

Отримано: 30 січня 2024 р.

Прорецензовано: 26 лютого 2024 р.

Прийнято до друку: 1 березня 2024 р.

e-mail: natasha1273@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0492-9450>

Web of Science Researcher ID: A-9440-2019

e-mail: ivashkevych.ee@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7219-1086>

Web of Science Researcher ID: F-3865-2019

DOI: 10.25264/2519-2558-2024-21(89)-25-30

Михальчук Н. О., Івашкевич Е. Е. Комплімент як екзистенція мовленнєвого етикету: лінгвокраїнознавчий аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2024. Вип. 21(89). С. 25–30.

УДК: 81.254-36'982-51-45

Михальчук Наталія Олександрівна,
доктор психологічних наук, професор,
Рівненський державний гуманітарний університет
Івашкевич Ернест Едуардович,
кандидат психологічних наук,
Рівненський державний гуманітарний університет

КОМПЛІМЕНТ ЯК ЕКЗИСТЕНЦІЯ МОВЛЕННЄВОГО ЕТИКЕТУ: ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ

У статті проаналізовано компліментарні висловлювання як екзистенцію мовленнєвого етикету в лінгвокраїнознавчому аспекті. Розв'язано завдання статті: 1. Проаналізовано структуру етикетних мікродіалогів, що включають компліменти, які в ідеалі являють собою тричленну ієрархічну модель. 2. Виділено моделі компліментарних висловлювань. 3. Окреслено стереотипність висловлювання, що визначається двома основними характеристиками: стиранням лексичного значення складових і передбачуваністю вживання фраз в стандартних ситуаціях соціальної взаємодії. 4. Визначено характеристики, за допомогою яких можна оцінити компліментарні висловлювання як істинні в денотативному сенсі слова. 5. Описано особливості “позитивної” та “негативної” ввічливості.

Зазначено, що позитивна ввічливість спрямована на створення позитивного образу адресата. Негативна ввічливість покликана дотримуватися його права на життєвий простір і самостійність, тобто, має на увазі невтручання в сферу його особистісно значущого простору.

В статті доведено, що комплімент є скриптом мовленнєвого етикету, але існує певний ризик в тім, що адресант, який виголошує комплімент, може бути неправильно зрозумілим адресатом. Щирий комплімент може бути інтерпретований як лестощі, тим більше у світлі того факту, що фактично лестощі максимальною мірою наближені до компліменту.

Маркувати компліменти досить незручно, адже ця справа може здатися занадто складною, нещирою, іронізуючою або може бути сприйнята як відверті лестощі, підлабузництво, запобігливість, спроба втертися в довіру чи здобути визнання. Робити комплімент слід обережно, з урахуванням рольового статусу адресата, його індивідуально-психологічних особливостей, характеру взаємостосунків. Відверто завищене перебільшення позитивних якостей може свідчити про те, що адресант належить до того типу людей, які не відчують неадекватності і недоречності своїх висловлювань, або свідчить щодо наявності прихованих корисливих цілей.

Відповідно до правил мовленнєвого етикету адекватним і доцільним вважається “підняти” образ співрозмовника, зробивши йому комплімент. Етикетизація є проявом зацікавленості в співрозмовнику, визнанням його переваг і поблажливостю до недоліків. В наступних наших публікаціях вважаємо за доцільне проаналізувати соціолінгвістичний аспект проголошення компліментарних висловлювань.

Ключові слова: комплімент, компліментарні висловлювання, мовленнєвий етикет, маркування компліментів, “позитивна ввічливість”, “негативна ввічливість”.

Nataliia Mykhalchuk,
Dr. in Psychology, Professor,
Rivne State University of the Humanities
Ernest Ivashkevych,
PhD in Psychology,
Rivne State University of the Humanities

COMPLIMENT AS THE EXISTENCE OF SPEECH ETIQUETTE: A LINGUISTIC ASPECT

The article deals with the problem of the analyzes of complimentary statements as the existence of speech etiquette in the linguistic aspect. It was noted that positive politeness had the aim at creating a positive image of the addressee. Negative politeness is intended to respect the person's right to living space and independence. It meant non-interference in the sphere of his/her personally meaningful space.

The article proves that a compliment is a script of speech etiquette, but there is a certain risk that the addressee who utters the compliment may be a misunderstood addressee. A sincere compliment can be interpreted as flattery one, especially in light of the fact that actually flattery is as close as it is possible to a compliment.

Marking compliments is quite uncomfortable thing, because this matter may be seemed too complicated, insincere, ironic, or may be perceived as frank flattery, sycophancy, evasiveness, as the attempt to gain trust or gain recognition. Compliments should be made carefully, taking into account the role status of the addressee, his/her individual and psychological characteristics, and the nature of the relationships. Frankly exaggerated exaggeration of positive qualities may indicate that the addressee belongs to the type of people who do not feel the inadequacy and inappropriateness of their statements, or indicates the presence of hidden selfish goals.

We showed that according to the rules of speech etiquette, it was considered adequate and appropriate to “raise” the image of the communicator by giving him/her a compliment. Labeling is a manifestation of interest of the communicator, recognition of his/her advantages and condescension to shortcomings.

