

Наталя Бігунова

## СХВАЛЕННЯ, ПОХВАЛА, КОМПЛІМЕНТ ТА ЛЕСТОЩІ ЯК ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПОМ'ЯКШЕННЯ ВИСЛОВЛЮВАННЯ

*Покласифіковано комунікативні стратегії, що ними послуговуються адресанти позитивно-оцінних мовленнєвих актів схвалення, похвали, компліменту і лестощів. Позитивно-оцінні мовленнєві акти розглянуто на матеріалі сучасного англомовного художнього дискурсу. Описано реалізацію мовленнєвими актами схвалення, похвали, компліменту і лестощів стратегії пом'якшення висловлювання.*

Ключові слова: стратегія, тактика, мовленнєвий акт, оцінка, схвалення, похвала, комплімент, лестощі.

Мета статті – описати реалізацію мовленнєвими актами схвалення, похвали, компліменту і лестощів стратегії пом'якшення висловлювання в англомовному художньому дискурсі.

Вибір теми дослідження обумовлений тим, що, незважаючи на інтенсивну розробку проблем, пов'язаних з комунікативними стратегіями у сучасному мовознавстві (ван Дейк, Дж. Браун і Дж. Джуль, О. Ісерс, Ф. Бацевич, Н. Формановська, Г. Почепцов, Т. Трипольська, Н. Коробова та ін.), ціла низка кардинальних питань заслуговує на додатковий аналіз. Зокрема, до сьогодні незрозуміло, які комунікативні тактики і стратегії використовує мовець, висловлюючи позитивну оцінку.

Вивчення оцінних одиниць сучасної англійської мови щодо виокремлення комунікативних стратегій їх уживання в англомовному соціумі видається актуальним у зв'язку зі зростаючим інтересом до стратегічних особливостей побудови дискурсу.

Завдання статті полягають у дослідженні таких частин означеної проблеми: 1) дати визначення схваленню, похвалі, компліменту і лестощам як позитивно-оцінним мовленнєвим актам; 2) дати визначення термінам стратегія і тактика; 3) класифікувати комунікативні стратегії, якими керуються адресанти позитивно-оцінних мовленнєвих актів; 4) проаналізувати використання автором художнього твору схвалення, похвали, компліменту і лестощів як тактик реалізації стратегії пом'якшення висловлювання.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому позитивно-оцінні акти вперше розглянуті як тактики реалізації стратегії негативної ввічливості.

Загальнонаукове значення статті зумовлено тим, що вона робить внесок в опис оцінного дискурсу з погляду його комунікативних стратегій.

Матеріалом дослідження слугували тексти 52 сучасних англомовних художніх творів загальним обсягом 18 380 сторінок, з яких були відібрані висловлювання схвалення, похвали, компліменту і лестощів.

Аналізована вибірка становить 1696 контекстів вираження позитивної оцінки. Найбільший масив утворений висловлюваннями схвалення – 743 мовленнєвих епізоди (43,8 % усіх контекстів), дещо менше висловлювань похвали – 627 мовленнєвих епізоди (37,0 % контекстів); значно менше висловлювань компліменту – 270 мовленнєвих епізодів (15,9 % контекстів) і найменша кількість мовленнєвих епізодів утворюють лестощі – 56 мовленнєвих епізодів (3,3 % усіх контекстів).

Як вважає О. Селіванова, наявність комунікативних стратегій зумовлена загальним принципом стратегічності будь-якої діяльності [1, с. 206].

На думку Ф. Бацевича, стратегія мовленнєвого спілкування є оптимальною реалізацією інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої видозміни їх у конкретній ситуації. Зазвичай, у разі неконфліктного (кооперативного) спілкування його стратегію визначають пошуки “спільної мови”, тобто основ діалогічної співпраці: добір мовних засобів представлення реального стану речей, вибір тональності спілкування, формування сприятливої атмосфери взаємодії всіх учасників комунікації тощо [2, с. 118].

Комунікативні стратегії реалізують відповідні *комунікативні тактики* – підпорядковані комунікативній стратегії конкретні засоби здійснення інтенційно-стратегічної програми комунікації [1, с. 209].

