

# ГЕНДЕРНА МАРКОВАННІСТЬ ЕТИКЕТНОГО КОМПЛІМЕНТАРНОГО СПІЛКУВАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ТА УКРАЇНОМОВНОМУ ДИСКУРСІ.

Ірина СЕМЕНЮК (Житомир, Україна)

*У статті розглядається етикетний комплементарний мовленнєвий вчинок, як явище, що поєднує в собі такі категорії, як мовленнєва дія, гендерна та соціально-психологічна взаємодія, спосіб мовної реалізації етикетної комплементарної мовленнєвої дії у порівнюваних мовах.*

Ключові слова: природа людського спілкування, етикет, гендерна лінгвістика, мовна картина світу, комплімент, соціально-психологічна взаємодія.

*Etiquette complementary speech act is treated as a phenomenon that combines the following categories: speech action, gender, social and psychological interaction, the way a complementary speech act is realized in the compared languages.*

Key words: human communication nature, etiquette, gender linguistics, world language picture, a compliment, social and psychological interaction.

В основі кардинальних змін, що відбуваються сьогодні в науці про мову, лежить "діяльнісна" методологія, у рамках якої людська комунікація вивчається як "системно організована діяльність" (Ю.Д.Марков), а акт мовної комунікації розглядається як конкретна мовленнєва дія, що становить собою "цілісну сукупність дій – взаємодій" (Є.В.Сидоров). Такий підхід до природи мови, антропологічний за своєю суттю, передбачає всебічне вивчення функціонування комунікативних одиниць у мовленні. Саме системно-діяльнісний підхід до аналізу процесу комунікації, який наголошує на інтенціональності та цілеспрямованості мовленнєвої поведінки індивіда, визначив характер даного дослідження, спрямованого на всебічне вивчення функціонування етичних висловлювань компліменту в англomовному та

українському дискурсі. Про соціокультурну значимість компліменту як однієї з основних людських потреб свідчить увага, що приділяється вказаному явищу представниками суспільствознавчих дисциплін, у тому числі лінгвістики. Така увага закономірна, бо комплімент – одна з найбільш розповсюджених стратегій впливу на адресата, на стосунки, погляди та поведінку людей (Д.Карнегі, А.Wierzbicka), ”знаряддя взаємодії, більш гармонійної, погодженої, продуктивної й ефективної” (S.Marks) [3: 2-3].

Сучасне мовознавство характеризується прагненням до пізнання складної природи людського спілкування, в якому мова, втілена в мовленні, є важливим засобом соціальної взаємодії, що дозволяє людям впливати на розумову та практичну діяльність один одного. Успішне вивчення мовлення як однієї з форм соціальної поведінки, виявлення загальних закономірностей комунікативного процесу є неможливим без глибокого комплексного аналізу окремих мовленнєвих явищ у всій повноті численних аспектів (мовного, соціально-психологічного, когнітивного, етнокультурного тощо). Спілкування – це соціально-психологічне явище, яке вміщує в себе багатоаспектність духовних та матеріальних форм життєдіяльності людини та є її основною потребою [1: 3]. Процес спілкування визначається моральною культурою особистості, тобто рівнем моральної свідомості, досконалістю моральних відносин з оточуючими, культурою етикету [6: 10]. Поняття “етикет” визначається як сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей (поводження з оточуючими, форми звертання та привітання, поведінка у громадських місцях, манери та одяг) [9: 69].

Останнім часом у лінгвістиці з’явилося багато праць, в яких робиться спроба системного осмислення й опису мови у зв’язку з феноменом статі. Основною метою таких досліджень є опис і пояснення того, як проявляється стать у мові, які мовні оцінки властиві у чоловіку та жінці і у яких семантичних сферах вони найбільш розповсюджені. Сучасна лінгвістика переживає своєрідний гендерний бум, отже можна стверджувати про появу

ще однієї галузі мовознавства - лінгвістичної гендерології та гендерної лінгвістики [1; 8].

Проблема взаємозв'язку статі мовця з мовленням привертає увагу досить давно, беручи початок ще в античній традиції, але особливого значення вона набула в сучасному суспільстві, де стереотипні ролі жінки та чоловіка в соціумі зазнали значних змін та перевтілень. Крім того, становлення та інтенсивний розвиток гендерних досліджень у лінгвістиці пов'язаний із зміною наукової парадигми в гуманітарних науках під впливом постмодерністської філософії. Нове розуміння процесів категоризації, відмова від визнання об'єктивної істини, інтерес до суб'єктивного, приватного життя людини, розвиток нових теорій особи призвели до перегляду наукових принципів вивчення категорій етнічність, вік, стать, що інтерпретувалися раніше лише як біологічно детерміновані [1: 110]. Тому гендерний вимір є важливим об'єктом вивчення у багатьох наукових галузях, зокрема у мовознавстві, де він являє собою новий етап розвитку, нову точку зору на лінгвістичні явища [8: 221].

