

## РОЗДІЛ 2. МОВОЗНАВСТВО

УДК 811.111'37

### РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ СОБЕСЕДНИКА ПОСРЕДСТВОМ ВЫРАЖЕНИЯ ОДОБРЕНИЯ, ПОХВАЛЫ, КОМПЛИМЕНТА И ЛЕСТИ

**Бигунова Н.А., к.ф.н., доцент**

*Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова,  
Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, Украина*

**natalbig@mail.ru**

В статье классифицированы коммуникативные стратегии, которыми руководствуются адресанты положительно-оценочных речевых актов одобрения, похвалы, комплимента и лести. Исследование базируется на современном англоязычном художественном дискурсе. Анализируется использование героями художественных произведений одобрения, похвалы, комплимента и лести в качестве тактик реализации стратегии воздействия на эмоциональное состояние партнера по коммуникации.

*Ключевые слова: стратегия, тактика, речевой акт, оценка, одобрение, похвала, комплимент, лесть.*

### РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ВПЛИВУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН СПІВРОЗМОВНИКА ШЛЯХОМ ВИРАЖЕННЯ СХВАЛЕННЯ, ПОХВАЛИ, КОМПЛІМЕНТУ ТА ЛЕСТОЩІВ

**Бігунова Н.О., к.ф.н., доцент**

*Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова,  
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна*

У статті класифіковані комунікативні стратегії, якими керуються адресанти позитивно-оцінних мовленнєвих актів схвалення, похвали, компліменту і лестошів. Дослідження базується на сучасному англomовному художньому дискурсі. Анализується використання героями художніх творів схвалення, похвали, компліменту і лестошів як тактик реалізації стратегії впливу на емоційний стан партнера по комунікації.

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

### INFLUENCING THE EMOTIONAL STATE OF THE INTERLOCUTOR STRATEGY REALIZATION BY MEANS OF EXPRESSING APPROVAL, PRAISE, COMPLIMENT AND FLATTERY

**Bigunova N. A.**

*Candidate of Sciences in Philology, Associate professor*

*I.I. Mechnikov Odessa National University, Odessa, French boulevard, 24/26*

The article offers a definition of approval, praise, compliment and flattery as positive evaluative speech acts. Positive evaluative speech acts have been investigated on the samples of Modern English artistic discourse. The object of evaluation in these contiguous speech acts has been differentiated. The object of approval is inanimate things, ideas and phenomena. The object of praise is a person's moral and intellectual qualities, skills and actions of an interlocutor or of the third person, and the third person's appearance and manners. The object of compliment is the addressee's appearance and achievements. Flattery speech act is directed towards the same objects as praise and compliment speech acts.

The article also reports on the social status of the participants of positive evaluative speech acts. Approval is seen as a neutral-status speech act, and praise, compliment and flattery – as labile-status speech acts. It has been established that praise is mainly directed from a superior communicant towards a subordinate one, while flattery, on the contrary, is directed from a subordinate communicant towards a superior one, and compliment is more often addressed to a socially equal communicant. An important social factor of compliment speech act is considered to be the sex of its participants: it has been found out that appearance compliment is more often addressed to a woman, which differs compliment from other positive evaluative speech acts.

Most importantly, the article provides a classification of communicative strategies, which guide the addressers of approval, praise, compliment and flattery positive evaluative speech acts. It also reports on the fiction characters' usage of approval, praise, compliment and flattery as the tactics realizing the strategy of influencing the emotional state of the interlocutor.

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

В связи с возрастающим интересом к стратегическим особенностям построения дискурса актуальным является изучение оценочных единиц современного английского языка в плане рассмотрения их прагматической значимости и выделения коммуникативных стратегий их употребления в англоязычном социуме.

Выбор темы исследования обусловлен тем, что, несмотря на интенсивную разработку проблемы оценки в современном языкознании (Н.Д. Арутюнова, Т.В.Булыгина, Е.М. Вольф, А.А. Ивин, А.А. Романов, А.Д. Шмелев, и мн. др.), целый ряд кардинальных вопросов, связанных с ее решением, заслуживает дополнительного анализа. В частности, до настоящего времени неясно, какие коммуникативные тактики и стратегии использует говорящий при выражении положительной оценки.

