alone in a big ugly house with a piece of paper in my hand that wouldn't go away. «Don't be terrified. You're a lovely doubles partner and a fine wife for Freddy. Who else could stand him? If he lost you it would be the

worst thins that's happened to him since he flunked medical school...»

She said, «It's so sad. You call to be reassured and end up by reassuring me» (Updike).

До сих пір мова йшла про інтенціональні ПА компліменту, тобто такі ПА, в результаті яких мав місце запланований, бажаний перлокутивний ефект. Проте, не всі перлокутивні акти знаходяться під контролем мовця: можливі ситуації коли реалізуються перлокутивні акти і спостерігаються перлокутивні ефекти, які не входили до цілей мовця. На необхідність розрізняти інтенціональні та неінтенціональні перлокутивні акти і ефекти вказував ще Дж. Остін [87: 90], а слідом за ним і ряд інших дослідників: Дж. Лайонз, [219: 731], Дж. Сейдок [235: 9], О. Г. Почепцов [102]. При цьому слід наголосити, що неінтенціональні ПА не можуть називатися діями, оскільки вони не підпорядковані усвідомленим цілям мовця.

Розглянемо приклади неінтенціональних ПА компліменту.

О. Г. Почепцов описує три типи ситуацій, в яких спостерігаються неінтенціональні ПА і ефекти [102: 65-66]. До першого типу відносяться ситуації, «коли промовляння висловлювання має наслідки, хоча мовець, цього не прагнув», тобто коли мовець не розглядає адресата як об'єкт впливу, в той час коли адресат вважає себе або є таким.

В одному з епізодів роману Апдайка «Rabbit at Rest» Грег помилково сприймає невістку Гаррі (до якої той має почуття далекі від родинних) за його дружину.

(51) «My father said you'd be coming. This is Mrs. Angstrom?» He means Pru, who has come instead of Janice, who after all that tramping around yesterday wanted to stay home. . .

Harry is stunned that Ed's son could make this blunder but then thinks he must deal all time with men in advanced middle age who have younger wives. And anyway Pru is no longer that young. Tall and fair-skinned like he is, she might well be his.

«Thanks for the compliment, Gregg», Harry says, pretty smoothly, considering, «but this is my daughter-in-law, Teresa» (Updike).

Помилка Грега свідчить про те, що Гаррі схожий на одного з тих чоловіків, у яких дружини набагато молодші

за них, і отже, що Гаррі міг би бути чоловіком Пру. Це тишить Гаррі, доставляє йому задоволення.

У ситуаціях другого типу адресат стає не лише об'єктом того впливу, який був запланований, але й ще якогось іншого впливу.

Елізабет звинувачує Джудіт у тому, що Джордж через неї їде на війну. Хоча Джудіт розуміє усю серйозність і небезпечність прийнятого Джорджем рішення, їй приємно усвідомлювати, що вона змогла підкорити ще одне чоловіче серце.

(52) *«That silly boy», Judith said to Elizabeth «Why on earth would George do a thing like that? I suppose he thinks war is romantic .»*

«Another type of romance, I think. He's running away.»

«From his father?»

«From you.»

«George pays no attention to me. When I'm around he hardly ever speaks.»

«You have a way with men,» Elizabeth told her dryly. «George is in love with you. He's too honorable to stand the thought of coveting his father's wife so. . .»

«Silly boy!» Judith repeated but she looked faintly pleased (Shannon).

У даному випадку адресат стає не тільки об'єктом впливу, мета якого — викликати почуття вини, але також об'єктом іншого, ненавмисного, впливу, що викликав у адресата позитивну емоційну реакцію.

До третього типу належать ситуації, коли адресат виявляється об'єктом не того впливу, який мовець хотів здійснити, а якогось іншого впливу.

Діана Вріленд, власниця агентства моделей раптово помічає дівчину з типом зовнішності, який вона давно шукала:

(53) *A dozen models were parading all about her. And there I sat like a toad, taking in the whole scene. Suddenly — in the middle of a sentence — Diana Vreeland stopped and pointed a long, white-gloved finger at me. «You!» she said.*

«Me.»

«Yes, you. . . you have a great presence», she said, her great eagle eyes piercing me.

«Thank you», I said «So do you» (Krantz).

Говорячи героїні «You have a great presence», Діана Вріленд має на увазі, що ця дівчина їй підходить. Однак адресат розуміє, або ж, скоріше, робить вигляд, що розуміє її слова інакше — як комплімент. Таким чином, відбувається неінтенціональний ПА компліменту.

Отже ПА компліменту можуть бути успішними й неуспішними, інтенціональними й неінтенціональними.

2.3. КОМПЛІМЕНТ ЯК СОЦІАЛЬНА ДІЯ

Кінцевою комунікативною ціллю компліменту як і будь-якої мовленнєвої дії є ціль соціальна, пов'язана з організацією і координацією взаємодії між комунікантами. Здійснюючи іллокутивний і перлокутивний акти компліменту, мовець використовує їх як засіб управління поведінкою адресата.

Оскільки соціальна дія співвідноситься з такою одиницею дискурсу як мовленнєвий хід, комплімент може виступати у якості окремого самостійного мовленнєвого ходу (54) і може бути складовою частиною складного мовленнєвого ходу, що містить декілька мовленнєвих актів (55) або кроків (56).

(54) — *What are you leering at me for?*

- *Leering? That was supposed to be a friendly grin.*

- *You were ogling me as though I were a page out of Playboy.*

- *You "re much too beautiful to be in Playboy (Gloag).*

(55) *The evening of the party Estelle wore a dress I hadn't seen before: a simple frock with an embroidered jacket She looked very well in it,. «You look lovely,» I said, kissing her. «When did you get that dress?» (Tushnet)*

(56) *«Have a little affair with me <...>»*

«Why do you propose this? You aren't very fond of me. It's Angela you want.»

«A, I don't and B, I am and C, I like to help people. I think you "re about to panic and I hate to see it. You "re too schnapps for that. You wear clothes too well. Terryfic dress you have on, by the way» (Updike).

Розглядаючи компліменти як мовленнєві дії спрямовані на соціальні цілі, ми підрозділяємо їх на два основні класи — етикетні компліменти та інструментальні компліменти — в залежності від того, до складу якої соціальної дії — етикетної чи інструментальної — входить той чи інший ІАК [76]. Найбільш очевидним критерієм, що дозволяє досить чітко визначити приналежність конкретного компліментарного висловлювання до одного з класів, є, на наш погляд, обов'язковість уживання компліменту продиктована соціокультурними нормами, етикетними приписаннями.

Якщо мовець не ставить собі за мету якось змінити поведінку адресата і здійснює ІАК переважно тому, що цього вимагає ситуація, якщо він знає, що адресат очікує саме такої поведінки з боку мовця, і що невиконання експектацій адресата призведе до негативних для їхніх стосунків наслідків, такий комплімент ми називаємо етикетним.

У випадку ж, коли з точки зору норм і правил спілкування вживання компліменту не є обов'язковим, і даний ІА здійснюється з власної ініціативи мовця з тим, щоби здійснити на адресата позитивний емоційний вплив і тим самим змінити його поведінку, ми відносимо цей комплімент до класу інструментальних.

Категоризація компліментів — соціальних дій всередині виділених класів здійснюється нами на підставі двох відмінних ознак, що зумовлено тими відмінними особливостями етикетних та інструментальних дій в цілому, про які йшлося вище. Для інструментальних компліментів такою ознакою виступає *стереотипний варіант зміни поведінки* партнера по спілкуванню, що визначає конкретний зміст соціальної цілі, якій підпорядкований даний ІАК.

Етикетні ж компліменти не можуть класифікуватися за цією ознакою, оскільки усі вони, як і усі інші мовленнєві дії, завжди спрямовані на одну й ту саму соціальну ціль: збереження неантагоністичних стосунків між комунікантами. Релевантною характеристикою етикетних компліментів, яка дозволяє виділити різні типи КСД всередині цього класу, є їхня жорстка закріпленість за *стереотипними ситуаціями спілкування* і їхнє включення до складу певних етикетних мовленнєвих ходів.

2.3.1. ЕТИКЕТНІ КОМПЛІМЕНТИ.

Охарактеризуємо ситуації, в яких правила етикету, або, кажучи інакше, правила нормативної ввічливості, в англійських культурах досить суворо приписують уживання компліменту, і перелічимо ситуативні види етикетних дій (мовленнєвих ходів), до складу яких входять ІАК.

1. *«Реакція на елемент новизни»*. Ви повинні обов'язково сказати комплімент партнерові по спілкуванню, якщо у його зовнішності або серед його речей з'явилося щось нове, наприклад, зачіска, вуса або борода, одяг, меблі, автомобіль. Це необхідно зробити незалежно від вашої дійсної оцінки зміни зовнішності або нового придбання (подобається чи не подобається) і вашого ставлення до цієї події (зраділи ви чи не зраділи).

(57) *«Now come and see our other acquisition!»*

«Oh, yes» I said. «I see.»

«Our today equivalent,» said Roger, «of an eighteenth-century landscape painting» (He must have got that from some art magazine).

«It's like looking down on the Himalayas from a low-stationed satellite,» I said, not allowing myself to be outdone. (Not that I had any experience of looking down on the Himalayas from a low-stationed satellite, either).

«That's right!..»

«We don't plan on making it as permanent as the Himalayas,» Roger said.

«But it's striking while it lasts.»

«That's right» (W. Cooper)

Як зазначають Н. Вулфсон і Дж. Мейнз [258: 398], в подібних ситуаціях експектації компліменту настільки сильні, що їхнє невиконання може бути сприйнято як вираження несхвалення. Вони описують випадок, коли жінка, що вдягнула нову сукню, у бесіді зі своєю подругою висловила припущення, що деяким їхнім спільним знайомим її сукня, напевне, не сподобалася, оскільки вони нічого не сказали з цього приводу.

Іноді людина, що очікує комплімент, може сама поставити своєму співрозмовнику відповідне питання:

(58) *...Ludens senior asked his son if he liked the moustache, which was new. Ludens who thought it messily disfigured a*

handsome face, said it was fine. He mentioned Einstein, hoping that was tactful (Murdoch)

2. «Вечірка» На вечірках (cocktail parties) комплімент незмінно входить до ритуалу привітання при тому, що формули привітання як такі (Hi! Hello!) нерідко опускаються:

(59) *«Rose!» screamed Lily, «What a perfectly scrumptious dress! You always get it right! So simple, so absolutely you!»*

«You look lovely,» said Rose, «rather oriental. I adore those trousers» (Murdoch).

Н. Вулфсон [256] обращает внимание изучающих английский язык на то, что в подобных ситуациях употребление одного лишь приветствия, без комплимента маловероятно.

Н. Вулфсон [256] звертає увагу вивчаючих англійську мову на те, що в подібних ситуаціях вживання лише привітання, без компліменту, малоімовірно.

3. «Зустріч після довгої розлуки. Під час зустрічі друзів, родичів, знайомих, колег, які не бачились протягом довгого часу, за привітанням практично завжди слідує комплімент:

(60) *Elizabeth came in carrying in her arms a baby girl.*

«Oh John!» she said. She settled the baby in the father's lap. «It's grand to see you. I'm awfully glad you could come». . .

«You've hardly changed at all,» Elizabeth said, «but it has been a long time.»

«Eight years.» (McCullers)

(61) *Harry carefully greets Judith and Pru. . .*

«What a pair of beauties,» he says now of the mother and daughter...

She says, slanting, to mask the initial awkwardness when they meet, «You're looking good, Harry. The sunny south agrees with you.» (Updike)

4. «Вираження вдячності». У ситуаціях, коли потрібно якимось чином відреагувати на зроблену для вас послугу, виявлену про вас турботу (мова переважно йде про сферу побуту), комплімент замінює формули вдячності, будучи найбільш прийнятним способом подякувати комусь.

(62) *«I'll have it» said Tod, forking up the two pieces of chicken, «You've excelled yourself as usual Jonty.» (J. Cooper)*

Згідно з думкою Н. Вулфсон, ключовим фактором, що зумовлює таку мовленнєву поведінку, є рольові експектації. «У більшості традиційних американських сімей вважається, що дружина повинна готувати їжу, це входить до кола її прямих обов'язків. Тому подяка за цю її послугу з боку чоловіка і дітей була б не зовсім доречною. Оптимальним вираженням вдячності у такій ситуації буде комплімент з приводу того, що їжа смачна. Аналогічно, можна часто почути, як відвідувачі ресторану говорять компліменти його власнику (або офіціанту — прим. моя) з приводу блюд, що були подані, замість того, аби дякувати за них» [256: 88]:

(63) *«Absolutely heavenly sole», said Hester to the waiter, when he returned with Julian's cold salmon, «And wonderful tomato salad, and spiffing tartar sauce .»*

The waiter gave her an almost imperceptible wink.

«Thank you, madam,» he said solemnly. (J. Cooper)

Н. Вулфсон як ще один приклад описує випадок, коли дівчина, повернувшись додому і побачивши, що її подруга прибрала квартиру, яку вони разом наймали, сказала їй кілька компліментів, але жодного разу «Дякую».

До цієї ж категорії мабуть слід віднести стандартну ситуацію, яку умовно можна назвати «У гостях». До рольових обов'язків господині входить приготування частування, прибирання помешкання; крім того вона повинна мати гарний вигляд: мати красиву зачіску, бути нарядно вдягненою. Від гостей же, господаря, у свою чергу, чекає, що вони оцінять її старання, висловлять їй свою вдячність у компліментах. Якщо експектації господині не будуть виконані, це дуже засмутить її. Підтвердженням сказаному може слугувати уривок з оповідання Д. Вест «The Richer, the Poorer». Літня жінка (Lottie) ретельно готувалася до приїзду своєї сестри (Bess), що залишилася без засобів до існування. Лотті була дуже розчарована, не почувши від Бес жодного компліменту:

(64) *«Oh Lottie, it's good to see you ,» Bess said, but saying nothing about Lottie's splendid appearance. Upstairs Bess, putting down her shabby suitcase, said, «I'll sleep like a rock tonight,» without a word of praise for her lovely room. At the lavish table top-heavy with turkey, Bess said, «I'll take light and dark both», with no marvelling at the size of the bird, or that there was*

turkey for two elderly women, one of them too poor to buy her own bread.

5. «Прийняття подарунку». До етикетних ми також відносимо компліменти, що супроводжують формули подяки у відповідь на піднесений подарунок:

(65) *Lush (shyly). Well, you see, the fact is, Colonel, I've... I've got a present for you (He takes a cigar from his pocket and hands it to Roote). This is it.*

Roote. I say! That looks a fine one.

Lush. Just a little token, sir.

Roote. Well that's a very nice thought, Lush my lad. I'm deeply gratified.

Lush. I'm glad you like it, sir.

Roote (beaming). Yes, very nice. I shall smoke it before I go to bed. (Pinter)

Вибираючи подарунок, ми, з одного боку, покладаємося на свій смак, а, з іншого, хочемо, щоби річ відповідала смаку того, кому вона призначена. Тому, коли ми даруємо щось, то, природно, хочемо переконатися у схожості смаків, тобто очікуємо почути позитивний відгук щодо подарунку. У такій ситуації той, хто отримав подарунок, аби не засмутити того, хто дарує, зобов'язаний виконати його експектації, сказавши йому комплімент з приводу подарованої речі:

(66) *She was, frankly, disappointed with the size of the sapphire in the ring he gave her when the baby was born. She placed it on her finger, looked and looked at it, and looked again, holding her hand at one angle and then another.*

«It's just not me», she said, taking it off.

He was crestfallen, she could see that, and she sought quickly to make up. «But the flowers, my darling, the orchids are so lovely, and we have our wonderful son.» (Dunne)

6. «Поздоровлення». Ще одною типовою ситуацією, в якій постійно вживається комплімент, є поздоровлення:

(67) *«Congratulations, Roscoe,» Philip Johannsen, president of Mid Continent Rubber said, «you've really moved this bank into the big league. More power to you, fella...»*

Harold Austin, who had heard the exchange, winked knowingly. «Our little trip paid off You "re riding high....»

Even Leonard L. Lingswood... had a good word as he passed by. «Hear you coralled Supranational, Roscoe. That's first class business.»

Other directors were equally complimentary (Hailey).

Вулфсон і Мейнз [258] зазначають, що в американській культурі приводом для поздоровлень і компліментів можуть бути навіть незначні досягнення, удачі або успіхи.

Пояснюючи, що стало причиною невдоволення одного з учасників конференції, який поскаржився своєму другові на те, що ніхто не відгукнувся позитивно про його доповідь, вони пишуть: «У нашій країні люди настільки звикли до того, щоб постійно чути від друзів і колег слова схвалення з приводу їхніх смаків, здібностей, прийнятих рішень, що за їх відсутності ми відчуваємо явний дискомфорт» [258: 399].

Отже, ми виділяємо 6 типів етикетних компліментів, що співвідносяться з переліченими *стереотипними ситуаціями спілкування*: «Реакція на елемент новизни», «Вечірка», «Зустріч після довгої розлуки», «Вираження вдячності», «Прийняття подарунку», «Поздоровлення».

2.3.2. ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ КОМПЛІМЕНТИ.

Через те, що компліментарні висловлювання представляють одну з форм реалізації позитивної ввічливості [77; 175; 248], головною функцією компліменту є встановлення / підтримання солідарності між комунікантами [258]. Дана функціональна особливість компліменту дає змогу мовцю включати його до складу мовленнєвих ходів, соціальними цілями яких є певні стереотипні зміни поведінки партнера по спілкуванню. Розглянемо різні типи інструментальних КСД.

1. «Встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин». У спілкуванні малознайомих людей комплімент дозволяє мовцю виявити своє дружнє ставлення до адресата, дати йому зрозуміти, що він є цікавим і симпатичним для мовця і тим самим прихилити його до себе.

(68) *«Won't your wife be upset?»*

«I'm not married. I was, but I'm afraid university life was rather confining for her».

«I'm sorry.»

«She's not She married an acrobat. Can you imagine? From the academic groves to the rarefied heights of alternating trapezes. We're still good friends.»

«I think it would be difficult not to be friendly with you .»

«Oh, I'm a terror in the lecture room. A veritable lion.» (Ludlum)

Говорячи комплімент своєму доброму приятелю або приятельці, показуючи йому (їй), що ви помічаєте, цінуєте його (її) успіхи, радієте їм, ви піднімаєте йому (їй) настрій, створюєте сприятливу атмосферу спілкування:

(69)(Freddy to Janet)

«You've lost some weight, that's a shrewd move. For a while there you had something bunchy happening under your chin. You know, honey, you're a fantastic piece.» (Updike)

2. «Умовляння». Досить часто комплімент говорять з метою здійснити такий вплив на адресата, в результаті якого він діяв би відповідно до інтересів мовця.