Key words: *compliment, complimentary statements, speech etiquette, marking of compliments, “positive politeness”, “negative politeness”.*

Актуальність проблеми дослідження. У комунікативному компліментарному процесові недостатньо лише граматично правильно оформити висловлювання. Необхідним є використання знань інтерактивного характеру, що відображують прийняті в даному суспільстві правила і норми комунікативної поведінки. Потрібним є не тільки знання мови, а й уміння нею користуватися з урахуванням певної ситуації спілкування, соціального статусу учасників комунікації тощо (Bates, Maechler, Bolker & Walker, 2014). Тобто, актуалізується комунікативна правильність висловлювання, відповідність правилам організації процесу комунікації (Cilibrasi, Stojanovik, Riddell & Saddy, 2019). Остання дещо відрізняється від мовної правильності, яка вимагає дотримання від співрозмовників граматичних правил, відповідного лексичного оформлення граматичних структур, їх правильного вживання і т.п. (Beauvillain, 1994). Комунікативна правильність полягає в побудові висловлювань відповідно до прийнятих норм спілкування і дотримання принципу і правил ввічливості (Caramazza, Laudanna & Romani, 1988). Остання вимагає уникнення негативних характеристик співрозмовника і, навпаки, – висловлення схвальних (так званих “ідеальних”) відгуків (Ferreira, Henderson, Anes, Weeks & McFarlane, 1996). Загальне етикетне правило, якому підпорядковується процес спілкування, полягає в “піднятті” образу співрозмовника, наданні йому найвищої оцінки (Derwing, Munro, Thomson & Rossiter, 2009). Тому проблема, яка піднімається в нашій науковій публікації, є вельми актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під мовленнєвим етикетом мається на увазі сукупність типових висловлювань, закріплених національно-культурними та мовними традиціями в даному мовленнєвому просторі з метою використання компліментарних формул у конкретних соціально-комунікативних ситуаціях (Green, 1998). Мовленнєвий етикет слід розглядати як один із засобів організації ведення розмови (Gilabert, 2007). Його метою є викликати позитивну реакцію співрозмовника щодо адресата, і тим самим створити атмосферу, яка позитивно впливає на подальший хід комунікативного процесу (Crookes, 1989).

Як правило, в кожному суспільстві вже вироблені певні стандартизовані норми соціальної поведінки, що фасилітують шаблони комунікативних ситуацій, які очікуються і вимагаються від людини в певному конкретному акті спілкування (Hatzidaki, Baus & Costa, 2015). Недотримання правил мовного етикету прирівнюється до порушення поведінкових норм, прийнятих в даному суспільстві (Lagrou, Hartsuiker & Duyck, 2013). В основу етикету покладено принцип ввічливості (Ivashkevych, Perishko, Kotsur & Chernyshova, 2020). Так, вчені (O’Donnell, MacGregor, Dabrowski, Oestreicher & Romero, 1994) визначають одиниці мовного етикету як деякі вербальні форми експлікації ввічливих взаємостосунків між людьми в процесі спілкування. Ввічливим щодо адресата є дія, яка відводить адресату місце (тобто – роль) не нижче, ніж належить йому відповідно до прийнятої в даному суспільстві (Goffman, 1981). Отже, ввічливість – це не стільки характеристика мовних одиниць, а це, передусім, – стратегічний принцип поведінки адресанта, що здійснює вибір мовних засобів відповідно до певної комунікативної ситуації, що свідчить про комунікативну компетентність адресата, адже справжнє володіння мовою полягає в умінні сказати таким чином, як це прийнято в певних типових соціальних умовах (Kogmos, 1999).

В дослідженнях вчених (Lu, Wang, Guo, Zeng, Zheng, Wang, Shao & Wang, 2019) виділено щільно пов’язані між собою одиниці мовленнєвого етикету, які мають стійку структуру і постійну лексичну наповненість, і “вільні” одиниці, які щоразу виникають з огляду на досить відомі структурні схеми, своєрідні зразки, потрібні для відповідного лексичного наповнення речення чи комунікативного акту. Компліментарні висловлювання належать мовленнєвому етикету, але вони не вирізняються стійким характером, а варіюються залежно від конкретної ситуації спілкування (Sgall, 1986). Справедливою є думка вчених (Valis, Slaninova, Prazak, Poulouva, Kacetl & Klimova, 2019), які відносять компліменти до периферійних систем одиниць мовленнєвого етикету.

Отже, **метою** даної статті є проаналізувати компліментарні висловлювання як екзистенцію мовленнєвого етикету в лінгвокраїнознавчому аспекті.

Завданнями нашої статті є:

1. Проаналізувати структуру етикетних мікродіалогів, що включають компліменти, які в ідеалі являють собою тричленну ієрархічну модель.
2. Виділити моделі компліментарних висловлювань.
3. Окреслити стереотипність висловлювання, що визначається двома основними характеристиками: стиранням лексичного значення складових і передбачуваністю вживання фраз в стандартних ситуаціях соціальної взаємодії.
4. Визначити характеристики, за допомогою яких можна оцінити компліментарні висловлювання як істинні в денотативному сенсі слова.
5. Описати особливості “позитивної” та “негативної” ввічливості.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Етикетні мікродіалоги, що включають компліменти, в ідеалі являють собою тричленну ієрархічну модель:

Учасник А → Учасник В → Учасник А.