Цель данной статьи – изучить основные коммуникативные стратегии использования речевых актов положительной оценки и, в частности, ведущую стратегию воздействия на эмоциональное состояние партнера по коммуникации.

В задачи, которые решались в настоящей статье, входило: 1) дать определение одобрению, похвале, комплименту и лести как положительно-оценочным речевым актам; 2) дать определение терминам *стратегия* и *тактика*; 3) предложить собственную классификацию коммуникативных стратегий, которыми руководствуются адресанты положительно-оценочных речевых актов; 4) проанализировать использование автором художественного произведения высказываний одобрения, похвалы, комплимента и лести в качестве тактик реализации стратегии воздействия на эмоциональное состояние партнера по коммуникации.

Для решения поставленных задач в работе использована комплексная методика, включающая такие виды анализа, как дефиниционный, компонентный и контекстологический.

Материалом исследования послужили тексты 52 современных англоязычных художественных произведений общим объемом 18 380 страниц, из которых были отобраны высказывания одобрения, похвалы, комплимента и лести.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его положения могут быть использованы в теоретических курсах по лексикологии, речевой коммуникации, интерпретации текста. Материалы статьи также могут быть использованы в лингводидактике с целью обучения коммуникативным стратегиям и планированию речевого взаимодействия для гармонизации межкультурных контактов.

Анализируемая выборка составляет 1 696 контекстов выражения положительной оценки. Самый большой массив образован высказываниями одобрения – 743 эпизода (43,8 % всех контекстов), несколько меньше высказываний похвалы – 627 эпизода (37 % контекстов); значительно меньше высказываний комплимента – 270 эпизодов (15,9 % контекстов) и наименьшее количество фрагментов образует лесть – 56 эпизодов (3,3 %).

Термин *стратегия*, заимствованный прагматикой из военного искусства, появился в лингвистике в 70-х гг. XX в. Этот термин был введен в работе Дж. Селинкера [1] и получил развитие в работе С. Фаерха и Г. Каспера [2]. Эти ученые трактовали коммуникативную стратегию как потенциально осознаваемые планы решения того, что для индивида составляет проблему при достижении определенной коммуникативной цели. Таким

образом, первоначально считалось, что коммуникативные стратегии подключаются при неудавшихся попытках реализовать исходный замысел высказывания.

В последующих исследованиях (Т.А. ван Дейк, Дж. Браун и Дж. Джуль, О.С. Иссерс, Ф.С. Бацевич, Н.И. Формановская, Г.Г. Почепцов, Т.А. Трипольская, Н.В. Коробова и др.) коммуникативная стратегия трактуется шире, ей не приписывают компенсационный характер, функцию исправления коммуникативных ошибок. Так, Т.А. ван Дейк считает, что стратегии являются характеристиками когнитивного плана общения и «контролируют оптимальное решение системы задач гибким и локально управляемым способом» [3, с. 274].

Если речевую стратегию рассматривать как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего, то речевой *тактикой* О.С. Иссерс предлагает считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии [4, с. 110].

Как и стратегия, коммуникативная тактика имеет динамический характер, обеспечивающий оперативное реагирование на ситуацию, базируемый на речевых навыках, коммуникативной компетенции, мотивах и интенции.

В ряде исследований похвала, комплимент и лесть рассматриваются как тактики, реализующие положительно-оценочные стратегии [4; 5]. При подобном подходе одобрение, по-видимому, также возможно рассматривать как тактику, используемую для передачи позитивного настроения говорящего.

Прежде чем перейти к анализу стратегий, используемых адресантами речевых актов (далее РА) одобрения, похвалы, комплимента и лести, следует дать определения данным актам.

*Одобрение* определяем как положительно-оценочный экспрессивный синкретический РА, отличающийся, как правило, прямой формой реализации, формулируемый в рамках реагирующего либо (реже) иницирующего коммуникативного хода, адресат которого никогда не выступает объектом оценки. Объектами одобрения являются неодушевленные предметы, идеи и явления.