Тактикою вважається сукупність комунікативних прийомів, вибір і послідовність мовленнєвих актів на певному етапі спілкування, наприклад, привертання уваги і підтримання контакту, переконання, натиск і послаблення натиску, провокація, маніпулювання, приведення в певний емоційний стан тощо [3, с. 111].

У низці досліджень похвала, комплімент і лестощі розглядаються як тактики, що реалізують позитивно-оцінні стратегії [4; 5]. При подібному підході схвалення, очевидно, також можливо розглядати як тактику, що її мовець використовує для передачі свого позитивного настрою.



Перш ніж перейти до аналізу стратегій, що їх використовують адресанти мовленнєвих актів (далі МА) схвалення, похвали, компліменту і лестощів, треба дати їх визначення.

Під *схваленням* розуміємо позитивно-оцінний експресивний синкретичний МА, що відрізняється, як правило, прямою формою реалізації, формулюється у рамках реактивного або (рідше) ініціального комунікативного ходу, адресат якого ніколи не виступає об'єктом оцінки. Об'єктами схвалення є неживі предмети, ідеї і явища.

*Похвалу* визначаємо як позитивно-оцінний експресивний синкретичний МА, що функціонує в діалогічному спілкуванні як ініціувальний або (дещо рідше) реактивний комунікативний хід, об'єкт оцінки якого, на відміну від інших позитивно-оцінних МА, не завжди є адресатом. Об'єктами похвали є моральні й інтелектуальні якості, вміння і вчинки співрозмовника або відсутньої під час розмови людини, а також зовнішність чи манери відсутньої людини. Якщо МА похвали стосується якостей і вчинків співрозмовника, адресат повідомлення і об'єкт оцінки збігаються; якщо в РА похвали оцінюються якості і вчинки відсутньої у момент мовлення людини, адресат і об'єкт оцінки є різними. Похвала переважно спрямована від вищого за соціальним положенням або за віком комуніканта до нижчого.

*Комплімент* визначаємо як позитивно-оцінний експресивний синкретичний МА, який характеризується переважно збігом адресата й об'єкта позитивно-оцінного висловлювання, а також великим очікуванням перебільшенням достоїнств співрозмовника. Комплімент формулюється переважно у рамках ініціувального комунікативного ходу і відрізняється від інших позитивно-оцінних МА відсутністю у його комунікативній структурі аргументативності. Об'єктами МА компліменту виступають зовнішність і досягнення адресата. Комплімент частіше адресований рівному за статусом комунікантові, рідше він адресований нижчому за статусом комунікантові. Крім того, важливим соціальним чинником МА компліменту, на відміну від інших позитивно-оцінних МА, є статевана належність його учасників. Комплімент зовнішності набагато частіше адресований жінці.

*Лестощі* визначаємо як псевдоцирий позитивно-оцінний раціональний синкретичний МА, що характеризується наявністю в мотивації мовця розрахунку й користі, а також переважно збігом адресата й об'єкта позитивної оцінки. МА лестощів має виключно пряму, експліцитну форму реалізації оцінки і формулюється переважно у рамках ініціувального комунікативного ходу. Об'єктами МА лестощів є зовнішність адресата, його моральні й інтелектуальні якості, вміння, досягнення і вчинки. Адресант лестить адресатові не тому, що перебуває в емоційному стані, а тому що хоче отримати користь. У статусних взаєминах лестощі здебільшого спрямовані від нижчого за підпорядкуванням до вищого, проте лестощі-вибачення можуть бути спрямовані як до рівного, так і до нижчого за підпорядкуванням співрозмовника.

У цьому дослідженні ми пропонуємо розглядати МА схвалення, похвали, компліменту і лестощів як тактики реалізації певних стратегій, серед яких будемо виокремлювати головні і другорядні.

На нашу думку, позитивно-оцінні мовленнєві акти схвалення, похвали і компліменту характеризуються поліінтенціональністю. Головною інтенцією пропонуємо вважати інтенцію вираження емоційного стану і позитивної оцінки. Використання цих актів загалом спрямоване на створення позитивного емоційного тла, гарного настрою, ефекту доброзичливих взаємин. Мовець вибудовує певну лінію поведінки, вибирає позитивно-емоційну комунікативну стратегію, за допомогою якої передає свідомо заплановане або таке, що виникає у момент спілкування позитивне ставлення до адресата або до дійсності.