Об’єкт компліменту → Суб’єкт компліменту (стимул проголошення).

Відповідна репліка → дія компліменту → реакція.

Наведемо приклади таких етикетних мікродіалогів, що включають компліменти, і в ідеалі являють собою зазначені тричленні ієрархічні моделі, використовуючи художній твір “Room at the top” (Brain, 1957).

Отже, перша модель: *Учасник А → Учасник В → Учасник А.*

“She was waiting by the ticket barrier. I gave up my ticket and turned to her. “Mrs. Thompson?”

She smiled. She had a pale, composed face and dark hair turning grey. The smile was perhaps the result of long practice; she hardly moved her mouth. It came from her eyes, an expression of personal friendliness, not the usual social grimace. “You’re Joe

Lampton,” she said. “*I hope you had a pleasant journey*”. She stood looking at me with a disconcerting steadiness. I suddenly remembered that I should offer my hand.

“*I’m glad to meet you*”, I said, meaning the words. She had cool dry hands and returned my clasp firmly. We went out over a covered footbridge which vibrated as a train went underneath, and then through a long echoing subway. I always feel hemmed in and lost in railway stations and for a moment I was overcome by depression and the buzzing in my head became an ache” (Brain, 1957: 1–2).

Друга компліментарна модель:

Об’єкт компліменту → Суб’єкт компліменту (стимул проголошення). Наприклад: “*This isn’t the prettiest part of Warley*”, Mrs. Thompson said, waving her hand in a gesture which included a big mill, a fish-and-chip shop, and a seedy-looking Commercial Hotel. “It’s always like this around stations, I don’t know why. Cedric has some theory about it. But, you know, it’s rather fascinating. There’s a positive maze of streets behind the hotel...”

“Is it far to Eagle Road?” I asked. “We could get a taxi”. There were half a dozen of them in the station yard, their drivers all apparently frozen at their steering wheels.

“*That’s a good idea*”, she said. “*I feel quite sorry for those poor men*”. She laughed. “*I’ve never seen any of those taxis in use; they just wait here, day by day and year by year, for fares who never come. I sometimes wonder how they live*” (Brain, 1957: 2).

Третя компліментарна модель складається з:

Відповідна репліка → дія компліменту → реакція.

Наприклад: “*That’ll be fine, Joan*”, I said. *And from then on I always used her Christian name; though, oddly enough, I never thought of her as anything else but Mrs. Thompson.*

“This is St. Clair Road”, she said as the taxi turned up a long steep hill. “We live at the top. It’s always T’Top in Warley, though, with a capital T. My husband has some theory about that, too...”

She spoke very well, I noticed; she had a low but clear voice, with no hint either of the overbuxom vowels of Yorkshire or the plum-in-the-mouth of the Home Counties. I congratulated myself on my good fortune; all too easily she might have been the usual sort of landlady, smelling of washing soda and baking powder, my lodgings might easily have been one of those scruffy little houses by the station – from one Dufston to another. Instead I was going to the Top, into a world that even from my first brief glimpses filled me with excitement: big houses with drives and orchards and manicured hedges, a preparatory school to which the boys would soon return from adventures in Brittany and Brazil and India or at the very least an old castle in Cornwall, expensive cars – Bentleys, Lagondas, Daimlers, Jaguars – parked everywhere in a kind of ostentatious litter as if the district had dropped them at random as evidences of its wealth; and, above all, the wind coming from the moors and the woods on the far horizon” (Brain, 1957: 2).

Висловлювання, вважають вчені (Ware, Damnee, Djabelkhir, Cristancho, Wu & Benovici, 2017), що беруть участь в ситуаціях повсякденного спілкування, займають в “особистісному лексиконі” носіїв мови одне з центральних місць і являють собою свого роду “готові блоки”, з яких будується повсякденне мовлення та комунікативна поведінка людини. Висловлювання, що обслуговують мовленнєвий етикет та компліментарні фрейми, описують стандартні поведінкові ситуації (Ullman, 2001). Їхнє вживання в більшості випадків приймає стереотипний, автоматичний характер. Вчені (O’Brien, Segalowitz, Freed & Collentine, 2007) неодноразово звертали увагу на деяку шаблонність, стереотипність соціальних людських взаємостосунків. Їх постійне повторення, нашарування тощо призводить до зростаючого посилення, актуалізацію клішування, аж до етапу повної фразеологізації (McClelland & Elman, 1986). Носію мови не потрібно щоразу створювати нове висловлювання, він використовує потрібне висловлювання з пам’яті в готовому вигляді, тим більше, що в сучасних умовах розвитку масової комунікації тенденція до вживання шаблонних фраз суттєво зросла.