*Похвалу* определяем как положительно-оценочный экспрессивный синкретический РА, функционирующий в диалогическом общении в качестве иницирующего либо (несколько реже) реагирующего коммуникативных ходов, объект оценки которого, в отличие от других положительно-оценочных РА, не всегда является адресатом. Объектами похвалы являются моральные и интеллектуальные качества, умения и поступки собеседника или отсутствующего при разговоре человека, а также внешность или манеры отсутствующего человека. Если РА похвалы касается качеств и поступков собеседника, адресат сообщения и объект оценки совпадают; если в РА похвалы оцениваются качества и поступки отсутствующего в момент речи человека, адресат и объект оценки различны. Похвала преимущественно направлена от вышестоящего по социальному положению или по возрасту коммуниканта к нижестоящему.

*Комплимент* определяем как положительно-оценочный экспрессивный синкретический РА, характеризующийся преимущественно совпадением адресата и объекта положительно-оценочного высказывания, характеризующийся также небольшим ожидаемым преувеличением достоинств собеседника. Комплимент формулируется преимущественно в рамках иницирующего коммуникативного хода и отличается от других положительно-оценочных РА отсутствием в его коммуникативной структуре аргументативности. Объектами РА комплимента выступают внешность и достижения адресата. Комплимент чаще адресован равному по статусу коммуниканту, реже он адресован нижестоящему коммуниканту. Кроме того, важным социальным фактором РА

комплимента, в отличие от других положительно-оценочных РА, является половая принадлежность его участников. Compliment внешности гораздо чаще адресован женщине.

*Лесть* определяем как псевдоискренний положительно-оценочный рациональный синкретический РА, характеризующийся наличием в мотивации говорящего расчета и корысти, а также преимущественно совпадением адресата и объекта положительной оценки. РА лести имеет исключительно прямую, эксплицитную форму реализации оценки и формулируется преимущественно в рамках иницирующего коммуникативного хода. Объектами РА лести являются внешность адресата, его моральные и интеллектуальные качества, умения, достижения и поступки. Адресант льстит адресату не потому, что пребывает в эмоциональном состоянии, а потому что хочет получить корысть. В статусных отношениях лесть в большинстве случаев направлена от нижестоящего к вышестоящему, однако, лесть-извинение может быть направлена как к равному, так и к нижестоящему собеседнику.

В данном исследовании мы будем рассматривать РА одобрения, похвалы, комплимента и лести как тактики реализации определенных стратегий, среди которых будем выделять главные и второстепенные.

Положительно-оценочные речевые акты характеризуются полиинтенциональностью. Главной интенцией, по нашему мнению, является интенция выражения эмоционального состояния и положительной оценки. Использование РА положительной оценки в целом направлено на создание положительного эмоционального фона, хорошего настроения, эффекта доброжелательных отношений. Говорящий выстраивает определенную линию поведения, выбирает положительно-эмоциональную коммуникативную стратегию, посредством которой передается сознательно запланированное или возникшее в момент общения положительное отношение к адресату / действительности.

Учитывая ведущие интенции говорящего в эмотивно-оценочном дискурсе, Т.А. Трипольская выделяет следующие мелиоративные стратегии:

1) когнитивные, или ведущие:

- воздействие на поведение, эмоциональное состояние и ценностную парадигму адресата с целью выражения эмпатии (сочувствия, сопереживания) или гармонизации отношений;
- стимулирование индивида на продолжение позитивной деятельности;
- манипуляция адресатом, попытка склонить его к желаемым для говорящего действиям;

2) прагматические, или вспомогательные:

- выражение эмотивной оценки;
- передача эмоционального состояния;
- интимизация общения;
- создание «языка малого социума», демонстрация солидарности;
- построение своего речевого имиджа;
- формирование самооценки собеседника;
- смягчение различных негативных высказываний [6, с. 166–168].

