

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Факультет іноземної та слов'янської філології

Кафедра германської філології

**Дордя Тетяна Володимирівна**

**ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ КАРТИНИ СВІТУ В АНГЛІЙСЬКІЙ  
ЛІНГВОКУЛЬТУРІ**

Спеціальність: 014 Середня освіта (Мова і література (англійська))

Галузь знань: 01 Освіта

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник

\_\_\_\_\_ В.І. Школяренко,

доктор філологічних наук, професор,

завідувач кафедри германської філології

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Виконавець

\_\_\_\_\_ Т.В. Дордя

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Суми 2020

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ГЕНДЕРНОЇ КАРТИНИ СВІТУ..	
.....	6
1.1. Гендерний аспект в лінгвокультурології .....	6
1.2. Номінативні засоби вербалізації гендерної картини світу .....	10
1.3. Лінгвокультурна гендерна імплікація в англійській мові .....	17
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 .....	23
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ...	26
2.1. Типологізація гендерних комунікативних ситуацій.....	26
2.2. Гармонізація гендерної ситуації спілкування .....	30
2.3. Особливості конфліктних ситуацій у гендерному спілкуванні .....	35
2.4. Консенсусна ситуація гендерного спілкування .....	43
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	47
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЕВОГО ВПЛИВУ В ГЕНДЕРНИХ	
КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ.....	50
3.1. Теорія мовленнєвого впливу .....	50
3.2. Аргумент як засіб мовленнєвого впливу .....	52
3.3. Спонування як засіб мовленнєвого впливу .....	59
3.4. Комплімент як засіб мовленнєвого впливу .....	64
3.5. Похвала як засіб мовленнєвого впливу .....	70
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....	74
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	797
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:.....	80
SUMMARY.....	88
ДОДАТКИ.....	97

## ВСТУП

На сучасному етапі розвитку мовознавства спостерігаємо зростання інтересу до гендерних студій, що зумовлено започаткуванням нових напрямків і розробкою новітніх методик вивчення гендеру загалом (А. Марчишина). Серед них: репрезентація гендерного аспекту в лексиці (О. Бессонова, Т. Сукаленко, А. Шиліна), граматиці (М. Ласкова, О. Холод), лексикографії (О. Васькова, Ю. Вишнякова, М. Колеснікова, І. Ольшанський), відображення гендерних стереотипів у мовній свідомості (О. Горошко, А. Кириліна, І. Халеєва), у різних типах дискурсу (О. Адаменко, О. Бабенкова, І. Баженова, Н. Борисенко, О. Козачишина, Н. Паланчук) і постмодерністському у тому числі (О. Бабелюк, К. Никитченко). У сферу вивчення гендерологічних студій сьогодні також потрапляють комунікативні стратегії (К. Діндія, А. Мулак, М. Фіцпатрік), специфіка вербальної і невербальної комунікативної поведінки (М. Городнікова, Р. Дунбар, Н. Дункан, А. Маріотт, А. Кириліна, О. Горошко), мова засобів масової інформації (І. Гусейнова, Р. Фоулер, Г.Цапро).

Наразі з'являється все більше лінгвістичних розвідок, орієнтованих на виділення гендерних відмінностей у фразеологізмах різних мов (О. Бессонова, І. Зикова, Д. Гамулець, А. Григорян, В.Телія, О. Васькова, А. Першай, О. Шишигіна). Втім гендерний компонент як важлива складова англійськомовних фразеологізмів, ще не був об'єктом системного комплексного вивчення з позиції структури, семантики та лінгвокультурології. Залишається не розкритою і лексикографічна природа гендерного компонента фразеологічних одиниць сучасної англійської мови.

**Актуальність** магістерського дослідження зумовлена лінгвокультурологічним підходом до вивчення механізмів реалізації гендерного компонента в структурі й семантиці англійської лінгвокультури, що сприяє виявленню культурних констант, які відображають результат соціалізації індивіда в суспільстві відповідно до статевої приналежності.

**Об'єктом** дослідження є засоби вираження гендерної картини світу в англійській мові.

**Предметом** роботи є особливості гендерних комунікативних ситуацій у сучасному англомовному художньому дискурсі.

**Мета** дослідження полягає у виявленні особливостей мовленнєвого впливу в гендерних комунікативних ситуаціях сучасної англійської лінгвокультури.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- систематизувати й узагальнити теоретичні засади дослідження одиниць англійської мови, які містять гендерний компонент;
- з'ясувати роль гендерного компонента в структурі значення;
- визначити критерії добору мовних одиниць з гендерним компонентом та на їхній основі сформувати корпус досліджуваного матеріалу;
- розробити методику вивчення гендерних мовленнєвих ситуацій;
- класифікувати гендерні комунікативні ситуації;
- виявити особливості мовленнєвого впливу в гендерних комунікативних ситуаціях.

У процесі роботи над магістерським дослідженням було використано такі **методи дослідження**: *загальнодидактичні* – описовий метод, порівняльно-зіставний, метод узагальнення та лінгвопрагматичного аналізу літератури; а також *лінгвістичні* методи – аналіз значення слова у дефінітивному варіанті, контекстуально-інтерпретативний, компонентний аналіз, семантико-когнітивний та етимологічний аналіз, відбір та обробка лексичного матеріалу. Для аналізу типів гендерних комунікативних ситуацій було застосовано описовий та порівняльно-зіставний методи. Робота з текстами художніх творів та відбір прикладів, а також їх аналіз, здійснювалися засобами таких методів дослідження як аналіз значення слова у дефінітивному варіанті, контекстуально-інтерпретативний, компонентний аналіз, семантико-когнітивний та етимологічний аналіз, відбір та обробка лексичного матеріалу.

**Матеріалом дослідження** слугували тексти художніх творів англійських та американських авторів ХХ-ХХІ століття, такі як: J. M. Auel «The Mammoth Hunters», Jh. Grisham «The Firm», H. Fielding «Bridget Jones: The Edge of Reason», F. S. Fitzgerald «Tender is the Night», «The Great Gatsby», S. Kinsella «The Secret Dreamworld of a Shopaholic», W. S. «The Painted Veil», J. K. Rowling «Harry Potter and the Philosopher's Stone», M. Spark «Memento mori», а також словникові дефініції тлумачних словників англійської мови Webster, Oxford, Longman, Macmillan та ін.

**Теоретичне значення** дослідження зумовлено інтеграцією гендерного і лінгвокультурологічного підходів до вивчення англійських мовних засобів з гендерним компонентом у структурі й семантиці, що є внеском у розбудову гендерної лінгвістики та лінгвокультурології в цілому. З'ясування семантичних і структурних особливостей досліджуваних одиниць та специфіки їхнього функціонування в англійській лінгвокультурі розширить уявлення про сучасний стан лексичної системи, її стилістичний потенціал, можливості семантичних інтерпретацій, а також стане в нагоді для словникового опрацювання.

**Практична цінність** одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані в курсах лексикології англійської мови (розділи «Фразеологія», «Лексикографія», «Семасіологія», «Стилістика тексту»), у спецкурсах з лінгвокультурології, фразеології, когнітивної, комунікативної і гендерної лінгвістики, у лексикографічній практиці, при написанні навчальних посібників і наукових праць.

Основні положення роботи пройшли апробацію на конференції «Макаренківські читання: філологічні та методичні студії» (СумДПУ імені А.С. Макаренка, 4 червня 2020 року) і були презентовані в тезах «Гендерні табузовані номінанти у сучасній англомовній популярній культурі». Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та переліку лексикографічних джерел. Повний обсяг роботи становить 106 сторінок.

# РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ГЕНДЕРНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

## 1.1. Гендерний аспект в лінгвокультурології

Хоча лінгвістична традиція, що враховує фактори статі, бере свій початок ще із античного світу, коли почалося осмислення категорій природної статі (sexus) та граматичного роду (gender), все ж перші серйозні наукові лінгвістичні праці у гендерному напрямку з'явилися не так давно. Саме ж поняття «гендер» як самостійна категорія виникло у мовознавстві лише у 80-х роках ХХ століття, потрапивши до цієї області з інших суспільних наук, таких як історія, соціологія та психологія.

Досить часто поняття «гендер» вживають як синонім до слова «стать», хоча більшість вчених розрізняють їх. Загалом, до наукового обігу поняття «гендер» було уведене для того, щоб провести межу між поняттями біологічної статі (sexus) та соціальних і культурних імплікацій, які містять у собі концепт «чоловіче – жіноче»: розподіл ролей, культурні традиції, відношення влади у зв'язку із статтю людини тощо [26, с. 24]. Отже, якщо «стать» характеризує генетичну приналежність індивіда до однієї із двох категорій, то «гендер» означає стать як продукт виховання та впливу культури, тобто свого роду «соціальну стать» людини [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Гендер не є чисто лінгвістичною категорією, його поняття давно вийшло за межі граматики. Сьогодні це явище широко розглядається як соціокультурний, дискурсивний та психолінгвістичний феномен. Гендер – це великий комплекс соціальних та психологічних процесів, а також культурних установок, породжених суспільством, котрі впливають на поведінку національної мовної особистості. Як мова, так і мовлення можуть бути проаналізовані з точки зору відображення в них гендерних відносин. Мова розглядає стать під кутом суспільної значимості цієї категорії, що і робить

правомірним застосування поняття «гендер» до всіх явищ мови, які стосуються проблеми статі [26, с. 23].

Гендерний фактор, що розглядає природну стать людини та її соціальні якості, являє собою одну із основних характеристик особистості та на протязі всього життя людини певним чином впливає на сприйняття нею своєї ідентичності, а також на ідентифікацію мовця іншими членами соціуму. Можна говорити про те, що гендер визначає поведінку людини у суспільстві і те, як вона сприймається іншими людьми. Лінгвістичні гендерні дослідження мовної репрезентації чоловіків та жінок встановили, що відмінності між чоловічим та жіночим мовленням лежать у різних областях мови: у фонетиці, фонології, лексиці, граматиці, стилістиці та синтаксисі. Окрім того існують розбіжності і в тактиках ведення розмови [52, с. 63].

Таким чином, гендерні особливості мають вплив на всі мовленнєві прояви особистості, не є винятком і вираження оцінної категорії, адже воно регулює діяльність та поведінку людини. Оцінювальна діяльність завжди відображає взаємодію людини з дійсністю, в процесі якої відбувається реалізація ціннісного ставлення індивіда до цієї діяльності. Оцінювальна діяльність може розглядатися як процес і результат «відображення відносин домінування й переваги людини, який реалізується в ході довільного і мимовільного порівняння предмета оцінювання і оцінювання основи» [30, с. 102].

Результатом оцінювальної діяльності є оцінка як кількісне і якісне вираження оцінного ставлення. За словником лінгвістичних термінів О. Ахманової оцінка (evaluation) – це судження мовця, його ставлення – схвалення або несхвалення, бажання, заохочення і т. д., одна з основних частин стилістичної конотації [4, с. 305]. Категорія оцінки належить до природних категорій, адже вона визначає те, яким чином складається картина світу людини у процесі її пізнавальної діяльності. При цьому гендерний параметр мовної особистості може значною мірою впливати на сприйняття нею ціннісної картини світу, а у наслідок цього зазнає впливу та її вербалізації у мовленнєвій поведінці. Гендерний аспект категорії оцінки передбачає розгляд шляхів

вербалізації у мові тих ролей, норм, цінностей, які відводяться суспільством жінкам та чоловікам [7, с. 18].