Герой роману А. Хейли «The Money Changers», президент великої компанії, пропонує свою підтримку й співробітництво Хейварду Роскоу, і комплімент у даному випадку представляє собою частину складного мовленнєвого ходу, що складається з кількох різних мовленнєвих актів (обіцянка-пропозиція, твердження), мета якого — переконати адресата прийняти пропозицію мовця.

(70) «You're a top flight comptroller, the best numbers and money man I know anywhere. And any day you get an urge to move over here with Northam, with a fatter pay-check and a stock option, I'll shuffle my own people and put you at the top of our financial pile. That's an offer and a promise. I mean it.»

3. «Заохочення». Дану типізовану ціль, для досягнення якої в англомовних культурах вживається комплімент, ми, слідом за Н. Вулфсон [256] розуміємо як заохочення, «підсилення» бажаної для мовця поведінки адресата (reinforcing desired behavior). Прикладом такого вживання компліменту є висловлювання дорослих, що містять позитивну оцінку і виражають схвалення, задоволення, захоплення, на адресу дітей, які гарно поведуться, роблять те, про що їх просять:

(71) /Дідусь — онучці/:

«...In fact, I have a fun job for you.»

«What's that?...»

«Sing to me.»

(She sings)

«Nice, Judy»... «Terrific. You were really getting into it.»(Updike)

Під час спортивних ігор нерідко можна почути оклики гравців типу «Good shot!», адресовані їхнім товаришам по команді на знак схвалення, щоб закликати їх продовжувати так само.

Використання компліменту як заохочення дуже поширено у викладацькій практиці. Н. Вулфсон [256: 87-88] пише з цього приводу: «...стиль викладання, що базується на заохоченні (і компліментах), який є таким звичним тут, може дещо шокувати представників інших культур. В американському контексті такі висловлювання залишилися б непоміченими:

«You know something, Marc, you did a beautiful job» (адресат — восьмирічний хлопчик

«You handled that lesson superbly» (викладач — студенту).

«That was outstanding. The theory was well presented and the examples were marvelous» (викладач — студенту).»

4. «Соціальне змащування» До класу інструментальних ми також відносимо компліменти, які мовець використовує як так зване «соціальне змащування» (social lubricant — [256]) для пом'якшення критики або претензій, що пред'являються адресату, коли необхідно зберегти гармонію взаємовідносин між комунікантами:

(72) I felt sorry for Estelle... She was definitely overdressed for such an informal gathering as this was. What made it worse was Mrs Klausner's... insistence that Estelle stand up to have her jacket admired. «The dress is nice. A little too plain for my taste, but the jacket is adorable! That intricate embroidery! It looks almost as though it were handmade.» (Tushnet)

Подібне «змащування» застосовується і тоді, коли один з комунікантів у чомусь завинив перед партнером по спілкуванню і намагається заглидити свою провину як, наприклад, один з героїв роману Дж. Апдайка «Couples», що вирішив розірвати стосунки з коханкою, яка набридла йому:

(73) «OK, forget it. Truth will out, it may be best You're a good woman. A loyal wife and dutiful mother».

«Piet, I wasn't right for you, was I? I thought we were so good, but we weren't».

«You were a gorgeous piece of ass,» he told her patiently. «You were too good. You made it seem too easy and right for my warped nature. Please forgive me,» he added, «if I ever hurt you. I never meant it.»

5. «Психологічна підтримка». Зібраний нами матеріал свідчить про те, що ІАК може використовуватися для надання психологічної допомоги і підтримки (див. [31]) адресату, що зневірився у собі, у своїх силах і здібностях, і дає тому численні підтвердження:

(74) Robert. I agree with you. I am a very foolish publisher.

Jerry. No you're not. What are you talking about? You're a good publisher. What are you talking about? (Pinter).

(75) Fergus had divined how afraid she was of the doll-mask and had dealt with it in his own way,...quoting Yeats at her in Irish voice. Never shall a young man Thrown into despair By those great honey coloured Ramparts at your ear Love you for yourself alone And not your yellow hair.

«You should be ashamed to believe that,» said Fergus, «and you're so wise and clever about every other thing my dear.» (Byatte)

6. «Маніпуляція ходом розмови». Це умовне позначення має на увазі, що ІАК може використовуватися як інструмент, що дозволяє мовцю контролювати хід розмови, варіювати його тему. Як зазначають Вулфсон і Мейнз, (258: 397), «складовою частиною мистецтва small talk є вміння запропонувати нейтральну тему розмови, що дало б змогу людям приємно поспілкуватися, не торкаючись питань, які могли б комусь із співрозмовників здатися надто особистими». Комплімент як раз і є чудовим засобом розпочати бесіду на нейтральну тему:

(76) Tennyson climbed in behind the wheel; the Welshman opened the rear door and put the luggage inside. Within minutes they passed the airport gates and were on the highway to London.

«Did you have a good trip?» asked the Welshman. «A busy one.» «I read your article about Bahrain. Most amusing.»

«Bahrain's amusing. The Indian shop keepers are the only economists on the archipelago.» (Ludlum)

За допомогою компліменту мовець може не тільки задати тему на початку розмови, але й змінити її у будь-який момент, даючи зрозуміти співрозмовнику, що обговорення даного питання є небажаним для мовця:

(77) «You know, Junior, people always joke and say that Alice wants you to marry Princess Margaret. You see, I think she's serious, only I think she wants you to marry Princess Elizabeth and become the next king of England, or whatever her husband will become.»

«That's a nice shirt Brats,» said Junior, not wanting to talk about it any more, now that his exuberance was spent.

«Had it made,» answered Bratsie, glad for a reprieve, looking down at the maroon-and-white-striped monogrammed shirt with white collar and cuffs.

«Expensive?»

«Not for us.»

They laughed. (Dunne)

Іноді комплімент говорять наприкінці розмови, коли її тема вже вичерпана, оформлюючи таким чином завершення спілкування:

(78) «That's a beautiful dress,» Pamela said to end the conversation pleasantly. «Is it new?»

«Thank you, dear,» Mrs Nudd said. «Yes, it is new.»

«It's a beautiful color,» Pamela said... (Cheever)

Отже, клас інструментальних компліментів складається з 6 типів умовно позначених нами як «Встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин», «Умовляння», «Заохочення», «Соціальне змашування», «Психологічна підтримка», «Маніпуляція ходом розмови».

2.3.3. КОМПЛІМЕНТИ ПРОМІЖНИХ ТИПІВ.

Перелічивши загалом 12 типів компліментів, що утворюють два великих класи — етикетні та інструментальні компліменти, ми залишили поза полем зору ще три типи компліментів, які не входять до жодного з класів.

1. «Привітання». До типу «Привітання» ми відносимо компліменти, які супроводжують формули привітання (за

виключенням ситуацій «Вечірка», «Реакція на елемент новизни», «Зустріч після довгої розлуки») або замінюють їх.

(79) ...*The door opened and there stood X, his face sparkling with welcome...*

«*Xavier, how well you look!*»

«*You, James, look perfectly splendid!*» He held out his hand.
«*Come in.*» (W. Cooper)

2. «Знайомство» До цього типу відносяться компліменти, сказані у ситуації знайомства з людиною, про яку мовцю відомо щось, що заслуговує позитивної оцінки.

(80) *In the operating room there were whispered introductions: «Dr Remington, Dr Mitty. Mr Pritchard — Mitford, Dr Mitty.»*

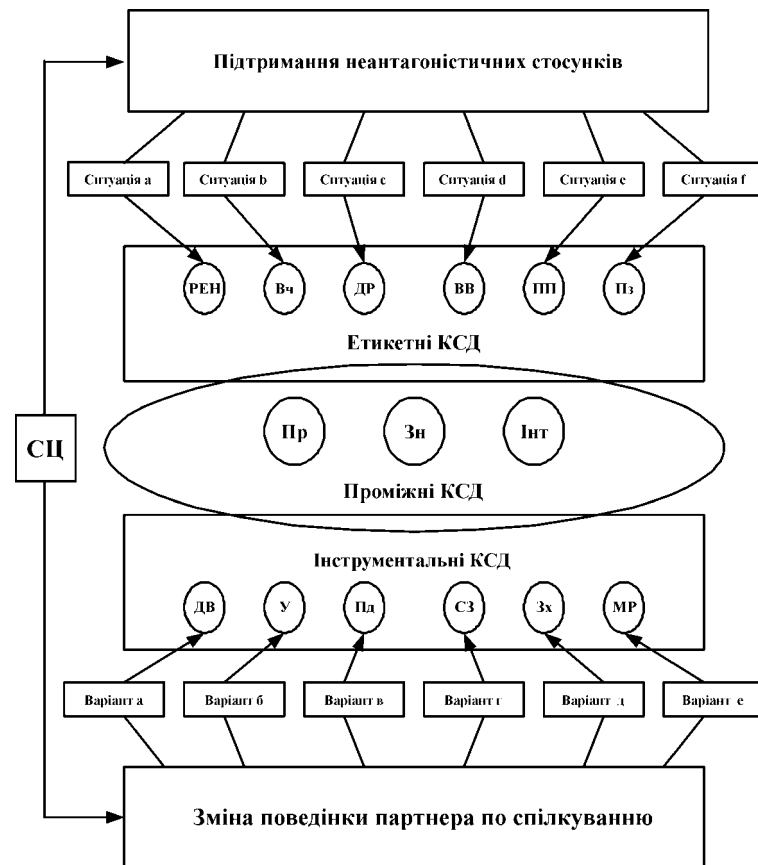
«*I've read your book on streptothricosis,*» said Pritchard — Mitford, shaking hands. «*A brilliant performance, sir.*» «*Thank you,*» said Walter Mitty (Thurber).

3. «Інт ні компліменти» це тип компліментів, які є незмінним атрибутом інтимного спілкування представників англомовних культур

(81) *And later still, they held each other, sharing the warmth from their bodies and the fire. At last Margot stirred. «I've said it before and I say it again. You "re a delicious lover.»* (Hailey)

Три типи компліментів, умовно названі нами «Привітання», «Знайомство» та «Інтимні компліменти», неможна віднести до жодного з виділених класів, виходячи з таких міркувань. Усі вони, з одного боку, стійко закріплені за стереотипними ситуаціями спілкування, що свідчить про їхню певну схожість з етикетними діями, втім, з іншого боку, їх уживання у цих ситуаціях з точки зору етикетних приписань не є обов'язковим.

Воно зумовлено не прагненням мовця дотриматись суворих правил етикету, а його прагненням тим чи іншим чином вплинути на поведінку адресата, що дає підстави розглядати такі компліменти як інструментальні. У зв'язку з цим ми гадаємо, що три зазначені групи компліментів слід вважати проміжними, такими, що належать до межової зони, яка відокремлює клас етикетних компліментів від класу інструментальних компліментів. Запропонована класифікація КСД схематично зображена на мал. 2.1. (с. 86)



Умовні позначення РЕН - «Реакція на елемент новизни»; Вч - «Вечірка»; ДР - «Зустріч після до вгоїр озлуки»; В В - «В ираження вдячності»; ПП - «При йняття подар унку»; Пз - «Поздоровлення»; Пр - «Привітання»; Зн - «Знайомство»; Інт - «Інтимні компліменти»; ДВ - «Укріплення дружніх взаємовідносин»; У - «Умовляння»; Пд - «Психологічна підтримка»; СЗ - «Соціальне змашування»; Зх - «Заохочення»; МР - «Маніпуляція ходом розмови».

«Саркастичні компліменти» (Left-Handed Compliments).

В окрему категорію ми виділяємо так звані «сумнівні компліменти», розуміючи під ними непрямі мовленнєві акти з іллокуцією глузування, докору, засудження, ображення і т. п., які мають таку мовну структуру, що звичайно співвідносяться з іллокутивною силою компліменту, з іллокутивною ціллю виразити позитивний ІС мовця відносно адресата і

його намір / бажання / прагнення доставити адресату задоволення:

(82) *«You know,» Ben said, «I wonder about that. Forbidding intercourse during pregnancy. I suspect it will turn out to be more pseudomedical superstition, like not breast-feeding because it wasn't sanitary, which they sincerely believed in the thirties. I made Irene breast-feed, and she's grateful.»*

(83) *«You're a wonderful husband, Ben,» Piet said. «Now you're making her work and she's grateful again.»*

Bea put her hand, trembling, on his forearm. «Now don't be sarcastic to Ben, just because you yourself are embarrassed. . .» (Updike)

Хоча традиційно лінгвісти [61; 256] розглядають «саркастичні компліменти» як один з випадків уживання компліменту, як одну з його соціальних функцій, особливу стратегію, через яку можна певним чином вплинути на адресата, ми вважаємо такий підхід не зовсім коректним. «Саркастичні компліменти» по суті не є компліментами. Їхня іллокуція принципово відрізняється від іллокуції звичайних компліментів, і вплив, що здійснюється через них на адресата, прямо протилежний впливу, що мають звичайні компліменти.

У всіх 15 описаних нами випадках уживання компліменти виражають позитивне ставлення мовця до адресата. Тому, на наш погляд, було б цілком нелогічно ставити «саркастичні компліменти», що виражають негативне ставлення до адресата, у один ряд з ними, розглядати це явище як 16-й випадок уживання компліменту.

ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 2

Розглянутий з позицій діяльнісного підходу комплімент являє собою складне поєднання дій спрямованих на якісно різні комунікативні цілі: іллокутивні, перлокутивні та соціальні.

Іллокутивні цілі компліменту полягають у тому, щоби

(1) виразити позитивний інтенціональний стан мовця, репрезентативний зміст якого складає експліцитне або імпліцитне оцінне судження;

(2) виразити намір / прагнення / бажання доставити задоволення адресату;

(3) виразити позитивне ставлення до адресата.

ІА комплімента относится к классу экспрессивов (по Серлю). Особенности, отличающими его от сходных с ним другими видами экспрессивов (в частности похвалы, одобрения, восхищения), являются следующие:

ІА компліменту належить до класу експресивів (за Серлем). Особливостями, що відрізняють його від схожих з ним інших видів експресивів (зокрема, похвали, схвалення, захоплення) є такі:

(1) додаткові іллокутивні цілі «виразити намір / прагнення / бажання доставити задоволення адресату» і «виразити позитивне ставлення до адресата»;

(2) компонент іллокутивної сили «безпосередній зв'язок об'єкта позитивної оцінки, що складає пропозиційний зміст висловлювання, з адресатом».

(3) більш широкий спектр ІС мовця, що виражаються (не тільки схвалення і захоплення, але також повага, симпатія, любов, прихильність, насолода, задоволення тощо).

За способом реалізації ІАК підрозділяються на прямі й непрямі. До прямих відносяться ІАК, в яких оцінне судження, що складає їхній пропозиційний зміст, виражене експліцитно через конвенціоналізовані формули. Серед непрямих віділяються власно непрямі та імпліцитні ІАК. До власно непрямих відносяться компліменти, реалізовані через висловлювання, в яких і об'єкт позитивної оцінки, і оцінний предикат виражені експліцитно, але при цьому (а) висловлювання має форму питального речення, (б) оцінне судження не вичерпує пропозиційний зміст висловлювання. До імпліцитних відносяться: (а) ІАК, у пропозиційному змісті яких імпліцитно виражається хоча б один із складників позитивно-оцінного судження (об'єкт позитивної оцінки або оцінний предикат) або ж оцінне судження як таке; (б) висловлювання, в яких зв'язок між об'єктом позитивної оцінки і оцінним предикатом не є предикативним.; (в) висловлювання, в яких об'єкт позитивної оцінки відноситься не (або не лише) до «безпосереднього», але до «по-

бічного» адресата, (г) висловлювання, в яких мовець не є автором позитивно-оцінного судження, що складає пропозиційний зміст.

ІАК слід вважати нещирим тоді, коли хоча б одне з виражених ІС не відповідає дійсному, а також коли позитивне оцінне судження, що складає пропозиційний зміст, не відповідає реальній оцінці.

Перлокутивна ціль компліменту полягає в тому, щоби викликати в адресата позитивну емоційну реакцію, доставити йому задоволення. Вплив, що здійснюється на адресата компліменту, базується на задоволенні життєво важливої потреби бути визнаним і належно оціненим іншими людьми. Якість перлокутивного ефекту, а відповідно, і успішність ПА, зумовлені такими аспектами ІАК як об'єкт позитивної оцінки, соціально-рольові статуси комунікантів і характер взаємовідносин між ними, обставини, за яких здійснюється ІАК.

У випадку перлокутивних ланцюгових реакцій ПА компліменту може слугувати «знаряддям» здійснення інших ПА, зокрема, утішання, заспокоєння, підбадьорювання тощо.

ПА компліменту можуть бути не тільки інтенціональними (навмисними), але й неінтенціональними (ненавмисними). Неінтенціональні ПА компліменту мають місце у ситуаціях, коли позитивна реакція адресата викликана висловлюванням не входила до цілей мовця.

КСД підрозділяються на два основні класи: етикетні та інструментальні. Класифікаційним критерієм виступає характер соціальної цілі компліменту. Загальна соціальна ціль усіх етикетних компліментів полягає у підтриманні неантагоністичних стосунків між комунікантами, тоді як ціллю інструментальних компліментів є зміна поведінки партнера по спілкуванню.

Головною ознакою, за якою класифікуються етикетні компліменти, є їхня стійка закріпленість за *стереотипними ситуаціями спілкування*. На підставі цієї ознаки у МП британців і американців виділяються 6 типів етикетних КСД, умовно названих: 1) «Реакція на елемент новизни», 2) «Вечірка», 3) «Зустріч після довгої розлуки», 4) «Вирження вдячності», 5) «Прийняття подарунку», 6) «Поздоровлення».

Стереотипний варіант зміни поведінки партнера по спілкуванню виступає як критерій виділення 6 типів *інструментальних* КСД, що зустрічаються у МП британців і американців: 1) «Встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин», 2) «Умовляння», 3) «Заохочення», 4) «Соціальне змашування», 5) «Психологічна підтримка», 6) «Маніпуляція ходом розмови».

Три типи компліментів, умовно позначені нами 1) «Привітання», 2) «Знайомство» та 3) «Інтимні компліменти», не входять до жодного з класів, оскільки вони суміщають у собі ознаки як етикетних (закріпленість за стандартною ситуацією спілкування), так і інструментальних (спрямованість на зміну поведінки адресата) компліментів.

