

# ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

УДК 811.111'37

## ОДОБРЕНИЕ, ПОХВАЛА, КОМПЛИМЕНТ И ЛЕСТЬ КАК ТАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ

Бигунова Н.А.

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

В статье анализируются высказывания одобрения, похвалы, комплимента и лести как тактики реализации определенных стратегий, среди которых выделены главные и второстепенные. Установлено, что адресанты всех анализируемых высказываний руководствуются стратегиями выражения положительной оценки и воздействия на эмоциональное состояние собеседника, что позволяет считать данные стратегии ведущими для них. Кроме того, положительно-оценочные высказывания служат коммуникативными тактиками реализации стратегий позитивной и негативной вежливости, а также стратегии манипулирования поведением адресата.

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

**Постановка проблемы.** В связи с возрастающим интересом к стратегическим особенностям построения дискурса актуальным представляется изучение корпуса положительно-оценочных высказываний с целью выделения коммуникативных стратегий их употребления в художественном англоязычном дискурсе.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Функциональная семантика оценки всесторонне исследуется в комплексных трудах Н.Д. Арутюновой, А.А. Ивина, Е.М. Вольф, В.И. Шаховского, Т.В. Бульгиной, А.Д. Шмелева, А.А. Романова, Т.И. Вендиной, Дж. Мартина и П.Р. Вайта, С. Ханстона и Дж. Томпсона и др. Реализация категории языковой оценки в речи и ее прагматическая релевантность отражены в исследованиях А.В. Зубова, А.И. Приходько, М.С. Ретунской, М.В. Степановой, Т.В. Земсковой, Л.А. Нефедовой, А.В. Гилевой.

Коммуникативные стратегии и тактики анализируются в работах Т.А. ван Дейка, П. Браун и С. Левинсон, Дж. Джуля, Д. Эллис, О.С. Иссерс, Г.Г. Почепцова, Ф.С. Бацевича, Е.В. Вохрышевой, Т.А. Трипольской, Н.Н. Горяиновой, Н.А. Коробовой, Т.Е. Янко, Е. Tarone, G. Brown, G. Jule, D.G. Ellis.

**Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящается статья.** Несмотря на интенсивную разработку стратегий и тактик общения в современном языкознании, целый ряд кардинальных вопросов нуждаются в дополнительном анализе. В частности, до настоящего времени не ясно, какие коммуникативные тактики и стратегии использует говорящий для выражения положительной оценки.

В ряде исследований похвала, комплимент и лесть рассматриваются как тактики, реализующие положительно-оценочные стратегии [3; 5]. Мы предлагаем добавить к этому списку одобрение. В данном исследовании мы будем рассматривать высказывания одобрения, похвалы, комплимента и лести как тактики реализации определенных стратегий, среди которых будем выделять главные и второстепенные.

**Целью статьи** является классификация ведущих и второстепенных коммуникативных стратегий, реализуемых тактиками одобрения, похвалы, комплимента и лести.

Материалом послужили тексты 52 современных англоязычных художественных произведений общим объемом 18380 страниц, из которых были отобраны высказывания одобрения, похвалы, комплимента и лести.

**Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.** Человеческое общение стратегично по своей сути, так как люди не общаются без цели, а цель мотивирована желанием говорящего достичь посредством своих речевых действий определенных результатов. Кроме того, коммуникация определяется постоянным взаимодействием ряда факторов, в частности, эффективности и социальной приемлемости.

В основе коммуникативных стратегий, в том числе и речевых, лежат мотивы, потребности и установки коммуникантов. П. Браун и С. Левинсон видят в межличностном общении два ведущих мотива: во-первых, стремление индивида «сохранить лицо» (создать положительный имидж), во-вторых, «сохранить свою территорию», уберечься от требований, просьб, посягательств, ущемляющих его интересы [8].

Предполагается, что все участники по возможности придерживаются правил Кооперации [2], максимально стараясь продвинуться в плане речевого взаимодействия. Между тем отмечается определенная иллюзорность таких предпосылок: люди стремятся воздействовать на собеседника, навязать ему свое мнение, вернуться от ответа, скрыть нежелательные для них факты и т.д. [6].