Мы полностью разделяем мнение Т.А. Трипольской о том, что ведущей мелиоративной стратегией является стратегия воздействия на поведение и эмоциональное состояние адресата. Однако мы не видим необходимости выделять в качестве отдельной стратегии стратегию передачи эмоционального состояния. Кроме того, предложенная

Т.А. Трипольской мелиоративная стратегия выражения эмотивной оценки, по нашему мнению, представляет собой иллюкативную цель мелиоративных высказываний. Следовательно, данную классификацию нельзя считать исчерпывающей.

Н.Н. Горяинова дифференцирует стратегии высказываний похвалы и высказываний одобрения. По ее мнению, высказывания похвалы применяются при реализации контактоустанавливающих стратегий (стратегия расположения собеседника, стратегия инициации знакомства для дальнейшего общения, стратегия оболыщения), стратегий этикетного поведения (стратегия бесконфликтного общения, стратегия сохранения добрых отношений), стратегий управления (стратегия защиты, стратегия провокации на определенные действия). Высказывания одобрения, по мнению исследовательницы, применяются при реализации стратегии соучастия и стратегии управления [7, с. 92].

Мы не можем согласиться с данным положением, так как исследование Н.Н. Горяиновой основано на широком понимании похвалы, при котором высказывания комплимента также трактуются как похвала, что объясняет выделение контактоустанавливающих стратегий в качестве ведущих для адресантов похвалы, в то время как наше исследование показывает, что стратегия установления контакта является ведущей при выражении именно комплимента, а не похвалы (о чем подробнее будет сказано позднее). Кроме того, сам выбор стратегий, часть из которых можно трактовать как глобальные, а часть – как вспомогательные, нам кажется не совсем оправданным.

Представляется необходимым выявить общие и дифференциальные стратегии РА одобрения, похвалы, комплимента и лести на основании анализа выборки.

Наблюдения над выборкой позволяют заключить, что по типу коммуникативного взаимодействия РА положительной оценки не всегда реализуют **кооперативные** стратегии: данные РА также могут реализовать **манипулятивную** стратегию.

С помощью положительно-оценочных РА реализуются стратегии как **позитивной, так и негативной вежливости**, а также **стратегия воздействия** на эмоциональное состояние собеседника, стратегия **защиты** и стратегия **манипулирования** поведением адресата.

К **стратегиям позитивной вежливости**, которыми руководствуются адресанты положительно-оценочных высказываний, мы относим 1) **контактоустанавливающую** стратегию, 2) стратегию **сохранения лица** собеседника, а также 3) стратегию **интимизации общения, соучастия, принадлежности к одной группе**.

К **стратегиям негативной вежливости**, которыми руководствуются адресанты положительно-оценочных высказываний, мы относим 4) стратегию **смягчения высказывания** (смягчения отказа или критики) и 5) стратегию **возвышения положения адресата**.

Следует отметить, что в каждой конкретной ситуации при выражении положительной оценки могут использоваться две и более стратегии, дополняющие друг друга, и иногда из них непросто выделить доминирующую и вспомогательную стратегии. Поэтому подсчет частотности применения выделенных в работе стратегий представляется затруднительным. В конкретном высказывании с его социолингвистическими и психолингвистическими параметрами структура положительно-оценочных стратегий может меняться: та или иная вспомогательная стратегия становится ведущей, уводя в тень остальные, или может сочетаться с ними. Намерения адресанта положительной оценки, как правило, не декларируются, что также затрудняет интерпретацию стратегий адресанта. В большинстве случаев ведущие стратегии говорящего верно считываются слушающим, но иногда интенциональный рисунок высказывания неоднозначен. Однако читатель может судить о намерениях адресанта по авторскому комментарию или по внутренней речи адресанта.

Ведущей стратегией адресантов всех РА положительной оценки, по нашему мнению, является **стратегия воздействия** на эмоциональное состояние собеседника являющаяся объектом изучения в настоящей статье.

Адресанты положительно-оценочных высказываний испытывают (либо делают вид, что испытывают) положительный эмоциональный заряд (разной степени накала), которым они хотят поделиться с собеседником, чтобы, во-первых, освободиться от эмоциональной нагрузки, а во-вторых, чтобы обеспечить положительный эмоциональный фон коммуникации, настроить собеседника на гармоничное, «светлое» общение.