В окрему категорію, що стоїть за межами даної класифікації, виділяються так звані «саркастичні компліменти» (*left-handed compliments*). Вони є непрямими МА з іллокуцією глузування, докору, засудження, ображання тощо, і мають структурно-семантичні параметри, що звичайно співвідносяться з іллокутивною силою компліменту. Принципова відмінність цих МА від компліментів усіх описаних вище типів полягає в тому, що вони виражають негативне ставлення мовця до адресата.

РОЗДІЛ 3

СТРУКТУРНО—СЕМАНТИЧНІ, ПРАГМАТИЧНІ ТА ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛІМЕНТІВ ЯК МОВЛЕННЄВИХ ВЧИНКІВ

Поставлена у даному дослідженні мета вивчити комплімент як одиницю МП британців і американців, тобто як мовленнєвий вчинок, передбачає подвійний підхід до інтерпретації цього явища: розглядання ІАК як вихідного матеріалу для аналізу, з одного боку, і як похідних продуктів, що є результатом здійсненого мовцем відбору мовних засобів досягнення тих чи інших соціальних цілей — з іншого.

Якщо на першому етапі дослідження основна увага зосереджується на виділенні типів компліментів-соціальних дій, то на другому етапі аналіз спрямований на виявлення найбільш чітко виражених структурно-семантичних, прагматичних етнокультурних особливостей притаманних кожному з виділених типів.

3.1. ЯКІСНО-КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИХ І ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РІЗНИХ ТИПІВ КОМПЛІМЕНТІВ-СОЦІАЛЬНИХ ДІЙ

При визначенні параметрів аналізу структурно-семантичних і прагматичних особливостей виділених типів КСД ми виходили з таких попередніх спостережень.

Перше. Як зазначалось вище, соціальна дія, що співвідноситься з такою одиницею дискурсу як мовленнєвий хід, може реалізовуватися через більш ніж один ІА. Термін КСД є певною мірою умовним, оскільки ми ним позначаємо не тільки ті випадки, коли один або декілька ІАК самостійно реалізують соціальну дію і виступають в дискурсі як окремий мовленнєвий хід (Х), але також випадки, коли один або декілька ІАК реалізують соціальну дію у поєднанні з

ІА інших видів і, відповідно, виступають у дискурсі як мовленнєвий акт (МА) мовленнєвий крок (К). КСД першого типу умовно назовемо «самостійними», КСД другого типу — «несамостійними». Мовленнєві ходи й кроки, що складаються з двох, трьох, чотирьох ІАК, позначимо «Х2», «Х3», «Х4» і «К2», «К3», «К4» відповідно.

Второе. В различных ситуациях в зависимости от того, какую цель преследует говорящий, он выбирает различные объекты, в отношении которых он выражает свои положительные оценки, чувства и эмоции.

Друге. У різних ситуаціях залежно від того, яку ціль переслідує мовець, він обирає різні об'єкти, відносно яких він виражає свої позитивні оцінки, почуття і емоції.

Так, наприклад, в ситуації, коли вас запросили у гості й запропонували спеціально приготовлене до вашого приходу незвичайне частування, ви з метою подякувати господині за її старання виражаєте захоплення, задоволення, насолоду смачною їжею. Якщо ж у такій ситуації ви скажете, наприклад, комплімент з приводу красивих очей господині, ваше висловлювання або вважатимуть недоречним, або розцінять його як непряме вираження негативної оцінки запропонованого вам блюда.

Усе розмаїття об'єктів, відносно яких британці й американці, говорячи компліменти, звичайно виражають позитивні почуття і емоції, було зведено до таких видів: 1) неконкретизована узагальнена сукупність позитивних якостей адресата; 2) зовнішність адресата, тобто (а) фізична форма людини, стан її здоров'я, (б) природні зовнішні дані, (в) її зовнішній вигляд (одяг, зачіска тощо); 3) конкретні вчинки, дії, досягнення, успіхи адресата; 4) окремі особистісні якості адресата; 5) речі, що належать адресату (предмети інтер'єру, автомобіль тощо); 6) їжа, напої, запропоновані адресатом; 7) подарунок, піднесений адресатом; 8) асоційовані з адресатом люди (їхні зовнішність, вчинки, якості характеру тощо).

Третье. Для досягнення одних соціальних цілей мовець удається переважно до конвенціональних засобів вираження іллокуції компліменту, тоді як для досягнення інших

він урізноманітнює форму компліментарних висловлювань, здійснюючи «авторські» непрямі ІАК.

Четверте. У прямих ІАК існує певна взаємозалежність між об'єктом ПО і лексико-синтаксичною моделлю, через яку виражається іллокуція компліменту (аналогічного висновку дійшла Л. О. Кокойло).

Таким чином, при розгляді різних типів КСД ми вирішили зосередити увагу на тому, 1) в якості яких одиниць дискурсу виступають ІАК, що відносяться до даного типу, 2) яке кількісне співвідношення прямих і непрямих ІАК, 3) які об'єкти ВІС є переважаючими для даного типу, 4) яка кількість незбігів об'єктів ВІС з об'єктами ПО, 5) які конвенціональні лексико-синтаксичні моделі переважно використовуються для вираження іллокуції компліменту у різних типах КСД, 6) які види непрямих ІАК зустрічаються найчастіше.

У корпусі проаналізованих нами 610 прикладів КСД «етикетні» склали 14,8%, «проміжні» — 8,7%, «інструментальні» — 76,5% (див. табл. 3.1 с. 112). Очевидно, що у МП британців і американців переважають компліменти, що відносяться до сфери не нормативної, а інструментальної ввічливості.

Таке співвідношення можна пояснити тим, що у реальному житті ситуації, в яких комплімент приписується правилами етикету, виникають рідше, ніж ситуації, коли мовець сам вважає за необхідне здійснити роботу зі звеличення лиця (face-appointing work) адресата. Найчастіше, у 38,4% випадків, безпосередньої соціальною ціллю, на яку спрямований ІАК, є встановлення або укріплення дружніх стосунків з адресатом.

У дискурсі КСД реалізуються у вигляді різних одиниць.

В цілому «самостійні» КСД менше (майже на 10%) поширені, ніж «несамостійні» (див. табл. 3.2 с. 113).

Однак всередині виділених нами класів простежуються зворотні співвідношення, а саме: якщо серед інструментальних КСД «самостійних» майже у 1,5 рази *менше*, ніж «несамостійних», то серед етикетних перших у 1,5 рази *більше*, ніж останніх. Дана відмінність зумовлена, на наш погляд тим, що етикетний характер ситуації, її стандартність доз-

воляє мовцю через компліментарне висловлювання крім іллокуції компліменту виразити іншу іллокутивну силу (як правило, привітання або подяки). І тому мовець замість того, щоб здійснити ту чи іншу СД двома різними ІА, один з яких — комплімент, здійснює її одним полііллокутивним актом з домінуючою іллокуцією компліменту.

Найбільшу питому вагу мають КСД, що виступають у дискурсі у вигляді МА (39,3%) і Х (34,6 %), тобто реалізовані через один ІАК. Практично в усіх типах спостерігається така закономірність: чим складніше КСД, тим рідше він зустрічається.

Досліджені нами 610 КСД були реалізовані 826 ІАК. Таким чином, в середньому 1 КСД реалізується через 1,4 ІАК. Варіювання даного значення від типу до типу є незначним.

Намагаючись у ході дослідження виявити характер зв'язку між соціальною ціллю і формою конвенціалізованого КВ, що реалізує даний КСД, ми дійшли висновку про те, що соціальна ціль є головним детермінуючим фактором, але визначає мовну форму висловлювання (або користуючись термінами ТМД, спосіб реалізації дії) не сама по собі, а у сукупності з умовами, за яких ця ціль ставиться. Крім того ця детермінація не є безпосередньою, а опосередковується через об'єкт, щодо якого мовець виражає свої позитивні емоції.

Аналіз виділених типів КСД з точки зору об'єктів ВІС дозволив виявити ще одну суттєву відмінність між етикетними та проміжними типами КСД, з одного боку, та інструментальними — з іншого. Якщо загальною особливістю перших є достатньо жорстка закріпленість певного, конкретного об'єкту ВІС, а отже, і певного набору засобів оформлення висловлювання за кожним з типів, то останні характеризуються широким і різноманітним спектром ВІС, і, відповідно, практично необмеженими можливостями мовного вираження іллокуції компліменту.

Кореляції «соціальна ціль — об'єкт ВІС — лексико-синтаксична модель», притаманні етикетним і проміжним КСД, наведені у табл. 3.3 с. 114.

Таке явище як незбіг об'єкту ПО і об'єкту ВІС серед етикетних КСД спостерігається дещо частіше (пор. 16% і 11,2%) , ніж серед інструментальних КСД (див. табл. 3.4

с. 114). Типами, що відрізняються значно підвищеним вмістом ІАК, у яких об'єкт ВІС не збігається з об'єктом ПО, є «Заохочення» (47,7%) і «Вираження вдячності» (34,3%).

У МП носіїв англійської мови КСД реалізуються конвенціональними формулами, тобто прямими ІАК, у тричі частіше, ніж непрямыми (див. табл. 3.5 с. 115). Етикетні КСД, як і слід було чекати, понад у двічі рідше, ніж інструментальні реалізуються через непрямі ІАК.

Найбільшу питому вагу непрямі ІАК мають у таких типах як «Зустріч після довгої розлуки» (44,4%), «Встановлення і укріплення дружніх взаємовідносин» (32,7%), «Психологічна підтримка» (32,6%). Важливо зазначити, що непрямі ІАК, які реалізують етикетні КСД, як правило, здійснюються у поєднанні з прямими ІАК.

Несподіваним на перший погляд може здатися той факт, що серед видів непрямих ІАК переважають ІАК з імпліцитно вираженим оцінним судженням, тобто найважчі для розпізнання адресатом (50,3%) (див. табл. 3.6 с. 116). Можна припустити, що виявлене таким чином прагнення мовців якомога далі відійти від кліше й шаблонів пов'язане з їхнім бажанням завірити співрозмовника у своїй щирості. Нагадаємо, що незважаючи на важливу перевагу компліментів-формул, яка полягає у їхній доступності для розуміння, вони в той же час мають один суттєвий недолік: стереотипні, постійно повторювані висловлювання можуть викликати в адресата сумнів у щирості мовця [258: 406]. Другим за поширеністю видом непрямих ІАК є ІАК з імпліцитно вираженим оцінним предикатом (20,6%).

Власне непрямі ІАК зустрічаються набагато рідше (8,5%), ніж імпліцитні.

3.2. ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ КОМПЛІМЕНТІВ БРИТАНЦЯМИ І АМЕРИКАНЦЯМИ

Дуже важливим складником опису компліменту як одиниці МП є розкриття культурно-специфічних особливостей його уживання.

Національно-культурна специфіка МП — це сфера, яка протягом останніх десятиліть привертає все більшу увагу

лінгвісти, які вивчають проблему співвідношення мови і культури. Звертаючись до цієї сфери, дослідник має пам'ятати про те, що, по-перше, для виявлення національно-культурних особливостей МП недостатньо вказати ти чи інші його характерні риси; опис повинен мати порівняльний характер — тільки тоді стане ясно, чим саме одна лінгвокультура відрізняється від іншої, і, по-друге, в залежності від того, з якими культурами зіставляється дана культура, її специфіка може набувати зовсім різних відтінків.

Виходячи з цього, ми визнали за необхідне притягнути до нашого дослідження приклади уживання компліменту представниками російськомовної культури (350 КСД).

Проведений порівняльний аналіз зосереджений переважно на зумовленості деяких особливостей уживання компліменту етнокультурними факторами (традиціями, звичаями, правилами етикету, ідеалами, цінностями тощо). Представники вітчизняної етнопсихолінгвістики О. О. Леонтьєв, Є. Ф. Тарасов, Ю. О. Сорокін, О. М. Шахнарович та ін. [82; 83; 156] представляють національно-культурну специфіку мовленнєвого спілкування, як таку, що складається із системи факторів, які зумовлюють відмінності в організації, функціях, і способі опосередкування процесів спілкування, характерних для даної лінгвокультурної спільноти. Ці фактори «докладаються» до процесів спілкування на різних рівнях їх організації і мають різну природу, але у процесах спілкування вони взаємопов'язані й переплетені з іншими факторами, що зумовлюють і формують ці процеси, передусім факторами власно мовними, психолінгвістичними і загальнопсихологічними. Їх найбільш загальну класифікацію дав О. О. Леонтьєв [83: 9-10].

3.2.1. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВЖИВАННЯ КОМПЛІМЕНТУ В АНГЛОМОВНИХ (БРИТАНСЬКІЙ ТА АМЕРИКАНСЬКІЙ) І РОСІЙСЬКОМОВНІЙ КУЛЬТУРІ.

Порівняльний аналіз проводився за двома параметрами 1) поширеність (співвідношення) етикетних та інструментальних КСД і 2) щирість мовця.

Вибір саме цих параметрів пояснюється такими обставинами. Комплімент як в англомовних, так і російськомовній культурах є складовою частиною мовленнєвого ети-

кету, тобто частиною системи національно-специфічних усталених формул спілкування, прийнятих і приписаних суспільством для встановлення контакту співрозмовників, підтримання й переривання контакту в обраній тональності [123; 6-7; 137: 9; 139]. Однак уживання компліменту як здійснення певного виду соціальних дій при розгляді його з точки зору етикету, що розуміється як сукупність правил поведінки відносно зовнішнього виявлення ставлення до людей [114: 416], демонструє деякі відмінності.

Що ж до другого параметру, ми виходили з того, що щирість — це одна з цінностей культури, яка тісно взаємопов'язана з іншими цінностями: близькістю, щиросердям, люб'язністю тощо [253]. У ієрархії цінностей англомовних (американської та британської) і російськомовної культур щирість займає різне положення. Матеріал дослідження дозволяє досить легко виявити щирість / нещирість мовця. Цьому сприяють коментарі автора, що супроводжують репліки персонажів, а також контекст, який дає досить чітке уявлення про характер дійових осіб і особливості їхніх стосунків. Критерії, за якими ми класифікуємо компліменти як щирі / нещирі розглядалися вище.

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

Максимальна відносна кількість етикетних компліментів і компліментів проміжних типів, тобто таких, що закріплені за стандартними ситуаціями, зафіксовано в американській культурі (25,5%); мінімальна (14,1%) — у російськомовній культурі (див. табл. 3.7 с. 116).

Слід зазначити, що серед прикладів компліментів, узятих з творів російськомовних авторів, відсутні такі, які можна було б віднести до типів «реакція на елемент новизни», «вечірка» й «прийняття подарунку». У зв'язку з цим не можна, звичайно, однозначно зробити висновок, що у російськомовній культурі компліменти у перелічених ситуаціях не вживаються. Помітивши щось нове у зовнішності приятеля, серед його речей або приходячи у гості (що є аналогічним до британської або американської вечірок), представники російськомовної культури також іноді говорять компліменти. Але тут такі компліменти не є обов'язковими

з точки зору правил етикету, а, скоріше, є засобом підтримання дружніх стосунків, тоді як в англомовних культурах вони, подібно до усіх етикетних дій, мають символічний характер, є частиною ритуалу.

Що ж стосується ситуації «прийняття подарунку», то, виходячи зі своїх власних спостережень, ми вважаємо, що у російськомовній культурі компліменти, що говорять у цій ситуації, все ж таки є етикетними, оскільки від людини, якій піднесли подарунок, чекають, що незалежно від того, сподобалася їй річ або ні, вона має відгукнутися про неї позитивно (пор. прислів'я «Дареному коню в зуби не смотрят») і таким чином виразити своє прагнення зробити приємне тому, хто зробив подарунок, тобто існує норма, яка приписує вживання компліментів у даній ситуації. Примітною є та обставина, що у проаналізованих нами художніх творах авторів, що пишуть російською, не було знайдено жодного прикладу «інтимного» компліменту, тоді як у корпусі англомовних прикладів такі компліменти складають близько 4%. Це також можна пояснити етнокультурним фоном: у класичній російській, а пізніше в радянській російськомовній літературі існувало культурне табу на відверті описи інтимних сцен.

Говорячи про інструментальні компліменти, не можна не відмітити, що майже половину з них в усіх трьох культурах складають компліменти типу «встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин». Це ще раз підтверджує думку про те, що саме ця функція компліменту є домінуючою. Разом з тим звертає на себе увагу те, що в американській культурі кількість компліментів, що належать до цього класу, менша, ніж у британській і російськомовній культурах.

Той факт, що в американській культурі кількість етикетних компліментів і компліментів проміжних типів найбільша, а число інструментальних компліментів спрямованих на встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин найменше порівняно з двома іншими культурами, свідчить, на наш погляд, про те, що американці частіше, ніж британці і представники російськомовної культури демонструють у суто *символічній* формі прагнення встановити / підтримати солідарність з партнером по спілкуванню і тим самим виявити інтерес, увагу, повагу до нього, його поглядів,

смаків, думок, але, мабуть рідше *насправді* прагнуть встановити і підтримати дружні стосунки з ним.

Такий низький відсоток компліментів типу «встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин» в американській культурі також можна пояснити тим, що загальне число усіх інших типів інструментальних компліментів у даній культурі перевищує відповідні показники у британській і російськомовній культурах (див. табл. 3.7 с. 116), а це, у свою чергу означає, що американці частіше використовують комплімент для досягнення цілей відмінних від встановлення дружніх взаємовідносин.

3.2.1.2. Співвідношення щирих і нещирих компліментів у культурах, що порівнюються.

Найбільше число нещирих компліментів (25,1%) припадає на американську культуру, найменше (17,1%) — на російськомовну (див. табл. 3. 8 с. 125). Розподіл нещирих компліментів по типах і класах наведений у табл. 3.8 с. 125. Деякі відмінності виявляються у розподілі нещирих компліментів по типах, які можна простежити за допомогою так званого *коефіцієнта нещирості (КфН)*. Під КфН ми розуміємо відношення двох величин N і No , де N — відносна кількість нещирих компліментів даного типу (коли за 100% приймається число усіх нещирих компліментів у даній культурі), а No — відносна кількість усіх компліментів даного типу (коли за 100% приймається загальна кількість компліментів у даній культурі). Значення величин No і N наведені у табл. 3.7 с. 116 і табл. 3.8 с. 117 відповідно.

Розглянемо такий приклад, що ілюструє обчислення КфН типу «психологічна підтримка» у британській культурі. У проаналізованій нами виборці нещирих КСД типу «психологічна підтримка» складають тут 15% від усіх нещирих КСД (див. табл. 3.8 с. 117), тобто $N(Пд) = 15$;

Загальна ж кількість КСД цього типу складає 8 % від числа усіх КСД в цілому тобто $No(Пд) = 8$ (див. табл. 3.7 с. 116). Отже КфН типу «психологічна підтримка» дорівнює

$$КфН(Пд) = N(Пд) : No(Пд) = 15 : 8 = 1,88$$

КфН є своєрідним показником концентрації нещирих компліментів у різних типах. У табл. 3.9 с. 118 указаний

КфН для класів і типів компліментів у культурах, що порівнюються.

