

УДК 811.111'23'371'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-1>

Наталя БІГУНОВА

доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, вул. Дворянська, 2, м. Одеса, Україна, 65082

ORCID: 0000-0002-9460-9700

Олена ЛИМАРЕНКО

кандидат філологічних наук, доцент кафедри граматики англійської мови, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, вул. Дворянська, 2, м. Одеса, Україна, 65082

ORCID: 0000-0002-5851-3197

Бібліографічний опис статті: Бігунова, Н., Лимаренко, О. (2023). Позитивно-оцінні тактики реалізації стратегії підвищення статусу адресата (на матеріалі сучасного англомовного художнього дискурсу). *Актуальні питання іноземної філології*, 19, 3–7, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-1>

**ПОЗИТИВНО-ОЦІННІ ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ
СТАТУСУ АДРЕСАТА (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО
ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ)**

Стаття аналізує використання позитивно-оцінних висловлювань як тактик реалізації комунікативної стратегії підвищення статусу адресата. Передумовою дослідження є положення про те, що мова визнається одним із інструментів затвердження та регулювання соціального статусу учасників спілкування. Статусно-рольова ситуація спілкування задає характер мовленнєвої поведінки та мовні засоби. Об'єкт дослідження становить англомовне художнє персонажне мовлення, предмет – комунікативні тактики реалізації стратегії підвищення статусу адресата, реалізовані в спілкуванні персонажів англомовного художнього дискурсу. Обрання художнього дискурсу у якості матеріалу аналізу дозволило вивчити комунікативні стратегії та тактики комунікантів на підставі аналізу прямого та внутрішнього мовлення персонажів, авторського коментаря, які слугують маркерами стратегічного плану дискурсу. Було встановлено, що репертуар стратегії підвищення статусу співрозмовника становлять тактики розвитку теми співрозмовника, вираження зацікавленості думкою співрозмовника, висловлювання емпатії та поважного ставлення до співрозмовника, похвала, компліменти та лестощі на адресу співрозмовника. Дослідження доводить, що найбільш активно стратегію піднесення положення адресата реалізують висловлювання лестощів. Лестощі завжди характеризуються перебільшенням, нещирістю, прихованим розрахунком і спрямовані на «звеличення» адресата. Стратегія підвищення статусу адресата реалізується також шляхом використання мовленнєвих актів похвали і компліменту. Мовленнєвими прийомами, які вживаються в цих актах, є позитивно-оцінна лексика, в тому числі фразеологічні звороти; найвищий ступінь порівняння оцінних прикметників, лексика узагальнюючої семантики. Окреслені позитивно-оцінні мовленнєві акти забезпечують ситуативну перевагу співрозмовника і зміцнюють його авторитет, реалізуючи принцип негативної ввічливості.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, соціальний статус, мовленнєвий акт, художній дискурс.

Natalia BIGUNOVA

Professor, Doctor of Philological Sciences, Head of the Department of Theoretical and Applied Phonetics of the English Language, Odesa I.I. Mechnikov National University, 2, Dvoryanska str., Odesa, Ukraine, 65082

ORCID: 0000-0002-9460-9700

Olena LYMARENKO

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of English Grammar, Odesa I.I. Mechnikov National University, 2, Dvoryanska str., Odesa, Ukraine, 65082

ORCID: 0000-0002-5851-3197

To cite this article: Bihunova, N., Lymarenko, O. (2023). Pozytyvno-otsinni taktyky realizatsii stratehii pidvyshchennia statusu adresata (na materialy suchasnoho anhломовного khudozhnogo dyskursu) [Positive evaluative tactics manifesting the strategy of raising the addressee's status (on the samples from modern English-language fictional discourse)]. *Current Issues of Foreign Philology*, 19, 3–7, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-1>

POSITIVE EVALUATIVE TACTICS MANIFESTING THE STRATEGY OF RAISING THE ADDRESSEE'S STATUS (ON THE SAMPLES FROM MODERN ENGLISH-LANGUAGE FICTIONAL DISCOURSE)