Для реализации своей коммуникативной цели говорящим используется стратегия. Понятие коммуникативной стратегии базируется на результативном воздействии на слушателя, трансформации его модели мира в желательном для говорящего направлении.

О.С. Иссерс трактует стратегию как план комплексного речевого воздействия, которое осу-

ществляет говорящий для «обработки» партнера; как своего рода «насилие» над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания [3].

В зависимости от типа коммуникативного взаимодействия разграничивают *кооперативные, конфликтные и манипулятивные* стратегии. Первые направлены на коммуникативное сотрудничество партнеров общения. Например, таковым является широкий спектр определяемых метапрагматическими стимулами стратегий, которые дают возможность говорящему повысить эффективность собственных речевых действий, названных митигацией (от англ. *mitigation* – смягчение), предусматривающей смягчение речевого поведения говорящего по отношению к адресату с целью снижения риска ссоры, сглаживания отказа, утраты лица, предотвращения либо устранения конфликта и повышения эффективности речевых действий. Конфликтные стратегии приводят к конфликтным ситуациям. Манипулятивные стратегии направлены на изменение сознания или поведения партнера общения в целях говорящего. Е.А. Селиванова предлагает, в частности, рассматривать комплимент как форму такой манипуляции [7, с. 209].

Если речевую стратегию рассматривать как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего («глобального намерения», по ван Дейку), то *речевой* тактикой предлагается считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии [3, с. 110].

По мнению украинского исследователя Ф.С. Бацевича, коммуникативная *тактика* – осознанная линия поведения на определенном этапе коммуникативного взаимодействия, направленная на достижение желаемого эффекта либо предотвращения нежелательного эффекта; речевые приемы, позволяющие достичь коммуникативной цели. Коммуникативные тактики выполняют функцию способов осуществления стратегий речи: они формируют составляющие диалога (полилога), группируя и чередуя оттенки составляющих коммуникативного акта разговора – оценку, радость, горе, сомнение и т.п. [1, с. 120].

Согласно Е.А. Селивановой, «коммуникативная тактика – это подчиненный коммуникативной стратегии конкретный способ реализации интенциональной программы дискурса. К.Т. имеет динамический характер, обеспечивающий оперативное реагирование на ситуацию, и базируется на речевых умениях, коммуникативной компетенции. К.Т. имеет определенную знаковую репрезентацию, поэтому способ ее внедрения управляется эксплицитной информацией, в отличие от стратегии» [9, с. 270].

В отношении коммуникативных и речевых тактик следует отметить, что существует огромное множество их классификаций. Практически каждый лингвист, занимавшийся разговорным анализом того или иного типа дискурса, предлагает свои типы тактик в пределах выбранной стратегии. Например, в ходе составления репертуара английской языковой личности В.Н. Козьмина выделила тринадцать гибких коммуникативных тактик, среди которых введение в заблуждение, уход от ответа, тактика нейтрал-

зации реализуемого коммуникативного намерения; тактика склонения адресата к точке зрения говорящего; тактика самоутверждения, тактика каузивирования положительного эмоционального воздействия на говорящего; тактика оказания отрицательного эмоционального воздействия на адресата; тактики установления, поддержания и размыкания контакта [4].

Нет сомнений в невозможности создания такой типологии коммуникативных (и более узких, речевых) стратегий тактик, которая охватила бы все ситуации коммуникативного общения.

Главными интенциями положительно-оценочных высказываний, по нашему мнению, является интенция выражения эмоционального состояния и интенция положительной оценки. Использование положительно-оценочных тактик в целом направлено на создание положительного эмоционального фона, хорошего настроения, эффекта доброжелательных отношений. Говорящий выстраивает определенную линию коммуникативного поведения, выбирает положительно-эмоциональную коммуникативную стратегию, посредством которой выражается сознательно запланированное или возникшее в момент общения положительное отношение к адресату / действительности.