Відмінності жіночого та чоловічого світогляду значною мірою впливають на комунікацію, яку неможливо розглядати окремо від мови, адже саме через неї, а також через інші супутні знакові системи виражається світогляд, та, відповідно, і гендерні особливості. Основні відмінності між чоловічим та жіночим мовленням можна розглядати відповідно до наступних шкал оцінки мовлення: експресивність/емоційність/раціональність, логічність/конкретність/абстрактність, солідарність/домінування/некатегоричність/категоричність. Перші характеристики належать до стереотипів жіночого мовлення, другі – чоловічого. Однак, подібні відмінності не можна вважати обов'язковими характеристиками мовлення усіх жінок або всіх чоловіків, вони лише відображають основні напрямки в оцінці чоловічого та жіночого мовлення [7, с. 18]. Значну роль у конкретних реалізаціях чоловічого та жіночого мовлення буде відігравати соціальний контекст, а також психологічні та фізіологічні особливості комунікантів [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 57].

Основна гендерна відмінність чоловічого та жіночого мовлення полягає у більш високій, порівняно із чоловічим, емоційності та експресивності жіночого мовлення. Для жіночого мовлення перш за все є характерним використання інтенсифікаторів оцінки. Жіноче мовлення характеризується більш високим рівнем концентрації емоційно-оцінних слів та конструкцій. У чоловічому мовленні частіше присутня стилістично нейтральна лексика, однак чоловіки менш стримані у вираженні негативної оцінки. Нерідко для цих цілей використовується стилістично знижена, лайлива лексика [19, с. 25].

Відповідно до досліджень чоловічого мовлення можна стверджувати, що чоловіки більше говорять, а їхні висловлення довші, ніж жіночі. Вони часто оцінюють один одного та все навколо. Жінки ж, навпаки, виражають оцінні судження, аби задовольнити власні інтереси, обговорити проблеми та зрозуміти інших людей. Протилежної думки дотримується О. М. Токарева, яка стверджує, що жіночому мовленню притаманний ряд стереотипів про те, що жінки

балакучі, їм подобається ставити питання, часто перепитувати, вони не закінчують свою думку, менше перебивають, ніж чоловіки, є більш ввічливими та не так часто некоректно висловлюються [52, с. 88].

В цілому ж, гендерно маркована оцінна лексика – винятковий фрагмент культурологічного значення, у якому представлена вся мовна картина нації, її традиції, ставлення суспільства до всіх верств населення. Оскільки в оцінці відображений світогляд та світосприйняття комунікантів, то це дозволяє їй займати особливе місце у формуванні людського буття. Оцінні стереотипи представлені в різних ситуаціях мовлення і тісно пов'язані з гендерними особливостями. Усе залежить від того, які стосунки виникають між чоловіком та жінкою, як вони між собою спілкуються, виражають оцінне ставлення один до одного та навколишнього світу [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 57].

Під стереотипом, за О. О. Селівановою, розуміємо детерміновану культурою або субкультурою та соціумом упорядковану й фіксовану структуру свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища [44, с. 689]. Соціальний стереотип – це схематичний, стандартизований образ або представлення про соціальне явище чи об'єкт, звичайно емоційно забарвлений та наділений неабиякою стійкістю [8, с. 122]. У ньому звичайно репрезентується оцінне ставлення комуніканта до певного предмета чи явища, яке виникає на основі різних соціальних фактів та власного досвіду; це ті загальні цінності, відкриття, які існували й продовжують існувати в мові, об'єднуючи суспільство.

Гендерні стереотипи підкреслюють місце та роль обох статей у суспільстві, розкриваючи їхню функцію та поставлені перед ними важливі соціальні завдання. Ключовим складником гендерних стереотипів є їхні описові ознаки, яким притаманна інтелектуальна та емоційно виражена оцінка. Вони виступають засобом відображення певного типу стосунків протилежних статей, а в разі зміни стереотипу одночасно змінюється і гендерна перспектива в контексті.

## 1.2. Номінативні засоби вербалізації гендерної картини світу

Гендерна картина світу знаходить своє вираження за допомогою різних засобів мови – фонетичних, лексичних, морфологічних, синтаксичних. Кожен рівень мовної структури здатен виражати її своїм специфічним способом. Однак, одним з основних рівнів що володіють здатністю представлення гендерних відносин за допомогою різних специфічних засобів, є лексико-семантичний рівень [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Лексико-семантичний рівень мовної системи представлений трьома основними лексичними розрядами: іменниками, прикметниками і дієсловами. Іменники виражають субстанціональне значення, дієслова і прикметники – несубстанціональне значення. Відмінність між ними полягає не тільки в способі мовного вираження їх лексичних значень, а також у виконуваних ними функціях. Іменники виконують номінативно-класифікаційну функцію, в той час як дієслова та прикметники спеціалізуються на комунікативній та мовно-мисленнєвій функціях [56, с. 198].

Іменники характеризуються автономною семантикою, за якої відповідне предметне значення закріплюється за певною назвою, яка при цьому є цілком самодостатньою. Дієслова встановлюють предикатні відносини з іменниками, формуючи закінчену думку, повноцінне висловлювання. Відмінною особливістю прикметників, що виражають своїми значеннями властивості предметів, оцінки їх якостей людьми, є непомірно широкий смисловий обсяг прикметників, поєднаних з іменниками різного ступеня абстракції. Це пояснюється тим, що в навколишній предметній дійсності набагато більше властивостей, якостей, прагматичних та емоційних оцінок, аніж самих предметів, подій, осіб, яким вони належать або номінально приписуються [56, с. 197].

Для гендерної реалізації категорії оцінки іменники становлять досить значний відсоток від усієї кількості оцінної лексики. Оцінну функцію частіше за все виконують абстрактні іменники, такі як *support, profit, care, accuracy,*

*achievement, fashion, attraction, comfort* та інші тому подібні. Вони одночасно виконують номінативну функцію, та класифікують назване явище, містять у собі його оцінку. Здебільшого такого роду оцінні іменники реалізують нейтральні оцінні значення, однак у постпозиції до прикметників, які несуть у собі високу позитивну оцінку, вони можуть виконувати також інтенсивні оцінні значення. Наприклад, *an unrivalled comfort, a brilliant achievement* тощо.

Особливу категорію оцінних іменників становлять іменники, що виражають собою певні якості особистості, як негативні так і позитивні. Загалом, подібні іменники є невід'ємною частиною особистісних характеристик та широко використовуються в розмовному і неформальному стилях мовлення. Такі іменники яскраво описують людину, тому мають більш потужний емоційний вплив на особистість (наприклад, використовуються для того, щоб образити людину).

У цілому, засоби позначення особистісних характеристик поділяються на такі групи (класифікація за типом оцінки):

1. Позитивна / негативна оцінка;
2. Системна / мовна оцінка;
3. Колективна / індивідуальна оцінка;
4. Раціональна / емоційна оцінка;
5. Загальна / приватна оцінка.

Розглянемо англійські іменники в рамках першої групи (позитивна / негативна оцінка). Услід за дослідником Беловою А. В. у даній роботі також виділяються три формальних показника оцінності [6, с. 55-56]:

1. Наявність у семному складі слова оцінних сем *good* і *bad* або їх заміників типу *right / wrong, pleasant / unpleasant* та ін., що встановлюються в результаті аналізу словникових дефініцій.

Прикладом можуть слугувати такі іменники на позначення особистісних якостей, що містять позитивну оцінку, як *angel, beauty, believer, charmer, goody goody, saint* та інші. Іменники з негативною оцінкою: *animal, bastard, black*

*sheep, child, cheater, cow, creep, crook, culprit, degenerate, dog, sheep* і т. д. Варто відзначити, що деякі дефініції поєднують в собі кілька ознак, а саме наявність оцінної семантики і словникового індикатора. Наприклад, **child** – *(disapproving) an adult who behaves badly, like a badly behaved child*; **angel** – *someone who is very good, helpful, or kind*; **goody goody** – *someone, especially in a film or story, who is good*; **cow** – *an unpleasant or disliked woman*; **culprit** – *someone who has done something wrong* [63].

2. Присутність у словникової дефініції компонентів типу *too, too much, to an extreme degree, excessively, overly*, що вказують на відхилення від норми. У результаті аналізу було виявлено тільки іменники з негативною оцінкою – *brown-nose, busybody*. **Busybody** – *a person who is too interested in things that do not involve them* [63].
3. Наявність у словниковій статті спеціальних поміток типу *apprec, derog., with approval / disapproval* і т. п. У рамках даної категорії переважають іменники з негативною оцінкою: *adventurer, baby, blabbermouth, bore, braggart, brat, brute, careerist, cheapskate, child, city-slicker, coward, cry-baby* і т. п. Єдиний іменник з позитивною оцінкою – *gentleman*. **Gentleman** – *(approving) a man who is polite and behaves well towards other people, especially women* [63].

Наступний критерій класифікації – системна / мовна оцінка. Відповідно до думки Белової А. В. системною називають оцінку, закріплену за словом у системі мови, мовна оцінка, у свою чергу, виникає під впливом конкретних комунікативних умов [6, с. 58]. Далі розглянемо приклади особистісних іменників, які можуть залишатися абсолютно нейтральними або висловлювати оцінку (позитивну або негативну) в залежності від контексту. Так, наприклад, іменник *adventurer* може позначати як людину, яка любить подорожувати і ризикувати (нейтральна оцінка) (*He's a romantic at heart, a born adventurer*), так і нечестивця, що намагається отримати власну вигоду (негативна оцінка) (*He was portrayed in the press as a gold digger and adventurer*).

Наступний критерій аналізу – раціональна / емоційна оцінка. Залежно від наявності або відсутності емотивного компонента в семантиці слова досліджувані одиниці можна розділити на раціонально-оцінні (або слова інтелектуально-логічної оцінки), емоційно-оцінні та емоційно-інтелектуально оцінні. Слова інтелектуально-логічної оцінки позначають ознаки особистості позитивно або негативно оцінювані з боку мовця (*Master, Mastermind, Go-getter, Gold digger, Homemaker, Idealist, Intellectual, Introvert, Genius, Gentleman, Giant* та ін). Емоційно-оцінні найменування означають не стільки ознаку особистості, скільки емоційне ставлення, з ним пов'язане (*Freak, Geek, Idiot, Jerk, Loser* та ін.).

Прикметники займають особливу «серединну» позицію серед інших лексико-граматичних класів слів. Вони і структурно і змістовно ближче стоять до іменників, але, будучи наділеними властивістю предикації, вони наближаються до дієслівних ознак. Ця особливість виражається у виконанні прикметниками двох функцій; атрибутивної та предикативної.