Спостереження над вибіркою дозволяють дійти висновку, що за допомогою позитивно-оцінних МА реалізуються стратегії як **позитивної**, так і **негативної ввічливості**, а також стратегія впливу на емоційний стан співрозмовника, стратегія захисту і стратегія **маніпулювання** поведінкою адресата.

Треба зазначити, що в кожній конкретній ситуації при вираженні позитивної оцінки можуть використовуватися дві і більше стратегій, які доповнюють одна одну, й іноді з них непросто виділити домінуючу і допоміжну стратегії. Тому підрахунок частотності застосування означених у роботі стратегій видається скрутним. У конкретному висловлюванні з його соціолінгвальними і психолінгвальними параметрами структура позитивно-оцінних стратегій може змінюватися: та або інша допоміжна стратегія стає провідною, відповідно провідна допоміжною, або може поєднуватися з ними. Наміри адресанта позитивної оцінки, як правило, не декларуються, що також ускладнює інтерпретацію стратегій адресанта. Здебільшого провідні стратегії мовця правильно декодуються слухачем, але іноді інтенціональний малюнок висловлювання є неоднозначним. Проте читач може судити про наміри адресанта з авторського коментарю або із внутрішньої мови адресанта.

Провідною стратегією адресантів усіх МА позитивної оцінки, на нашу думку, є стратегія впливу на емоційний стан співрозмовника.

До стратегій **позитивної ввічливості**, якими послуговуються адресанти позитивно-оцінних висловлювань, належать 1) **контакто-встановлювальна** стратегія, 2) стратегія **збереження обличчя** співрозмовника, а також 3) стратегія **інтимізації спілкування**, співучасті, належності до однієї групи.

Стратегії негативної ввічливості полягають у наданні свободи дій слухачеві, що в традиціях західної культури зазвичай і розуміється як ввічливість. Ці стратегії зводяться до десяти ліній поведінки, серед яких для аналізу МА позитивної оцінки для нас важливі такі: 1) формулювання висловлювань у пом'якшувальній модальній упаковці, 2) прояв поваги за допомогою приниження власного положення і підвищення положення адресата [6, с. 102].

Негативна ввічливість припускає уникнення слів, що погрожують “особі” або “території” (наприклад, особистому простору, особистому часу і т. п.) адресата. Якщо ж “загрозливі слова” вже сказані або мають бути сказані (незгода, відмова, критика), негативна ввічливість проявиться в їх пом'якшенні або виправленні за допомогою, зокрема, позитивно-оцінних висловлювань.

До стратегій негативної ввічливості, якими керуються адресанти позитивно-оцінних висловлювань, відносимо 4) стратегію пом'якшення висловлювання (пом'якшення відмови або критики) і 5) стратегію підвищення положення адресата.

Серед стратегій негативної ввічливості адресанти позитивно-оцінних висловлювань найактивніше керуються стратегією пом'якшення висловлювання. Подаючи повідомлення в пом'якшеній формі, адресант сподівається на підтримку і розуміння співрозмовника.

Особливо активно стратегія пом'якшення висловлювання застосовується адресантами схвалення, які випереджають свою незгоду, відмову або критику вираженням схвалення ідеї, запропонованої співрозмовником. До прикладу, коли Кит запропонував своїй дівчині Джен з'їздити після шкільного заняття в містечко, розташоване доволі далеко від міста, в якому вони жили, вона спочатку оцінює цю пропозицію як принадну, а потім відмовляється від неї, мотивуючи відмову небажанням обманювати свою матір:

*“Couldn't we go further?” he whispered, though there was no one in sight. “Düsseldorf of Cologne. Berlin, even? We'll find somewhere to stay, or camp, or something. I look older than I am, I've got money...” “It sounds lovely,” said Jen, “but my mum thinks I've gone to the Naafi.” He returned to her and smiled, although his eyes stayed sad. “You're so sweet,” he said. “Another time, then” [7, 173].*