З таблиці видно, що в усіх трьох культурах КфН етикетних компліментів і компліментів типу «встановлення / укріплення дружніх взаємовідносин» менше одиниці, тоді як для типів «Умовляння» і «Соціальне змашування» він є більшим одиниці; підвищена питома вага нещирих компліментів переважно спостерігається у типах, що належать до класу інструментальних КСД і проміжної групи. В американській культурі виділяється тип «Заохочення»: його КфН дорівнює 1,25, в той час коли у британській та російськомовній культурах він дорівнює лише 0,26 и 0,18 відповідно. Даний показник узгоджується з наведеними вище словами Вулфсон про те, що американцям притаманно відмічати навіть незначні успіхи колег, друзів, знайомих, і що заохочення як професійний прийом широко використовується американськими педагогами. Британська культура від двох інших відрізняється типом «Пивітання», у якого КфН <1. Це означає, що у ситуаціях повсякденних привітань британці у набагато меншій мірі, ніж представники американської і російськомовної культур, схильні говорити нещирі компліменти.

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

3.2.2. ЕТНОКУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ РЕЛЕВАНТНІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ВЖИВАННЯ КОМПЛІМЕНТУ У КУЛЬТУРАХ, ЩО ПОРІВНЮЮТЬСЯ.

Однією з принципових особливостей англомовних культур (британської та американської) є переважання в них індивідуалістичної орієнтації, ядро якої складає принцип індивідуальної свободи, зокрема, свободи людини у сфері економіки, політики і тієї сфери, що позначається понят-

тям «privacy» [44; 199; 203; 209]. Це слово англосаксонського походження, і в російській, а також інших європейських мовах немає його еквіваленту. Воно часто вживається у повсякденному мовленні і відображає одну з найголовніших цінностей англосаксонської культури.

Вираз «to have privacy» означає приблизно так: «мати можливість робити без стороннього втручання деякі речі так, як людині хочеться, як їй потрібно». З цим поняттям тісно пов'язані право людини мати власну думку, погляди, смаки і обов'язок ставитись до іншої людини як до особистості, яка заслуговує на повагу, рахуватися з її правами, інтересами, думками, поглядами й смаками.

Для порівняння зазначимо, що у радянському суспільстві робився однобічний акцент на принцип колективізму, панував погляд, відповідно до якого індивід був лише елементом, «цеглинкою», функцією, ланкою у соціальній організації, лише учасником колективної, інституціоналізованої дії, об'єктом централізованого управління. У свідомості носіїв радянської культури міцно укріпилася соціальна установка на демонстрацію загальної рівності, що нерідко знаходило віддзеркалення у негативному ставленні до якостей, що відрізняли, виокремлювали людину у загальній масі.

У британському й американському суспільствах, де протягом довгого часу зберігалися й шанувалися інші традиції, звичаї, культурні цінності, склалися моделі поведінки, які, хоча й дещо розрізняються між собою, все ж таки мають одну суттєву схожість: вони, з одного боку, символізують повагу гідності особистості, а з іншого, дозволяють людині зберегти у недоторканості межі його особистісної сфери.

Що стосується британо-американських відмінностей, можна зазначити таке. Відповідно до існуючих стереотипів, англійці вважаються досить стриманими і замкненими людьми. Говорять, що У Великобританії легко познайомитися з місцевими пам'ятками, але з місцевими жителями — набагато складніше. Т. Тен [245] зазначає, що в англійців ярко виражений так званий синдром «mind your own business» (займайся своєю справою). Вони не схильні робити перший крок, бути ініціаторами спілкування. «В автобусі або метро вони майже ніколи не починають розмову з сусідом для того, аби не нудьгувати в дорозі. Якщо з якихось причин потяг зупинився між станціями на півгодини, у вагоні

стоїть така тиша, що можна почути як падає шпилька» [245 : 23]. Навіть такі нейтральні, з точки зору інших культур, питання як «Де ви живете?», «Чим займається?» поставлені незнайомій людині можуть бути розцінені як надто особисті. Американці ж, навпаки, справляють враження людей вельми товариських. Соціолог М. Є. Покровський [95], характеризуючи манери поведінки представників цієї культури, вказує на властивість американців негайно демонструвати свою дружелюбність, гучно сміятися, широко посміхатися, хлопати вас по плечу і усіляко показувати ознаки щирості і доброзичливості.

Г. Вежбицька [253] зазначає, що для американців характерно узагальнене (generalized), не спрямоване на конкретну людину дружелюбне ставлення до усіх членів суспільства. Прикладом такої узагальненої, без конкретного спрямування, дружелюбності може слугувати поширена фраза «Have a nice day», яка часто адресується зовсім незнайомим людям. Іноді подібний напис можна побачити на формених емблемах у продавців або на вікнах таксі.

Особливості поведінки англійців, що відрізняють їх від американців, очевидно, зумовлені тим, що Великобританія — країна з усталеними традиціями, де достатньо довго існувало уявлення про суспільство як ієрархію станів з чіткими межами, і була вироблена система суворих правил поведінки, що регулюють спілкування людей різних станів. Кожна людина добре знала своє місце у суспільстві, і коло її спілкування звичайно обмежувалося тим станом, до якого вона належала. Тому в англійців не в такій мірі, як у американців, розвинене прагнення продемонструвати доброзичливе ставлення до усіх і кожного.

Що ж стосується американської культури, то тут, ймовірно, слід прийняти до уваги той факт, що «однією з найважливіших передумов формування того людського матеріалу, з якого склалася американська нація, був процес імміграції» [44: 17]. Як зазначає Ю. О. Замошкін, імміграція у США свідчила «про наявність у людей, що здійснювали цей акт, ідеалів, ціннісних установок, потреб, почуттів і настроїв, які ці люди прагнули втілити у соціальну реальність, альтернативну по відношенню до тієї, яку вони залишили позаду» [там само]. Як наслідок виникли нові моделі поведінки, що дозволяли людям успішно й макси-

мально ефективно спілкуватися один з одним у нових умовах. Їхньою характерною особливістю є демонстрація прагнення встановити й підтримати добрі взаємини, виявити дружельність (у своєму роді абстраговану, позбавлену будь-якого суб'єктивного забарвлення) до усіх членів суспільства.

Американський варіант інтерпретації поняття «добрі міжособистісні стосунки» Г. Вежбицька описує через формулу «Я хочу, щоб усі відчували щось добре» /I want everyone to feel something good/ (пор. запропоновані нею аналогічні формули для російськомовної та польської культур «Я відчуваю щось добре по відношенню до тебе / вас» /I feel something good towards you/ і для японської культури «Я не хочу, щоб хтось відчував що-небудь погане» /I don't want somebody to feel something bad/) [253: 87].

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

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

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

Важливим фактором, що сприяв формуванню в англомовних культурах чітких правил етикету, була відносна стабільність їх соціальних систем, що є необхідною умовою природного визрівання етикетних моделей поведінки. Що ж до російськомовної культури радянського періоду, слід пригадати, що термін «етикет» знову з'явився у мовленнєвому вжитку лише у 60-ті роки. Це пов'язано з тим, що після перевороту 1917 року і відходу з історичної сцени

світського дворянства, яке й створило етикет як особливу знакову систему, що виокремлювала один нечисленний стан із загальної маси інших людей, почалася «ера пролетарської культури».

Нові покоління «нових» людей ставилися до етикету як до узаконеної форми неправдивої, нещирої, штучної поведінки, за зовнішньою вишуканістю якої ховалися низькі виявлення аморальності. В описі особливостей російського нігілізму П. О. Кропоткін звертає увагу на те, що нігілісти проголосили війну так званій умовній неправді культурного життя. «Його (нігілізму) відмінною рисою була абсолютна щирість. І в її ім'я нігілізм відмовився сам і вимагав, щоби це саме зробили інші — від забобон, звичок і звичаїв, існування яких розум не міг виправдати. Усі форми зовнішньої ввічливості, що є одне лицемірство, були гидкими йому» [63: 343]. В основу нового «радянського» етикету був покладений моральний кодекс радянських людей, який проголошував своєрідно трактовані принципи гуманізму, колективізму, істинності й правдивості.

У більшості посібників з етикету, написаних радянськими авторами (напр. [108; 158]) немає чітких вказівок щодо того, в яких ситуаціях необхідно сказати комплімент. Даються лише загальні рекомендації, відповідно до яких слід утримуватись від негативних зауважень на адресу співрозмовника і не слід приховувати свого щирого захоплення чимось. Це, можливо, почасти пояснює той факт, що у російськомовній культурі вдвічі менше типів етикетних компліментів, ніж в англомовних культурах, і що представники російськомовної культури говорять компліменти проміжних типів рідше, ніж представники англомовних культур.

Що ж стосується щирості, то вона займає різне положення у ієрархії цінностей, які детермінують правила мовленнєвої поведінки в англо-американській і російськомовній культурах. Якщо для англо-американців значно важливіше продемонструвати (нехай навіть формально) своє прагнення виявити своє дружельне ставлення до партнера по спілкуванню, ніж виразити свої справжні почуття, емоції, оцінки, то представники російськомовної культури (втім, як і інших слов'янських культур, наприклад, польської) у стосунках між людьми цінують передусім щирість, глиби-

ну почуттів, близькість, взаємну довіру. Дуже цікавими нам уявляються міркування Г. Вежицької з приводу такої характеристики людських взаємин, що впливає на МП, як близькість (closeness). Схематично дослідниця представляє значення даного поняття таким чином:

«Х і Y знають: ми відчуваємо щось добре по відношенню один до одного, тому кожний з них думає про іншого: Я хочу знати, що ця людина відчуває /думає /хоче.

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

Тому кожний з них може знати, що інший відчуває /думає /хоче, у той час, коли інші люди цього знати не можуть». [253: 109].

Дозволити кому-небудь стати близьким для вас означає довіряти цій людині і відчувати до неї прихильність або добрі почуття у такій мірі, щоби вона могла 1) знати вас краще, ніж вас знають інші люди, 2) знати вас по-справжньому добре. Це приховує в собі деяку небезпеку, оскільки людина, що дуже добре вас знає, може завдати вам шкоди. З'являється більше можливостей для розбіжностей, взаємних образ, відкритого конфлікту. І якщо у взаєминах з людьми ви більше цінуєте мир і гармонію (тобто відсутність розбіжностей, конфліктів і взаємних образ), тоді вам не слід прагнути близькості з партнером по спілкуванню. У зв'язку з цим близькість у відносинах між людьми підтримується не в усіх культурах, у всякому випадку не в однаковій мірі.

Розглянемо таку ситуацію. Якщо я думаю погано про вас (наприклад, що ви маєте поганий вигляд або вчинили щось погане), я можу або сказати вам про це, або приховати від вас ці думки. У першому випадку, ви, ймовірно, за все, засмутитесь або образитесь, але ви по крайній мірі будете знати, що мені небайдужі ваші дії або ваш зовнішній вигляд і тим самим це буде сприяти виникненню або підтриманню близькості між нами. Якщо ж я промовчу це буде сприяти збереженню гармонії. За думкою Г. Вежицької, в подібній ситуації представники російськомовної культури виберуть перше (тобто для них більш важливою є близькість взаємовідносин), тоді як англо-американці — друге (тобто вони віддають перевагу гармонії, навіть якщо вона має формальний характер).

З категорією близькості взаємин тісно пов'язана категорія щирості, зміст якої Г. Вежицька виражає у вигляді формули «Якщо я не відчуваю X, я не повинен говорити: *Я відчуваю X*». Вона вважає, що цієї норми дотримуються у слов'янських та східноєвропейських культурах і не дотримуються в англо-американській культурі, оскільки прийняті у ній правила поведінки приписують говорити, що ви відчуваєте щось добре незалежно від того, що ви відчуваєте насправді. Наочним прикладом можуть слугувати такі кліше як *Lovely to see you, Nice to have met you, Lovely day, isn't it* тощо. Вихідці зі східної Європи, що іммігрували в англomовні країни, нерідко зазначають, що розмовні кліше в англійській мові здаються їм нещирими.

Так, наприклад, питання «*How are you?*» сприймається як нещире, тому що адресату цього висловлювання відомо, що насправді мовець не хоче знати, як себе почуває адресат і очікує, що буде дана позитивна відповідь «*Fine, thank you /very well, thank you/ not too bad.*» Г. Вежицька зізнається «Після 17 років прожитих в Австралії. Мене все ще заганяє у глухий кут псевдо питання «*How are you?*», оскільки мій власний культурний порив примушує мене відповісти щиро, хоча я знаю, що не повинна цього робити» [253: 116].

Таким чином, в англо-американській культурі зовнішня гармонія взаємовідносин цінується вище ніж душевна близькість, щирість і правдивість. Досить давно англо-сакс Роджер Ешчем (Roger Ascham 1550. Цит. по [253: 104]) сказав: «Старайтесь не брехати, оскільки це безчесно, не говоріть усієї правди, оскільки в цьому немає необхідності; сказана доречно невразлива неправда набагато краща ніж нищівна правда».

В прагматичі подібну неправду прийнято називати «білою неправдою» (white lies) або «соціальною неправдою» (social lies). Дуже симптоматичною є той факт, що з п'яти прикладів «соціальної неправди», наведених Л. Коулмен і П. Кеєм [180] три являють собою типові компліменти: «*What a lovely party!*», «*The dinner was very good*», «*Oh, you wrote paper on lying? I found it extremely interesting*».

Ми вважаємо, що все сказане вище пояснює, чому англо-американці частіше, ніж представники російськомовної культури говорять нещирі компліменти, і якими факторами зумовлена ця відмінність.

3.2.3. МОВНІ НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ЕТНОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ НА ВЖИВАННЯ КОМПЛІМЕНТУ В КУЛЬТУРАХ, ЩО ПОРІВНЮЮТЬСЯ.

У зв'язку з проблемою щирості слід торкнутися ще одного питання — питання про ставлення представників англо-американської і російськомовної культур до компліменту і розглянути його з точки зору взаємодії етнокультурних факторів з факторами мовними, а саме, з'ясувати, чи існують відмінності, і якщо так, то які у лексичній семантиці слів і коннотативних значеннях слів, які позначають дане поняття в англійській та російській мовах.

Словник сучасної російської літературної мови дає такі приклади вживання іменника «комплимент» і фразем «говорить комплимент», «сказать комплимент» і «сделать комплимент»:

«Я сам приехал к вам как к благородному человеку. — Нельзя ли без комплиментов? — заметил Волынец» (Тургенев *Рудин*).

«Если вам говорят горькую правду — вы принимаете ее за колкость. Если хвалят кого-нибудь — вы считаете это за лесть, комплименты» (Шиллер-Михайлов *Засоренные дороги*).

«Вы сегодня восхитительны как никогда, — хрипло проговорил вошедший, прикладываясь к ручке [Софьи Сергеевны]. — Скверно то, что этот комплимент повторяется каждый день» (Мамин-Сибиряк *Именинник*).

«[Дарья Ивановна] Я могу подумать, что вы собираетесь мне делать комплименты; это не годится между старыми друзьями» (Тургенев *Провинциалки*).

«Он побранил мужчин, в том числе и себя, ловко похвалил женщин и сделал несколько комплиментов хозяйкам в особенности» (Гончаров *Обыкновенная история*)

«Г. Краевский заискивал... в московских ученых и литераторах, просил их советов, сотрудничества и рассыпался перед ними в комплиментах» (Панаев *Литературные воспоминания*) [115].

Судячи з наведених прикладів, у російській мові слово «комплимент» може мати негативну оцінку конотацію «порожні, нічого не варті слова» або навіть «лестощі». Показовим у цьому відношенні є висловлювання психологів

В. П. Зінченко и Ю. М. Жукова з приводу книжки Д. Карнегі «Як завойовувати друзів і впливати на людей»: «Нерідко Карнегі звинувачують у тому, що він навчає людей мистецтва *робити компліменти, науки витончених лестощів*. Ці обвинувачення ґрунтуються на неправильному розумінні пафосу книги. Те, про що веде мову Карнегі, сучасною мовою називають нагородою, а не компліментом. *Компліменти є незаслужена похвала*, а нагорода — похвала заслужена. Немає нічого легшого, ніж навчитися шаблонних компліментів, говорячи жінкам, що вони мають гарний вигляд, а чоловікам — що вони розумні» [50: 5].

Можливо, однією з причин неправильного розуміння пафосу книги як раз є відмінність смислів, що вкладаються носіями англійської та російської мов у слово «комплимент»/ «compliment», оскільки в англійській це слово асоціюється з такими поняттями як повага, ушанування, висока оцінка.

Цікаві спостереження були зроблені Н. Д. Арутюною у ході дослідження мовленнєво-поведінкових актів (актів, «які можуть розглядатися двоюко — з боку їхньої істинності і з боку здійснюваної поведінкової дії») [3: 9]:

Усюди, де об'єкт може бути перекладений на мову слів, є вживаним дієслово «говорить»: говорить приятные слова (комплименты), говорить неприятные слова (гадости, грубости, дерзости, бестактности), говорить бессмысленные слова (вздор, чушь, ерунду, чепуху, нелепости), говорить глупые слова (глупости), говорить остроумные слова (остроты, шутки)... в усіх наведених сполученнях істиннісна оцінка повідомлення відсунута на задній план. Говоріння грубощів і компліментів має своєю метою регулювання особистісних відносин, а не розширення знань адресата... У номінаціях мовленнєвих актів воно (дієслово «говорить») сигналізує скоріше про «марнослів'я» [3: 10]. Н. Д. Арутюнова зазначає, що, хоча умовою перформативності є вимовлення деяких слів, у перифрастичних номінаціях сильних перформативів, таких як обіцянки, накази, звинувачення не вживається дієслово «говорить», який має саме це значення. Парадоксальність ситуації пояснюється... відсутністю у цього дієслова (поза вживання у прямих репліках) семи «прийняття відповідальності». «говорить»: он сказал команду, он говорил команды.

Відаючи команду, говорять: «Руки вверх!», але перифрастичний опис цього мовленнєвого акту не може містити дієслово «говорить»: *он сказал команду, *он говорил команды.

Таким чином, той факт, що у перифрастичній номінації мовленнєвого акту, що називається носіями російської мови «комплімент», присутнє дієслово «говорить», ще раз доводить наявність у цього слова негативних оцінних конотацій, про які йшлося вище.