The article analyzes the use of positive evaluative utterances as the tactics manifesting the strategy of raising the addressee's status. The investigation is presupposed by the thesis that language is recognized as one of the tools for confirming and regulating the social status of communicants. The status-role situation of communication determines the nature of speech behavior and language means. The object of the study is English-language fictional character speech, the scope of the study is communicative tactics manifesting the strategy of raising the addressee's status, observed in the personage communication of English-language fictional discourse. The choice of fictional discourse as the study data enabled to study the communicative strategies and tactics of communicants judging from the analysis of direct and inner personage speech, the author's commentary, which serve as markers of the strategic plan of the discourse. It has been established that the repertoire of strategies for raising the interlocutor's status is formed by the tactics of developing the topic of the interlocutor, expressing interest in the opinion of the interlocutor, expressing empathy and respect for the interlocutor, praise, compliments and flattery addressed at the interlocutor. The study has proved that flattery is the most active strategy for raising the addressee's position. Flattery is always characterized by exaggeration, insincerity, hidden calculation and is aimed at the "glorifying" of the addressee. The strategy of raising the addressee's status is also implemented through the use of praise and compliment speech acts. Speech means used in these acts are positive evaluative lexemes, including phraseological units; the use of evaluative adjectives in superlative degree of comparison of, words of generalizing semantics. The outlined positive-evaluative speech acts ensure the situational advantage of the interlocutor and strengthen his authority, calling forth the principle of negative politeness.

Key words: *communicative strategy, communicative tactics, social status, speech act, fictional discourse.*

Аналіз дискурсу передбачає вивчення механізмів мисленнєво-мовленнєвої діяльності людини, розгортання комунікативних векторів спілкування, планування та коригування комунікативної взаємодії. Мовці свідомо чи несвідомо обирають мовні засоби, які вважають дієвими для реалізації власної комунікативної інтенції. Можливість цього вибору закладена в готових комунікативних одиницях: схемах, шаблонах, кліше, які зберігаються в мовній пам'яті комуніканта. Мовна пам'ять висуває ті чи інші комунікативні фрагменти на поверхню свідомості, оскільки у своєму попередньому мовленнєвому досвіді людина або сама вживала їх у своєму мовленні, або фіксувала в усних чи письмових текстах, з якими їй доводилося стикатися.

Наразі неабиякий інтерес у науковців викликає вивчення особливостей формування комунікативної поведінки суб'єктів дискурсу, зокрема стратегічний план мовлення персонажів художнього дискурсу (Бацевич, 2020; Базарова, 2020; Деде, 2019; Косовець, 2022).

Проте використання позитивної оцінки в рамках стратегій позитивної та негативної

ввічливості ще не було предметом спеціального та систематичного вивчення ані у вітчизняній, ні у зарубіжній лінгвістиці, з чого випливає актуальність пропонованої розвідки, спрямованої на вивчення позитивно-оцінних висловлювань як тактик реалізації комунікативної стратегії підвищення статусу адресата.

Ф.С. Бацевич розуміє комунікативну стратегію як оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації (Бацевич, 2009, с. 133), а комунікативну тактику дослідник визначає як визначену лінію поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети (там само, с. 136).

Як слушно зазначає Ю.В. Деде, комунікативна стратегія – це цілий комплекс тактик, спрямованих на досягнення комунікативної мети, а вибір комунікативних тактик залежить від інтенції мовця, а також від конкретної мети висловлювання (Деде, 2019, с. 93).

Соціальні ролі учасників комунікації цілком заслужено вважають найважливішим чинником мовленнєвої поведінки. Статусно-рольова ситуація спілкування задає характер мовленнєвої поведінки та мовні засоби. Отже, мова визнається одним із інструментів затвердження та регулювання соціального статусу учасників спілкування. У цьому сенсі М.В. Косовець справедливо наголошує на тому, що «будь-яке висловлювання орієнтоване на співрозмовника і враховує його соціальний статус, приналежність до певної соціальної групи» (Косовець, 2022, с. 92).

Мета пропонованої розвідки – проаналізувати англomовний художній дискурс в прагматичному аспекті з точки зору участі позитивно-оцінних висловлювань у підвищенні статусу реципієнта повідомлення.

Об'єкт дослідження становить англomовне художнє персонажне мовлення, предмет – комунікативні тактики реалізації стратегії підвищення статусу адресата, реалізовані в спілкуванні персонажів англomовного художнього дискурсу.