Положительная оценка выполняет психологический эффект «поглаживания», она сближает партнеров, вызывая у них положительные эмоции.

Желание поделиться положительным эмоциональным зарядом с собеседником, выразив положительную оценку погоде, природе и фактам действительности, отличает поведение адресантов РА одобрения. Такое желание может быть искренним, а может диктоваться соображениями вежливости. В последнем случае стратегия воздействия на эмоциональное состояние собеседника комбинируется со стратегиями вежливости.

С помощью искреннего одобрения как тактики реализации стратегии воздействия на эмоциональное состояние собеседника осуществляется поддержка дамы после ее развода приятелем:

*“It’s wonderful you’re coming,” Mark said, “it’s just wonderful. You look different already, so much happier.” “I am,” Kate said [8, с. 128].*

Житель Бомбея одобрительно отзывается о времени, выбранном иностранцем для жизни в Индии, создавая таким образом положительный эмоциональный фон коммуникации:

*“Well, if you decide to stay, you have picked a good time for it. This is a time of changes. Great changes” [9, с. 51].*

Дочь Джосс после развода, пожив некоторое время с отчимом, все-таки вернулась к своей матери Кейт. Это событие вызывает положительный эмоциональный заряд у Джулии, которая выражает одобрение событию:

*“I know for certain that James is still missing me. Hugh will be just the same. And now I’ve got Joss – “ Julia smiled.*

*“It’s so lovely, that you’ve got Joss back.”*

*“Yes,” Kate said. “Yes. Lovely’s the word” [8, с. 228].*

В ситуации, когда дочь, замужняя дама, неожиданно зашла к матери, напугав тем самым ее, дочери пришлось сначала успокоить мать, воссоздав положительный эмоциональный фон с помощью двухшагового РА одобрения, прежде чем перейти к цели визита:

*She sounded anxious when she said, “There’s something wrong with one of the babies, isn’t there, me darling?”*

*Molly was quick to reassure her. “No, Ma, the babies are fine.” She kissed Bridie, then her da, Bob. “The family are all well, so don’t look so worried” [10, с. 59].*

В ситуации, когда пожилая состоятельная дама старается быть оригинальной в разговоре с молодыми девушками и выражает одобрение курению, стратегия воздействия на эмоциональное состояние собеседниц комбинируется со стратегией создания собственного имиджа:

*She offers me the glass, then a cigarette. “No, thank you. I don’t smoke.” “Nobody does these days. Such a shame. I adore smoking” [11, с. 66].*

Стратегия воздействия на эмоциональное состояние собеседника используется в РА похвалы как в случае направленности похвалы на самого собеседника, так и в случае похвалы третьему лицу. Приведем контекст, в котором в ходе общения назревает необходимость похвалить собеседника за остроумие, и когда похвала высказывается, оба коммуниканта улавливают ее этикетный характер и смеются:

*"About the civilization... it was one of mine." "And damn clever," I responded quickly.*

*"Nothing at all," he said modestly, then he caught my eye, and we both laughed out loud [9, с. 52].*

В другом эпизоде респонсивный РА похвалы выражает восхищение поступком адресата – в стрессовой ситуации он сумел не только скрыться из отеля, но и захватить свои документы. Адресант похвалы делится своим положительным эмоциональным накалом:

*"You were both lucky. He was out of the house, and they didn't get him. What have you got with you, from your hotel? What did you leave there?"*

*"I've got my passports, my money, and my knife," I replied. Ahmed grinned at me.*

*"You know, I am going to like you," he whispered [9, с. 671].*

Положительный эмоциональный заряд особенно высокой степени накала отличает высказывание похвалы в адрес собеседника в случае, если похвала комбинируется с благодарностью, как это происходит с Джеймсом, который не только хвалит друга семьи Беатрис, но и выражает ей благодарность за помощь в ведении хозяйства. Искренность и положительный эмоциональный Джеймас при выражении похвалы-благодарности не вызывают сомнений:

*He often said she was sweet. "You're a sweet thing," he'd say, looking at the Waldorf salad she'd made for their supper, or a newly darned jersey of Leonard's or a posy of blue pansies on his desk. "I feel rather awful, you doing all this for us."*

*"But I like it". "I know. That's what so sweet" [8, с. 238].*

На «смертном одре» Вайолет размышляет о прожитой жизни, о своих поступках. Ее одолевают сомнения, правильно ли она вела себя по отношению к членам своей семьи, и она спрашивает об этом своего друга Калисто. В ответ он хвалит Вайолет, потому что ей это необходимо. Он пытается настроить ее эмоционально положительно:

*"Did I do the right thing?" Violet then asked Kalisto, seeking out the truth in his eyes. "All those years... was it the right choice? For everyone?"*

*Kalisto hesitated, then said firmly, "Yes, you did the right thing, Vi. You protected your family – all of them. Always have done. How can you ever ask?" [12, с. 219].*

Похвала, направленная на третье лицо, по нашим наблюдениям, не вызывается такой стратегией позитивной вежливости, как контактоустанавливающая, а характеризуется искренностью говорящего, мотивируется его стремлением к объективности, желанием поделиться положительным эмоциональным переживанием либо является тактическим применением стратегии манипулирования: говорящий хвалит кого-то в качестве примера для подражания.

Нижеследующий контекст иллюстрирует искреннюю похвалу невестки будущей мачехе. В данном случае похвала высказывается не из вежливости, а мотивируется желанием адресанта поделиться с собеседником положительно-эмоциональным зарядом:

*"You know, my dad's getting remarried? At last. To a lady called Val? She's a lovely lady. I mean, I've only met her a couple of times. But he's happy..." [13, с. 25].*

Когда Эмили делится со своей подругой соображениями насчет нового партнера по бизнесу в их журнале, она не может сдержать своего позитивного эмоционального настроения, и возникшая таким образом похвала третьему лицу сигнализирует о зарождении любви:

*“He asked if he could invest some money in Lucky... we started talking.”*

*“Does he have a lot of money?” Emily shook her head. “Just about a hundred thousand saved up. But lots of good ideas. He’s smart, he’s a really decent guy.” She blushed. “I kind of like him. I like him a lot.” “Em! That’s wonderful.” Kate squeezed her arm. “You look so happy. Maybe this could be the guy. When can I meet him?” [14, с. 108].*

РА комплимента также активно реализует стратегию эмоционального воздействия. Степень эмоционального накала определяется степенью искренности говорящего. Приведем пример комплимента внешности адресата – девушки, с которой адресант заигрывает, пытаясь воздействовать на ее эмоциональное состояние:

*He made sure our fingers touched. “Nice view.” I shrugged. “It’s a desert.”*

*“I was talking about your legs” I laughed [15, с. 3].*

Карл и Френ наконец-то соединились после долгих лет разлуки. Карл пребывает в прекрасном расположении духа: Френ привела его в свой дом, и он делится с ней своим положительным зарядом, выражая искренний комплимент дому в целом и, в частности, гостиной:

*“Tea?” Carl asked. “Please.” She wandered around, looking at things, stroking them. “I love this room. And it’s airy but cosy at the same time.” He smiled at her... [16, с. 328].*

В следующем примере Аманда вырвалась из дома своей одноклассницы, где она чувствовала себя некомфортно, и, к своей радости, на улице встретила мужа подруги – Романа, веселого и легкого в общении человека, с которым она сможет выпить и расслабиться. Комплимент отображает позитивный эмоциональный настрой Аманды, возникший при виде Романа:

*After two hundred yards, she saw Roman at the village recycling bins. Exactly the person she wanted. She located the correct button, and buzzed down the passenger window. “Hey, gorgeous!” she shouted. “Need a lift anywhere?”*