Стереотипність висловлювання визначається двома основними характеристиками: *стиранням лексичного значення складових і передбачуваністю вживання фраз в стандартних ситуаціях соціальної взаємодії*. Наведемо приклади таких компліментарних висловлювань.

Компліментарні висловлювання, що позначені *стиранням лексичного значення складових фрази або кліше*: “Applewood”, Mrs. Thompson said. “*Thanks to the coal shortage we’re becoming connoisseurs. There’s an electric fire but I thought a real one would be more cheerful on a miserable day like this*” (Brain, 1957: 3).

Компліментарні висловлювання, що позначені *передбачуваністю вживання фраз в стандартних ситуаціях соціальної взаємодії*: “She looked at me again with that peculiarly steady gaze. “*You’re very like him*”, she murmured. Then she straightened her back, as if recalling herself. “*I’m sorry, Joe. I’m forgetting my duties. I’ll show you your room*”. (Brain, 1957: 3)”.

Іноді факт спілкування слугує виключно етикетним цілям. Комуніканти розмовляють, щоб встановити контакт, підтримати добрі взаємостосунки. Мова в таких випадках зорієнтована на співрозмовників, зміст її в більшості випадків є майже неважливим, а важливим сам по собі є виключно процес комунікації. Відбувається так звана “порожня” бесіда, яку англійці називають “small talk”. Реалізація “порожніх” стандартних етикетних формул відбувається поза значеючих впливів на слухача. Інформативність таких повідомлень є мінімальною, не дивлячись на їхнє певне змістоє наповнення. За бажанням адресанта може здійснити максимальний ефект на співрозмовника, але у таких випадках він вдається до *нестандартного, творчого вживання компліментарних висловлювань*. Наведемо приклади таких висловлювань: “I looked out of the window. The back garden was surprisingly large. It was bordered by a privet hedge and there was a big apple tree at the far end. There were two cherry trees next to it; I remembered my father telling me once that cherry trees can’t flourish by themselves. “*They have to be wed afore they’re fruitful*”, he’d added, innocently pleased at the image. *Father had never possessed a garden of his own, only a plot at the municipal allotments. No apple trees, no cherry trees, no lawn, no privet hedge...*” (Brain, 1957: 5)”.

Однак буде не зовсім справедливо стверджувати щодо семантичної порожнечі етикетних виразів, адже сам по собі важливий етикетний компліментарний сенс вони зберігають у будь-яких ситуаціях: “It was Charles actually”, I said. “My friend Charles Lufford. We’ve known each other since we were children”.

“*You’re very fond of him, aren’t you?*”

“*We’re as close as brothers. A great deal closer than most brothers*”. I remembered Charles’s plump face with its absurdly large horn-rimmed spectacles and its mixed expressions of innocence and bawdy cheerfulness; I used to say that he looked like a parson

on the razzle. “There’s nothing in Dufton, Joe. Leave it before you become a zombie too...” I could hear his deep, rather beery voice so distinctly that he might have been in the same room. “When you go to Warley, Joe, there’ll be no more zombies. Remember that. No more zombies”.

“You’ll miss him”, Mrs. Thompson said.

“Yes. I’ll get over it, though – “I paused, not quite knowing how to express myself” (Brain, 1957: 6)”.

Таким чином, можемо зазначити, що формули мовленнєвого етикету набувають неабиякої особливої значущості. Вони, передусім, свідчать щодо великої міри поваги до співрозмовника. Більше того, мовленнєвий етикет не обмежується автоматичним неусвідомленим відтворенням фрази або компліментарного кліше. Як правило, вибір компліменту опосередкований свідомістю адресата, змінюється і варіюється залежно від оточуючої людини ситуації.

Таким чином, сфера вживання одиниць мовленнєвого етикету тісно пов’язана з типовими ситуаціями, в яких адресант експлікує загальноприйнятну інтерпретацію етикетної ситуації. Невживання співрозмовником очікуваного висловлювання сприймається за неписаними, але всім відомими законами як небажання продовжувати розмову або навіть як глузливе, неповажне ставлення до співрозмовника. Такі ситуації є найбільш типовими для реалізації компліменту: комплімент, зроблений жінці при зустрічі (ситуація зустрічі взагалі є найбільш характерною для компліментів), комплімент господині; якщо ви в гостях вперше, комплімент робиться стосовно будинку, квартири і т.п.; комплімент не можна не зробити жінці, якщо вона прийшла в новій сукні або з новою зачіскою. У той же час, компліменти не мають обмежень на вживання в різних соціальних сферах і не настільки щільно пов’язані з типовими ситуаціями, як інші одиниці мовленнєвого етикету.