Обрання художнього літературного дискурсу у якості матеріалу аналізу дозволяє вивчити комунікативні стратегії та тактики комунікантів, адже персонажне мовлення супроводжується авторським коментарем та внутрішнім мовленням персонажів, що слугують маркерами стратегічного плану дискурсу.

О.В. Фадєєва, яка досліджує політичний дискурс, виокремлює три стратегії, які модифікують соціальний статус мовців: 1) стратегію *гра на зниження*, що спрямована на суперника і реалізується через тактики безособового звинувачення, викриття, образи, тощо; 2) стратегію *гра на підвищення*, що передбачає прагнення адресанта піднести свій авторитет і реалізується через тактики самопрезентації, відведення критики, самовиправдання, тощо, та 3) стратегію *театральності*, коли люди намагаються скласти один про одного певне враження, для чого вживають тактики підбурювання, кооперації, інформування, обіцянки, провокації, тощо (Фадєєва, 2000).

Вивчаючи сучасну англomовну світську бесіду на матеріалі художнього персонажного мовлення, І. Базарова запропонувала власний розподіл стратегій позитивної та негативної ввічливості (Базарова, 2020, с. 9). Зокрема, до стратегій негативної ввічливості, якими керуються учасники світської бесіди, дослідниця від-

несла стратегію пом'якшення висловлювання, стратегію збереження «обличчя» та – предмет нашого інтересу – стратегію підвищення положення адресата. Тактиками стратегії підвищення положення адресата І. Базарова вважає тактики компліменту та лестощів (там само, 11). Погоджуючись зі здатністю окреслених тактик позитивної оцінки сприяти підвищенню соціального положення, тобто статусу адресата, зазначимо, що цей перелік можна розширити.

На нашу думку, стратегія підвищення статусу співрозмовника орієнтована на розвиток теми комунікативного партнера та формування позитивної оцінки його особистості та дій. Репертуар стратегії становлять тактики розвитку теми співрозмовника, вираження зацікавленості думкою співрозмовника, висловлювання емпатії та поважного ставлення до співрозмовника, похвала, компліменти та лестощі на адресу співрозмовника.

Рамки пропонованого дослідження не дозволяють описати всі зазначені тактики, тому звернемося тільки до реалізації стратегії підвищення статусу адресата висловлюваннями похвали, компліменту й лестощів.

Похвала вважається позитивно-оцінним експресивним синкретичним мовленнєвим актом (далі – МА), предметом оцінки в якому є моральні й інтелектуальні риси, вміння і вчинки співрозмовника або відсутньої при розмові людини, а також зовнішність чи манери відсутньої людини. В соціальному відношенні зазначається, що похвала переважно спрямована від вищого за соціальним станом або за віком комуніканта до нижчого (Bigunova, 2020, с. 199).

Отже, прагматична сутність похвали виявляється в підвищенні чеснот адресата – співрозмовника. Розглянемо епізод з англomовного художнього роману, в якому Беккі порушує політику компанії, взявши інтерв'ю у колишніх клієнтів компанії, з якими вчинили некоректно:

«I should never have said that. It was a ... a defensive, angry remark on a day when, frankly, you had us all on the top». «Really?» I can't help a pleased little smile coming to my lips. «I had you all on the top?» «Are you joking?» says Luke. «A whole page in the Daily World on one of our clients, completely out of the blue?» (Kinsella, 2000, с. 308).

Як бачимо, адресант проявляє повагу до співрозмовниці за допомогою пониження влас-

ного становища (*I should never have said that. It was a ... a defensive, angry remark*) і підвищення статусу адресата (*you had us all on the top*). Спостерігаємо вживання ідіоми *on the top*, яка має значення переваги, та узагальнюючого займенника *all*.

Похвала стверджує перевагу і авторитет реципієнта, реалізуючи принцип негативної ввічливості. Адресант нижченаведеної похвали на адресу сина співрозмовниці керується саме стратегіями негативної ввічливості, які, судячи з реакції, ефективні в даному діалогічному обміні:

«*I have a happy family who all live in this house, except for my son, who is a gentleman dentist in Durban. You may have heard of him. People call him Pate these days*». «*I know of him*», said Mma Ramotswe. «**People speak highly of him, even here**». Mr Patel beamed. «*Well, my goodness, that's a very pleasing thing to be told*» (Smith, 2010, с. 99).