Так, в англійській мові атрибутивні прикметники характеризуються більшою частотністю використання ніж предикативні прикметники. В основному вони функціонують у художній літературі та діалогічному мовленні [65, с. 511]. Серед атрибутивних прикметників семантично виділяються оцінні прикметники, які найбільш часто зустрічаються у вищезазначених мовних сферах: *That's a good film. He had this really nice cap* [65, с. 513]. Область семантичного застосування прикметників у предикативній функції також головним чином відноситься до оцінки. Це обумовлює той факт, що емоційно-оцінні прикметники (*good, bad, lovely, glad, happy* і т. п.) є найбільш поширеним лексико-граматичним класом слів в діалогічній мові та художній літературі [65, с. 516].

Найбільш яскраві відмінності у вживанні лексичних одиниць чоловіками і жінками простежуються при використанні слів, що відносяться до лексико-граматичного класу прикметників. Лінгвісти відзначають, що «оцінні прикметники <...> найбільш здатні до вираження інтенсифікації емоційно-

оцінного стану мовця за шкалою оцінок, пристосовані для передачі бажання мовця висловити у мовному акті свій психічний стан» [32, с. 72].

Оцінні прикметники в номінативному плані поділяються на два типи: власне оцінні та описивно-оцінні прикметники. Якщо описування відображає картину світу в цілому, то оцінка орієнтується на її ціннісну сторону, яка визначається взаємодією світу і людини з її ціннісними орієнтаціями. Таким чином, власне оцінні прикметники не називають якостей оцінюваного об'єкта, але відображають у своєму значенні саму підставу оцінки, тобто те, з точки зору чого він оцінюється, наприклад з точки зору відповідності будь-яким вимогам: нормативним (*нормальний, помилковий* та ін.), утилітарним (*придатний, даремний* та ін.) і т.д. Описивно-оцінні прикметники називають якусь певну якість об'єкта і одночасно оцінюють його, наприклад: *безголовий, дурний, худий* і т.п. [46, с. 66].

У лінгвістичній літературі зазначається, що клас оцінних одиниць не має чітких меж. Межі оцінної лексичної підсистеми, як і будь-якої іншої, умовні та відносні, вони визначаються автором конкретного дослідження в залежності від його вихідних теоретичних позицій. Звісно, на лексичному рівні гендерно-обумовлені способи вираження оцінки знаходять своє втілення у використанні прикметників і прислівників, які виявляють величезну різноманітність оцінної семантики. Їх можна розділити на:

- 1) предикати, які мають характер загальної оцінки і реалізуються в англійській мові прикметниками *good* та *bad*, а також їх синонімами з різними стилістичними і експресивними відтінками: *excellent, perfect, great, superb, marvelous, wonderful, fantastic, terrific, amazing, incredible, brilliant*. Ці прикметники виражають холистичну оцінку, аксіологічний підсумок;
- 2) окремооцінні предикати, що дають оцінку одному з аспектів об'єкта із певної точки зору: *pleasant, tasty, interesting, intelligent, happy, miserable, attractive, ugly, kind, modest, useful, comfortable, normal,*

*typical, successful, fortunate* і т.д. Група окремооцінних предикатів більш обширна та різноманітна [3, с. 75].

Загалом у класифікації Н. Д. Арутюнової окремооцінні значення поділяються на сім категорій, які утворюють три групи: сенсорні оцінки (сенсорно-смакові та психологічні оцінки); раціоналістичні оцінки (утилітарні та теологічні оцінки); сублімовані оцінки. До них відносяться:

- 1) естетичні оцінки, що впливають із синтезу сенсорно-смакових і психологічних оцінок і служать для задоволення почуття прекрасного (*beautiful – graceless, lovely – ugly, unsightly*);
- 2) етичні оцінки, що задовольняють моральні почуття (*moral – immoral, ethical – wicked, good – evil, virtuous – vicious* та ін.).

Хоча дієловам та фразовим дієловам притаманна властивість позначати суб'єктивне ставлення до об'єкта оцінки, вони складають досить незначну групу засобів реалізації значення оцінки. Островська О. М. поділяє оцінні дієлова чотири групи. Це 1) дієлова, що містять вказівку на оцінку, 2) дієлова, які самі репрезентують оцінку; 3) дієлова-зв'язки; 4) модальні дієлова [35, с. 145].

До групи дієслів-індикаторів належать дієлова, котрі вказують на оцінку та класифікуються на наступні підгрупи:

- а) дієлова мислення: *to know, to think, to believe, to suppose, to find, to guess, to consider, to realize, to see, to suggest, to understand*. До цього лексико-семантичного поля можна також включити дієлова *to see, to find*, що також можуть стосуватися сфери ментальності;
- б) дієлова мовлення: *to say, to call, to describe, to observe, to declare, to point out, to characterize, to note*.

До групи дієслів-репрезентантів категорії оцінки належать, у першу чергу дієлова *to like, to hate*. Оскільки оцінка в плані змісту поділяється на позитивну і негативну, то ці дієлова є найхарактернішими дієловами-репрезентантами

категорії оцінки. Вони завжди виражають експліцитну оцінку, оскільки їх структурі, подібно до прикметників *good/bad*, притаманна оцінна сема [35, с. 147].

До дієслів, які є показниками категорії оцінки належать також і дієслова-зв'язки, найбільш уживаними із яких в англійській мові є наступні дієслова-зв'язки, що експлікують категорію оцінки: *to be, to feel, to seem, to keep, to hold, to remain, to continue, to become, to come, to get, to go, to grow, to turn, to make, to look, to like*. Ці дієслова можна об'єднати у три мікрополя, що разом із іншими частинами мови саме реалізують оцінну функцію. Перше мікрополе містить дієслова-зв'язки, які виражають певний стан чи якість. Його ядром виступає дієслово *to be*, а також сюди належать дієслова *to feel, to seem, to mean*. До другого мікрополя відносяться дієслова, які несуть у собі значення збереження стану та якості предмета чи суб'єкта, а, відповідно, і оцінного судження про нього. Ядром є дієслово *to keep*, периферійними ж виступають дієслова *to hold, to remain, to stay, to continue*. Нарешті, третє мікрополе включає в себе дієслово *to become*, а також дієслова-зв'язки, що означають зміну стану або якості, такі як: *to come, to get, to go, to grow, to turn, to make, to look* [35, с. 149].

Таким чином, до дієслів-зв'язок відносяться дієслова зі значеннями «існування», «буття», «відчуття», ті, яким властиві ознаки тривалості стану, а також дієслова, що означають зміну стану або якості. Усі вони входять у предикативні конструкції, які експлікують «оцінку» у художньому дискурсі.

До дієслів, які реалізують «оцінку» експліцитно чи імпліцитно у художньому дискурсі, належать також і модальні дієслова. Категоризація модальності в значенні англійського дієслова є вираженням діалектики вияву категоріальної ознаки. З одного боку, існують модальні дієслова, особливий клас дієслів, які виражають можливість, бажаність, примус. З іншого боку, є багато дієслів, у словниковому значенні яких модальна ознака відсутня і може бути встановлена лише в певному контексті [24, с.24]. До модальних дієслів в англійській мові належать: *can (could), may (might), must, should, would, ought,*

*shall, will, be able, need, dare*. Сюди належать також модальні структури типу *to be+Infinitive, to have + Infinitive*.

### **1.3. Лінгвокультурна гендерна імплікація в англійській мові**

Оскільки одним із продуктивних способів дослідження стратегій і тактик гендерної реалізації оцінки є аналіз діалогічного персонажного мовлення англомовних художніх творів, доцільно звернути увагу на особливості художнього дискурсу та шляхи реалізації категорії оцінки у його контексті.

Саме поняття «контекст» має сьогодні кілька тлумачень і відповідно класифікацій його різновидів. Так, розрізняють вербальний і ситуативний контексти, лінгвістичний та паралінгвістичний, лінійний і структурний, операційний і комунікативний, фізичний і психологічний контексти культури. Окрім того, контексти поділяють на широкі та вузькі, виокремлюють також мікро- та макро-контексти.

Розуміння контексту у рамках даного дослідження базується на його прагматичній інтерпретації, оскільки прагматичний контекст, який служить для вираження змісту висловлення, утворюється сукупністю підлеглих йому контекстів – лінгвістичного, стилістичного, паралінгвістичного, ситуативного, культурного, психологічного. Такий підхід до розуміння контексту є релевантним у такій мірі, в якій дослідження реалізації потенціалу оцінки вимагає знання всіх умов, які сприяють формуванню оцінних висловлювань [41, с. 34].

У рамках даного дослідження категорія оцінки розглядається у художньому дискурсивному контексті. Дискурс у цілому є складним багатоплановим феноменом, який останнім часом все більше привертає увагу фахівців із різних областей мовознавчої науки. При цьому, у рамках різних лінгвістичних парадигм термін «дискурс» може містити різні значення, що робить це поняття одним із найбільш суперечливих у сучасній лінгвістиці.

Для даного дослідження найбільш доцільним є тлумачення поняття «дискурс» дане Б. М. Гаспаровим, який співвідносить дискурс із комунікативним простором, що у сукупності та взаємодії всіх своїх аспектів утворює цілісне комунікативне середовище, у якому мовці наче занурюються у процес комунікативної діяльності [12, с. 297]. Актуальною видається також думка Ю. М. Караулова про те, що дискурс – це складне комунікативне явище, яке окрім тексту включає у себе також такі екстралінгвістичні фактори, як знання про світ, думки, установки та цілі адресата [25, с. 95]. Н. Д. Арутюнова [2] та В. І. Карасик [24] тлумачать поняття «дискурс» як «мовлення занурене у життя», тобто у ситуацію спілкування, підкреслюючи той факт, що дискурс поєднує у собі зв'язний текст, цілу низку екстралінгвістичних параметрів та соціальний контекст, який створює уявлення про учасників комунікації, процеси створення та сприйняття інформації.

Поняття дискурсу тісно пов'язане із текстом та співіснує із ним у сукупності у рамках реального мовленнєвого твору. За визначенням В. Л. Насра, текст – це сторона мовленнєвого твору, зорієнтована на мову (лінгвістична сфера), тоді як дискурс спрямований на світ (екстралінгвістична сфера). У дискурсі виразно проявляється особистість адресанта, його переконання, емоції, оцінки, наміри, у той час як у тексті ці параметри вербалізуються. Дискурс зорієнтований на концептуальну сферу мовленнєвої діяльності, у той час як текст – на вербальну [33, с. 9]. Іншими словами, дискурс розглядається як текст у сукупності з комунікативно-прагматичними умовами його реалізації, тобто він визначається культурно-історичним та соціальним контекстом.

В силу традиції, художній дискурс, як справедливо зазначає Т. Ф. Плеханова, змальовує та виявляє спосіб пізнання і переживання світу людиною у рамках певного суспільства. Завдяки багатству образотворчих та виразних засобів цей дискурс є ефективним способом розуміння та засвоєння світоглядних універсалій культури певного історичного періоду, країни або народу [37, с. 77].