Наблюдения над нашей выборкой позволяют заключить, что по типу коммуникативного взаимодействия высказывания одобрения, похвалы, комплимента и лести не всегда реализуют кооперативные стратегии: также возможна реализация манипулятивной стратегии.

Положительно-оценочные высказывания служат коммуникативными тактиками реализации стратегий как **позитивной, так и негативной вежливости, а также стратегии эмоционального разрядки/воздействия на эмоциональное состояние** собеседника и стратегии **манипулирования** поведением адресата.

Следует отметить, что в каждой конкретной ситуации при выражении положительной оценки используются две и более стратегии, дополняющие друг друга. Намерения адресанта положительной оценки, как правило, не декларируются, что также затрудняет интерпретацию его стратегий. В большинстве случаев ведущие стратегии говорящего верно считываются слушающим, а читатель или зритель может судить о намерениях адресанта по авторскому комментарию или по внутренней речи адресанта.

Ведущими стратегиями адресантов высказываний положительной оценки, по нашему мнению, являются **стратегия выражения положительной оценки и эмоционального разрядки/эмоционального воздействия** на собеседника.

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 одобрения. Данное желание может быть искренним, а может диктоваться соображениями вежливости. В последнем случае стратегия воздействия на эмоциональное состояние собеседника комбинируется со стратегиями вежливости.

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*» [15, с. 51].

Стратегии выражения положительной оценки и воздействия на эмоциональное состояние собеседника используются адресантами похвалы как в случае направленности похвалы на самого собеседника, так и в случае похвалы третьему лицу. Приведем контекст, в котором мальчики, игроки одной футбольной команды, хвалят друг друга в процессе игры, делясь положительным эмоциональным зарядом (выраженным сначала во внутренней речи персонажа):

*Two outs! UNBELIEVABLE! My first double play ever!*

«*Nice*», Scout calls. I try to nod like this is no big deal, but I can't get the grin off my face. Every guy on our team is looking at me and Meeger.

«*Nice going*», I tell Meeger [12, с. 51].

Положительный эмоциональный заряд особенно высокой степени накала отличает высказывание похвалы в адрес собеседника в случае, если похвала комбинируется с благодарностью, как это происходит в случае с Мэри, с радостью и благодарностью принимающей предложение Уилмет временно пожить у нее в доме. Искренность и положительный эмоциональный заряд Мэри при выражении похвалы-благодарности не вызывает сомнений:

«*I think Mollie Holmes could give me a room at the Settlement.*»

«*But that's miles away. You must come and stay with us for a bit until you decide what you're going to do.*» I said impulsively, wondering even as I spoke if I should regret my rash invitation, and what Sybil and Rodney would say.

«*That would be lovely, Wilmet – how very kind of you! And in the meantime, if you can do anything to help or advise poor Marius-*» [14, с. 179].

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

Когда Эмили делится с подругой своими 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?*» [10, с. 108].

Комплимент также используется как тактика выражения ведущих стратегий положительной оценки и эмоционального воздействия. Степень эмоционального накала определяется степенью искренности говорящего. В следующем эпизоде 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* [11, 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 Джоан, начинающая актриса, всеми правдами-неправдами добилась аудиенции у Джулии, известной актрисы, и с помощью лести пытается оправдаться перед ней и пробиться с ее помощью на сцену:

«*What made you think of asking my son to give you a letter to me?*»

*Joan grew red under her make-up and she swallowed before she answered.*

«*I met him at a friend's house and I told him how much I admired you and he said he thought perhaps you'd have something for me in your next play* [13, с. 35].

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

Интенции оценочных высказываний не исчерпываются намерением сообщить свое положительно-оценочное мнение о предмете и создать положительный эмоциональный фон, а характеризуются также, например, стремлением регулировать поведение адресата, создать с ним контакт, гармоничные отношения, соблюсти коммуникативный ритуал и т.д.

Рамки настоящей статьи не позволяют нам подробно проанализировать второстепенные стратегии, которыми руководствуются адресанты одобрения, похвалы, комплимента и лести. Ограничимся только тем, что назовем их.

