

КОМПЛІМЕНТ У СПІЛКУВАННІ УКРАЇНЦІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті аналізуються змістові й функціонально-комунікативні властивості компліменту як акту мовлення в повсякденному спілкуванні, розглядаються типи й різновиди компліментів, з'ясовується специфіка їх мовного оформлення в українській мові.

Ключові слова: мовний етикет, спілкування, комплімент.

Abstract

The article analyses the content and the functionally-communicative features of the compliment as speech in the everyday communication. The types and the variety of the compliments, the specific of their language formulation in Ukrainian language have been considered as well.

Keywords: language etiquette, communication, compliment.

Вивчення проблем ефективності спілкування, особливостей міжособистісної та міжкультурної комунікації належить до пріоритетних напрямів сучасної лінгвістики. Комплімент як етикетний жанр посідає важливе місце у практиці мовної особистості, дозволяючи оптимізувати комунікативну взаємодію.

Комплімент як засіб гармонізації міжособистісної взаємодії за останні десятиліття зазнає значних змін: він гранично спрощується, змінюється гендерна спрямованість. У європейських мовах лексема «комплімент» з'явилася на початку XVII століття, проте до кінця XVIII століття використання компліменту обмежувалося епістолярним жанром. У XIX столітті сфера використання компліменту значно розширилася. Він став елементом усного етикетної спілкування і трактувався як особлива форма похвали, знак схильності і прихильності.

У зв'язку з тенденцією до американізації способу життя вимоги до компліменту як елементу етикету в кінці XX початку XXI століть докорінно змінилися: в сучасних посібниках з етикету компліменти рекомендується робити якомога частіше і всім, хто хоч найменшою мірою гідний доброго слова.

З метою навчання мистецтву ділового спілкування компліментом стала активно цікавитися практична психологія. Вона розглядає комплімент як необхідний компонент створення довірчої тональності спілкування, що сприяє його ефективності.

Комплімент як жанр мовного етикету відображає комунікативну поведінку народу. Під комунікативною поведінкою розуміють правила і традиції спілкування тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти. Вона, як правило, має яскраво виражене національне забарвлення. Отже, комплімент має національну специфіку.

Здавна утвердилася думка, що українці не люблять компліментів і вважають, що їх треба заслужити. Про це йдеться у багатьох прислів'ях і приказках: На ласкаве слово не кидайся, а за грубе не гнівайся, Не говори пишно, щоб тобі на зле не вийшло, Ласкаве слово – що весняний день та ін. Неоднозначне ставлення до компліменту в українській комунікативній культурі склалося тому, що його ототожнювали з похвалою й лестощами, що не є доречним, бо при збігові загального принципу використання компліменту, похвали й лестощів – ввічливості – два останні етикетні жанри більш послідовно вживаються з корисливою метою[1].

З кінця 80-х років минулого століття в пересічних громадян інтерес до цього мовленнєвого жанру почав зростати, що пояснюється, по-перше, вже згадуваною тенденцією до американізації сучасного способу життя й побудовою міжособистісних стосунків за американським зразком, коли компліменти рекомендується робити всім і якомога частіше, знаходячи для цього найменші приводи, по-друге, у різних шарів суспільства зростає увага до проблем ввічливого схвального спілкування. З боку вчених компліментне мовлення у той період не було об'єктом прискіпливої уваги й спеціального вивчення. Комплімент розглядався переважно в лінгводидактичному аспекті як одна з форм етикету. У відповідних посібниках чи інших джерелах подавалися більші чи менші списки формул-кліше без будь-яких зауважень або коментарів щодо особливостей їх використання, оформлення, інтонування.

Головною функцією мовлення є спілкування, а комплімент – частина живого мовлення людини. Поняття «етикет» вужче, ніж поняття «спілкування». На їх відмінність вказує С. Богдан: «.. етикетною вважається тільки та ситуація, для якої суттєвими є відмінності між мовцями (їхній вік, соціальний статус, стать тощо)». Мовленнєва ситуація, на думку дослідниці, має багатоступінчастий характер: «хто – кому – чому – про що – де – коли» [2]. Елементи цієї схеми чітко простежуються на прикладі етикетного компліменту, що сприймається як своєрідний комунікативний акт, у якому мовець (адресант) висловлює позитивну (рідше псевдопозитивну) думку про свого слухача (адресата), виголошує її в умовах безпосереднього спілкування для досягнення певної мети. Зазвичай ця мета має соціальний характер – підтримування гармонійних стосунків між комунікантами. Відправник компліменту не надає якоїсь особливої чи розгорнутої інформації у своєму судженні, він прагне вплинути на слухача, висловлюючи захоплення його достоїнствами, повідомляє про свою прихильність до нього, тим самим хоче покращити емоційний стан співбесідника або спонукає його підтримати спілкування.

На сьогодні виокремлюється низка критеріїв класифікації компліментів [3].

1. За характером форми виділяють компліменти раціональні й оцінні.

2. За ознаками, що підлягають схваленню, виокремлюють:

– компліменти зовнішньому вигляду людини в цілому, а також компліменти щодо окремих елементів зовнішності, частин тіла співрозмовника;

– компліменти, що характеризують внутрішні, моральні якості людини. (доброта, чуйність, скромність, простота, щедрість, сміливість, рішучість, щирість, чесність, релігійність та ін.);

– компліменти, що схвалюють різні здібності людини (судження щодо творчого й господарського хисту адресата).

3. За способом реалізації можна виокремлюють прямі й непрямі компліменти.

4. За ступенем розгорнутості виділяють компліменти короткі й розгорнуті.

5. За особливостями мовного оформлення зафіксовано компліменти, побудовані за допомогою таких стилістичних прийомів, як порівняння, гіпербола, градація, антитеза, оксюморон, а також компліменти з особливим лексичним наповненням.

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що компліментні висловлювання відображають естетичні та етичні цінності народу, мають національну специфіку. Їх слід розглядати як невід’ємний компонент сучасної мовленнєвої практики, як засіб гармонізації міжособистісної взаємодії у різних сферах суспільного життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зубець Н. Прагматика компліментного акту мовлення / Н. Зубець // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. - Вип. 22. – С. 142–147.
2. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і сучасність / С. Богдан. – К.: «Рідна мова», 1998. – 474 с.
3. Кровицька О. Українська лексикографія: теорія і практика / О. Кровицька. – Львів, 2005. – 175 с.

Варакса Вікторія Валеріївна – студентка групи ЕКО-156, інститут екологічної безпеки та моніторингу довкілля, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tetyana_v@mail.ru

Науковий керівник: **Пустовіт Тетяна Миколаївна** – канд. філол. наук, доцент кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Varaksa Victoria V. - Institute of Environmental Safety and Monitoring, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: tetyana_v@mail.ru

Supervisor: **Pustovit Tetyana N.** – Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Linguistics, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.