*Roman turned, surprised, and smiled at her [13, с. 304].*

Адресанту лести важно, чтоб его собеседник был положительно эмоционально настроен, ведь от этого зависит, получит ли адресант лести выгоду в результате общения. В нижеприведенном эпизоде Мойре-портнихе совершенно не интересно слушать хвастовство своей клиентки (о чем свидетельствует внутренняя персонажная речь), однако она поддакивает ей, надеясь угодить и не потерять богатую клиентку:

*“I shall go to Madame Fournier’s next month,” Miss Hankins said one day, as she stood waiting while Moira pinned up her hem. “I was thinking something in peach.” Moira nodded, her lips tight around the pins she held between them, an unhappy display of concentration mingled with dissatisfaction. “Right you are, Miss Hankins,” she said. “A nice peach. Or maybe a pale pink to match?” “Madame Fournier is ordinarily of the opinion that matching one’s hat to one’s suit in summer is somewhat vulgar.” “Oh. Right you are,” Moira repeated. She didn’t care what colour Miss Hankins bought her overpriced hat in, but she was one of her best clients, one of her only regulars, so she had to keep her sweet, whatever the cost [12, с. 63].*

Адресант лести стремится не столько поделиться своим эмоциональным зарядом, сколько вызвать его у собеседника в своих корыстных целях.

Таким образом, стратегией воздействия на эмоциональное состояние собеседника руководствуются адресанты всех РА положительной оценки, что позволяет считать данную стратегию ведущей для них. Доминирование данной стратегии в конкретном положительно-оценочном высказывании тем отчетливее, чем больше степень искренности адресанта.

Сильная сторона стратегического подхода к исследованию положительно-оценочных актов заключается в том, что он позволяет увидеть за видимой хаотичностью построения оценочного дискурса определенные глубинные закономерности его развертывания.

Перспективой данного исследования является систематическое описание других стратегий, в рамках которых могут высказываться оценочные речевые акты.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Selinker J. Interlanguage // *International Review of Applied Linguistics* / J. Selinker. – 1972. – Vol. 10. – pp. 209–230.
2. Faerch C. On identifying communication strategies // *Strategies in interlanguage communication* / C. Faerch, G. Kasper. – London : Longman, 1983. – pp. 77–93.
3. Dijk van T.A. *Studies in the Pragmatics of Discourse* / van T.A. Dijk. – The Hague : Mouton, 1981. – 331 p.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
5. Коробова Н.В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи (на материале британского ареала) : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук. – 10.02.04 / Н.В. Коробова. – Нижний Новгород, 2007. – 173 с.
6. Трипольская Т.А. Эмотивно-оценочная лексика в антропоцентрическом аспекте : дис. на соискание ученой степени доктора филол. наук – 10.02.04 / Т.А. Трипольская. – СПб. : Экстрим, 1999. – 339 с.
7. Горяинова Н.Н. Стратегии и тактики речевого поведения с применением высказываний похвалы и одобрения : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук – 10.02.19 / Н.Н. Горяинова. – Ставрополь, 2010. – 194 с.
8. Trollope J. *The men and the girls* / Joanna Trollope. – London : Black Swan, 1993. – 319 p.
9. Roberts G.D. *Shantaram* / G.D. Roberts. – London : Abacus, 2008. – 933 p.
10. Jonker J. *I'll be your Sweetheart* / Joan Jonker. – London : Headline, 2005. – 406 p.
11. Williams P. *How to be married* / Polly Williams. – London : Headline Review, 2010. – 376 p.
12. Ruston J. *To touch the stars* / Jessica Ruston. – London : Headline Review, 2010. – 442 p.
13. Barr E. *Out of my Depth* / Emily Barr. – London : Headline Review, 2007. – 408 p.
14. Bagshawe L. *Destiny* / Louise Bagshawe. – London : Headline Review, 2011. – 422 p.
15. Cohen J. *Getting away with it* / Julie Cohen. – London : Headline Review, 2010. – 599 p.
16. Highmore J. *The birthday* / Julie Highmore. London : Headline Review, 2009. – 407 p.