Похвала підвищує статус адресата за допомогою позитивно-оцінної лексики, в даному випадку це ідіома *speak highly of (smb)*, яка позначає «відзиватися захоплено про когось».

Комплімент отримав визначення як позитивно-оцінний експресивний синкретичний МА, що характеризується, як правило, збігом адресата й об'єкта позитивно-оцінного висловлювання, а також невеликим очікуваним перебільшенням чеснот співрозмовника. Предметами оцінки в МА компліменту виступають зовнішність і вчинки адресата, що сприймаються мовцем як досягнення. Комплімент частіше адресований рівному за статусом комунікантові, рідше – нижчому за статусом (Vigunova, 2020, с. 199).

За допомогою компліменту затверджується перевага і авторитет адресата. Коли три колишні подруги-однокласниці зустрічаються через десять років після закінчення школи в будинку у Сьюзі на півдні Франції, одна з них, яка ледве зводить кінці з кінцями, визнає перевагу господині будинку. Комплімент експлікує заздрість адресанта:

«**God, Susie, I do envy you all this. The room is perfect**».

«*Yeah, it's nice, for what that's worth. Luckily absolutely everything is in my name*» (Barr, 2007, с. 360).

«Звеличення» адресата експлікується за допомогою дієслова *envy*, та увиразнюється узагальнюючим займенником *all*.

У наступному мовленнєвому обміні за допо-

могою компліменту затверджується перевага адресата, дружини адресанта, над іншими жінками – їй не потрібна косметика, вона і так гарна:

«**I will never understand why you use so many cosmetics. You don't need that crap. You're beautiful**», he added. Nat smiled at Neil. *It was her best smile* (Parks, 2011, с. 131).

Ще однією ілюстрацією може слугувати бесіда на вечірці, присвяченій виходу нового фільму. Героїня роману висловлює своє захоплення фільмом його режисерові Ярму і продюсерові Дейву (останній відсутній у момент комунікації). Вона завіряє Ярма (про це сигналізує кваліфікатор *honestly*) в тому, що відчувала б благоговіння перед знаменитістю (*be starstruck*), якби не знала Дейва багато років:

«*Well done, Ig. You and Dave have done brilliantly. I love Hatch. If I hadn't known David since he had braces and a Blue Peter badge collection, I would honestly be starstruck*». Ig laughs (Williams, 2008, с. 34).

Лестощі визначають як псевдоширий позитивно-оцінний маніпулятивний синкретичний МА, що характеризується наявністю в мотивації мовця розрахунку й корисливості, а також переважно збігом адресата й об'єкта позитивної оцінки. Предметами оцінки в МА лестощів є зовнішність адресата, його моральні й інтелектуальні риси, вміння, досягнення та вчинки. У статусному плані лестощі в більшості випадків спрямовані від нижчого за статусом комуніканта до вищого, проте лестощі-вибачення також можуть бути спрямовані від мовця співрозмовникові, рівному або навіть нижчому на соціальних сходах (Vigunova, 2020, с. 199).

Лестощі завжди характеризуються перебільшенням і майже завжди спрямовані на підвищення положення адресата. Це досягається вживанням позитивно-оцінних прикметників найвищого ступеня порівняння. Молода актриса, яка розраховує на роль у виставі, підлещується до відомої актриси Ламберт, перебільшено розхвалюючи та «звеличуючи» її:

I've got the most tremendous admiration for you, Miss Lambert. I always say you're the greatest actress on the stage (Maugham, 2001, с. 34).

Для «звеличення» адресата використана позитивно-оцінна лексика, причому прикметники вживані у найвищому ступені порівняння.

Отже, статусно-рольова ситуація спілкування задає характер мовленнєвої поведінки

та мовні засоби. Спостереження над зображеним спілкуванням персонажів художнього літературного дискурсу та контекстуально-інтерпретаційний аналіз цього спілкування дозволяє стверджувати, що реалізація стратегії піднесення положення адресата досягається найбільш активно вираженням лестощів. Лестощі завжди характеризуються перебільшенням, нещирістю, прихованим розрахунком і спрямовані на «звеличення» адресата. Стратегія підвищення статусу адресата реалізується