Лінгвістична гендерологія співвідносить мову з особистістю за ознакою соціальної статі. Гендерні ознаки мовної картини світу – це сутнісні прояву пізнання світу крізь призму чоловічого і жіночого бачення, а також вплив статі на мовну практику та поведінку. **Мета статті** – розглянути гендерну маркованість етикетного компліментарного мовлення англійців та українців, опираючись на сучасну англійську та українську прозу XXI ст. Проблемою етики та міжкультурного й національного спілкування займалися такі вчені-дослідники, як М.Н.Ночевник [4], В.І.Саф'янов [6], Н.І.Формановська [9] та ін. **Об'єктом** статті є етикетні комплементарні висловлювання у мовленнєвій поведінці носіїв англійської та української мови. **Предметом** аналізу є вербальні (когнітивні, соціокультурні, комунікативно-прагматичні, власне мовні) характеристики вказаних мовленнєвих явищ. Проте гендерно марковані компліментарні етикетні ситуації спілкування, зафіксовані в сучасній англійській та українській прозі,

ще не були предметом спеціального дослідження. У цьому полягає **актуальність нашої роботи.**

Мовленнєвий етикет – важливий елемент будь-якої національної культури. Комплімент, як одиниця мовленнєвої поведінки, є особливим видом мовленнєвих етикетних вчинків. Поняття мовленнєвого вчинку поєднує в собі такі категорії, як мовленнєва дія, соціально-психологічна взаємодія і спосіб мовної реалізації мовленнєвої дії. Особливу роль відіграє гендерна ознака, релевантна для вказаних смислів: похвала - байдужа до неї, натомість, вважається, що компліменти говорять переважно жінкам. Не прийняті компліменти між чоловіками, те саме стосується жінок, особливо молодих, які не повинні робити компліментів чоловікам. Така біологічна ознака як вік, здається, не відіграє значної ролі, звичайно якщо вона не виражається на перший план. Перераховані вище заборони можуть нейтралізуватися саме під впливом вікового чинника: наприклад, літні люди чи похилого віку все ж можуть висловлювати компліменти молодим чоловікам. Варто зазначити, що соціальні норми щодо вживання компліментів дедалі стають демократичнішими [6: 89-90].

Мовленнєва дія, в силу її спрямованості на якісно різні (мовленнєві і немовленнєві) комунікативні цілі, являє собою складну єдність іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії. Іллокутивний акт є вираженням повністю відкритих намірів мовця, що має розпізнати адресат. Суть перлокутивного акту полягає у запланованій зміні психічного стану адресата. Соціальна дія в нашому розумінні - це цілеспрямований процес управління поведінкою адресата.

У прикладах (1) і (2) реалізація перлокутивних актів компліменту є успішною, тобто викликає появу позитивного (запланованого) перлокутивного ефекту, однак ці перлокутивні акти різняться силою емоційного впливу. У першому прикладі спостерігається позитивний емоційний вплив адресанта-чоловіка на адресата-жінку, у другому – цей вплив дещо завуальований.

(1) — *А хто такий Х'ялмар? — задав риторичне питання Ілля.*

— *Ну, от він і є той самий «науковий співробітник», про якого я тобі писала...*

— *Угу... Знаєш, Марло, ти дуже талановита дівчинка. Ти саме така, як я тебе уявляв із тієї першої миті, коли в Артана з кейса випала твоя фотка. У мене є вагон грошей, які б я міг запросто вкласти у тебе [2: 153].*

(2) *“A good team, from what I saw” ...May be you should play against him, don't get me wrong...You beat all kinds of people who beat him”, Julian said [13: 215].*

Перлокутивні акти компліменту є неуспішними, якщо їхня реалізація не викликає запланованих перлокутивних ефектів:

— *Ні, давай краще жити з тобою разом. Тупенька моя...*

— *Скажи, а якого біса ти мене любиш?*

— *Ну, як – якого? Я ж уже сказав: бо ти тупа, негарна і некреативна. Чого ще більше бажати?*

— *Ну, тоді все в порядку... [2: 115].*

Спосіб реалізації мовленнєвої дії визначається як закономірностями вживання мови в мовленні, так і позамовними факторами – гендерними та соціально-психологічними особливостями (колективними та індивідуальними) учасників взаємодії. Комплімент як іллокутивний акт належить до класу експресивів (по Серлю) та має такі властивості. Іллокутивні цілі компліменту полягають у тому, щоб виразити (1) інтенційний стан мовця, репрезентативний зміст якого складає позитивна оцінка, експліцитно чи імпліцитно виражена в пропозиційному змісті висловлювання; (2) намір / прагнення / бажання мовця доставити задоволення адресату; (3) позитивне ставлення мовця до адресата. Ознаками, що відрізняють комплімент від схожих з ним інших видів експресивів (зокрема, похвали, схвалення, захоплення), є: (1) додаткові іллокутивні цілі; (2) компонент іллокутивної сили “безпосередній зв’язок об’єкта позитивної оцінки, що складає пропозиційний зміст висловлювання, з адресатом”, (3)

ширший спектр інтенційних станів мовця (не тільки схвалення і захоплення, але також повага, симпатія, любов, прихильність, уподобання, насолода, задоволення тощо): ... *"You are very good-looking, aren't you?" This caused a silence between them. "What's your name?" Glickstein asked. "Sylvie," said Rachel. "Sylvie Bonaire." "Are you one of the pastors daughters?" "No. I look after the children" [14: 471].*