Суб'єктно-мовленнєва двоплановість структури художнього тексту приводить до того, що на поверхневому рівні текст являє собою складне утворення, яке дозволяє визначити два різновиди художньої комунікації: реальну та зображену (вигадану). Реальна комунікація відбувається за лінією автор – текст – читач, а зображена – відтворює безпосереднє спілкування персонажів у тексті та виступає в ролі аналога реальної комунікації [38, с. 210]. З одного боку художній дискурс створюється автором для передачі інформації читачеві та для комунікативної взаємодії з ним, а з іншого боку, у художньому дискурсі відображується спілкування персонажів, за допомогою якого зображується картина світу та ціннісні реалії певної епохи.

Н. Д. Арутюнова [2], Г. І. Приходько [41] вважають, що контекстом, який розкриває зміст оцінних одиниць, є діалогічна єдність, в яку входить оцінне висловлювання. Джерелом мовного матеріалу у даному дослідженні виступає художній діалог, суб'єктами якого є персонажі – «володарі і користувачі присвоєної мови» [49, с. 56]. Вслід за Ю. М. Карауловим, у даній роботі персонажі художнього твору розглядаються як моделі мовної особистості, що говорить та слухає, міркує і діє в уявному світі, створеному автором тексту [25, с. 102].

К. Ф. Сєдов також наголошує на тому, що художній дискурс виступає віддзеркаленням особливостей мовної особистості та має інтерактивну структуру, що проявляється у взаємодії його учасників та їх діалозі. У художньому діалозі відображається безпосередній контакт комунікантів у процесі спілкування, тому виникає можливість спостерігати особистість у сукупності з комплексом її мотивів, установок, цінностей та переконань [43, с. 215].

Логіко-понятійний зміст діалогу сегментований на окремі відрізки – репліки комунікантів, кожен з яких діє у відповідності до своїх комунікативних намірів. У процесі діалогу передбачається постійна зміна мовленнєвого ходу, тобто відбувається чергування реплік комунікантів, унаслідок чого кожен з них у рамках конкретного одного діалогу виступає і як адресат, і як адресант.

Загалом, міжособистісне спілкування ґрунтується на інтеракційній моделі, яка включає в себе наступні етапи обробки інформації:

- 1) денотативний/сигніфікативний (кодування/декодування смислу висловлювання);
- 2) пресупозиційно-когнітивний (залучення екстралінгвістичних знань/адекватне виведення смислу);
- 3) інтенціональний (розпізнавання інтенції мовця);
- 4) конотативний (оцінно-емоційна насиченість інформації) [34, с. 346].

Важливими для інтерпретації повідомлення є процеси розуміння, які доцільно представити у вигляді лінійної послідовності тріади знання → думка → переконання → розуміння. При цьому, розуміння зазвичай розгортається там же де і нерозуміння, тобто, зворотний зв'язок є відсутнім. Розуміння характеризується такими якостями, як інтенціональність, інтерсуб'єктивність та відносність. Для самого ядра процесів розуміння притаманна напруженість діалогічної взаємодії та наявність лакуни між різними точками зору на певний предмет між щонайменше двома позиціями. Моделювання процесів розуміння, з одного боку, базується на зіставному аналізі засобів вираження: значення – форма – функція, з іншого ж боку, воно ґрунтується на реконструкції певних екстралінгвістичних складових мовленнєвої ситуації: адресант – референція – адресат; значення – контекст, розуміння – смисл.

Категорія взаємного розуміння є багатовекторною та передбачає сприйняття певних мовних форм у рамках мовної компетенції комунікантів. Сприйняття ж смислу означає лише перший ступінь пізнання. Предметне розуміння смислу знаходиться за межами лише мовленнєвої компетенції та міститься у рамках феноменологічних знань мовців [27, 156 – 157].

Розуміння являє собою інтелектуальну діяльність людини, вищу за пізнання. У Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary [65] термін «розуміння» (understanding) подається як 1) power of clear thought, intelligence; 2) interpretation of information received; 3) ability to show insight or tolerance. Через цей термін позначаються також і терміни експліцитності та

імпліцитності. Згідно із цим же самим словником, explicit (of a statement) clearly and fully expressed, implicit – implied, but not expressed directly; implication – thing that is suggested or implied; thing not openly stated.

Таким чином, експліцитність характеризується доречним та нормативним у рамках даного контексту ступенем конкретності (specificity). Імплікація ж являє собою те, що входить до сфери автора/адресанта, коли знання навпаки виводяться через інтерференцію та належать сфері адресата. Тож, імплікація становить глибинний зміст висловлювання, який повинен бути зрозумілим адресату та виведеним на поверхню.

Пресупозиція, яка є імпліцитним складником змісту висловлювання чи певного тексту, передує вербальному плану тексту та забезпечує його успішне сприймання та розуміння. Імпліцитний зміст висловлювання виражається через експліцитний зміст, що витікає із значення окремих мовних знаків, тобто актуалізація імпліцитного змісту є опосередкованою. Ядром експліцитного значення висловлювання виступає його пропозиційний зміст [5, с. 45], тоді як імплікація, будучи одним із можливих проявів квантування інформації а також компресії змісту, є засобом передачі тієї інформації, яка належить до глибинної структури мовлення та потребує розкодування.

Підтекст висловлювання, або його інтенціональний зміст – це суб'єктивна інформація, що диктується намірами мовця, та не є очевидною із об'єктивного змісту висловлювання. У самому висловлюванні підтекст закладений у якості додаткового прошарку та сприймається слухачем інакше, аніж у випадку із прагматичною інформацією.

На сюжетному рівні підтекст, або імплікація, виявляється у вигляді не проговореної адресантом інформації, що спричиняє виникнення лакун, заповнення яких є важливим елементом у розумінні всього тексту. Зрозуміло, що для успішної інтерпретації тексту адресат має володіти достатньо високим рівнем комунікативної компетенції, яка утворюється за допомогою лінгво-когнітивних та феноменологічно-когнітивних структур, а також формує можливість адресата декодувати глибинний зміст висловлювання.

Як вказує В. В. Красних, якщо розуміння досягається із опорою на мову, то інтерпретація відбувається у загальному контексті пізнавальної та оцінної діяльності людини [24, с. 140]. Тож, розуміння має місце лише на рівні мовного знака, тоді як інтерпретація відбувається на комунікативному рівні, тобто на рівні інтенцій адресанта, які мають бути декодовані адресатом, після чого він зможе зробити відповідні та правильні висновки.

На думку багатьох дослідників, будь-якого роду імпліцитний зміст може виражатися лише шляхом аномалій – пропусків, недомовленостей, суперечностей порушення норм тощо. Однак, загалом існує декілька опцій щодо витоків імплікації:

- 1) імплікація, що випливає із реплік обох учасників комунікативного акту;
- 2) імплікація, що випливає із репліки адресанта;
- 3) імплікація, що випливає із репліки адресата.

Прикладом імплікації, яка випливає із реплік обох учасників комунікативного акту може слугувати наступний уривок:

(1) « – *Well, I hope she likes my work too.*” Eddie grins. “*Do I hear a note of self-doubt in your voice? Sadie, you are the first florist to dare to put a flower into a vase that is not one of Albert’s damned black tulips in the last year. I told my mother. She was like , “I’ve got to meet this girl!*» [79, с. 225]»

Розмова, що відбувається між чоловіком та жінкою на перший погляд не містить оцінних елементів, однак, насправді у репліках чоловіка наявний прихований підтекст, який розкриває його прихильне ставлення до жінки. У даному прикладі оцінка виражає комплімент, який реалізується опосередковано. Позитивну оцінку зокрема виражає дієслово «*dare*».

Непрямий характер компліменту обумовлений підсвідомим прагненням адресантів уникнути шаблонності, формальності. Нешаблонний, непрямий

комплімент дієвіший, ніж звичайний, прямий, оскільки він поодиноким, унікальним, що, як правило, більше імпонує адресату.

Випадок, коли імплікація впливає безпосередньо із репліки адресанта представлено у поданому нижче уривку із роману Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер та філософський камінь»:

(2) « – *They stuff people's heads down the toilet the first day at Stonewall,*» – he told Harry. «*Want to come upstairs and practice?*»  
« – No, thanks,» – said Harry [75, с. 23]»

Тут імпліцитна негативна оцінка адресата виражена у репліці адресанта через вказівку на те, що роблять із новачками у школі Стоунволл – «*They stuff people's heads down the toilet the first day at Stonewall*» та пропозицією піти та попрактикуватися у цій справі – «*Want to come upstairs and practice?*». Таким чином, не даючи прямої вербальної оцінки своєму адресату-кузину, Дадлі, котрий тут виступає адресантом, натякає на те, що Гаррі безсумнівно буде серед тих, чия голова побуває у шкільному туалеті.

Отже, у рамках художнього дискурсивного контексту основним джерелом розкриття змісту оцінних одиниць є саме художній діалог. При цьому у рамках художнього дискурсу категорія оцінки може реалізуватися експліцитно та імпліцитно. При цьому імпліцитні засоби оцінки потребують експлікації у подальшому аналізі, через що експліцитність та імпліцитність вважаються корелюючими поняттями.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Перший розділ даної роботи було присвячено розгляду гендерного аспекту лінгвокультурології, номінативних засобів вербалізації гендерної картини світу. Гендерні особливості мають вплив на всі мовленнєві прояви особистості, не є винятком і вираження оцінної категорії, адже воно регулює діяльність та поведінку людини.

Пізнавальні діяльність завжди відображає взаємодію людини з дійсністю, в процесі якої відбувається реалізація ціннісного ставлення індивіда до цієї діяльності. Результатом пізнавальної діяльності є оцінка як кількісне і якісне вираження оцінного ставлення. Гендерно маркована оцінна лексика представляє собою винятковий фрагмент культурологічного значення, у якому представлена вся мовна картина нації, її традиції, ставлення суспільства до всіх верств населення.

Одним з основних мовних рівнів що володіють здатністю представлення аксіологічних відносин за допомогою різних специфічних засобів, є лексико-семантичний рівень, представлений трьома основними лексичними розрядами: іменниками, прикметниками і дієсловами. Оцінні іменники становлять досить значний відсоток від усієї кількості оцінної лексики, при цьому оцінну функцію частіше за все виконують абстрактні іменники. Особливу категорію оцінних іменників становлять іменники, що виражають собою певні якості особистості, як негативні так і позитивні. У роботі вони проаналізовані відповідно до класифікації за типом оцінки.

Прикметники займають особливу «серединну» позицію серед інших лексико-граматичних класів слів. Найбільш поширеним лексико-граматичним класом слів в діалогічній мові та художній літературі є емоційно-оцінні прикметники. Оцінні прикметники в номінативному плані поділяються на два типи: власне оцінні та дескриптивно-оцінні прикметники. Хоча дієсловам та фразовим дієсловам притаманна властивість позначати суб'єктивне ставлення до об'єкта оцінки, вони складають досить незначну групу засобів реалізації значення оцінки. Оцінні дієслова класифікують за чотирма групами: 1) дієслова, що містять вказівку на оцінку, 2) дієслова, які самі репрезентують оцінку; 3) дієслова-зв'язки; 4) модальні дієслова.

Імплікація становить глибинний смисл висловлювання, який повинен бути зрозумілим адресатом та виведеним на поверхню. Імпліцитний зміст висловлювання виражається через експліцитний зміст, що витікає із значення окремих мовних знаків, тобто актуалізація імпліцитного змісту є

опосередкованою. Імплицитний зміст може виражатися лише шляхом аномалій – пропусків, недомовленостей, суперечностей порушення норм тощо.