Формулювання висловлювання схвалення у пом'якшувальній модальній упаковці ілюструє також наступний епізод, у якому свекруха виражає схвалення ідеї невістки поїхати з ними в Італію, щоб пом'якшити свою відмову:

*“Why don't you come to Italy with us?” Jerry asks Rose. She looks at Julia standing in abject silence behind Jerry. “That would be nice, dear, but I couldn't leave your father” [8, с. 69].*

На пропозицію сестри переночувати в її будинку, Лі відповідає відмовою, заздалегідь пом'якшивши її схваленням ідеї:

*“So, are you staying tonight? I have an extra bed in my room. You're welcome to it.” Lee shook her head quickly. “Oh, I'd love to, Liza, but I've got to catch the last train” [9, с. 37].*

У другому епізоді вісімнадцятирічна Ізі вирішує припинити зустрічі з хлопцем, до якого вона відчуває тільки симпатію, а він вимагає чуттєвіших взаємин. Правила ввічливості не дозволяють дівчині відразу повідомити про її рішення, вона випереджає неприємне повідомлення схвальною оцінкою часу, проведеного разом, щоб “підсолонити пігулку” і зберегти обличчя співрозмовника:

*“Jasper,” she said, with some trepidation. “I'm very fond of you, you know that. These last six months have been great.” “Seven months.” “Yeah. But, you know, because we've spoken about this before, that I want to save, you know, sex, for a time when it really feels right...” [10, с. 259].*

Таким чином, у наведеному епізоді стратегія пом'якшення висловлювання комбінується не лише з глобальною стратегією емоційного впливу, а і зі стратегією збереження обличчя співрозмовника.

Аналіз фактичного матеріалу дає змогу нам стверджувати, що адресанти МА похвали і МА компліменту застосовують стратегію пом'якшення висловлювання рідше, ніж адресанти МА схвалення. Крім того, застосування цієї стратегії обмежене параметрами ситуації: збігом об'єкта похвали і адресата-одержувача, тобто ця стратегія неможлива під час висловлення похвали третій особі.

Коли обкрадають їхню літню сусідку, дві подруги вирішують провести власне розслідування і одна з них, Неллі, пропонує знайти можливих свідків в пабі. Скромна, тиха Моллі категорично проти цього. Розсердившись на подругу, Неллі не відразу виражає критику її упертості, а з міркувань ввічливості спочатку хвалить її:

*“And nothing you say, Nellie, will coax me to go in a pub to ask questions.”*

*Nellie tutted. “I know ye're clever, girl, but now and again yer can be as thick as two short planks. Have we got a corner shop at the end of our street?” [11, с. 191].*

Хлопчик Муз просить начальника в'язниці посприяти в тому, щоб його сестру взяли у спеціалізовану школу, і дістає відмову, пом'якшену похвалою на свою адресу:

*“Look, Moose, you want to help your sister and that's admirable. But I can't help you with this. Your parents will work something out. Now, run along” [12, с. 204].*

У наведеному нижче контексті похвала якостям дівчини, яка комбінується, до речі сказати, зі схваленням часу, проведеному разом з нею, випереджає відмову від подальших побачень з нею:

*“Jacqui,” he began. “You're a wonderful, beautiful woman, and over the last few months we've had such a great time...” “Oh my God,” she gasped in ecstasy, covering her mouth with*



*ber hands. Her voice rose to a girlish squeal. "Oh David! Oh my God!" Fuck, he thought, panicking. She thinks I'm going to propose [13, 326].*

У схожій ситуації Мері, яка нещодавно овдовіла, із жахом вислуховує освідчення в коханні від людини, яку вона вважає другом сім'ї і яка для неї немислима в ролі чоловіка. Їй неприємно відмовляти Гевіну і вона, передусім, висловлює похвалу на його адресу:

*'I've got to — Mary, I think I'm in love with you.' He knew for a few seconds the glorious pride of the skydiver who pushes off firm floor into limitless space. Then she pulled away.*

*'Gavin. I—'.... Gavin, I think you're such a nice man,' she said breathlessly. 'But I don't — I mean, even if—'*

*'No,' he said loudly, trying to drown her out. 'I understand. Listen, I'm going to go.' 'There's no need...' But he almost hated her now. He had heard what she was trying to say: "even if I weren't grieving for my husband, I wouldn't want you" [14, с. 218].*