також шляхом використання мовленнєвих актів похвали і компліменту. Мовленнєвими прийомами, які вживаються в позитивно-оцінних актах, є позитивно-оцінна лексика, в тому числі фразеологічні звороти; найвищий ступінь порівняння оцінних прикметників, лексика узагальнюючої семантики (як-то займенник *all*). Окреслені позитивно-оцінні МА забезпечують ситуативну перевагу співрозмовника і зміцнюють його авторитет, реалізуючи принцип негативної ввічливості.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Базарова І. Комунікативні стратегії і тактики учасників світського спілкування. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 1 (44) 2020, Одеса, 2020. С. 4–13.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2009. 376 с.
3. Деде Ю.В. Мітігативні стратегії та тактики, якими керуються персонажі англійського художнього дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Вип. 43, т. 2. Одеса, 2019. С. 93–97.
4. Косовець М. В. Комунікативні тактики реалізації стратегії самопрезентації в англійському детективі. *Журнал Мова. Науково-теоретичний часопис з мовознавства. Серія «Філологія»*, 2022. № 37. С. 89–94.
5. Фадєєва О. В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Германські мови. Київ, 2000. 18 с.
6. Barr E. *Out of my Depth*: London: Headline Review, 2007. 408 p.
7. Bigunova N., Shaoxiong C., Stepanov I. Positive evaluative speech acts from the perspective of sincerity criterion. *XLinguae: European scientific language Journal*. Slovak Republic, 2020. Vol. 13. #2. P. 197–215.
8. Kinsella S. *The Secret Dreamworld of a Shopaholic*. London: Black Swan, 2000. 320 p.
9. Maugham W.S. *Theatre*. New York: Vintage, 2001. 304 p.
10. Parks A. *Men I've Loved Before*. London: Headline Review, 2011. 427 p.
11. Smith A.M. *The No. 1 Ladies' Detective Agency*. London: Abacus, 2010. 250 p.
12. Williams P. *A Good Girl Comes Undone*. London: Sphere, 2008. 355 p.

REFERENCES:

1. Bazarova, I. (2020). Komunikativni stratehii i taktyky uchasnykiv svitskoho spilkuvannia [Communicative strategies and tactics of the participants of small talk]. *Zapysky z romano-hermanskoj filolohii*. Vyp. 1 (44), Odesa, 4–13. (in Ukrainian).
2. Batsevych, F. S. (2009). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky* [The basis for Communicative Linguistics]. Kyiv: Akademiia, 2009. 376 s. (in Ukrainian).
3. Dede, Yu.V. (2019). Mitihativni stratehii ta taktyky, yakymy keruiutsia personazhi anhlo-movnoho khudozhnoho dyskursu [Mitigating strategies and tactics used by characters in English-language fictional discourse]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia «Filolohiia»*, Vyp. 43, t. 2, Odesa, 93–97. (in Ukrainian).
4. Kosovets, M. V. (2022). Komunikativni taktyky realizatsii stratehii samoprezentatsii v anhlo-movnomu detektyvi [Communicative tactics manifesting the strategy of self-presentation in the English-language detective story]. *Zhurnal Mova. Naukovo-teoretychnyi chasopys z movoznavstva. Seriiia «Filolohiia»*, № 37, 89–94. (in Ukrainian).
5. Fadiieva, O. V. (2000). *Stratehii y taktyky konfliktnoho dyskursu (na materiali suchasnoi anhliiskoi movy)* [Strategies and tactics of conflict discourse (on the material of modern English language)]: avtoref. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Hermanski movy. Kyiv. (in Ukrainian).
6. Barr, E. (2007). *Out of my Depth*: London: Headline Review.
7. Bigunova, N., Shaoxiong, C., Stepanov, I. (2020). Positive evaluative speech acts from the perspective of sincerity criterion. *XLinguae: European scientific language Journal*, Slovak Republic, Vol. 13, #2, 197–215.
8. Kinsella, S. (2000). *The Secret Dreamworld of a Shopaholic*. London: Black Swan.
9. Maugham, W.S. (2001). *Theatre*. New York: Vintage.
10. Parks, A. (2011). *Men I've Loved Before*. London: Headline Review.
11. Smith, A.M. (2010). *The No. 1 Ladies' Detective Agency*. London: Abacus.
12. Williams, P. A. (2008). *Good Girl Comes Undone*. London: Sphere.