У зв’язку з етикетизацією мовленнєвих актів постає питання стосовно їхньої істинності. На нашу думку, багато висловлювань достатньо важко оцінити як *істинні в денотативному сенсі слова і, в першу чергу, компліментарні висловлювання*: “Now, following Mrs. Thompson into my room, I was moving into a different world. “It’s marvellous”, I said, feeling the inadequacy of the words and yet not wanting to appear too impressed; after all, I hadn’t been living in the slums. I looked at it with incredulous delight: wallpaper vertically striped in beige and silver, a bay window extending for almost the whole length of the room with fitted cushions along it, a divan bed that looked like a divan and not like a bed with its depressing daylight intimations of sleep and sickness, two armchairs, and a dressing table, wardrobe, and writing table all in the same pale satiny wood. On the cream-painted bookcase was a bowl of anemones and there was a fire burning in the grate, leaving an aromatic smell, faintly acid and faintly flowerlike, which I knew but couldn’t quite place” (Brain, 1957: 3)”.

Таким чином, ілокутивна функція висловлювання та його істинність можуть не збігатися. Це завжди є справедливим для негативних за своєю суттю комунікативних актів лестощів. Адресат часто потребує поради, заохочення, підтримки. Проголошення компліменту в подібній ситуації становить не лише комунікативну мету, скільки терапевтичне надзавдання мови, яке (і адресат це добре знає) відбивається і на щирості адресанта, і на істинності повідомлення. У таких випадках бажання адресанта досягти комунікативної мети виявляється сильнішим, ніж істинність і правдивість суджень, що висловлюються. Якщо вимовляється комплімент, то обидва учасники спілкування відчують розбіжність комунікативної та денотативної істини. У випадку ж лестощів ці розбіжності є добре відомими лише одній людині – тому, хто говорить.

Таким чином, етикетизацію комунікації можна визначити як деяку суттєву розбіжність між комунікативною і денотативною істиною. Причому, комунікативна істина постає більш приємною для співрозмовника (Mukhalchuk & Bihunova, 2019). Тієї ж точки зору дотримується і вчений (Levelt, 1983), стверджуючи, що комунікативна мета є домінують порівняно з істинністю висловлювань, але при цьому ця мета обов’язково вміщує імплікований зміст, який є неправдивим. Аналізуючи концепт ввічливості, ми з’ясували, що поняття ввічливості набуває різних відтінків значення у словосполученнях: “вишукана людина”, “витончена жінка”, “гарна дівчина” і т.п. Дані висловлювання, безперечно, позначають “ввічливість”; “робити що-небудь з ввічливості”. На нашу думку, останні два значення вказують на можливість поєднувати етикетну сторону поведінки з нещирістю.

Вчені (Ellis, 1987; Fodor, 1983) вводять поняття “позитивної” та “негативної” ввічливості. Позитивна ввічливість спрямована на створення позитивного образу адресата. Негативна ввічливість покликана дотримуватися його права на життєвий простір і самостійність, тобто, мається на увазі невтручання в сферу його особистісно значущого простору. Адресанта, який демонструє *негативну ввічливість, характеризують стриманість і формальність*: “I expect you’d like a wash”, Mrs. Thompson said. “The bathroom’s to the right and the usual offices next to it”. She took a bunch of keys from the dressing table. “Your keys, Joe, before I forget. Front door, this room, wardrobe, bureau, and heaven knows what these two are for but I’ll remember presently. There’ll be some coffee in half an hour, by the way. Or would you prefer tea?” (Brain, 1957: 3).

Отже, як правило, компліменти відповідають вимогам позитивної ввічливості, адже вони великою мірою демонструють інтереси співрозмовника. Вимовляючи комплімент, адресант демонструє своє ставлення до співрозмовника – захоплення, схвалення, прийняття, і, тим самим, впливає на нього. Таким чином, комплімент сприятиме розвитку взаємостосунків комунікантів, зміцнює їхні симпатії, а перлокутивним ефектом компліменту є твердження досконалості, переваги, авторитету адресата, що фасилітує зміни емоційного, психологічного стану адресата в кращій бік.

Однак, компліменти і мовленнєва реакція на них можуть розглядатися і як акти, які загрожують певній особі (Face-Threatening Act) (Batel, 2020; Booth, MacWhinney & Harasaki, 2000). Компліменти можуть бути небажаними для адресата, тому що актуалізують так звану “негативну” ввічливість (адресат не хоче, щоб в його справі втручалися); сама реакція на комплімент може бути негативною, що не входить у плани адресанта (адже він хоче, щоб його вчинки були бажаними). Комплімент може виражати *заздрість, бажання адресанта отримати річ, що належить адресату, з огляду на яку робиться комплімент*. Наприклад: “I’m so glad that you’re not a teacher”, he said. “They never seem real somehow... An accountant’s is a sensible yet glamorous occupation. He made Homer sound like balance sheets and balance sheets like Homer...” (Brain, 1957: 7).

Крім цього, *комплімент ставить адресата в залежний стан від адресанта, ускладнює його мовленнєву реакцію тощо*. Наприклад: “As Cedric was spooning out some mashed potatoes for me, Mrs. Thompson stopped him. “Oh dear, I’d forgotten. Joe, you do like onions, don’t you?”

“They’re my favourite vegetable”.

“Splendid. These are my speciality – potatoes seethed in milk with chopped onions”.

“All virtuous and handsome and intelligent men like onions”, Cedric said. “But only paragons among women like onions”. He forgot to serve the potatoes. “It was when I first discovered that Joan liked them that I decided to marry her. We used to go for long walks in the Dales and live on onions and cheese washed down with mild-and-bitter”.