Отже, у рамках художнього дискурсивного контексту основним джерелом розкриття змісту гендерно маркованих одиниць є саме художній діалог. При цьому у рамках художнього дискурсу категорія гендерної оцінки може реалізуватися експліцитно та імплицитно. Імплицитні засоби оцінки потребують експлікації у подальшому аналізі, через що експліцитність та імплицитність вважаються корелюючими поняттями. Таким чином, вдалося з'ясувати, що гендерний фактор являє собою одну із основних характеристик особистості та визначає поведінку людини у суспільстві і те, як вона сприймається іншими людьми.

## РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

### 2.1. Типологізація гендерних комунікативних ситуацій

Комунікація – це передача інформації, яка має місце як у тваринному світі (біокомунікація) так і у світі людей. Окрім того, термін «комунікація» у сучасному суспільстві застосовується також по відношенню до процесу передачі інформації від одного технічного пристрою до іншого. Передача інформативних повідомлень між людьми відрізняється від інших видів комунікації усвідомленістю та цілеспрямованістю. Окрім того, важливим є також урахування адресата або адресатів переданого повідомлення а також дотримання наявних у даному соціумі правил спілкування.

У процесі комунікації кожен індивід виступає як мовна особистість, і його індивідуальний стиль комунікації, який склався під впливом національної традиції, проявляється на всіх рівнях її структури: вербально-семантичному, тезаурусному і мотиваційному [25]. Безумовно, існують варіації на фонологічному, граматичному і лексичному рівнях, що розкривають систему комунікативних цінностей індивіда. Проте, мовна діяльність кожної особистості «як представника певного культурного співтовариства підпорядкована негласним законам вербального і екстралінгвістичного оформлення комунікативних ситуацій у цій спільноті» [28, с. 186]. У свідомості кожного індивіда присутні репрезентації різних мовних подій і загальноприйнятих мовних форм, які використовуються для їх здійснення в рамках конкретної комунікативної ситуації.

Відомий соціолінгвіст С. М. Ервін-Тріпп використовує для позначення ситуації термін «обстановка» і розуміє її як «постійні моделі поведінки», які мають місце при спілкуванні людей. Обстановкою вважається сімейний сніданок, батьківські збори, вечірка, побачення. Для кожної соціальної ситуації – обстановки – існують свої обмеження у вигляді культурних норм, що

визначають склад учасників, теми, функції, стиль комунікації. За С. М. Ервін-Тріппом «ситуації розрізняються залежно від наявності тих чи інших обмежень і від ступеня допустимого варіювання ... змінивши будь-яку з цих ознак, можна спричинити неприпустиме порушення соціальних норм або змінити ситуацію настільки, що на її основі виникне інша ситуація» [18, с. 336]. Обстановка спілкування грає диференціюючу роль у визначенні типу комунікативної ситуації – службової, приватної або соціальної, стандартної або варіативної, – і вимагає дотримання відповідних норм мовної поведінки, характерних для певної комунікативної ситуації.

У сучасних лінгвістичних студіях комунікативна ситуація розглядається як ієрархічно складний компонент дискурсу, до складу якого входять декілька рівнів, наприклад – формально-семіотичний, соціально-інтерактивний та когнітивно-інтерпретаційний, а також окремі її фрагменти, тобто одиниці комунікації – комунікативні акти [48, с. 20]. Саме виходячи із того факту, що комунікативні акти виступають у ролі фрагментів комунікативної ситуації, можна здійснити їх типологізацію, узявши за основу узагальнену систему комунікативних актів.

Таким чином, типологія комунікативних ситуацій, за І. С. Семенюк, може виглядати наступним чином:

#### 1. Інституційні комунікативні ситуації:

- а) декларативна (призначення на посаду, або зняття з посади, відкриття певного заходу або ж його закриття, судовий вирок і т. п.);
- б) комісивна (обіцянка, запевнення, гарантія, згода, відмова, обітниця і т. п.);
- в) інтерогативна (передбачає отримання певної інформації – питання, інтерв'ю тощо);
- г) ін'юктивна (наказ, вимога, дозвіл або заборона, розпорядження тощо);
- д) реквестивна (прохання, благання, заклинання і т. п.);

- е) адвіситивна (порада, рекомендація, пропозиція чи запрошення).
2. Ритуальні комунікативні ситуації:
- а) експресивна (подяка, вибачення, співчуття, поздоровлення, вітання, похвала, вираження злості);
  - б) констативна (констатація, нагадування, спростування, визнання, повторення);
  - в) аффірмативна (твердження, заяви, інформування, сповіщення, повідомлення, прогнози, припущення, свідчення, допущення, звинувачення) [45, с. 191].

Тип комунікативної ситуації окреслює характер взаємовідносин між співбесідниками. Ділові взаємини спрямовані на вирішення справ. Для них характерними є раціоналістичність і шаблонність. Інтимно-особистісні стосунки створюють емоційно-довірливу атмосферу спілкування [3, с. 134].

Узагальнений поділ комунікативних ситуацій на кооперативний і конфліктний типи запропонував М. Пономарьов. Завдання кооперативної комунікації науковець вбачав у формуванні позитивної суспільної думки про адресанта і встановлення партнерських відносин із адресатом. Конфліктну комунікацію він окреслив як протидію між комунікантами та руйнування взаєморозуміння.

Значний вплив на реалізацію комунікації має гендер, як одна із характеристик співрозмовників, що впливає на них, як на мовних особистостей. При цьому вченими визнається факт того, що категорія гендера не присутня у мові та мовленні, тобто у комунікації, перманентно. При вивченні комунікації, мовної поведінки та інших феноменів, пов'язаних з говорінням, вчені визнають гендер «плаваючим» параметром, тобто чинником, що виявляється з неоднаковою інтенсивністю, аж до повного його зникнення [14, с. 75].

Тож, автори приходять до єдиної думки, що відмінності у моделях чоловічої та жіночої мовної поведінки проявляються нерегулярно і гендер не є визначальним фактором комунікації. У той же час в певних ситуаціях мовного спілкування вплив гендеру проявляється у перевазі одних прийомів мовної

поведінки і блокуванні інших. При цьому підкреслюється, що перенесення поведінкових стереотипів з однієї сфери спілкування в іншу може мати неоднозначні наслідки.

Процеси конструювання гендерної ідентичності простежуються і на матеріалі текстів художнього дискурсу. Англomовний художній дискурс являє собою багатовимірне і неоднорідне явище, в якому виділяються різні рівні і різні плани. Важливу роль тут відіграє автор, який експліцитно звертається до читача з приводу, що не пов'язаний безпосередньо з фікціональною реальністю художнього твору. У особливості, дана робота розглядає такий аспект комунікації автора з читачем, як обговорення особливостей жіночого і чоловічого характеру, важливу роль у якому відіграє категорія оцінки. Подібного роду художній діалог присутній у англomовному наративному дискурсі впродовж практично всього періоду його розвитку.

Літературна комунікація на рівні автор-читач і внутрішньотекстова комунікація – взаємопов'язані, тому повинні розглядатися у їх єдності. Як зазначає український літературознавець М. Зубрицька, «комунікативна теорія літературного твору не розмежовує поняття внутрішнього та зовнішнього вимірів тексту, тобто розглядає кожний структурний елемент тексту як елемент комунікативного процесу. Тому теорія сприйняття, риторика і всі концепції, що безпосередньо виникають із сучасної теорії і філософії мови, є взаємодоповнювальними і методологічно цілісними» [20, с. 315].

«Літературну комунікацію, – стверджує У. Гнідець, – можна розглядати як текстуально-екстернальний рівень художньої системи, коли відбуваються інтеракції між позатекстовими інстанціями, і як текстуально-інтернальний рівень художньої системи, який включає внутрішні текстуальні комунікативні структури, які часто є матеріалізацією комунікативних актів зовнішньо-текстової комунікації» [13, с. 8].

Аналіз проблем гендерної комунікації у художньому творі, вивчення мовленнєвої поведінки персонажів дають змогу зрозуміти особливості

художнього світу письменника. Метою аналізу може бути визначення комунікативної позиції персонажа в різноманітних ситуаціях спілкування.

## **2.2. Гармонізація гендерної ситуації спілкування**

Запропонована у даній роботі класифікація комунікативних стратегій і тактик здійснена за загальною комунікативною метою мовця та за типом його мовленнєвої взаємодії з адресатом, тобто комунікативної ситуації – гармонійної, конфліктної або консенсусної.

Головною у теорії мовного спілкування і мовної поведінки вважається гармонійна безконфліктна взаємодія комунікантів. Кооперативна поведінка партнерів у такого роду комунікативній ситуації характеризується тим, що їх інтенції, думки, оцінки не суперечать одна одній, а знаходяться в гармонії. Кожен із комунікантів привносить особистий внесок у спільну справу, координує свої дії з діями співрозмовника, а також дотримується соціально-етичних норм і правил спілкування: доброзичливе ставлення до партнера, взаємоповага, прагнення нівелювати загрозу виникнення конфлікту [55, с. 84].

І. В. Попова стверджує, що кооперативне спілкування можливе тоді, коли адресант і адресат використовують однаковий код, коли між ними створено спільний знаковий контактний простір. У деяких випадках потребу в уподібненні усвідомлюють інтуїтивно [40, с. 4]. Кооперативна комунікативна ситуація характеризується використанням стандартних мовленнєвих засобів. У ній комуніканти мають однакове уявлення про розподіл комунікативних ролей задля успішного досягнення взаємних цілей. Типовим для гармонійної ситуації спілкування є дотримання комунікативних конвенцій а також узгодженість комунікативної поведінки співрозмовників.

Таким чином, можна говорити про ситуацію кооперації при збереженні «балансу відносин» і реалізації комунікативних цілей. У цьому випадку між партнерами комунікації виникає емпатичний зв'язок, підтверджується єдність взаємних рольових очікувань та ідентичне сприйняття ситуації. До стратегій

кооперації відносяться стратегії ввічливості, щирості та довіри, близькості, співпраці, компромісу та ін. Вони сприяють повноцінній поведінці учасників комунікації та ефективній організації мовної взаємодії [53, с. 67].

Стратегії мовної поведінки повністю охоплюють сферу побудови процесу комунікації. У цілому, мовна стратегія включає у себе «планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Іншими словами, мовна стратегія являє собою комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети». Оцінні стратегії – це стратегії, що виражають оцінки комунікантів.

Одним з головних критеріїв класифікації оцінок є їх аксіологічна інтерпретація. Два значення аксіологічного оператора – «добре / погано» дозволяють у залежності від знака « + » або « - » виділити два типи оцінки:

- Позитивну (меліоративну);
- Негативну (пейоративну, дерогативну).

Пор .: *Красень!* (« + »), *Бовдур* (« - »).