Але неможна не відзначити й те, що існує і така перифрастична номінація даного мовленнєвого акту як «сделать комплимент». За думкою Н. Д. Арутюновой, такі дієслова як «выражать» (наприклад, *выразить искреннее восхищение*), «высказывать» (наприклад, *высказать одобрение*), «давать» (*дать обещание / согласие / ответ / подтверждение*) и «делать» (наприклад, *сделать предложение / замечание / выговор, признание*) займають у перифрастиці набагато сильнішу позицію порівняно з дієсловом «говорить».

Дієслово «делать» входить до перифраз тоді, коли акцент ставиться не на емоційній сфері мовця (як у випадку дієслова «выражать») або на його раціональній сфері (як у випадку дієслова «высказывать»), і не на сфері адресата (як у випадку дієслова «давать»), а на самій дії та її наслідках. У зв'язку з цим можна припустити, що між перифразами «сказать комплимент» і «сделать комплимент» існує різниця хоча і ледве відчутна. Сполучення «говорить комплименты», «сказать комплимент» імплікують дещо несерйозне ставлення мовця до своїх слів, позитивну оцінку, для якої немає серйозних підстав. Перифраз же «сделать комплимент» підкреслює обдуманість поведінки мовця, те, що його позитивний відгук не є «порожніми словами».

Можливість уживання двох таких полярних у плані наявності семи «прийняття відповідальності» дієслів як «говорить» і «делать» у перифрастичній номінації мовленнєвого акту компліменту свідчить про те, що в російській мові слово «комплімент» може означати як висловлювання, що виражають щире схвалення, захоплення, повагу мовця по відношенню до адресата, так і легковажні, а іноді й лицемірні висловлювання, що не мають під собою жодних підстав.

Слід також звернути увагу на те, що виразам «сказать / сделать комплимент» в англійській мові відповідає вираз «to pay a compliment», що дослівно можна перекласти як «заплатити / відплатити компліментом», і коли носії англійської мови говорять, що вони «paid smb. a compliment», вони мають на увазі, що поставилися до цієї людини особливо, з великою повагою або прихильністю.

Це підкреслюється дієсловом «to pay», яке в англійських культурах має позитивні конотації. У романі А. Хейлі «The Money Changers» психіатр Маккартні пішов на те, аби сказати Алексу Вандервурту правду про стан його дружини тому, що вважав його сильною та надійною людиною, готовою витримати будь-які випробування. Тоді Маккартні, пояснюючи йому свою поведінку, сказав:

(84) «I paid you a compliment Alex, in assuming you meant what you said, I would not have been as frank with everyone».

Герой роману Р. Чендлера «The Little Sister» детектив Марлоу прийшов до одного з магнатів шоу-бізнесу, щоби домовитись про ціну на компромат, який він мав на цього магната. Той пригощає детектива дуже дорогим і рідкісним напоєм, даючи йому зрозуміти, що це слід розцінювати як «a compliment», тобто що він ставиться до нього з належною повагою, як до дуже серйозного суперника.

(85) «Armagnac», he said. «If you knew me, you'd appreciate the compliment. This stuff is pretty scarce. The Krauts cleaned most of it out. Our brass got the rest. Here's to you.»

І відповідно, у ситуаціях, коли людина розцінює висловлювання або дію партнера по спілкуванню як виявлення ним поваги до себе, вираження високої оцінки його якостей, вчинків тощо, носії англійської мови вживають вираз to take smth as a compliment, наприклад, «I take it as a compliment to be asked to speak». В російській же мові йому відповідає «считать за честь (быть лестным)»: «Я считаю за честь (для меня лестно) быть приглашенным выступить». Якщо ж вираз to take smth as a compliment перекласти дослівно на російську, він може набути зовсім іншого смислу, а саме «ставитись до чогось як до порожніх, нічого не вартих слів»:

(86) «— Я спокойна, Викентий», — мягко сказала она и повернулась к Прохорову. — «Мало того, мне начинает нравиться наш городской гость... — Не примите это за комп-

лимент, Александр Матвеевич, но вы чуткий человек. Вы, пожалуй, первый, кто не расспрашивал мужа и меня о наших фронтовых ранениях... Спасибо!» (Липатов)

Отже, в англомовних (британській і американській) культурах ставлення до компліменту суттєво відрізняється. Ця різниця виявляється головним чином тоді, коли мова йде про висловлювання, основною ціллю яких є не стільки виразити схвалення, захоплення адресатом, скільки доставити йому задоволення. Носії російської мови нерідко вбачають у таких висловлюваннях нерозв'язне внутрішнє протиріччя і вважають, що мета доставити задоволення знецінює саму похвалу. Тому їм буває дуже важко провести межу між компліментом та лестощами, і різко негативна оцінка лестощів (які у Словнику сучасної російської літературної мови визначаються як «лицемерное, угодливое восхваление» [116]) поширюється і на комплімент.

Носії ж англійської мови, навпаки, цінують прагнення партнера по спілкуванню зробити їм приємне, нехай навіть через безпідставну позитивну оцінку, оскільки вважають, що у спілкуванні щирість є не такою важливою, як виявлення (навіть символічне) поваги до гідності особистості. Тому в англомовних культурах лестощі вважаються не такими вартими осуду, як у російськомовній культурі. Як ілюстрацію наведемо діалог героїв роману У. Купера «Immortality at Any Price», двох письменників, один з яких вже немолодий, відомий і визнаний, а другий тільки починає свою літературну кар'єру:

(87) «I brought you here to tell you I've now read your book». «What did you think of it?»

«Do you want to know what I really think of it or do you want flattery?» — he interrupted himself — «That isn't an original question of mine — it's what somebody who'd read one of my books once said to me.»

«What did you reply?»

«Why, flattery, of course!»

«Do you think artists ever get enough of praise and prizes?»

«Never.»

Silence for a moment or two. We were neglecting our drinks.

«So, I'll begin with flattery, of course.»

«Thank you.»

«And then get around to what I really think.» A very meaningful, darting glance. «Does that alarm you?»

«The way you look at me does.» As he was satisfied with that I went on. «I don't mind being alarmed, Mr. Gotham.»

«It's a very fine book actually.»

«Thank you.»

Thus began some minutes of music to my ear, followed by some minutes of discord, i. e. criticism (which was actually well worth listening to). Then some minutes of discussion. I had no grounds for complaint.

У даному контексті слово «flattery» набуває особливого смислу. Коли Готем говорить «I'll begin with flattery of course», це зовсім не означає, що позитивні оцінки, які він збирається висловити, будуть нещирими й незаслуженими. Вживання слова «flattery», очевидно, має на увазі не стільки лицемірство й нещирість мовця, скільки його бажання викликати позитивну емоційну реакцію адресата.

ТАБЛИЦІ ДО РОЗДІЛУ 3.

Таблиця 3. 1. Типи й класи КСД (%)

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

Етикетні		Проміжні		Інструментальні	
РЕН	3,8	Пр	3,8	У	8,4
Вч	1,5			Зх	7,7
ДР	1	Зн	1,1	Пд	8,9
ВВ	5,1			СЗ	7,2
ПП	1,5	Инт	3,8	МР	5,7
Пз	2			ДВ	38,4
Усього	14,8	Усього	8,7	Усього	76,5

Таблиця 3.2. КСД як одиниці дискурсу

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

	<i>X</i>	<i>X2</i>	<i>X3</i>	<i>Самост.</i>	<i>МА</i>	<i>K2</i>	<i>K3</i>	<i>K4</i>	<i>Несамос.</i>
РЕН	50	12,5	4,2	66,7	25	4,2	4,2	0	33,3
Вч	44,4	11,1	22,2	77,7	22,3	0	0	0	22,3
ДР	50	16,7	0	66,7	16,7	0	16,6	0	33,3
ВВ	53,1	3,1	3,1	59,4	31,3	0	9,3	0	40,6
ПП	33,3	0	0	33,3	66,7	0	0	0	66,7
Пз	33,3	8,3	0	41,6	25	25	0	8,4	58,4
Етикет. в цілому	46,7	7,6	4,3	58,6	30,4	4,3	5,4	1,1	41,4
Пр	52,2	8,7	0	60,9	34,8	4,3	0	0	39,1
Зн	14,3	28,6	0	42,9	57,1	0	0	0	57,1
Инт	60,9	4,3	0	65,2	26,1	4,3	4,3	0	34,8
Пром. в цілому	50,9	9,4	0	60,4	34	3,8	1,9	1,9	39,6
У	13,7	3,9	3,9	21,6	47,1	19,6	9,7	2	78,4
Зх	44,7	7,8	2,1	55,3	34	10,6	0	0	44,7
Пд	13	9,2	1,8	24	48,1	13	13	1,9	76
СЗ	15,9	6,8	0	22,7	56,8	13,7	4,5	2,3	77,3
МР	31,4	2,9	5,7	40	48,6	8,5	2,9	0	60
ДВ	37,6	7,7	3,8	49,1	38	8,6	3,4	0,9	50,9
Інт. в цілому	30,4	7,1	3	40,5	42,4	11	5	1,1	59,5
Усього	34,7	7,4	3	45,1	39,4	9,7	4,6	1,2	54,9

Таблиця 3.3. Етикетні й проміжні КСД: СЦ — об'єкт ВІС — лексико-синтаксична модель

Умовні позначення: РЕН — «Реакція на елемент новизни»; Вч — «Вечірка»; ДР — «Зустріч після довгої розлуки»; ВВ — «Вираження вдячності»; ПП — «Прийняття подарунку»; Пз — «Поздоровлення»; Пр — «Привітання»; Зн — «Знаймство»; Инт — «Інтимні компліменти».

СЦ	Об'єкт ВІС	Модель
РЕН	речі адресата, змінена зовнішність (у т. ч. одяг)	4,10
Вч	зовнішність (одяг, макіяж,)	1,8,9
ДР	зовнішність (фізичний стан)	1
ВВ	їжа, напої, запропоновані адресатом; результати роботи адресата, зробленої для мовця	10,4,9
ПП	подарунок піднесений адресатом	4,5,10
Пз	успішні результати діяльності адресата	4,8
Пр	зовнішність адресата в цілому	1
Зн	адресата успішні дії (або предмети як їх результат)	4
Инт	зовнішність (природні дані), достоїнства адресата як сексуального партнера	1

Таблиця 3.4. Незбіг об'єктів ВІС і об'єктів ПО (%).

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

(а) Етикетні й проміжні типи КСД

РЕН	Вч	ДР	ВВ	ПП	Пз	Пр	Зн.	Инт.
3,6	7,1	0	34,3	22,2	6,7	0	0	13

(б) Інструментальні типи КСД

У	Зх	Пд	СЗ	МР	ДВ
4,7	47,7	14	9,8	7,5	5,8

(в) Класи КСД в цілому.

Етикетні	Проміжні	Інструментальні	Усього
16	5,9	11,2	11,6

Таблиця 3.5. Непрямі ІАК (%)

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

(а) Етикетні й проміжні типи КСД

РЕН	Вч	ДР	ВВ	ПП	Пз	Пр	Зн.	Інт.
9,4	0	44,4	12,5	0	21	19	22,2	14,8

(б) Інструментальні типи КСД

У	Зх	Пд	СЗ	МР	ДВ
20	24,1	32,6	15	11,1	32,7

(в) Класи КСД в цілому

Етикетні	Проміжні	Інструментальні	Усього
13	17,7	27,7	24,3

Таблиця 3.6. Види непрямих ІАК (%)

Умовні позначення: ВН — власно непрямі ІАК; Іс — ІАК з імпліцитно вираженим оцінним судженням; Іп — ІАК з імпліцитно вираженим оцінним предикатом; Іо — ІАК з імпліцитно вираженим об'єктом ПО; Ізв — ІАК, в яких зв'язок між об'єктом ПО і оцінним предикатом не є предикативним; Іа — ІАК з побічним адресатом; Им — ІАК, в яких мовець не є автором оцінного судження; Изм — змішані імпліцитні ІАК.

	ВН	Іс	Іп	Іо	Ізв	Іа	Ім	Ізм
Етикет.	12. 5	50	37,5	0	0	0	0	0
Проміж.	0	70	20	0	0	0	10	0
Інстр.	8,7	49,1	19,1	4,6	2,3	4,1	7,5	4,6
Усього	8,5	50,3	20,6	4	2	3,5	7,1	4

Таблиця 3.7. Типи й класи компліментів у американській (США), британській та російськомовній культурах (за 100% прийнято загальну кількість компліментів у даній культурі)

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

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
РЕН	3,7	4,2	-
Вч	0,7	1,9	-
ДР	1,4	0.	4,6
ВВ	4,4	5,7	5,5
ПП	1,4	1,6	-
Пз	3,7	0,3	0,6
Етикет. в цілому	15,3	14,3	10,7
Пр	4,1	3,5	2,5
Зн	1	1,3	0,9
Інт	5,1	2,5	-

Продовження таблиці 3.7.

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
Проміж. в цілому	10,2	7,3	3,4
Етикет. I проміж. в сумі	25,5	21,6	14,1
ДВ	33	43,5	46,7
У	8,2	8,6	7,6
Пд	9,8	8,0	8,9
СЗ	6,5	8,0	8,9
Зх	10,2	5,4	9,2
МР	6,8	4,9	4,6
Інструм. в цілому	74,5	78,4	85,9

Таблиця 3.8. Неширі компліменти (у %; за 100 % прийнято загальну кількість неширих компліментів у даній культурі)

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

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
РЕН	3,9	5,5	-
Вч	1,3	-	-
ДР	1,3	-	3,5
ВВ	1,3	2,7	3,6
ПП	2,5	-	-
Пз	2,5	1,4	-
Етикет. в цілому	12,8	9,6	7,1
Пр	7,7	1,4	5,2
Зн	1,3	2,7	-
Инт	2,6	1,4	-

Продовження таблиці 3.8.

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
Проміж. в цілому	11,6	5,5	5,2
ДВ	17,9	26,0	37,3
У	11.	11,0	20
Пд	14,1	15	5,2
СЗ	15,4	24,7	20
Зх	12,8	1,4	1,7
МР	3,9	6,8	3,5
Інструм. в цілому	75,6	84,9	87,7
В культурі в цілому	25,1	23,1	17,1

Таблиця 3.9. КфН компліментів — соціальних дій

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

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
РЕН	1,05	1,31	-
Вч	1,86	-	-
ДР	0,93	-	0,76
ВВ	0,30	0,47	0,65
ПП	1,79	-	-
Пз	0,68	4,7	-
Етикет. в цілому	0,84	0,67	0,66
Пр	1,88	0,40	2,08
Зн	1,30	2,08	-
Инт	0,51	0,56	-

Продовження таблиці 3.9.

Тип і клас КСД	Американська культура	Британська культура	Російськомовна культура
Проміж. в цілому	1,14	0,75	1,53
ДВ	0,54	0,60	0,80
У	1,40	1,28	2,63
Пд	1,44	1,88	0,58
СЗ	2,37	3,1	2,25
Зх	1,25	0,26	0,18
МР	0,57	1,39	0,76
Інструм. в цілому	1,01	1,08	1,02

ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 3

У МП британців і американців такий вид мовленнєвих вчинків як комплімент, що поєднує різноманітні соціальні дії, мета яких досягається через здійснення ІАК, має такі *структурно-семантичні й прагматичні особливості*.

Варіювання структурно-семантичних характеристик прямих ІАК обмежується десятьма основними лексико-граматичними моделями, що представляють собою двоскладні речення, які містять лексичні одиниці з семою «позитивність».

Переважаючими є так звані «несамостійні» КСД (54,9%), тобто такі соціальні дії, для реалізації яких ІАК здійснюється у поєднанні з ІА інших видів. У більшості випадків (74,1%) КСД реалізується через 1 ІАК. Середнє ж значення даного показника дорівнює 1,4.

Іллокуція компліменту частіше (75,7%) виражається прямо. Існують певні кореляції між соціальною ціллю і мовною формою ІАК. Соціальна ціль — це головний фактор, що детермінує вибір тієї або іншої формули, однак він виступає у сукупності з умовами, у яких дана ціль ставиться. Ланкою, що опосередковує таку детермінацію, є об'єкт, що обирається мовцем, з приводу якого він виражає свої позитивні оцінки та емоції — так званий об'єкт ВІС.

Об'єкт ВІС може не збігатися з об'єктом ПО, яка складає рпропозиційний зміст прямого ІАК. Такий незбіг зафіксовано у 11,6 % випадків.

Види непрямих ІАК представлені нерівномірно. Імпліцитні ІАК суттєво переважають за чисельністю власне непрямі (пор. 91,5% і 8,5%). Найбільш поширеними (50,3%) є ІАК з імпліцитно вираженим оцінним судженням, які слугують свого роду індикаторами щирості мовця і тим самим підвищують ефективність його лицєвої роботи.

Виділені нами *клас етикетних* і *клас інструментальних* КСД мають низку відмінностей.

Етикетні КСД характеризуються значно нижчою (14,8%) частотністю у порівнянні з інструментальними КСД (76,5%). Це зумовлено, вочевидь, тим що стандартні ситуації, в яких комплімент приписаний правилами етикету, виникають рідше, ніж ситуації, коли мовець здійснює ІАК з власної ініціативи, використовуючи його як своєрідний інструмент для досягнення тієї чи іншої соціальної цілі.

Внаслідок того, що стандартність, конвенціональність етикетних ситуацій робить можливим вираження через компліментарне висловлювання не тільки іллокутивної сили компліменту, але й інших видів іллокуції (привітання, подяка), тобто дозволяє мовцю здійснювати полііллокутивні акти компліменту, в класі етикетних переважають самостійні КСД, тоді як у класі інструментальних — несамостійні.

Етикетні КСД відрізняються від інструментальних жорсткою закріпленістю певного виду об'єктів ВІС за кожним з типів КСД. Тому, на відміну від інструментальних КСД, кожний тип етикетних КСД має досить обмежений набір формул, що прямо виражають іллокуцію компліменту.

Етикетні КСД рідше, ніж інструментальні (13% і 27,7% відповідно) реалізуються через непрямі ІАК.

Виявлені в ході порівняльного аналізу *етнокультурні особливості* компліменту як одиниці МП британців і американців полягають у тому, що представники англословних культур частіше, ніж представники російськомовної культури говорять (а) нещирі компліменти (25,8%, 27,4% і 17,1% відповідно); (б) етикетні компліменти і компліменти проміжних типів (20,4%, 25,2% і 14% відповідно).