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

К стратегіям негативної вежливості, котрими руководствуются адресанты положительно-оценочных высказываний, мы относим 4) стратегию **смягчения высказывания** (смягчения отказа или критики) и 5) стратегию **возвышения положения адресата**.

Кроме того, одобрение, похвала, комплимент и лесть используются для управления межличностной дистанцией в разговоре. Они могут выступать как средства манипуляции партнером, стимулирующие его на продолжение желаемой для говорящего деятельности либо уводящие его в сторону от нежелательной темы, т.е. можно говорить об использовании **манипулятивной стратегии**.

Таким образом, поскольку стратегиями выражения положительной оценки и воздействия на эмоциональное состояние собеседника руководствуются адресанты всех анализируемых высказываний положительной оценки, данные стратегии следует считать ведущими для них. Доминирование стратегии воздействия на эмоциональное состояние собеседника в конкретном положительно-оценочном высказывании тем отчетливее, чем больше степень искренности адресанта. Второстепенные стратегии, которыми руководствуются адресанты одобрения, похвалы, комплимента и лести, составляют перспективу наших дальнейших исследований.

### Список литературы:

1. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики. – Київ: Академія, 2004. – 343 с.
2. Грайс П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 14-76.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. Козьмина В. Н. Языковая реализация гибких коммуникативных тактик в английском диалоге: автореф. Дис. ... канд. филол. наук. – 10.02.04. – СПб., 2001. – 21 с.
5. Коробова Н. В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи (на материале британского ареала): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – 10.02.04. – Нижний Новгород, 2007. – 23 с.
6. Николаева Т. Н. О принципе «некооперации» и / или категориях социолингвистического воздействия // Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста. – М., 1990. – С. 225-235.
7. Селіванова О. О. Основы теорії мовної комунікації. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. – 350 с.
8. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1987. – 345 p.
9. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
10. Bagshawe Louise. Destiny. – London: Headline Review, 2011. – 422 p.
11. Barr Emily. Out of my Depth: London: Headline Review, 2007. – 408 p.
12. Choldenko G. Al Capone Does My Shirts. – London: Puffin Books, 2006. – 215 p.
13. Maugham W.S. Theatre. – Moscow: Vyssaya Skola, 1985. – 224 p.
14. Pym Barbara. A glass of blessings. London: Virago, 2009. – 277 p.
15. Roberts G.D. Shantaram. – London: Abacus, 2008. – 933 p.

**Бігунова Н.О.**

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

## СХВАЛЕННЯ, ПОХВАЛА, КОМПЛІМЕНТ ТА ЛЕСТОЩІ ЯК ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ

### Анотація

У статті аналізуються висловлювання схвалення, похвали, компліменту і лестощів як тактики реалізації певних стратегій, серед яких виділені головні і другорядні. Встановлено, що адресанти усіх аналізованих висловлювань керуються стратегіями вираження позитивної оцінки і впливу на емоційний стан співрозмовника, що дозволяє вважати ці стратегії ведучими для них. Крім того, позитивно-оцінні висловлювання служать комунікативними тактиками реалізації стратегій позитивної і негативної ввічливості, а також стратегії маніпулювання поведінкою адресата.

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

**Bigunova N.O.**

I.I. Mechnikov Odessa National University

## APPROVAL, PRAISE, COMPLIMENT AND FLATTERY AS TACTICS REALIZING COMMUNICATIVE STRATEGIES

### Summary

The article focuses upon approval, praise, compliment and flattery utterances as tactics realizing certain strategies, among which global and secondary strategies have been identified. It has been proved, that addressers of all the utterances under analysis use the positive evaluation strategy and the strategy of impact upon an interlocutor's emotional state, which enables the author to consider these strategies to be global for them. Besides, positive evaluative utterances serve as communicative tactics realizing positive and negative politeness strategies, as well as a manipulation strategy.

**Keywords:** strategy, tactics, evaluation, approval, praise, compliment, flattery.