Mrs. Thompson’s eyes sparkled and she began to giggle. “Remember what Father said? He thought we smelt so strongly that we’d have to marry each other because no one else would take us”.

We all burst into laughter again” (Brain, 1957: 7).

Висновки. Таким чином, комплімент є скриптом мовленнєвого етикету, але існує певний ризик в тім, що адресант, який виголошує комплімент, може бути неправильно зрозумілим адресатом. Щирий комплімент може бути інтерпретований як лестощі, тим більше у світлі того факту, що фактично лестощі максимальною мірою наближені до компліменту.

Маркувати компліменти досить незручно, адже ця справа може здатися занадто складною, нещирою, іронізуючою або може бути сприйнята як відверті лестощі, підлабузництво, запобігливість, спроба втертися в довіру чи здобути визнання. Робити комплімент слід обережно, з урахуванням рольового статусу адресата, його індивідуально-психологічних особливостей, характеру взаємостосунків. Відверто завишене перебільшення позитивних якостей може свідчити про те, що адресант належить до того типу людей, які не відчують недоладності і недоречності своїх висловлювань, або свідчить щодо наявності прихованих корисливих цілей.

Відповідно до правил мовленнєвого етикету адекватним і доцільним вважається “підняти” образ співрозмовника, зробивши йому комплімент. Етикетизація є проявом зацікавленості в співрозмовнику, визнанням його переваг і поблагливістю до недоліків. В наступних наших публікаціях вважаємо за доцільне проаналізувати соціолінгвістичний аспект проголошення компліментарних висловлювань.

Література:

1. Batel E. Context Effect on L2 Word Recognition: Visual Versus Auditory Modalities. *Journal of Psycholinguist Research*, 2020. Vol. 49. P. 223–245. URL: <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09683-6>.
2. Bates D., Maechler M., Bolker B., Walker S. lme4: Linear mixed-effects models using Eigen and S4. *Journal of Package Version*, 2014. Vol. 1(7). P. 1–23.
3. Beauvillain C. Morphological structure in visual word recognition: Evidence from prefixed and suffixed words. *Language and Cognitive Processes*, 1994. Vol. 9(3). P. 317–339.
4. Booth J.R., MacWhinney B., Harasaki Y. Developmental differences in visual and auditory processing of complex sentences. *Child Development*, 2000. Vol. 71(4). P. 981–1003.
5. Brain J. Room at the top. 1957. URL: https://royallib.com/book/Braine_John/room_at_the_top.html.
6. Caramazza A., Laudanna A., Romani C. Lexical access and inflectional morphology. *Cognition*, 1988. Vol. 28(3). P. 297–332.
7. Cilibrasi L., Stojanovic V., Riddell P., Saddy D. Sensitivity to Inflectional Morphemes in the Absence of Meaning: Evidence from a Novel Task. *Journal of Psycholinguist Research*, 2019. Vol. 48. P. 747–767. URL: <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09629-y>.
8. Crookes G. Planning and interlanguage variation. *Studies in Second Language Acquisition*, 1989. Vol. 11. P. 367–383. URL: <https://doi.org/10.1017/s0272263100008391>.
9. Derwing T.M., Munro M.M., Thomson R.I., Rossiter M.J. The relationship between L1 fluency and L2 fluency development. *Studies in Second Language Acquisition*, 2009. Vol. 31. P. 533–557. URL: <https://doi.org/10.1017/s0272263109990015>.
10. Ellis R. Interlanguage variability in narrative discourse: Style shifting in the use of the past tense. *Studies in Second Language Acquisition*, 1987. Vol. 9. P. 12–20. URL: <https://doi.org/10.1017/s0272263100006483>.