Ці розбіжності зумовлені певними етнокультурними факторами, найважливіший з яких — нетотожність ієрархій соціокультурних цінностей, що детермінують правила поведінки (в тому числі і мовленнєвої), прийняті у суспільстві. Так, якщо в англословних культурах цінується передусім

зовнішня гармонія взаємин, то у російськомовній культурі пріоритетними цінностями є щирість і близькість у стосунках між людьми. Тому на відміну від російськомовної культури, де під компліментом нерідко розуміють незаслужену, безпідставну, а отже, нещирю позитивну оцінку, у мовленні носіїв англійської мови слово «compliment» не має негативних оцінних конотацій.

Фактором, що зумовлює вищу частотність етикетних компліментів і компліментів проміжних типів в англomовних культурах, ми вважаємо відносну стабільність британського й американського суспільств, що зберігається протягом століть, і завдяки якій стало можливим природне формування етикетних моделей поведінки. У російськомовній же культурі за досить короткий (менше ста років) період часу неодноразово відбувалися радикальні зміни як у соціальній структурі суспільства, так і у його системі цінностей, що не могло, у свою чергу, не відбитися на усталеності системи норм і правил поведінки, на системі етикету.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Комплімент — важлива складова мовленнєвої поведінки носіїв англійської мови (британців і американців), що впливає на характер міжособистісних взаємовідносин комунікантів, ступінь їх взаєморозуміння, а отже й на успішність комунікації в цілому.

Принцип, за яким будується опис компліменту у переважній більшості дослідницьких робіт, можна сформулювати як «від форми до функції». Модель, що отримують, розглядаючи явище відповідно до цього принципу, неминуче позбавляється динамізму притаманного мовленнєвим процесам, не охоплює багатьох суттєвих аспектів, зокрема, на дає уявлення про механізми детермінації мовного відбору факторами «мікропрагматики», що відносяться до особистісної сфери мовця і слухача.

Досягнення поставленої у даному дослідженні мети описати комплімент не як деяку мовну форму, що має певний набір функцій, але як одиницю мовленнєвої поведінки, як особливий вид мовленнєвих вчинків можливо через використання як методологічної бази діяльнісного підходу до явищ мови й мовлення, коли вони розглядаються крізь призму діади «ціль — засіб».

Розгляд компліменту як мовленнєвого вчинку дозволяє відобразити взаємозв'язок таких категорій як мовленнєва дія, соціально-психологічна взаємодія і спосіб реалізації мовленнєвої дії.

Комплексне застосування цілої низки методів сучасної лінгвістики, зокрема, контекстно-ситуативного аналізу, інтенціонального аналізу, мовленнєвого аналізу, методу мовленнєвого моделювання дає можливість розкрити характер залежності між потребами, мотивами, цілями, ба-

жаннями, почуттями, емоціями комунікантів, з одного боку, і формою та змістом продукованих ними висловлювань, з іншого.

Інтеграція основних положень теорії мовленнєвих актів. Теорії мовленнєвої діяльності і концепції ввічливості призводить до розуміння мовленнєвої дії як складного поєднання дій, спрямованих на якісно різні комунікативні цілі, що утворюють ієрархічну систему: іллокутивні цілі підпорядковані опосередковано через перлокутивні цілі (або безпосередньо) соціальним цілям.

Совершая речевой поступок, именуемый «комплиментом», говорящий осуществляет три различных действия, которые воплощаются в одном высказывании.

Здійснюючи мовленнєвий вчинок, що називається «компліментом», мовець здійснює три різних дії, які втілюються в одному висловлюванні.

Суть іллокутивного акту полягає у вираженні (а) позитивного інтенціонального стану мовця, що виник як результат позитивної оцінки адресата або об'єкту, що має безпосереднє відношення до адресата; (б) наміру / прагнення / бажання доставити задоволення адресату; (в) позитивного ставлення до адресата.

Перлокутивний акт спрямований на стимулювання позитивної емоціональної реакції адресата, яка має виникнути внаслідок задоволення його потреби бути визнаним і високо оціненим іншими людьми. Ця потреба комунікантів складає основу так званого позитивного лиця комунікантів.

Компліменти-соціальні дії мають відношення до сфери управління поведінкою партнера по спілкуванню. Зміст соціальних цілей, яким можуть бути підпорядковані іллокутивні та перлокутивні цілі компліменту, варіює, в зв'язку з чим виділяються різні класи й типи компліментів-соціальних дій. Компліменти-соціальні дії здійснювані мовцем через прийняті у даному соціумі правила етикету відносяться до класу етикетних. Їхню ціль у найзагальнішому вигляді можна визначити як підтримання неантагоністичних стосунків з адресатом. Компліменти, метою яких є зміна поведінки партнера по спілкуванню, утворюють клас інструментальних соціальних дій.

Найважливіша відмінна особливість етикетних компліментів — досить жорстка закріпленість за низкою стандарт-

них ситуацій. Оскільки тип ситуації — найбільш значуща ознака, за якою етикетні компліменти розрізняються між собою, саме він служить засадами класифікації одиниць, що належать до цього класу.

Усе розмаїття конкретних змін поведінки партнера по спілкуванню, що розглядаються мовцем як ціль, засобом досягнення якої може слугувати комплімент, зводиться до обмеженого числа типізованих варіантів. Ці варіанти були взяті за критерій виділення різних типів одиниць всередині класу інструментальних компліментів-соціальних дій.

Результати кількісно-якісного аналізу структурно-семантичних і прагматичних особливостей дають певне уявлення про динаміку процесів продукування компліментарних висловлювань у плані залежності від такого чинника як соціальна ціль мовця. Характер переслідуючої мовцем соціальної цілі та умови, в яких дана ціль ставиться, зумовлюють вибір об'єкту, з приводу якого мовець вважає за необхідне висловити своє позитивне оцінне судження, і тим самим обмежує набір лексико-синтаксичних моделей оформлення компліментарного висловлювання.

Отримані дані дозволяють скласти загальну характеристику компліменту як виду мовленнєвих вчинків у мовленнєвій поведінці англословних комунікантів. Середньостатистичний комплімент являє собою інструментальну несамостійну соціальну дію, реалізовану одним прямим іллокутивним актом. Несамостійність розуміється як входження компліменту до мовленнєвого ходу, що містить крім іллокутивного акту компліменту іллокутивні акти інших видів.

В ході вирішення конкретних завдань даного дослідження подальшу розробку отримав цілий спектр питань, що стосуються властивостей компліменту як іллокутивного акту. Був встановлений набір формальних, семантичних і прагматичних компонентів релевантних для розмежування прямих і непрямих, власне непрямих та імпліцитних іллокутивних актів компліменту. Шляхом семантичного і мовленнєвого аналізу були уточнені ознаки іллокутивної сили компліменту, виявлені особливості, що відрізняють його від схожих з ним іллокутивних актів, а також виявлені різні відтінки нещирості компліментів.

Етнокультурна специфіка компліменту — аспект, що вперше став предметом спеціального вивчення у вітчиз-

няній лінгвістиці. Порівняльний і пояснювальний характер опису компліменту в мовленнєвій поведінці представників англomовних і російськомовної культур дозволяє не лише вказати на ті чи інші риси аналізованого явища, але й визначити його етнокультурні особливості, а також причини, що їх зумовлюють.

Результати даного дослідження, що ґрунтується на цілісній теоретичній концепції, яка дозволяє коректно (з точки зору методології) описувати і достовірно інтерпретувати комунікативні та культурні явища у широкому діапазоні фактичного матеріалу, мають як теоретичну, так і практичну цінність. Вони є певним внеском до розвитку лінгвістичної прагматики, теорії мовленнєвої діяльності, теорії мовленнєвого впливу, теорії дискурсу, вивчення етнокультурної специфіки мовленнєвої поведінки. Уявлення про мову й мовлення, що створюються цими дисциплінами, знаходять віддзеркалення в науці про навчання мові, про що переконливо свідчить той факт, що серед методів викладання на сьогоднішній день перші позиції займає комунікативний підхід. Сказане визначає прикладне значення даної роботи.

Положення сформульовані в монографії не вичерпують порушену проблематику. Вони відкривають перспективи для подальших досліджень. Індивідуальна ціль мовця — це лише одна з внутрішніх детермінант мовленнєвої поведінки. Мовна форма висловлювання є результат взаємодії багатьох різноспрямованих векторів. Аби отримати відносно повну, багатомірну картину продукування компліментарного висловлювання необхідно встановити залежність мовної форми від інших релевантних змінних, що відносяться до особистісної сфери мовця (емоційний стан мовця, його ставлення до адресата тощо). Як ще одну ціль подальших пошуків у цій сфері ми розглядаємо визначення номенклатури іллокутивних актів, які можуть слугувати засобом досягнення тих самих типізованих цілей, яким підпорядковуються компліменти. Безсумнівно, заслуговує на увагу вивчення етнокультурної специфіки компліменту, особливо в плані виявлення між культурних розбіжностей з таких показників як стать, вік комунікантів, їхні міжособистісні й конвенціональні ролі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 322-362.
2. Апресян Ю. Д. Перформативы в грамматике и словаре // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. -1986. — Т. 45, № 3. — С. 208-223.
3. Арутюнова Н. Д. Речеповеденческие акты и истинность // Человеческий фактор в языке. Коммуникация. Модальность. Дейксис. — М.: Наука, 1992. — С. 6-39.
4. Арутюнова Н. Д. Речевой акт // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 412-413.
5. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. — М.: Наука, 1988. — 338 с.
6. Байбури А. К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения // Этнические стереотипы поведения. — Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1985. — С. 7-21.
7. Байбури А. К. Об этнографическом изучении этикета // Этикет у народов Передней Азии. — М.: Наука, 1988. — С. 12-37.
8. Баженов Б. Х. Культура общения и семиозис // Этнознаковые функции культуры. — М.: Наука, 1991. — с. 43—57.
9. Безкровна І. О. Поетичний текст як комунікативний акт: типи адресата // Мовознавство. -1998. — № 4-5. — С. 67—72.
10. Безменова Н. А. Риторическая модель речевого действия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. — М.: Наука, 1990. — С. 15-27.
11. Безменова Н. А. Очерки по истории и теории риторики. — М.: Наука, 1991. — 215 с.
12. Безменова Н. А. Речевое воздействие как риторическая проблема // Проблемы эффективности речевой коммуникации: Сб. обзоров. — М.: ИНИОН, 1989. — С. 116—133.
13. Безменова Н. А., Герасимов В. И. Некоторые проблемы теории речевых актов // Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики: Сб. обзоров. — М.: ИНИОН, 1984. — С. 146 -196.
14. Безменова Н. А., Лузина Л. Г. Введение // Проблемы эффективности речевой коммуникации: Сб. обзоров. — М.: ИНИОН, 1989. — С. 542.

15. Безуглая Л. Р. Историческая динамика речевого акта квеситива в немецком и английском языках. Дисс. . . канд. филол. наук.: 10. 02. 04, — Харьков, 1998. — 216 с.
16. Беляева І. А. Комунікативно-функціональні особливості неповних речень, які передають зміст суб'єктивної оцінки мовця в ситуації безпосереднього спілкування (на матеріалі англійської мови). Автореф. дисертації. . . канд. філол. наук. 10. 02. 04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. — Київ, 1996. -1 6 с.
17. Богданов Классификация иллокутивных актов // Личностные аспекты языкового общения. — Калинин: Изд-во КГУ, 1989. — С. 25-37.
18. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз., -1981. -Т. 40, №4. — С. 333-343.
19. Вежбицкая А. Семантические примитивы // Семиотика. — М.; Радуга, 1983. — С. 225-252.
20. Ветошкина М. К. Опыт исчисления семантики речевой роли // Диалог о диалоге. -Саранск: Мордовский ун-т, 1991. — С. 75 - 80.
21. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. — М.: Наука, 1993. -172 с.
22. Витгенштейн Л. Философские исследования // Витгенштейн Л. Философские работы. Часть I: Пер. с нем. — М.: Гнозис, 1994. — С. 75-319.
23. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. — М.: Наука, 1985. — 228 с.
24. Восканян Г. Р. Интеракционный анализ диалогических текстов // Семантика и прагматика единиц языка в тексте. — Л.: ЛГПИ, 1988. — С. 26 -34.
25. Восканян Г. Р. Прагматические стратегии в дискурсе // Слово и предложение в структурно-семантическом и социально-стилистическом аспектах (на материале английского языка). — Пятигорск: ПГПИИЯ, 1989. — С. 48-54.
26. Выготский Л. С. Мышление и речь // Выготский Л. С. Собр. соч.: В 6-ти т. — М: Педагогика, 1982. — Т. 2 — С. 5—294.
27. Гак В. Г. Прагматика, узус и грамматика речи // Иностранные, языки в школе. -1982. — №5. — С. 11-17.
28. Герасимов В. И., Петров В. В. На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. — М.: Прогресс, 1988. — С. 5-11.
29. Герасимова О. И. О типах значений косвенных высказываний / / Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. — Калинин: Изд-во КГУ 1985. — С. 150-158.
30. Гладуш Н. Ф. Повествовательные директивы в современном английском языке: Дис. ... канд. филол. наук: 10. 02. 04. — Киев, 1985. — 205 с.
31. Голубнича О. І. Семантико-функціональні особливості висловлювань, спрямованих на підтримку адресата (на матеріалі ан-

- лійської мови). Автореф. дисертації\ . . канд. філол. наук. 10. 02. 04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т . — Київ, 1994. — 24
32. Городецкий Б. Ю. От лингвистики языка к лингвистике общения. // Язык и социальное познание. — М.: ЦС филос. (методол.) семинаров при президиуме АН СССР, 1990. — С. 39-56.
33. Грайс Г. П. Логика и речевое общение: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. — М.: Прогресс, 1985. — С. 217-237.
34. Даниленко О. И. Культура общения и ее воспитание: Учеб. пособие. — Л.: ЛГИК, 1989. -98 с.
35. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.
36. Демьянков В. З. «Теория речевых актов» в контексте современной зарубежной лингвистической литературы (обзор направлений) // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М: Прогресс, 1986. — С. 223-234.
37. Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца 20 века. — М.: Изд-во РГГУ, 1995. — С. 239-320.
38. Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения. // Изв. АН СССР, сер. лит. и яз. -1982. — Т. 41, вып. 4. — С. 327-337.
39. Ейгер Г. В., Рапопорт И. А. Язык и личность. Учеб. пособие. — Харьков: ХГУ, 1991. -80 с.
40. Ермолаев Б. А. О стратегиях коммуникативного взаимодействия личности и группы // Текст в коммуникации: Сб. науч. тр. / АН СССР, Ин-т языкознания, Тверской с. -х. ин-т, каф. иностр. яз. — М., 1991. — С. 117—126.
41. Ермолаев Б. А. Целеобразование в коммуникации // Оптимизация речевого воздействия. М: Наука, 1990. — С. 46-55.
42. Жоль К. К. Язык как практическое сознание (философский анализ) — К.: Выща школа, 1990. — 238 с.
43. Залевская А. А. Вопросы овладения вторым языком в психолингвистическом аспекте. — Тверь: Тверск. гос. Ун-т, 1996. — 196 с.
44. Замошкин Ю. А. Вызовы цивилизации и опыт США: История, психология, политика. — М: Наука, 1991. — 306 с.
45. Звегинцев В. А. Л. В. Шерба и В. Гумбольдт // Теория языка, методы его исследования и преподавания. Л., 1981. — С. 97-102.
46. Звегинцев В. А. Функция и цель в лингвистической теории // Публикации отделения структурной и прикладной лингвистики: Вып. 8. Проблемы теоретической и экспериментальной лингвистики. — М.: Изд-во МГУ, 1977. — С. 120-145.
47. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. — М: Русский язык, 1979. — 239 с.
48. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку. — М.: Русский язык, 1989. -219 с.
49. Зимняя И. А. Речевая деятельность и речевое поведение в обучении иностранному языку // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-та

- ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 242. Речевое поведение и речевая деятельность студентов на иностранном языке. — М., 1984. — С. 3-10.
50. Зинченко В. П., Жуков Ю. М. Предисловие // Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Центр «Русская тройка», «Комета», 1990. — С. 3-5.
 51. Ивин А. А. Основания логики оценок. М.: Изд-во МГУ, 1970. — 230 с.
 52. Карабан В. И. К интеграции теорий в речеведении // Материалы межведомственной науч. -теор. конф. «Лингвистика: взаимодействие концепций и парадигм.» — Харьков, 1991. — С. 58-59.
 53. Карасик В. И. Этикет и английский язык // Иностранные языки в школе. — 1993, -№2. — С. 57-59.
 54. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М.: Наука, 1987 — 264С.
 55. Караулов Ю. Н., Петров В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т. А. ван Язык. Понимание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. — С. 5-11.
 56. Карпушина Е. Е. Прагматическая характеристика речевых ходов в англоязычном диалоге // Коммуникативный аспект языка: Процессы и единицы. Межвуз. сб. науч. тр. / Рос. пед. ин-т. — Л., 1991. — С. 46-54.
 57. Кибрик А. Е. Очерки по общим и прикладным проблемам языкознания. — М.: Изд-во МГУ, 1992 -336 с.
 58. Кларк Г. Г., Карлсон Т. Б. Слушающие и речевой акт: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 270 -321.
 59. Кобозева И. М. «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. -С. 7-31.
 60. Койт М. Э. Разработка формальной модели диалога // Модели диалога в системах искусственного интеллекта. — Тарту: ТГУ, 1987. — С. 60-70,
 61. Кокойло Л. О. Компліментарні висловлювання в сучасній англійській мові (структура, семантика, вживання). Автореф. дис... канд. філол. наук: 10. 02. 04. / Київський держ. Лінгвістич універ. — К., 1996. — 24 с.
 62. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. — М.: Наука, 1984. -175 с.
 63. Кропоткин П. А. Записки революционера // Блестящая плеяда. — М.: Молодая гвардия, 1989. — С. 329-380.
 64. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века, — М: Изд-во РГГУ, 1995, — С. 144-238.
 65. Лазарев В. В., Гусева Л. П. Логико-семантические и мотивационные основания прямой и косвенной речеактовой номинации