Дана класифікація носить найбільш узагальнений характер, оскільки, спираючись на аксіологічну основу категорії оцінки, дозволяє відповісти на питання: позитивно чи негативно відноситься автор висловлювання до об'єкта дійсності, визнає чи не визнає його цінність [57, с. 154]. Виходячи з вищесказаного, видається доцільним розглядати позитивні і негативні оцінні стратегії. Оскільки гармонійна ситуація спілкування передбачає досягнення згоди, рівноваги та взаєморозуміння між комунікантами, то більш характерними для неї є позитивні оцінні стратегії і тактики.

В цілому, існує два типи комунікативних тактик – це тактики продукування оцінного значення, які використовує адресант, як суб'єкт оцінювання, а також тактики реагування на оцінне значення, які застосовуються уже адресатом, що виступає об'єктом оцінювання. Таким чином, до тактик продукування непрямой позитивної оцінки відносяться такі

шість: порівняння; контрастування; дедуктивний комплімент; завуальована позитивна оцінка; узагальнена позитивна оцінка; розрада / втішання [59, с. 136].

Щодо комунікативних тактик реагування на позитивну оцінку адресанта виокремлюють дві наступні тактики:

- 1) прийняття позитивної оцінки;
- 2) відхилення позитивної оцінки.

При цьому до тактик прийняття позитивної оцінки адресанта адресатом належать прийняття через вербальну або невербальну дію адресата; подяку адресата через поширену або непоширену дію; супровід прийняття адресатом позитивної оцінки позитивною самооцінкою. Серед тактик відхилення позитивної оцінки адресанта адресатом можна виокремити дві основні – це ігнорування або спростування позитивної оцінки [59, с. 137].

Презентаційні стратегії мовця, що мають місце у процесі гармонійної взаємодії співрозмовників мають наступні п'ять різновидів (підстратегій):

- самопозиціювання мовця як турботливого співрозмовника;
- збереження мовцем позитивного фокусу інформації;
- виявлення солідарності мовця з адресатом;
- вираження моральної підтримки адресатові;
- захоплення мовцем комунікативного простору адресата з метою підтримання його позитивного настрою.

До тактик втілення вказаних комунікативних підстратегій мовця належать наступні – схвалення, комплімент, заохочення, підтримка чи підбадьорення і такі інші [9, с. 100].

Важливу роль у процесі емоційного самовираження мовця, а також здійснення ним комунікативного впливу на адресата, мають також інституційні стратегії, які є етикетними та етнокультурними формами вираження ввічливості. До них належать дотримання мовцями правил етикету у комунікації, норм поведінки і мовлення, створення доброзичливої атмосфери

спілкування, приємної для співрозмовника. Стратегія позитивної ввічливості застосовується здебільшого з метою апелювання до спільних поглядів, думок та оцінок.

До інституційних комунікативних стратегій мовця належать дві підстратегії – ввічливість та підтримання позитивного емоційного стану співрозмовника. Тактики втілення інституційних комунікативних підстратегій зазначених вище є солідаризація мовця із своїм адресатом, підкреслена увага до потреб, інтересів, думок адресата, комплімент, підтримка та подяка, висловлення певних пропозицій адресатові з боку мовця тощо [9, с. 103].

Розглянемо деякі приклади гармонійних ситуацій спілкування у контексті сучасного англomовного художнього діалогічного дискурсу та простежимо реалізацію аксіологічних стратегій і тактик у них. Так, нижче представлений приклад гармонійної ситуації із історичного роману Джин Ауел «Мисливці на мамонтів», що є третьою частиною циклу «Діти Землі»:

3) « – *We had a lot of people to work at it, Ayla. Nearly everyone thought it was a good idea and wanted to help... to make you welcome.*»

*The young woman felt a sudden rush of emotion and closed her eyes to control tears of gratitude that threatened.*

« – *I'm glad you will be one of us, I think you were meant to be.*» [70, с. 288].

Подана комунікативна гармонійна ситуація є прикладом реалізації інституційної стратегії мовця. Для зняття психологічного дискомфорту Айли вождь племені застосовує підстратегію підтримання позитивного емоційного стану співрозмовника. Реалізується вона через дві тактики – це у першу чергу солідаризація мовця із своїм адресатом. Вождь підтримує запропоновану Айлою ідею із облаштування їхнього табору, оцінюючи її позитивно через використання прикметника загальної оцінки – «*everyone thought it was a good idea*». Він також демонструє оцінку свого ставлення до неї через використання дієслова зв'язки, що виражає стан мовця – «*I'm glad you will be one of us*», де

частина «*you will be one of us*» підкреслює прийняття Айли представниками племені та вождем як частини їхнього племені.

Друга тактика – це підкреслена увага до Айли, що реалізується частково уже згаданими вище засобами, а також у фразі «*Nearly everyone (...) wanted to help... to make you welcome*», де підкреслюється увага до того, що майже всі бажають, щоб Айла стала членом їх племені. Таким чином Айла виділяється із поміж інших як бажаний гість та важлива для племені людина.

Говорячи про тактики продукування позитивної оцінки, можна вказати, що вождь племені обирає тактику узагальненої позитивної оцінки, використовуючи такі прості номінативні засоби вираження оцінки, як «*to be glad to*» та «*good*». Відсутність образності мовлення вождя та вживання ним стилістично нейтральної лексики відображає гендерний аспект вираження оцінки. Його оцінка є конкретною та стислою, позбавленою надмірної емоційності, що в цілому відповідає гендерним стереотипам чоловічого мовлення. Тактика прийняття Айлою оцінки виражається через невербальну дію «*... closed her eyes to control tears of gratitude that threatened*» та загалом через її емоційний стан «*The young woman felt a sudden rush of emotion...*».

Однією із типових аксіологічних тактик у рамках гармонійної ситуації спілкування є комплімент. Його реалізацію у рамках презентаційної стратегії ми можемо спостерігати у наступному уривку із твору Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер та філософський камінь»:

4) «*(...) I have never seen any reason to be frightened of saying Voldemort's name.*»

«*– I know you haven't*», said Professor McGonagall, sounding half exasperated, half admiring. «*But you're different. Everyone knows you're*

*the only one You-Know- oh, all right, Voldemort, was frightened of.*»

«*– You flatter me,*» said Dumbledore calmly. «*Voldemort had powers I will never have.*»

«*– Only because you're too ... well ... noble to use them.*»

«*– It's lucky it's dark. I haven't blushed so much since Madam Pomfrey told*

*me she liked my new earmuffs.»* [75].

У даному діалозі професор МакГонагал використовує комплімент як тактику реалізації підстратегії виявлення солідарності мовця з адресатом. Вона виражає Дамблдору свою повагу та захоплення «... *said Professor McGonagall, sounding half exasperated, half admiring*». Для оцінки свого співрозмовника професор використовує окремооцінний прикметник «*you're different*», який у даному випадку вжитий у позитивному значенні та виконує функцію виокремлення адресата серед інших, як особливого, єдиного у своєму роді. Ту ж саму функцію виконує словосполучення «*the only one*». Інший окремооцінний прикметник вжитий в уривку – «*too noble*» виступає у ролі етичної оцінки, адже мається на увазі моральна сторона володіння великою силою та застосуванням її лише на благо.

Щодо тактики прийняття чи неприйняття Дамблдором даної йому оцінки, то спочатку він комплімент відхиляє, спростувавши його словами «*You flatter me*». Другого ж разу, у відповідь на дану йому етичну оцінку, він застосовує таку тактику прийняття, однак робить це опосередковано, використовуючи іронію «*It's lucky it's dark. I haven't blushed so much since Madam Pomfrey told me she liked my new earmuffs.»*

Аналізуючи гендерний аспект даної ситуації можна сказати що у першу чергу комплімент робить жінка чоловікові, при цьому її мовлення не відзначається високою експресивністю, проте є досить конкретним та влучним. Чоловіче мовлення у цьому уривку вирізняється скромністю а також більшою виразністю аніж жіноче – саме чоловік використовує стилістичні засоби, зокрема – іронізує у відповідь на компліменти.

### **2.3. Особливості конфліктних ситуацій у гендерному спілкуванні**

Конфліктна ситуація спілкування має місце тоді, коли у міжособистісній мовленнєвій взаємодії комунікативні стратегії мовця та адресата розходяться.

Такого роду взаємодія обов'язково свідчить про конфронтаційну комунікативну ситуацію, котра характеризується зіткненням мовця із адресатом у результаті розбіжностей їх інтересів, поглядів або цілей, а також якщо мовець усвідомлено завдає певної вербальної шкоди адресатові [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 206].

Типовими проявами конфронтаційної ситуації спілкування виступають різноманітні порушення комунікативних конвенцій та неузгодженість комунікативної поведінки співрозмовників. Зазвичай такі прояви зумовлюються конфліктом що має позамовний характер, який виступає істинним джерелом недружелюбної або навіть агресивної поведінки мовця стосовно адресата. Також мотивом комунікативного конфлікту може стати негативний емоційний стан мовця на момент комунікації – це може бути гнів, роздратованість чи тривога. Спричиняти конфліктну ситуацію спілкування може і певного роду комунікативна реакція адресата на висловлювання, тут грає визначальну роль ступінь контрольованості або не контрольованості цієї реакції, її інтенсивності та агресивності [9, с. 101].

Отже, можна визначити наступні загальні причини виникнення комунікативного конфлікту:

- 1) несумісність особистісних особливостей комунікантів;
- 2) неузгодженість дій комунікантів (порушення ходу мовної інтеракції та принципів спілкування);
- 3) порушення процесів вербалізації і розуміння;
- 4) негативні обставини спілкування;
- 5) невідповідність комунікативних і практичних цілей.

Гулакова І. І. виокремлює наступні типи комунікативних конфліктних ситуацій, які безпосередньо впливають на варіації мовної поведінки комунікантів (їх стратегії і тактики) [16, с. 64]:

1. За комунікативною спрямованістю:

- а) горизонтальні (комуніканти знаходяться на одному соціальному рівні – конфлікт рівний проти рівного);
  - б) вертикальні (комуніканти за своїм соціальним статусом знаходяться на різних рівнях – конфлікт вищий проти нижчого і нижчий проти вищого);
2. За сферою прояву – формальні та неформальні;
  3. За навмисністю дій – навмисні та ненавмисні;
  4. За результатом – конструктивні і деструктивні.

Такі компоненти конфліктного спілкування як немовленнєві чинники, установки, цілі, мовленнєві стратегії регулюють вибір тактик мовленнєвої поведінки, конфліктний репертуар яких дуже багатий: від прямої образи до найвитонченішого способу приниження честі і гідності співрозмовника (недомовки, натяки, двозначності, мовленнєві імплікатури) [53, с. 130].

У рамках конфліктної ситуації спілкування можна виокремити лише два різновиди комунікативних стратегій: самопозиціювання мовця як вищого за адресата та самопозиціювання мовця як комунікативного суперника. Тактиками втілення цих комунікативних під стратегій можуть виступати звинувачення, образи, критика, засудження а також осуд.

Пєвнева І. В. подає більш розширену класифікацію стратегій і тактик у конфліктній ситуації спілкування. Так, до неї входять три базові види комунікативних стратегій. Перша із них – конфронтаційна, або деструктивна стратегія, яка поділяється на стратегію маніпулювання, що оперує певним набором тактик (докір, загроза, тиск, апеляція до влади тощо) та стратегію мовної агресії, до якої входять тактики образи, натяку, іронії, докору, критики, знуцання та провокації.