Жінки, так само, як і чоловіки схильні до того, щоб робити один одному компліменти, що оцінюється оточуючими як позитивні якості особистості. Наприклад: *Яка гарна людина – завжди вітає мене зі святами; Гарна у вас дочка – завжди з усіма вітається.* Але з аналізованого матеріалу можна зробити висновок, що компліменти поділяються за ступенем виявлення щирості. Наприклад, більшість наведених компліментів сповнені щирістю та містять у собі позитивну оцінку партнера: – *Ти чуйна дівчина, – сказав. – Шкода, коли станеш пустирем. Йдемо [10: 73].* Зустрічаються компліменти, що містять перебільшену характеристику та позитивну оцінку адресата, проте вони не поступаються щирістю вищенаведеним прикладам: – *Ви геній, Борисе Петровичу, ви просто геній! – Маринко, не перебільшуй! Я лиш часом відчуваю, що треба робити, от і все [5: 80].* А ще в українській комунікації мають місце компліменти нещирі – лестощі. Проте такі випадки майже не зустрічаються в аналізованій прозі.

Чоловіки і жінки по-особливому лінгвалізують комплімент і пізнають світ та одне одного у своїй мові. Психологія дає підстави стверджувати: є почуття, що їх переживають тільки жінки або тільки чоловіки; є думки, які формуються у свідомості тільки жінки чи тільки чоловіка, а отже, є відповідний цим настановам вибір мовних засобів, природний для одних і неактуальний, необов'язковий для інших [11]. Жінка як учасник соціальної комунікації – це за своєю природою активно вербальна особистість, якій традиційно приписується балакучість. Налогодження стосунків за допомогою компліменту - пріоритет жіночого розуму. Жінка легко читає між рядків і формує на тлі тексту підтекст. Жіночі засоби у спілкуванні набагато

витонченіші [12]. Можна без перебільшення стверджувати, що українські та англійські жінки володіють вишуканішою палітрою маніпулятивних технік компліменту, алюзій, паралельних смислових рядів, які блискуче виявляються у міжстатевому спілкуванні та в транзакції „жінка-жінка”: прихована ворожість, суперництво, заздрість, особлива семіотика компліменту тощо. Дослідивши гендерні особливості етикетних ситуацій компліментного спілкування в українській та англійській культурі, можна виділити та узагальнити специфіку однойменної культури та менталітету. Гідним підґрунтям для цього є сучасна англійська та українська проза, де знаходимо весь спектр традиційних англійських та українських фраз-кліше. Сучасна проза дає нам, крім традиційних, ще й надзвичайно багаті й колоритні з мовознавчого погляду зразки спілкування, що можуть бути використані мовцями у повсякденному житті.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании. Введение в гендерные исследования. Ч. 1. Учебное пособие./ Е. Горошко. – Харьков: ХЦТИ, Санкт-Петербург: Изд.-во «Алтея», 2001. – 509 с.
2. Карпа І. Жовта книга: 50 хвилин трави. Фройд би плакав. Сни Ієрихона / І.Карпа. – Харків: Книжковий клуб «Сіменого дозвілля», 2010. – 320 с.
3. Клочко І.Л. Висловлювання похвали в комунікативно-діяльній парадигмі спілкування (на матеріалі англійської мови). Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Л.І. Клочко; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2003. — 20 с.
4. Ночевник М.Н. Культура и этика общения / М.Н. Ночевник. – Т.: Узбекистан, 1985. – 192с.
5. Покальчук Ю.В. Анатомія гріха / Ю.В. Покальчук. – Харків: Фоліо, 2008. – 251 с.

6. Сафьянов В.И. Этика общения / В.И. Сафьянов. – М.: Знание, 1991. – 64 с.
7. Серебрякова Р. В. Особенности восприятия комплимента мужчинами и женщинами / Р. В. Серебрякова // Гендер : язык, культура, коммуникация. – М.: , 1999. – С. 89–90.
8. Сорокіна Л.Є. Гендерні студії: здобутки та перспективи досліджень/ Л.Є. Сорокіна // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка: Зб. наук. пр. – Вип. 51. – Житомир: ЖДУ. – С. 220-223.
9. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет / Н.И. Формановская – М.: Издательство ИКАР, 2004. – 236 с.
10. Франків Л.В. Зіткнення: Повість / Л.В. Франків . – Львів: Каменяр, 2002. – 170 с.
11. Хамитов Н.В. Философия и психология пола / Н.В. Хамитов. – Киев-Москва, 2001.
12. Яворська Г.М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада. НАН України, Інститут мовознавства ім. О. Потебні / Г.М. Яворська. – Київ, 2000.
13. Abrahams P. The Tutor / P. Abrahams. – N. Y.: Ballantine Books, 2003. – 359p.
14. Daley R. The Innocents Within / R. Daley // Select Editions By Reader's Digest. Volume 1. – N. Y.: The Reader's Digest Association, Inc., 2001. – P. 435-574.