Комплімент може вводитися для пом'якшення критики. Застосування стратегії негативної ввічливості під час висловлення наступного компліменту полягає в тому, що оцінка зовнішності співрозмовниці подається в пом'якшувальній модальній упаковці — за компліментом іде критика суцільно:

*"Did you know your dress is unraveling at the back, by the way?" he says as he helps me into the jacket. "Really?" I look at him in dismay. "Does it look awful?" "It looks very nice." His mouth twitches into a smile. "But you might want to find a safety pin after the service" [15, с. 49].*

Стратегія пом'якшення висловлювання адресантом лестощів застосовується для виправлення власної помилки. До прикладу, інду, розповідаючи про правила життя в індійському гуртожитку своєму клієнтові-англійцеві, згадує про неприємні факти: бійки, наркоманію, смертність і, намагаючись "згладити" непривабливу картину, улесливо відгукується про зовнішність англійця (повнота в Індії вважається гідністю):

*Everything is allow no problem here. Except the fighting. Fighting is not good manners at India Guest House. And dying. Mr. Anand is not liking it, if people are dying here... Not many people are dying here and mostly only junkies, you know, with the skinny faces. For you no problem, with your so beautiful big fat bodies." His smile was disarmingly charming [16, с. 18].*

Таким чином, серед стратегій негативної ввічливості стратегія пом'якшення висловлювання найактивніше застосовується адресантами позитивно-оцінних МА. Особливо активно стратегія пом'якшення висловлювання застосовується адресантами *схвалення*, які випереджають свою незгоду, відмову або критику висловленням схвалення ідеї, запропонованої співрозмовником. Застосування *похвали* як тактики реалізації стратегії пом'якшення відмови або критики обмежене параметрами ситуації: збігом об'єкта похвали й адресата-одержувача, тобто ця стратегія неможлива під час вираження похвали третій особі. *Комплімент* вводитьися для пом'якшення критики, а *лестощі* — для виправлення помилки.

Перспективою цього дослідження є вивчення інших стратегій, у рамках яких також можуть висловлюватися оцінні мовленнєві акти.

### Література

1. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації / Олена Селіванова. — Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. — 350 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. — К. : Академія, 2004. — 343 с.
3. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. — Москва : ИКАР, 2007. — 480 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. — 288 с.
5. Коробова Н. В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи (на материале британского ареала): дис. ... канд. филол. наук. — 10.02.04 / Н. В. Коробова. — Нижний Новгород, 2007. — 173 с.
6. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. — Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1987. — 345 p.
7. Highmore J. Message / Julie Highmore. — London : Headline Review, 2009. — 425 p.
8. Jones R. C. Ten seconds from the sun / Russell Celyn Jones. — London : Abacus, 2009. — 309 p.
9. Cohen J. Getting away with it / Julie Cohen. — London : Headline Review, 2010. — 599 p.
10. Barr E. Out of my Depth / Emily Barr. — London : Headline Review, 2007. — 408 p.
11. Jonker J. I'll be your Sweetheart / Joan Jonker. — London : Headline, 2005. — 406 p.
12. Choldenko G. Al Capone Does My Shirts G. Choldenko. — London : Puffin Books, 2006. — 215 p.
13. Bagshawe L. Destiny / Louise Bagshawe. — London : Headline Review, 2011. — 422 p.
14. Rowling J. K. The Casual Vacancy / J. K. Rowling. — London : Sphere, 2013. — 576 p.
15. Kinsella S. Shopaholic ties the knot / Sophie Kinsella. — London : Black Swan, 2002. — 394 p.
16. Roberts G. D. Shantaram / G. D. Roberts. — London : Abacus, 2008. — 933 p.

*The article offers a classification of communicative strategies, which guide the addressers of approval, praise, compliment and flattery positive evaluative speech acts. Positive evaluative speech acts have been investigated on the samples of Modern English artistic discourse. The article reports on approval, praise, compliment and flattery speech acts' realization of the utterance attenuation strategy.*

*Key words: strategy, tactics, speech act, evaluation, approval, praise, compliment, flattery.*