11. Ferreira F., Henderson J.M., Anes M.D., Weeks P.A., McFarlane D.K. Effects of lexical frequency and syntactic complexity in spoken-language comprehension: Evidence from the auditory moving-window technique. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 1996. Vol. 22(2). P. 324.
12. Fodor J.A. The Modularity of mind. Cambridge, MA: MIT Press, 1983.
13. Gilabert R. Effects of manipulating task complexity on self-repairs during L2 oral production. *International Review of Applied Linguistics*, 2007. Vol. 45. P. 215–240. URL: <https://doi.org/10.1515/iral.2007.010>.
14. Goffman E. Forms of Talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.
15. Green D.W. Mental control of the bilingual lexico-semantic system. *Bilingualism: Language and Cognition*, 1998. Vol. 1(2). P. 67–81.
16. Hatzidaki A., Baus C., Costa A. The way you say it, the way I feel it: Emotional word processing in accented speech. *Frontiers in Psychology*, 2015. Vol. 6. P. 351.
17. Ivashkevych, Er., Perishko, I., Kotsur, S. & Chernyshova, S. (2020). Psycholinguistic Content of Complements in English and Ukrainian. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика. Серія: Психологія*. 2020. Вип. 28(2). Переяслав-Хмельницький: ФООП Домбровська Я.М. С. 24–55. URL: <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-24-55>.
18. Kormos J. The effect of speaker variables on the self-correction behavior of L2 learners. *System*, 1999. Vol. 27. P. 207–221. URL: [https://doi.org/10.1016/s0346-251x\(99\)00017-2](https://doi.org/10.1016/s0346-251x(99)00017-2).
19. Lagrou E., Hartsuiker R.J., Duyck W. The influence of sentence context and accented speech on lexical access in second-language auditory word recognition. *Bilingualism: Language and Cognition*, 2013. Vol. 16(3). P. 508–517.
20. Levelt W.J.M. (1983). Monitoring and self-repair in speech. *Cognition*, 1983. Vol. 33. P. 41–103. URL: [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(83\)90026-4](https://doi.org/10.1016/0010-0277(83)90026-4).
21. Lu A., Wang L., Guo Y., Zeng J., Zheng D., Wang X., Shao Yu., Wang R. The Roles of Relative Linguistic Proficiency and Modality Switching in Language Switch Cost: Evidence from Chinese Visual Unimodal and Bimodal Bilinguals. *Journal of Psycholinguist Research*, 2019. Vol. 48. P. 1–18. URL: <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9519-6>.
22. McClelland J.L., Elman J.L. The TRACE model of speech perception. *Cognitive Psychology*, 1986. Vol. 18(1). P. 1–86.
23. Mykhalchuk N., Bihunova S. The verbalization of the concept of “fear” in English and Ukrainian phraseological units. *Cognitive Studies | Études cognitives*, Варшава (Польща), 2019. Vol. 19. P. 20–43. URL: <https://doi.org/10.11649/cs.2043>.
24. O’Brien I., Segalowitz N., Freed B., Collettine J. Phonological memory predicts second language oral fluency gains in adults. *Studies in Second Language Acquisition*, 2007. Vol. 29. P. 557–581. URL: <https://doi.org/10.1017/s027226310707043x>.
25. O’Donnell J., MacGregor L., Dabrowski J., Oestreicher J., Romero J. Construct validity of neuropsychological tests of conceptual and attentional abilities. *Journal of Clinical Psychology*, 1994. Vol. 50. P. 596–600. URL: [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199407\)50:4<596::aid-jclp2270500416>3.0.co;2-s](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199407)50:4<596::aid-jclp2270500416>3.0.co;2-s).
26. Sgall P. The Meaning of the Sentence in its Semantic and Pragmatic Aspects. Prague: Academia, 1986.
27. Ullman M.T. A neurocognitive perspective on language: The declarative/procedural model. *Nature Reviews Neuroscience*, 2001. Vol. 2(10). P. 717–726.