Стратегія дистанціювання або нейтральна стратегія може бути активно-нейтральною (тобто уникнення та ухилення), яка оперує тактиками переривання або відмови від діалогу, дистанціюванням тощо, а також пасивно-нейтральною (бездіяльність), що оперує тактиками мовчання та замовчування, ігнорування. Нарешті, третя стратегія поведінки у конфліктній ситуації

спілкування, за Певневою І. В., це стратегія кооперації, або конструктивна. Вона передбачає уладнання (поступливість), співробітництво та компроміс. Для останньої стратегії також є характерними тактики зміни теми, згоди, підтримки, переконання, співчуття, привернення уваги та підтримки, обіцянки, компліменту та похвали [36, с. 11].

Якщо ж розглядати конкретно оцінні стратегії та тактики, то у конфліктній ситуації, відповідно, частіше зустрічаються негативні оцінні стратегії. Хоча, виходячи із класифікації Певневої І. В., поданої вище, у конфліктній ситуації спілкування можуть застосовуватися і позитивні стратегії і тактики, зокрема коли комуніканти обирають конструктивний шлях поведінки у рамках конфлікту.

Також, паралельно із аналогічними тактиками для позитивної оцінки, розкритими у попередньому підпункті роботи, існують тактики продукування оцінного негативного значення і тактики реагування на оцінне негативне значення. До тактик продукування непрямої негативної оцінки відносимо такі шість [59, с. 137]:

- 1) ухиляння адресанта від надавання адресату інформації, що містить негативну оцінку щодо нього – це навмисне замовчування всієї інформації або її частини;
- 2) пом'якшення адресантом своєї негативної оцінки шляхом використання «завуальованого мовлення», що призводить також і до зменшення комунікативного впливу цієї оцінки на адресат;
- 3) безадресність негативної оцінки адресанта, що забезпечує зменшення ступеню її категоричності – це, зокрема, може бути натяк на певні негативні якості адресата шляхом згадування іншої людини, яка має таку ж саму ваду;
- 4) пом'якшення адресантом ступеню категоричності своєї оцінки (митигація) як засіб дотримання ним принципу ввічливості, за яким мінімізація категоричності оцінки є обов'язковою;

- 5) зміна адресантом теми розмови, що опосередковано виражає його негативне ставлення до адресата: у цьому випадку пряме вираження негативної оцінки відсутнє, проте різка зміна адресантом напряму розмови чітко вказує на неї;
- б) силенція адресанта як знак його несхвалення чи засудження окремих рис або вчинків адресата.

Тактики реагування на непрямую негативну оцінку охоплюють активно-захисні, пасивно-захисні, атакувальні й нейтральні їх різновиди. Активно-захисні комунікативні тактики представлені такими двома різновидами – це заперечення адресатом приписуваних йому вчинків чи якостей, що має форму заперечення-реакції чи заперечення-пояснення та заміщення («буферизація») адресатом оцінки як нейтралізація висловленого адресантом оцінного значення.

Пасивно-захисні комунікативні тактики теж представлені двома різновидами – виправдання (коли адресат, частково чи повністю погоджуючись із негативною оцінкою адресанта, намагається виправдатись і пояснити йому причину своїх дій, котрі й викликали несхвалення адресанта) та ігнорування адресатом оцінки адресанта, що виражається або в його реагуванні на буквальний зміст адресованого йому висловлювання, або у переведенні розмови в інше русло – зміні теми розмови [59, с. 137].

Атакувальні комунікативні тактики реагування адресата на негативну оцінку адресанта також представлені двома різновидами:

- 1) зустрічне обвинувачення адресата: здатне мати різне змістовне наповнення, воно побудоване за такими типовими моделями: «А ти ...» / «Ти сам» + указівка на недолік;
- 2) образа / зневага адресата по відношенню до адресанта.

До нейтральних тактик реагування адресата на негативну оцінку адресанта відносяться погодження-реакція та погодження-пояснення.

Для аналізу конфліктних ситуацій розглянемо деякі приклади із художніх англійських творів. Перший уривок із роману Дж. Роулінг «Гаррі Поттер та

філософський камінь» демонструє відкритий вербальний деструктивний конфлікт, що виник між чоловічими персонажами:

- 5) « – *“Think my name’s funny, do you? No need to ask who you are. My father told me all the Weasleys have red hair, freckles, and more children than they can afford.” He turned back to Harry. “You’ll soon find out some wizarding families are much better than others, Potter. You don’t want to go making friends with the wrong sort. I can help you there.” He held out his hand to shake Harry’s, but Harry didn’t take it.*
- “I think I can tell who the wrong sort are for myself, thanks,” he said coolly. [75].*

У даному випадку ми спостерігаємо відкриту конфронтацію між співрозмовниками, яка виражається у стратегії вербальної агресії. у репліках Драко Малфоя негативна оцінка виражається через вживання словосполучення *«more children than they can afford»*, у якому виражена зневага. Негативної конотації тут набувають навіть нейтральні елементи опису зовнішності, такі як *«red hair, freckles»*. Важливу роль грає інтонація, загальне стилістичне забарвлення висловлювання. У даному випадку мовець застосовує сарказм для висміювання своїх опонентів. Словосполучення *«the wrong sort»* вживається мовцем з метою заклеймити одного із співрозмовників та навпаки схилити на свою сторону іншого, досягти із ним консенсусу шляхом дискредитації третьої сторони.

Власне конфлікт спалахує уснаслідок агресивної відповіді Гаррі на мовленнєву поведінку Малфоя – він застосовує вжитий ним негативний оцінний вираз *«the wrong sort»* на адресу самого Малфоя, що виражено імпліцитно. Таким чином, оцінний прислівник *«wrong»* мовці вживають для вираження негативної оцінки, однак по різному. Загалом мовлення персонажів-юнаків у даному випадку окреслене наданням прямих негативних оцінок, демонстрації непрямой агресії – мовці не вживають негативну оцінку на адресу когось із учасників комунікації, називаючи цих осіб, однак говорячи вони мають на увазі когось із комунікантів.

Оцінку через застосування імплікації у англomовному художньому діалозі можемо простежити та дослідити на матеріалі уривку із юридичного трилера Джона Грішема «Фірма»:

- 6) « – *Well, we've, uh, we've had a slight problem. There's been a small leak. You need –* »
- « – *Leak, Tarrance? Did you say leak? There's no such thing as a small leak. ... I am hanging up.*»
- There was a long pause. «A small leak, Tarrance. Sounds like, the dam burst. Tell me about the leak and quick.*»
- « – *We are in shock, Mitch. God this hurts, Mitch. I want you to know how much it hurts. Voyles is devastated.*»
- « – *Oh, I'm touched. I'm truly concerned over your shock and pain, Tarrance.*» [71].

У цій розмові простежується конфлікт між персонажами, однак він поданий імпліцитно, що впливає із реплік обох учасників комунікації. За своїм результатом представлений конфлікт є деструктивним. Імпліцитно виражену оцінку ми спостерігаємо уже у репліці Теренса, де він застосовує окремооцінні прикметники «*slight*» та «*small*», які у даному випадку слугують засобом вираження стилістичного прийому літоти, адже оцінка ситуації Теренсом явно применшується.

Іменники «*problem*» та «*leak*» також виконують оцінну функцію, вони дають негативну оцінку самому предмету діалогу. Окрім того, у порівнянні із життям людини, яке стоїть на карті, оцінка цієї ситуації як «*a small leak*» є недоцільною, а тому Мітч використовує далі його у своїх репліках уже із іронічним відтінком.

Мітч, який є адресатом, сприймає інформацію як загрозу своєму життю, виражає досить бурхливу реакцію на неї. Сам мовленнєвий перебіг діалогу призводить до того, що Мітч ставить себе вище за Теренса, займає домінуючу позицію. Його стратегія конфронтаційна, при цьому він одночасно застосовує маніпулятивну стратегію докору та мовну агресію, виражену через іронію.

Докір виражений контрастною оцінкою, що виражена у протиставленні «*A small leak, Tarrance. Sounds like, the dam burst.*» Іронія «*Oh, I'm touched. I'm truly concerned over your shock and pain, Tarrance*» полягає у протилежності імпліцитного змісту фрази та її експліцитним вираженням.

Теренс при цьому робить спроби виправдатися, тобто він застосовує пасивно-захисну комунікативну стратегію. Для оцінки ситуації Теренс застосовує здебільшого дієслова – «*to be in shock*», «*to hurt*», які мають негативне оцінне значення та покликані продемонструвати солідарність із Мітчем, розділити його почуття. Ту ж саму функцію виконує прикметник «*devastated*».

Одночасно із тактикою іронії, Мітч ігнорує слова Теренса, не дає ніякого знаку що він взагалі його чує. Попри всі намагання Теренса, комунікація не налагоджується, консенсус не відбувається, а навпаки все веде до комунікативної невдачі. Значною мірою цьому сприяє також внутрішнє розширення інформаційного складника, внаслідок надмірності імплікацій у розмові. Це спричиняє непорозуміння між комунікантами, який особливою мірою досягається діями та словами Мітча, котрий здійснює справжній комунікативний тиск.

У обох розглянутих прикладах конфлікту беруть участь лише чоловіки, однак ситуації є досить емоційно забарвленими, комуніканти збуджені, тому їх мовлення є досить образним та експресивним. Оцінні характеристики при цьому також вирізняються емоційністю, часто вживаються інтенсифікатори, простежується вживання імпліцитних засобів вираження. Стратегії обрані учасниками обох діалогів досить агресивні, мають деструктивний характер, консенсус не досягається, що може бути підтвердженням гендерного стереотипу про те, що чоловіки більш активні у вираженні саме негативних оцінок та вербальної агресії.

## 2.4. Консенсусна ситуація гендерного спілкування

Консенсус (лат. consensus, від лат. com, cum – «з», «спільно» і sentire – «мислити», «відчувати») – в широкому сенсі слова – спільна згода при відсутності заперечень із суттєвих питань; як більш вузьке і відносно недавно сформоване поняття – спосіб прийняття рішень при відсутності принципових заперечень у більшості зацікавлених осіб, на основі загальної згоди, без проведення голосування або при його другорядній ролі, за виключення думки небагатьох незгодних учасників. Поняття «консенсус» близьке за змістом поняттю «компроміс» – угода між сторонами, вирішення якоїсь конфліктної ситуації шляхом взаємних поступок.

З логічної точки зору, ці поняття відрізняються за ступенем узагальненості: консенсус стосується думок як смислових одиниць в цілому, компроміс же – окремих їх аспектів; консенсус може включати компроміс (поступки), а може і не включати його, наприклад, при урахуванні всіх думок у підсумковому рішенні, за згодою всіх учасників переговорів в результаті переконання. Таким чином, логічно ці поняття співвідносяться як ціле і частина, загальне і часткове. Компроміс передбачає консенсус, а консенсус не обов'язково передбачає компроміс [62, с. 133].