#### REFERENCES

1. Selinker, J. (1972), *Interlanguage* // *International Review of Applied Linguistics*, Vol. 10, pp. 209–230.
2. Faerch, C. (1983), *On identifying communication strategies*, *Strategies in interlanguage communication*, Longman, London, pp. 77–93.
3. Dijk van, T.A. (1981), *Studies in the Pragmatics of Discourse*, Mouton, The Hague.
4. Issers, O.S. (2008), *Kommunikativniie strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactic of Russian speech], LKE, Moscow, Russia.

5. Korobova, N.V. (2007), *Meliorativnyie kommunikativnyie strategii sovremennoi angliiskoi rechi (na materiale britanskogo areala)*, [Meliorative communicative strategies of modern English speech : Dis. PhD, Nizhnii Novgorod, Russia.
6. Tripolskaia, T.A. (1999), *Emotivno-otsenochnaia leksika v antropotsentricheskom aspekte* [Emotional and assessmental lexis in antropocentral aspect], Dis. PhD, Extreme, SPb., Russia.
7. Goriainova, N.N. (2010), *Strategii i taktiki rechevogo povedeniia s primeneniemy viskazivaniia pokhvaly i odobreniia* [Strategies and tactic of the speech behaviour with using the statements of praise and favour], Dis. PhD, Stavropol, Russia.
8. Trollope, J. (1993), *The men and the girls*, Black Swan, London.
9. Roberts, G.D. (2008), *Shantaram*, Abacus, London.
10. Jonker, J. (2005), *I'll be your Sweetheart*, London: Headline, London.
11. Williams, P. (2010), *How to be married*, Headline Review, London.
12. Ruston, J. (2010), *To touch the stars*, Headline Review, London.
13. Barr, E. (2007), *Out of my Depth*, Headline Review, London.
14. Bagshawe, L. (2011), *Destiny*, Headline Review, London.
15. Cohen, J. (2010), *Getting away with it*, Headline Review, London.
16. Highmore, J. (2009), *The birthday*, Headline Review, London.

УДК 811.161.2 : 81'36

## FROM OBSERVATIONS ON DERIVATION OF OLD SLAVIC NOUN (SUFFIX-INFLECTION -Ъ < Ǫ)

**Bilousenko P.I., Doktor of Philology, Professor**

*Zaporizhzhia national university, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine*

**bilousenko@gmail.com**

The origin of the null word forming means of nouns were revealed on the basis of materially expressed suffixes, that in Old Slavic language combined in themselves word forming and flexi functions. Word forming analysis of reconstructed materials of the Old Slavic language with suffix -ъ < Ǫ for lexical-derivative types was accomplished. Discovered primary and secondary word forming deverbatives. It is emphasized that the high productivity of the formant, wide range of semantical types of formation with them created preconditions of active usage of null formant in the Ukrainian language.

*Key words: null suffix, Old Slavic language, proto null suffixation, material names of action, names of results of action, primary semantic of derivatives, secondary semantic.*

## ЗІ СПОСТЕРЕЖЕНЬ ЗА СЛОВОТВОРЕННЯМ ПРАСЛОВ'ЯНСЬКОГО ІМЕННИКА (СУФІКС–ФЛЕКСІЯ -Ъ < Ǫ)

Білоусенко П.І.

*Запорізький національний університет,  
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна*

З'ясовано походження нульових словотворчих засобів іменника на основі матеріально виражених темантичних суфіксів, які в праслов'янський період поєднували словотвірну й флексійну функцію. Здійснено словотвірний аналіз реконструйованих дериватів праслов'янської мови із суфіксом -ъ < Ǫ за лексико-словотвірними типами. Виявлено, що іменники зі згаданим суфіксом походять головно від дієслів, значно рідше – від прикметників. Більшість утворень – найменування фізичної, інтелектуальної, часом одномоментної дії. Значна частина утворень – назви звукових процесів, найменувань фізичного, психічного стану людини, стосунків у колективі, погодних умов, епідеміологічного стану в суспільстві. Поряд із первинними значеннями новотвори набувають вторинної семантики. Вони іменують осіб, тварин, рослини, локативи, інструменти, речовини,