- // Личностные аспекты языкового общения. -Калинин: Изд-во КГУ, 1989. — С. 129-135.
66. Левин Г. Ю. Речевой акт вопроса: коммуникативные цели и presupпозиции // Структуры языкового сознания. — М.: Наука, 1990. — С. 172-182.
 67. Леонтьев А. А. Психология общения. — М: Смысл, 1997. — 365с.
 68. Леонтьев А. А. Эвристический принцип в восприятии, порождении и усвоении речи // Вопросы психологии. -1974. — № 5. — С. 53-62.
 69. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. — М.: Просвещение, 1969. — 214с.
 70. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознательность. Личность // Избранные психологические произведения: В 2-х томах. — М: Педагогика, 1983. — Т. 2. — С. 94—231.
 71. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления; Проблемы семантики. — Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1986. — 230 с.
 72. Маслыко Е. А. — К модели речевого поведения // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 242. Речевое поведение и речевая деятельность студентов на иностранном языке. — М., 1984. — С. 20-34.
 73. Меренова ЕВ. Речевые акты воодушевления и подстрекательства в современном английском языке // Речевые акты в лингвистике и методике. — Пятигорск: ПГПИИЯ, 1986. -С. 17-21.
 74. Милутина В. Д. Прагматические типы предложений, выражающих просьбу, разрешение и запрещение // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 306. Базовые грамматические единицы языка в речевой коммуникации. — М., 1988. — С. 10-16.
 75. Мищенко В. Я. К проблеме интеграции теории речевых актов и теории речевой деятельности // Вісник Харківського державного університету: № 424. Романо-германська філологія. -Харків: Константа, 1999. -С. 101-105.
 76. Мищенко В. Я. Классификация речевых актов комплимента // Вісник Харківського державного університету: №390. Актуальні проблеми теорії комунікації та викладання іноземних мов. — Харків: Константа, 1997. — С. 107-111.
 77. Мищенко В. Я. Комплимент как проявление вежливости в англоязычных культурах // Вісник Харківського державного університету: №390. Актуальні проблеми теорії комунікації та викладання іноземних мов. — Харків: Константа, 1997. — С. 111-113.
 78. Мищенко В. Я. Косвенные способы реализации иллюции комплимента // Вісник Харківського державного університету: №. 430. Романо-германська філологія. — Харківюв: Константа, 1999. -С. 101—107.
 79. Морозова Е. И. К проблеме анализа диалога в художественном произведении // Актуальні проблеми вивчення мови та мов-

- лення, міжособової та міжкультурної комунікації — Харків: Константа, 1996. — С. 133—134.
80. Мусин И. Х. Психолингвистический аспект изучения проблем речевого поведения // Текст в коммуникации: Сб. науч. тр. / АН СССР, Ин-т языкознания, Тверской с. -х. ин-т, каф. иностр. яз. — М., 1991 — С. 127 -136.
 81. Нариньяни А. С., Гафт Р. И., Дебренин М., Першина Е. Л. Языковое взаимодействие и функции речевого акта // Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах. — М.: Наука, 1987. — С. 17-33.
 82. Национально-культурная специфика речевого общения народов СССР /Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Уфимцева Н. В. и др. — М.: Наука, 1982. -152 с.
 83. Национально-культурная специфика речевого поведения /Леонтьев А. А., Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. и др. — М.: Наука, 1977. — 352 с.
 84. Николаев В. П. Литературный диалог современного английского языка и его некоторые видо-временные характеристики // Слово и предложение в структурно-семантическом и социально-стилистических аспектах. — Пятигорск: ПГПИИЯ, 1989. — с. 108-115.
 85. Николов Л. Структуры человеческой деятельности: Пер. с болг. — М.: Прогресс, 1984. — 176с.
 86. Основы теории речевой деятельности / Леонтьев А. А., Иванова А. Е. Сорокин Ю. А. и др. — М.: Наука, 1974. — 368 с.
 87. Остин Дж. Л. Слово как действие: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс. — С. 22-129.
 88. Павиленис Р. И. Проблема смысла: Современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983. — 286с.
 89. Павлова Н. Н. Особенности употребления высказываний-предложений в диалогической речи // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 306. Базовые грамматические единицы языка в речевой коммуникации. — М., 1988. — С. 5-10.
 90. Падучева Е. В. Тема языковой коммуникации в сказках Льюиса Кэрролла // Семантика и информатика. — М.: ВИНТИ, 1982 — Вып. 18. — С. 76-19.
 91. Паршин П. Б. Интенции в коммуникации // Общественные науки за рубежом; Реферативный журнал. Сер. 6. «Языкознание». — М.: ИНИОН, 1991. — № 2. — С. 23 — 30.
 92. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. — М.: Мысль, 1971. — 351с.
 93. Летелина Е. С. Прагматические особенности высказываний положительной оценки. Автореф. дис... канд. филол. наук; 10.02.04. / Пятигорский гос. пед. ин-т иностр. яз. -Пятигорск, 1986. — 15с.
 94. Петренко В. Ф. Проблемы эффективного речевого воздействия в аспекте психолингвистики // Оптимизация речевого воздействия. — М.: Наука, 1990 — С. 18-31.
 95. Покровский Н. Е. Добрые советы для господ русских, не намеревающихся оставаться в Америке // Социологические исследования. -1994. — № 1 — С. 74-79.
 96. Поспелова А. Г. О дополнительных коммуникативно-прагматических функциях высказывания в английском языке // Проблемы современного теоретического и синхронно-описательного языкознания: Вып. 3. Предложение и текст: семантика, прагматика и синтаксис. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1988. — С. 53-57.
 97. Постовалова В. И. Язык как деятельность. Опыт интерпретации концепции В. Гумбольдта. — М.: Наука, 1982. — 224с.
 98. Почепцов Г. Г. «Положительность» / «отрицательность» как семантический фактор в синтаксисе // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза. Вып. 112. Вопросы романо-германской филологии. Синтаксическая семантика. — М., 1977. — С. 82-89.
 99. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики. — К.: Выща школа, 1987. -132с.
 100. Почепцов Г. Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике. — Пятигорск: ПГПИИЯ, 1986 — С. 10-17.
 101. Почепцов Г. Г. Предложение // Иванова И. П., Бурлакова В. В., Почепцов Г. Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. — М.: Высшая школа, 1981. -С. 164-281.
 102. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения. — Киев: Выща школа. Изд-во при Киев. гос. ун-те, 1986. — 115с.
 102. Прангишвили А. С. Исследование по психологии установки. — Тбилиси; Мецниереба, 1967. — 340с.
 104. Резник Р. В. Функции высказывания и функции компонентов высказывания // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 355. Грамматические единицы языка в высказывании и тексте. — М., 1990. — С. 76-80.
 105. Рождественский Ю. В. Теория риторики. — М.: Добросвет, 1997. — 600с.
 106. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. Автореф. дисс. ... доктора филол. наук: 10.02. 19 / АН СССР, Ин-т языкознания — М, 1990. -3
 107. Ромашко С. А. Язык как деятельность и лингвистическая прагматика // Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики: Сб. обзоров. — М.: ИНИОН, 1984. — С. 137-135.
 108. Рыданова И. И. Уроки этикета. — Минск: Вышейша школа, 1988. — 155 с.
 109. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 170-194.
 110. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 195 — 222.

111. Серль Дж. Р. Природа интенциональных состояний: Пер. с англ. // *Философия. Логика. Язык*. М.: «Прогресс», 1987. — С. 96-126.
112. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? Пер. с англ. // *Новое в зарубежной лингвистике*: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 151-169.
113. Сидоров Е. В. Проблемы речевой системности. — М.: Наука, 1987. — 144с.
114. Словарь по этике /Адо А. В., Андриевская М. И., Архангельский Л. М. и др. — М.: Политиздат, 1981 — 431 с.
115. Словарь современного русского литературного языка: Т. 5. — М., Л.: Изд-во АН СССР, 1956. — Стб. 1262.
116. Словарь современного русского литературного языка: Т. 6. — М., Л.: Изд-во АН СССР, 1957. — Стб. 182.
117. Словарь современного русского литературного языка: Т. 14. — М., Л.: Изд-во АН СССР, 1963. — Стб. 1004-1005.
118. Соковнин В. М. О природе человеческого общения. (Опыт философского анализа) — Фрунзе: Метеп, 1974. — 147 с.
119. Сорокин Ю. А., Левченко Е. Б. Общение и текст // *Лингвистическая прагматика и общение с ЭВМ*. — М: Наука, 1989. — С. 34-49.
120. Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. — М.: Наука, 1975, -311с.
121. Стриженко А. А. Психолингвистические основы социально-ориентированного общения: Учеб. пособие. — Барнаул: Изд-во АГУ, 1981. -100 с.
122. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах: Пер. с англ. // *Новое в зарубежной лингвистике*: Вып. 17. Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 130-150.
123. Ступин Л. П., Игнатьев К. С. Современный английский речевой этикет. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. -143 с.
124. Сусов И. П. Деятельность, сознание, дискурс и языковая система // *Языковое общение: Процессы и единицы*. — Калинин: Изд-во КГУ, 1988. — С. 7-13.
125. Сусов И. П. Семантика и прагматика предложения: Учеб. пособие. Калинин: Изд-во КГУ, 1980. — 51 с.
126. Сухих С. А. Речевые интеракции и стратегии. // *Языковое общение и его единицы*. — Калинин: Изд-во КГУ, 1986. — С. 71-77.
127. Сучкова Н. П. Стереотипные оценочные реплики-реакции в английской разговорной речи. Дисс. канд. филол. наук: 10.02.04. — Пятигорск, 1988. — 191с.
128. Тарасов Е. Ф. К построению теории речевой коммуникации // *Теоретические и прикладные проблемы речевого общения*. — М.: Наука, 1979. — С. 5-147.
129. Тарасов Е. Ф. Проблематика изучения, описания и моделирования речевого общения // *Лингвистическая прагматика и общение с ЭВМ*. — М.: Наука, 1989. — С. 5-34.
130. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации*. — М.: Наука, 1990. — С. 3-14.
131. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: методология и теория // *Оптимизация речевого воздействия*. — М.: Наука, 1990. — С. 5-18.
132. Тарасов Е. Ф. Тенденции развития психолингвистики. — М.: Наука, 1987. — 168 с.
133. Телия В. Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и ее прагматическая ориентация // *Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности*. — М.: Наука, 1991. — С. 5-35.
134. Тейтмайер Б. Диалог: проблемы анализа // *Общение. Текст. Высказывание*. — М.; Наука, 1989. — С. 71 — 83.
135. Троянов В. И. Личностные стратегии обоснования в дискурсе // *Личностные аспекты языкового общения*. — Калинин: Изд-во КГУ, 1989. — С. 37- 45
136. Уфимцева Н. В. Мотивация в речевом воздействии: проблемы и концепции // *Оптимизация речевого воздействия*. — М.: Наука, 1990. — С. 56 — 68.
137. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. — М.: Рус. яз., 1987. -156 с.
138. Формановская Н. И. Вы сказали «Здравствуйте»: Речевой этикет в нашем общении. — М.: Знание, 1982. — 158 с.
139. Формановская Н. И. Речевой этикет // *Лингвистический энциклопедический словарь*. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 413- 414.
140. Формановская Н. И. Функциональные и категориальные сущности устойчивых формул общения. Автореф. дис... д-ра филол. наук: 10. 02. 01 / Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина. — М., 1979. — 37 с.
141. Хартунг В. Деятельностный подход в лингвистике: результаты, границы, перспективы // *Общение. Текст. Высказывание*. — М.: Наука, 1989. — С. 41 — 55.
142. Хаташвили Л. Г. Некоторые вопросы диалогического единства. — Тбилиси: Изд-во Тбил. Ун-та, 1988. — 73с.
143. Хинтика Я. Логика в философии — философия логики // *Хинтика Я. Логико-эпистемологические исследования*: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1980. — С. 35-67.
144. Холодович А. А. О типологии речи // *Историко-филологические исследования. Сб. статей к 75-летию Н. И. Конрада*. — М: Наука, 1967. — С. 202-208.
145. Чахоян Л. П. Синтаксис диалогической речи современного английского языка. — М.: Высшая школа, 1979. — 168 с.
146. Чахоян Л. П., Невзорова Г. Д. Коммуникативная интенция в структуре речевого произведения // *Речевые акты в лингвистике и методике*. — Пятигорск: ПГПИИЯ, 1986. — С. 17-21.
147. Лахоян Л. П., Паронян Ш. А. Взаимодействие интенций как фактор, определяющий типы межличностного общения // *Личностные аспекты языкового общения*. — Калинин: Изд-во КГУ, 1989. — С. 67-75.

148. Шатуновский И. Б. «Правда», «истина», «искренность», «правильность» и «ложь» как показатели соответствия / несоответствия содержания предложения мысли и действительности // Логический анализ языка. Культурные концепты. — М.: «Наука», 1991. — С. 31-38.
149. Шведова Н. Ю. Очерки по синтаксису русской разговорной речи. — М.: Изд-во АН СССР, 1960. — 377с.
150. Шевеленкова Е. Д. Методологический анализ поведения как психологической категории // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-та ин. яз. им. М. Тореза: Вып. 242. Речевое поведение и речевая деятельность студентов на иностранном языке. — М., 1984. — С. 11-19.
151. Шибутани Т. Социальная психология: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1969. — 535 с.
152. Шишкина Т. А. Косвенное высказывание в сверхфразовом диалогическом единстве (на материале немецкого языка): Дис. . . . канд. филол. наук: 10. 02. 04. — М., 1984. — 21 с.
153. Шишкина Т. А. Косвенное высказывание в теории речевой деятельности // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза: Вып. 209. Прагматика и структура текста. — М, 1983. — С. 83- 92.
154. Щерба Л. В. О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. — Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1984. — С. 146-196.
155. Ыйм Х. Я. Рассуждения и порождение реплик диалога // Текст в коммуникации: Сб. науч. тр. / АН СССР, Ин-т языкознания, Тверской с. -х. ин-т, каф. иностр. яз. — М 1991. — С. 101-108.
156. Этнопсихоллингвистика /Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю., Крюков А. Н. и др. /. — М.: Наука, 1988. — 190 с.
157. Юдин Э. Г. Деятельность как объяснительный принцип. — Вопросы философии, -1 976. — №5. — С. 62 -78.
158. Ягодинский В. Н. Наш этикет. — М.: Молодая гвардия, 1988 — 235 с.
159. Якубинский Л. П. О диалогической речи // Русская речь. П. Г., 1923, вып. 1. — С. 96-194.
160. Яшенкова О. В. Оцінні номінації в англійському діалогічному мовленні. Автореф. дисертації. . . канд. філол. наук. 10. 02. 04. — Київ: Націон. ун-т ім. Т. Шевченка, 1995. — 23 с.
161. Aarts F., Aarts J. English syntactic structures. — Oxford: Pergamon Press, 1982. — 189p.
162. Adamzik K. Dialoganalyse: eine Disziplin auf der Suche nach ihrer Identität // Future perspectives of Dialogue Analysis. — Tübingen: Niemeyer, 1995. — P. 35 — 78.
163. Aijmer K. Conversational routines in English: Convention and Creativity. — Longman, 1996 — 175 p.
164. Atkinson J., Heritage J. (eds.) Structures of social action, — Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1984. — 210 p.
165. Auwera J., van der. On the meaning of basic speech acts // Journal of pragmatics. — 1980. #4. — P. 253-264.
166. Bach K., Haraish R. M. Linguistic communication and speech acts. — Cambridge (Mass.): MIT Press, 1980. -327p.
167. Ballmer T., Brennenstuhl W. Speech act classification: A study in the lexical analysis of English speech activity verbs. — Berlin etc.: Springer, 1981. — X, 274 p.
168. Bell C. Ritual theory, ritual practice, — New York: Oxford University Press, 1992. — 195p.
169. Bhatia V. K. Analysing genre: Language use in professional settings. — London, New York: Longman, 1993. — XVIII, 246 p.
170. Bickhard M. H. Cognition, convention and communication. — New-York: Praeger, 1980. — 270 p.
171. Blum-Kulka Sh. Indirectness and politeness in requests: same or different? // Journal of pragmatics. -1987. -# 11. — P. 131-146.
172. Blum-Kulka Sh. You don't touch lettuce with your fingers: parental politeness in family discourse // Journal of pragmatics. — 1990. — # 14. — P. 259-2
173. Blum-Kulka Sh., Danet B., Gherson R. The language of requesting in Israeli society // Forgas J. P. (ed.) Language and social situations. — Berlin, New York: Springer — Verlag, 1985. — P. 113-139.
174. Blum-Kulka Sh., Sheffer H. The metapragmatic discourse in American-Israeli families at dinner // Kasper G., Blum-Kulka Sh. (eds.) Interlanguage pragmatics. — Oxford: Oxford University Press, 1993. - P. 196-223.
175. Brown P., Levinson St. C. Politeness: Some universals of language usage. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987. — 345p.
176. Brown P., Levinson St. C. Universals in language usage: politeness phenomena // Goody E. N. (ed.) Questions and politeness: strategies in social interaction. — Cambridge: Cambridge University Press, 1978. — P. 56-324.
177. Brown R., Gilman A. The pronouns of power and solidarity// Sebeok, T. A. (ed.) Style in language. — Cambridge, Mass.: MIT Press, 1960, — P. 253-276.
178. Cheepen C. The predictability of informal conversation. London, New York: Pinter, 1990. — 132p.
179. Cohen T. Illocutions and perlocutions // Foundations of language. — 1973. — Vol. 9, #4. -P. 492-503.
180. Coleman, L., Kay P. Prototype semantics: the English word «lie» // Language. -1981. — # 57:1. — P. 26 — 44.
181. Cordelia, M. et al. Complimenting behaviour in Australian English and Spanish speech. — Multilingua. — 1995. — 14 (3). — P. 235-252.
182. Coulmas F. Conversational routine: Explorations in standardised situations and patterned speech. — The Hague: Mouton, 1981. — 184p.
183. Coulthard M. An introduction to discourse analysis. — New York: Longman, 1992. — 212 p.
184. Davis R. The ritualization of behaviour // Mankind -1981. — Vol. 13, #2. — P. 103-111.