28. Valis M., Slaninova G., Prazak P., Poulouva P., Kacetl J., Klimova B. Impact of Learning a Foreign Language on the Enhancement of Cognitive Functions Among Healthy Older Population. *Journal of Psycholinguist Research*, 2019. Vol. 48. P. 1311–1318. URL: <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09659-6>.

29. Ware C., Damnee S., Djabelkhir L., Cristancho V., Wu Y.H., Benovici J. Maintaining cognitive functioning in healthy seniors with a technology-based foreign language program: A pilot feasibility study. *Frontiers in Aging Neuroscience*, 2017. Vol. 9. P. 42. URL: <https://doi.org/10.3389/fnagi.2017.00042>.

References:

1. Batel, E. (2020). Context Effect on L2 Word Recognition: Visual Versus Auditory Modalities. *Journal of Psycholinguist Research*, 49, 223–245. <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09683-6> [in English].
2. Bates, D., Maechler, M., Bolker, B. & Walker, S. (2014). lme4: Linear mixed-effects models using Eigen and S4. *Journal of Package Version*, 1(7), 1–23 [in English].
3. Beauvillain, C. (1994). Morphological structure in visual word recognition: Evidence from prefixed and suffixed words. *Language and Cognitive Processes*, 9(3), 317–339 [in English].
4. Booth, J.R., MacWhinney, B. & Harasaki, Y. (2000). Developmental differences in visual and auditory processing of complex sentences. *Child Development*, 71(4), 981–1003 [in English].
5. Brain, John (1957). Room at the top. https://royallib.com/book/Braine_John/room_at_the_top.html. [in English].
6. Caramazza, A., Laudanna, A. & Romani, C. (1988). Lexical access and inflectional morphology. *Cognition*, 28(3), 297–332 [in English].
7. Cilibrasi, L., Stojanovic, V., Riddell, P. & Saddy, D. (2019). Sensitivity to Inflectional Morphemes in the Absence of Meaning: Evidence from a Novel Task. *Journal of Psycholinguist Research*, 48, 747–767. <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09629-y> [in English].
8. Crookes, G. (1989). Planning and interlanguage variation. *Studies in Second Language Acquisition*, 11, 367–383. <https://doi.org/10.1017/s0272263100008391> [in English].
9. Derwing, T.M., Munro, M.M., Thomson, R.I. & Rossiter, M.J. (2009). The relationship between L1 fluency and L2 fluency development. *Studies in Second Language Acquisition*, 31, 533–557. <https://doi.org/10.1017/s0272263109990015> [in English].
10. Ellis, R. (1987). Interlanguage variability in narrative discourse: Style shifting in the use of the past tense. *Studies in Second Language Acquisition*, 9, 12–20. <https://doi.org/10.1017/s0272263100006483> [in English].
11. Ferreira, F., Henderson, J.M., Anes, M.D., Weeks, P.A. & McFarlane, D.K. (1996). Effects of lexical frequency and syntactic complexity in spoken-language comprehension: Evidence from the auditory moving-window technique. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 22(2), 324 [in English].
12. Fodor, J.A. (1983). *The Modularity of mind*. Cambridge, MA: MIT Press. [in English].
13. Gilabert, R. (2007). Effects of manipulating task complexity on self-repairs during L2 oral production. *International Review of Applied Linguistics*, 45, 215–240. <https://doi.org/10.1515/iral.2007.010> [in English].
14. Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press [in English].
15. Green, D.W. (1998). Mental control of the bilingual lexico-semantic system. *Bilingualism: Language and Cognition*, 1(2), 67–81 [in English].
16. Hatzidaki, A., Baus, C. & Costa, A. (2015). The way you say it, the way I feel it: Emotional word processing in accented speech. *Frontiers in Psychology*, 6, 351. [in English].
17. Ivashkevych, Er., Perishko, I., Kotsur, S. & Chernyshova, S. (2020). Psycholinguistic Content of Complements in English and Ukrainian. *Psycholinguistics. Psycholinguistics. Psycholinguistics. Psycholinguistics. Psycholinguistics. Psycholinguistics*, 28 (2), 24–55. Pereyaslav-Khmelnytskyi: FOP Dombrovska Ya.M. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-24-55> [in English].
18. Kormos, J. (1999). The effect of speaker variables on the self-correction behavior of L2 learners. *System*, 27, 207–221. [https://doi.org/10.1016/s0346-251x\(99\)00017-2](https://doi.org/10.1016/s0346-251x(99)00017-2) [in English].
19. Lagrou, E., Hartsuiker, R.J. & Duyck, W. (2013). The influence of sentence context and accented speech on lexical access in second-language auditory word recognition. *Bilingualism: Language and Cognition*, 16(3), 508–517. [in English].
20. Levelt, W.J.M. (1983). Monitoring and self-repair in speech. *Cognition*, 33, 41–103. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(83\)90026-4](https://doi.org/10.1016/0010-0277(83)90026-4) [in English].
21. Lu, A., Wang, L., Guo, Y., Zeng, J., Zheng, D., Wang, X., Shao, Yu. & Wang, R. (2019). The Roles of Relative Linguistic Proficiency and Modality Switching in Language Switch Cost: Evidence from Chinese Visual Unimodal and Bimodal Bilinguals. *Journal of Psycholinguist Research*, 48, 1–18. <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9519-6> [in English].
22. McClelland, J.L. & Elman, J.L. (1986). The TRACE model of speech perception. *Cognitive Psychology*, 18(1), 1–86 [in English].
23. Mykhalchuk, N. & Bihunova, S. (2019). The verbalization of the concept of “fear” in English and Ukrainian phraseological units. *Cognitive Studies | Études cognitives*, Варшава (Польща), 19, 20–43. <https://doi.org/10.11649/cs.2043> [in English].
24. O’Brien, I., Segalowitz, N., Freed, B. & Collentine, J. (2007). Phonological memory predicts second language oral fluency gains in adults. *Studies in Second Language Acquisition*, 29, 557–581. <https://doi.org/10.1017/s027226310707043x> [in English].
25. O’Donnell, J., MacGregor, L., Dabrowski, J., Oestreicher, J. & Romero, J. (1994). Construct validity of neuropsychological tests of conceptual and attentional abilities. *Journal of Clinical Psychology*, 50, 596–600. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199407\)50:4<596::aid-jclp2270500416>3.0.co;2-s](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199407)50:4<596::aid-jclp2270500416>3.0.co;2-s) [in English].
26. Sgall, P. (1986). *The Meaning of the Sentence in its Semantic and Pragmatic Aspects*. Prague: Academia [in English].
27. Ullman, M.T. (2001). A neurocognitive perspective on language: The declarative/procedural model. *Nature Reviews Neuroscience*, 2(10), 717–726 [in English].
28. Valis, M., Slaninova, G., Prazak, P., Poulouva, P., Kacetl, J. & Klimova, B. (2019) Impact of Learning a Foreign Language on the Enhancement of Cognitive Functions Among Healthy Older Population. *Journal of Psycholinguist Research*, 48, 1311–1318. <https://doi.org/10.1007/s10936-019-09659-6> [in English].
29. Ware, C., Damnee, S., Djabelkhir, L., Cristancho, V., Wu, Y.H. & Benovici, J. (2017). Maintaining cognitive functioning in healthy seniors with a technology-based foreign language program: A pilot feasibility study. *Frontiers in Aging Neuroscience*, 9, 42. <https://doi.org/10.3389/fnagi.2017.00042> [in English].