185. Davis S. Perlocutions // Searle J. R., Kiefer F., Bierwisch M. (eds.) *Speech Acts Theory and Pragmatics*. — Dordrecht etc.: Reidel, 1980. — P. 37-55.
186. Dickenson P. Humpty Dumpty meeks Mikhail Bakhtin // *Journal of Pragmatics*. — 1997. — # 27. — P. 523-530.
187. Edmondson W. *Spoken discourse: A model for analysis*. — London, New York: Longman, 1981. — X, 217p.
188. Eggins S., Slade D. *Analysing casual conversation*. — Cassel, L. & Wask, 1997. — 333p.
189. Fraser B. Hedged performatives // Cole P., Morgan J. (eds.) *Syntax and Semantics*. — New York: Academic Press, 1975. — Vol. 3. *Speech Acts*. — P. 187-210.
190. Gass S. M., Selinker L. *Second language acquisition. An introductory course*. — Hillside, N. J. etc.: Lawrence Erlbaum, 1994. — 265 p.
191. Goffman E. *Footing* // *Semiotica*. — 1979. — № 25. — P. 1 — 29.
192. Goffman E. *Forms of talk*. — Oxford: Basil Blackwell, 1981. — 335p.
193. Goffman E. *Interaction Ritual: essays on face-to-face behaviour*. — Harmondsworth: Penguin Books, 1967. — 270p.
194. Gordon D., Lakoff G. *Conversational postulates* // *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, 1971. — Vol. 3. *Speech Acts*. — P. 83-106.
195. Grice H. P. *Meaning* // *Philosophical review*. -1957. — # 66. — P. 377 — 388.
196. Gu Yu. *Politeness in modern Chinese* // *Journal of Pragmatics*. — 1990. — # 14. — P. 237-257.
197. Gumperz J. J. *Discourse strategies*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1982. — 247p.
198. Hatch E. *Rhetorical analysis* // *Discourse and language education*. — Cambridge, etc.: Cambridge University Press, 1992. — P. 164 — 208
199. Hendon W., Hendon R. A., Herbig P. *Cross-cultural business negotiations*. — Quorum Books, 1996 — 280p.
200. Herbert R. K. *Sex-based differences in compliment behavior* // *Language in society*. -1990. -19(2). — P. 201-224.
201. Herbert R. K. *The ethnography of English compliments and compliment responses: a contrastive sketch* // Oleksy W. (ed.) *Contrastive pragmatics*. — Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1989. — P. 3-35.
202. Ho D. Y. *On the concept of face* // *American Journal of sociology*. — 1975. — # 81. — 867-84.
203. Hofstede G. *Culture's Consequenses*. — Beverly Hills, C. A.: Sage, 1980 — 178p.
204. Holmes J., Brown D. F. *Teachers and students learning about compliments* // *TESOL Quarterly*. -1987. — 21 (3) . — P. 523-546.
205. Hu H. Ch. *The Chinese concepts of «face»* // *American Anthropologist*. — 1944. — # 46. — P. 45-64.
206. Hundsnurscher F. *On insisting* // *Possibilities and limitations of pragmatics*. — Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1981 — P. 343 — 357.

207. Hymes D. *Foundations in sociolinguistics: an ethnographic approach*. — Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1974. — 223 p.
208. Hymes D. *Models of interaction of language and social life* // Gumperz J., Hymes D. (eds.) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*, — New York: Holt Rineheart and Winston, 1972. — P. 41-62.
209. Inkeles A. *National Character (A psycho-social perspective)*. — Transaction Publishers, 1997. — 243 p.
210. Janney R. W., Arndt, H. *Universality and relativity in cross-cultural politeness research: a historical perspective*. // *Multilingua*. — 1993. — #12. — P. 13-50.
211. Johnson, D. *Entertaining and etiquette for today*. — Washington, D. C.: Acropolis Books 1979. — 168 p.
212. Katriel T. *Talking straight: "Dugri" speech in Israeli "Sabra culture"*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1986. — 134p.
213. Labov W., Fanskel D. *Therapeutic discourse*. — New York: Academic Press, 1977. — 217 p.
214. Lakoff R. *Language and woman's place*. — New York: Harper and Row, 1975. — 83 p.
215. Laser-Freeman D., Long M. H. *An introduction to second language acquisition research*. — London, New York: Longman, 1993. — 236 p.
216. Leech G. N. *Principles of pragmatics*. — London, New York: Longman, 1983. — 250 p.
217. Levinson St. *Pragmatics*. — London, New York: Longman, 1983. — 420p.
218. Lewandowska — Tomaszczyk B. *Praising and complimenting* // Oleksy W. (ed.) *Contrastive pragmatics*. — Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1989. — P. 73 -100.
219. Lyons J. *Semantics*. — Cambridge etc.: Cambridge University Press, 1977. — 324 p.
220. MacIntyre P. D. *Toward a social psychological model of strategy use*. // *Foreign Language Annals*. — NewYork, 1994. — Vol. 27, 2. — P. 185 — 195.
221. Manes J. *Compliments: a mirror of cultural values* // Wolfson N. and E. Judd (eds.) *Sociolinguistics and language acquisition*. — Rowley (Mass.), London, Tokyo; Newbury House, 1983. -P. 96-102.
222. Mao L. M. R. *Beyond politeness theory: "face" revisited and renewed* // *Journal of Pragmatics*. -1994. — # 21. — P. 451- 486.
223. Mc Laughlin M. *Conversation. How talk is organized*. — Beverly Hills, C. A.: Sage, 1984. — 224 p.
224. Mehan, H. *Learning lessons*. Cambridge M. A.; Harvard University Press, 1979. — 184 p.
225. Morgan Y. *Two Types of Conventions in Indirect Speech Acts* // *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, 1978. — Vol. 9 *Pragmatics*. — P. 261-279.
226. Morpurgo — Tagliabue G. *Grammar, logic and rhetoric in a pragmatic perspective* // *Possibilities and limitations of pragmatics*. — Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1981. -P. 493-508.

227. O'Driscoll J. About face: a defence and elaboration of universal dualism // *Journal of Pragmatics*. -1996. — # 25. — P. 1-32.
228. Penman R. Facework and politeness: multiple goals in courtroom discourse // Tracy K., Coupland N. (eds.) *Multiple Goals in Discourse*. — Clevedon: Multilingual Matters Ltd, 1990. — P. 15-38.
229. Pomerantz A. Compliment responses: Notes on the co-operation of multiple constraints. // Schenkein J. (ed.) *Studies in the organization of conversational interaction*. — New York: Academic Press, 1978. — P. 79 -112.
230. Post E. *Etiquette: the blue book of social usage*. — New York: Harper & Row, 1950. — 125p.
231. Recanati F. Some Remarks on Explicit Performatives, Indirect Speech Acts, Locutionary Meaning and Truth — Value. // Searle J. R., Kiefer F., Bierwisch M. (eds.) *Speech Acts Theory and Pragmatics*. — Dordrecht etc.: Reidel, 1980. — P. 205-220.
232. Rosengren I. *The Indirect Speech Acts*. // *Wege zur Universalienforschung*. Tübingen: Niemeyer, 1980. — P. 462-468.
233. Roulet E. et al. *L'argumentation du discours en français contemporain*. — Berne: Artheme Fayard, 1985. — 163p.
234. Sacks H., Schegloff E., Jefferson J. A simplest systematic for the organization of turntaking for conversation. // *Language*. -1974. — Vol. 50. — P. 696 — 733.
235. Sadoch J. M. *Toward a linguistic theory of speech acts*. — New York etc.: Academic Press, 1974. — 125 p.
236. Sanford D. H. Competing semantics of vagueness: Many Values Versus Supertruth. -*Synthese*, 1976 vol. 33, # 2. — P. 13 — 34.
237. Schenkein J. (ed.) *Studies in conversational interaction*. — New York: Academic Press, 1978. — 173 p.
238. Searle J. R. *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. — 203 p.
239. Searle J. R. *Expression and Meaning*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1979. — 187 p.
240. Searle J.R., Vanderveken P. *Foundations of Illocutionary Logic*. — Cambridge etc.: Cambridge University Press, 1985 — 227 p.
241. Sinclair J., Coulthard M. *Towards an analysis of discourse*. — London: Oxford University Press, 1975. -163 p.
242. Sokeland W. *Indirektheit von Sprechhandlungen: eine linguistische Untersuchung*. Tübingen: Niemeyer, 1980. -168 S.
243. Stiles W. Classification of intersubjective illocutionary acts // *Language in society*. -1981. Vol. 10. -P. 227-249.
244. Sudnow D. (ed.) *Studies in social interaction*. — New York: Free Press, 1972. — 186 p.
245. Tan T. *Culture Shock*. — Times Editions, 1992. -172 p.
246. Tannen D. *Talking Voices*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1989. — 158 p.
247. Ting-Toomy S. (ed.) *The challenge of face-work: Cross-cultural and interpersonal issues*, — NewYork: University of New York Press, 1994. — 205 p.
248. Turner K. *The principal principles of pragmatic inference: politeness* // *Language Teaching*. -1996. — # 29. — P. 1-13.
249. Verschueren J. *On speech act verbs*. — Amsterdam: Tom Benjamins B. V., 1980. — 82 p.
250. Watts R. J. *The pragmalinguistic analysis of narrative texts*. — Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1981. — 239 p.
251. Watts R. J., Ide S., Ehlich K. (eds.) *Politeness in language: studies in its history, theory and practice*. — Berlin: Mouton de Gruyter, 1992. — 300 p.
252. *Webster's third new international dictionary of the English language*. — Springfield, Massachusetts, 1993.
253. Wierzbicka A. *Cross-cultural pragmatics: the semantics of human interactions*. — Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1991 — XIII, 502 p.
254. Wierzbicka A. *English speech act verbs: a semantic dictionary* . — Canberra, Sydney etc.: Australian National University Press, 1987. — 500 p.
255. Wilson St. R, Kim M. -S., Meischke H. Evaluating Brown and Levinson's politeness theory: A revised analysis of directives and face // *Research on Language and Social Interaction*. -1991-#25. — P. 215 — 52;
256. Wolfson N. An empirically based analysis of complimenting in American English // Wolfson N. And E. Judd (eds.) *Sociolinguistics and language acquisition*. — Rowley (Mass.), London, Tokyo: Newbury House, 1983. — P. 82 — 95.
257. Wolfson N. *Perspectives. Sociolinguistics and TESOL*. — Newbury House Publishers, 1989. — 215p.
258. Wolfson N., Manes J. The compliment as a social strategy // *Papers in linguistics: International journal of human communication* . — 1980. — 13: 3. — P. 391-410.
259. Wright G. H. von. *The varieties of goodness*. London: Routledge and Kegan Paul, 1963 — XIV, 222 p.
260. Wunderlich D. *Methodological Remarks on Speech Act Theory* . // Searle J. R., Kiefer F., Bierwisch M. (eds.) *Speech Act theory and Pragmatics*. — Dordrecht etc.: Reidel, 1980. — P. 291 — 312.
261. Wunderlich D. *Studien zur Sprechakttheorie*. — Frankfurt a. M.: Gunter Narr Verlag, 1976. — 417 S.
262. Yahya-Othman S. *Covering one's social back: politeness among the Swahili* // *Text*. — 1994. — #14. — P. 141 — 161.
263. Zimmermann K., Müller P. *Indirekte und implizite Sprechakte* // *Deutsche Sprache*, - 1977. — № 5. — S. 119-148.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Byatte A. S. *Possession*. — Vintage, 1991. — 511 p.
2. Chandler R. *The Little Sister*. — Bantam Books, 1984. — 256 p.
3. Cheever J. *Selected Short Stories*. — Moscow: Progress, 1980. — 343 p.
4. Cooper J. *Love and Other Heartaches*. — London; Corgi Books, 1983. — 552p.
5. Cooper W. *Immortality at Any Price*. — Sinclair — Stevenson Limited, 1991. — 234 p.
6. Dahl R. *Kiss, Kiss*. — Penguin Books 1962. — 240 p.
7. Dunne D. *The Two Mrs Grenvilles*. — Bantam Books, 1987. — 374 p.
8. Fowles J. *The Ebony Tower; Eliduc; The Enigma*. — Moscow: Progress, 1980. — 246p.
9. Gloag J. *Love as a Foreign Language*. — London: Sinclair — Stevenson Limited, 1991. — 261 p.
10. Gunn R. J. *The Island Dreamer*. — Grafton Books, 1991. — 558 p.
11. Gunn R. J. *True Friends*. — Grafton Books, 1993. — 532 p.
11. Hailey A. *The Money Changers*. — Corgi Books, 1991. — 544 p.
12. Hemingway E. *The Killers* // Mc Conochie J. A. 20-th century American Short Stories. — Москва: Высшая школа, 1979. — P. 18 — 43.
13. Krantz J. *Mistral's Daughter*. — New York: Bantam Books, 1985. — 564 p.
14. Ludlum R. *The Holcroft Covenant*. — Grafton Books, 1979. — 608 p.
15. March W. *Bill's Eyes* // *Eleven American Stories*. — Moscow: Progress, 1978. — P. 113-127.
16. Mc Cullers C. *The Sojourner* // *Still Life*. — Ленинград: Просвещение. Ленингр. отд-ние, 1975. — P. 95-105.
17. Murdoch I. *The Book and the Brotherhood*. — Penguin Books, 1988. — 601 p.
18. Murdoch I. *The Message to the Planet*. — Penguin Books, 1990. — 563 p.
19. Murdoch I. *The Sandcastle*. — Ленинград: Просвещение. Ленингр. отд-е, 1975. — 216 с.
20. Pascal F. *Slam Book Fever*. — Bantam Books, 1988. — 475 p.
21. Pinter H. *Plays: Four*. — Faber and Faber, 1991. — 406 p.
21. Pinter H. *Plays: One*. — Faber and Faber, 1991. — 375 p.
22. Porter K. A. *The Jilting Of Granny Weatherall* // *The Riverside Anthology of Literature*. — Boston: Houghton Misslin Company, 1988. — P. 272-279.
23. Shannon D. *Family Money*. — New York: Bantam Books, 1984. — 547 p.
24. Shaw I. *Return to Kansas City* // *Still Life*. — Ленинград: Просвещение. Ленингр. отд-ние, 1975. — P. 124 — 131.
25. Suckow R. *A Start in Life* // *Eleven American Stories*. — Moscow: Progress, 1978. — P. 98 — 112.
26. Thurber J. *The Secret Life of Walter Mitty* // *Mc Conochie J. A. 20-th century American Short Stories*. — Москва: Высшая школа, 1979. — P. 97-118.
27. Tushnet L. *The Klausners*. // *Eleven American Stories*. — Moscow: Progress, 1978. — P. 5 — 32.
28. Updike J. *Couples*. — Penguin Books, 1968. — 506 p.
29. Updike J. *Rabbit at Rest*. — Penguin Books, 1991. — 512 p.
30. Updike J. *Rabbit, Run*. — Penguin Books, 1964. — 249 p.
31. West D. *The Richer, the poorer* // *Still Life*. — Ленинград: Просвещение. Ленингр. отд-е, 1975. — P. 155 — 159.
32. Вайнер А., Вайнер Г. *Петля и камень в зеленой траве*. — М.: АО Международная книга, West — East Press Communication, 1993. — 490 с.
33. Вознесенская Ю. *Женский Декамерон*. — М.: Вернисаж, 1992. — 334 с.
34. Горьшин Г. *С наилучшими пожеланиями*. — Л.: Советский писатель. Ленингр. отд-е, 1977. — 560с.
35. Гранин Д. *Искатели*. — Л.: Советский писатель. Ленингр. отд-ние, 1971. — 447с.
36. Давыдова Н. *Сокровища на земле*. — М.: Советский писатель, 1985. — 479 с.
37. Карелин Л. *Пять романов*. — М.: Советский писатель., 1990 — 640 с.
38. Козлов В. *Услышать тебя*. — Л.; Советский писатель. Ленингр. отд-е, 1982. — 627 с,
39. Липатов В. *И это все о нем*. — Киев: Радянська школа, 1984. — 369 с.
40. Липатов В. *Игорь Саввович*. — М.: Молодая гвардия, 1978 — 398 с.
41. Набатникова Т. *Каждый охотник*. — М.: Советский писатель, 1989. — 382 с.
42. Панова В. *Времена года*. — Л.: Советский писатель. Ленингр. отд-е, 1983. — 576с.
43. Токарева В. *Когда стало немножко теплее*. — М.: Советская Россия. — 1972. — 271 с.
44. Токарева В. *Ничего особенного*. — М.: Советский писатель, 1983. — 351 с.
45. Токарева В. *О том, чего не было*. — М.: Молодая гвардия, 1969. — 238 с.
45. Пукшин В. *Собрание сочинений: В 5 томах*. — Т. 3.: Киноповести. Повести. — Бишкек: Книголюб, 1992. — 479 с.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	
ДІЯЛЬНІСНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ КОМПЛІМЕНТУ	8
1.1. Основні напрямки у сучасних дослідженнях компліменту в англійській мові	8
1.2. Теорія мовленнєвих актів і теорія мовленнєвої діяльності як теоретико-методологічна база аналізу компліменту в англійській мові	14
1.3. Поняттєвий апарат дослідження компліменту в англійській мові	17
1.3.1. Поняття мовленнєвої поведінки	17
1.3.2. Поняття цілі та дії	20
1.3.4. Поняття ввічливості	38
Висновки по розділу 1	40
РОЗДІЛ 2	
КОМПЛІМЕНТ ЯК ПОЄДНАННЯ РІЗНИХ ДІЙ	42
2.1. Комплімент як ілюкутивний акт	43
2.1.1. Ілюкутивні цілі компліменту. Семантичний аналіз англійського слова «compliment»	43
2.1.2. Мовні засоби вираження ілюкуції компліменту	48
2.1.3. Місце ІА компліменту у системі ІА	57
2.1.4. Проблема ширості компліменту	62
2.2. Комплімент як перлюкутивний акт	68
2.3. Комплімент як соціальна дія	74
2.3.1. Етикетні компліменти	76
2.3.2. Інструментальні компліменти	80
2.3.3. Компліменти проміжних типів	84
Висновки по розділу 2	87
РОЗДІЛ 3	
СТРУКТУРНО—СЕМАНТИЧНІ, ПРАГМАТИЧНІ ТА ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛІМЕНТІВ ЯК МОВЛЕННЄВИХ ВЧИНКІВ	91
3.1. Якісно-кількісний аналіз структурно-семантичних і прагматичних особливостей різних типів компліментів-соціальних дій	91

3.2. Етнокультурні особливості вживання компліментів британцями і американцями	95
3.2.1. Порівняльний аналіз вживання компліменту в англо-мовних (британській та американській) і російськомовній культурі	96
3.2.2. Етнокультурні фактори релевантні для аналізу вживання компліменту у культурах, що порівнюються	100
3.2.3. Мовні наслідки впливу етнокультурних факторів на вживання компліменту в культурах, що порівнюються	107
Таблиці до розділу 3.	112
Висновки по розділу 3	119
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	122
ЛІТЕРАТУРА	126
ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	141

Наукове видання

Міщенко
Вікторія Яківна

КОМПЛІМЕНТ У МОВЛЕННЄВІЙ ПОВЕДІНЦІ ПРЕДСТАВНИКІВ АНГЛОМОВНИХ (БРИТАНСЬКОЇ ТА АМЕРИКАНСЬКОЇ) КУЛЬТУР

Монографія

Технічний редактор *Л. Богаєнко*
Комп'ютерна верстка: *В. Н. Амелін*
Корректор *І. А. Ясницька*

Підписано до друку 20.01.08. Формат 84х108 ¹/₃₂.
Папір офсетний. Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 9,0. Наклад 300 прим. Заказ № 08-09.

Свідцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 1002 від 31.07.2002 р.

Видання і друк ТОВ «Майдан»
61002, Харків, вул. Чернишевська, 59
Тел. +38 (057) 700-37-30