Консенсусна комунікація – це ефективна взаємодія співбесідників, що приводить до вирівнювання (узгодження) їх концептуальних структур, до схожого образу світу, схожих особистісним сенсів. Якщо однонаправлений мовний вплив впливає лише на одну зі сторін, перебудовуючи її концептуальні структури і особистісні смисли, то в процесі консенсусного спілкування відбувається вирівнювання концептуальних структур і особистісних смислів обох (всіх) сторін. Таке вирівнювання може бути більшою чи меншою мірою рівноцінним і обопільним – в залежності від соціально-статусних ролей співрозмовників, їх авторитету, знань і досвіду, особливостей комунікативної ситуації та ін.

Вагомим фактором консенсусної взаємодії є прийняття, урахування і позитивне використання співрозмовниками етнокультурно обумовлених когнітивних і комунікативних стилів один одного, сумісність їх когнітивних і комунікативних стратегій для вироблення подібних інтерпретацій [62, с. 140].

Щоб консенсус «супроводжував» комунікаційну діяльність, необхідно, щоб хоча б одна зі сторін мала конвенціональну комунікаційну стратегію. Якщо ж одна або обидві сторони мають маніпуляційну комунікаційну стратегію, то досягнення консенсусу є проблематичним або тимчасовим. У всякому разі, при цьому консенсус не супроводжує діяльність сам по собі, тобто консенсус не є простою згодою у процесі комунікації, а вимагає спеціально поставленого завдання і додаткових зусиль по його досягненню. Із того, що з тих чи інших причин люди в процесі маніпуляційної комунікації відновлюють взаєморозуміння або згоду, ще не слідує супровід консенсусу, адже згода або взаєморозуміння можуть бути вимушеними, примусовими, тимчасовими, породжуваними конфліктами, рано чи пізно можуть приводити або до бунту, або до спротиву. Консенсус має не просто функціональний, але і етичний зміст конвенціональності [59, с. 135].

Основною комунікативною стратегією у рамках консенсусної ситуації спілкування є конвенціональна стратегія. Її мета – забезпечення комунікації між сегментами комунікаційного середовища, та через консенсус отримати конкретний результат – конвенцію, що являє собою договір між комунікантами, що дозволить втілювати необхідні практичні завдання комунікації безконфліктно. Порівняно із маніпуляційною стратегією досягнення консенсусу, конвенційна стратегія є позитивною та більш ефективною. Адже щоб утримувати структуру маніпуляційної комунікації завжди необхідні важелі, якими є маніпуляційні тактики.

Важливо також зазначити, що консенсус є однією із тактик у рамках конструктивної поведінки при конфлікті. Отже, він може не лише породжувати конфлікты, але і впливати із конфліктів, як спосіб їх вирішення. Подібну ситуацію ми можемо простежити на прикладі ще одного уривку із твору «Гаррі

Поттер і філософський камінь», який демонструє нам процес досягнення консенсусу, як шлях виходу із конфлікту, таким чином описуючи саме консенсусну стратегію спілкування:

7) « – Thirty-six,» he said, looking up at his mother and father. «That's two less than last year.»

« – Darling, you haven't counted Auntie Marge's present, see, it's here under this big one from Mommy and Daddy.»

« – All right, thirty-seven then,» said Dudley, going red in the face.

Aunt Petunia obviously scented danger, too, because she said quickly,

« – And we'll buy you another two presents while we're out today. How's that, popkin? Two more presents. Is that all right?»

Dudley thought for a moment. It looked like hard work. Finally he said slowly, «So I'll have thirty ... thirty...»

« – Thirty-nine, sweetums,» said Aunt Petunia.

« – Oh.» Dudley sat down heavily and grabbed the nearest parcel. «All right then.»

Uncle Vernon chuckled. «Little tyke wants his money's worth, just like his father. 'Atta boy, Dudley!» He ruffled Dudley's hair. [75].

Дана комунікативна ситуація по своїй суті являє собою вчасно припинений конфлікт, який уже майже назрівав між членами родини Дурслів. Тітка Петунія обирає шлях досягнення консенсусу зі своїм сином, та застосовує для цього, у тому числі, оцінні номінативні засоби. Особливо мовлення тітки рясніє оцінними іменниками, що виражають якості особистості. Таких слів у репліках Петунії зустрічається аж три, це «*darling*», «*popkin*», «*sweetums*». Шляхом словникового аналізу цих слів, було виявлено їх значення: *darling* – a person who is very much loved or liked [63]; *popkin* – someone nice and cute; *sweetums* – the awesomest person ever [63]. Всі вони є позитивними характеристиками та вживаються у рамках реалізації тактики лестоців, яку тітка Петунія застосовує щоб задовольнити вередливого сина та досягти консенсусу із ним. Отже, вона реалізує маніпуляційну стратегію.

Важливу роль у даному діалозі відіграють числівники. Хоча зазвичай ця частина мови рідко виражає категорію оцінки, у даному випадку саме вживання числівників, як засобів оцінки має вплив для логічного та позитивного завершення напруженої комунікативної ситуації. Дадлі вживає числівники «*Thirty-six*» та «*That's two less than last year*», «*All right, thirty-seven then*» які виступають засобом негативної оцінки ним кількості отриманих ним подарунків. Його мати також вживає числівники, однак у її мовленні вони уже є виразниками позитивної оцінки «*And we'll buy you another two presents while we're out today*», «*Two more presents*», «*Thirty-nine, sweetums*». Важливу роль тут відіграють вжиті поряд із числівниками прислівники – у мовленні Дадлі це негативно оцінний прислівник «*less*», Петунія ж вживає позитивно забарвлені «*another*», «*two*». Таке використання оцінної прагматики числівників та прислівників також є частиною маніпуляційної стратегії, при чому як з боку сина так і з боку матері.

Вище у даному розділі зазначалося, що консенсус, досягнутий через маніпуляції, не є довговічним, він швидко може знову перерости у конфлікт, адже справжнє порозуміння та вирівнювання комунікативних ролей досягнуто не було. З точки розу гендерного аспекту оцінювання, жіноче мовлення у даній ситуації емоційне та переповнене позитивними оцінними іменниками – ідентифікаторами особистісних якостей.

Чоловіче мовлення ми можемо проаналізувати звернувши увагу на репліку дядька Вернона, де він також оцінює якості свого сина, використовуючи іменник «*tyke*», однак ця оцінка уже є мовною, тобто вона значною мірою залежить від контексту. За дефініцією із словника, це слово означає «*a child who behaves badly in a way that is funny rather than serious*» [63], а отже воно несе у собі негативну оцінку. Однак, вжите батьком по відношенню до сина, воно набуває позитивної конотації.

Наступний фрагмент англomовного художнього дискурсу демонструє застосування мовцем стратегії консенсусу:

8) « – “*Not to worry, I can sort him out!*” he yelled, advancing on Dudley with his wand outstretched, but Aunt Petunia screamed worse than ever and threw herself on top of Dudley, shielding him from Mr. Weasley.

“*No, really!*” said Mr. Weasley desperately. “*It’s a simple process it was the toffee – my son Fred – real practical joker – but it’s only an Engorgement Charm – at least, I think it is – please, I can correct it –*» [75].

У запропонованому прикладі мовець прагне залагодити конфлікт, при цьому застосовуючи нетипове для чоловічого мовлення виправдовування. Оцінний компонент висловлювань у даному прикладі спрямований на гармонізацію відносин – мовець прагне представити ситуацію у більш вигідному світлі, ніж вона є насправді. Характерним є вживання мовцем негативних конструкцій (*No, really*), у тому числі імперативу: «*Not to worry*». Позитивну оцінку несуть такі прикметники «*simple*», «*real*», «*practical*», іменник «*joker*», а також дієслово «*correct*». На синтаксичному рівні характерним є такий стилістичний засіб як парцеляція, який робить мовлення персонажа відривчастим, схвильованим.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У даному розділі розглядалися особливості та характерні риси різноманітних ситуацій спілкування, що можуть реалізуватися у рамках міжгендерного діалогічного мовлення та аксіологічні стратегії й тактики, які є притаманними кожній із цих ситуацій.

Загалом, у сучасних лінгвістичних студіях комунікативна ситуація розглядається як ієрархічно складний компонент дискурсу, до складу якого входять декілька рівнів. Запропонована у даній роботі класифікація комунікативних стратегій і тактик здійснена за загальною комунікативною метою мовця та за типом його мовленнєвої взаємодії з адресатом, тобто комунікативної ситуації – гармонійної, конфліктної або консенсусної.

Стратегії мовної поведінки повністю охоплюють сферу побудови процесу комунікації. У цілому, мовна стратегія включає у себе планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Оцінні стратегії – це стратегії, що виражають оцінки комунікантів. Одним з головних критеріїв класифікації оцінок є їх аксіологічна інтерпретація. Два значення аксіологічного оператора – «добре» або «погано» дозволяють виділити два типи оцінки позитивну та негативну.

Головною у теорії мовного спілкування і мовної поведінки вважається гармонійна безконфліктна взаємодія комунікантів. Кооперативна поведінка партнерів у такого роду комунікативній ситуації характеризується тим, що їх інтенції, думки, оцінки не суперечать одна одній, а знаходяться в гармонії. Конфліктна ситуація спілкування має місце тоді, коли у міжособистісній мовленнєвій взаємодії комунікативні стратегії мовця та адресата розходяться. У рамках конфліктної ситуації спілкування можна виокремити лише два різновиди комунікативних стратегій: самопозиціювання мовця як вищого за адресата та самопозиціювання мовця як комунікативного суперника. Тактиками втілення цих комунікативних під стратегій можуть виступати звинувачення, образи, критика, засудження а також осуд.

Консенсусна комунікація – це ефективна взаємодія співбесідників, що приводить до вирівнювання (узгодження) їх концептуальних структур, до схожого образу світу, схожих особистісним сенсів. Основною комунікативною стратегією у рамках консенсусної ситуації спілкування є конвенціональна стратегія. Її мета – забезпечення комунікації між сегментами комунікаційного середовища, та через консенсус отримати конкретний результат – конвенцію, що являє собою договір між комунікантами, що дозволить втілювати необхідні практичні завдання комунікації безконфліктно.

Аналіз прикладів різнотипних ситуацій мовлення та реалізацій аксіологічних стратегій і тактик у рамках цих ситуацій дав змогу зробити наступні висновки. Аксіологічні стратегії чоловіків у рамках гармонійної та

консенсусної ситуації спілкування є переважно стриманими, лексика нейтральна та загальнооцінна. В конфліктній ситуації спілкування чоловіки схильні вступати у відкриту конфронтацію, застосовувати вербальну агресію, захисні реакції також є активними. При цьому оцінна лексика чоловіків при конфлікті є більш емоційною та стилістично забарвленою.

Жінки в усіх ситуаціях спілкування демонструють більший спектр емоцій, їх оцінна лексика є менш нейтральною, вживається більше окремооцінних слів. Жінки не схильні розвивати конфлікт, для них є характерною консенсусна, а не конфліктна ситуація спілкування, однак консенсус досягається переважно маніпулятивними стратегіями і тактиками.

## РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ В ГЕНДЕРНИХ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ

### 3.1. Теорія мовленнєвого впливу

Теорія мовленнєвого впливу, як наука ефективного спілкування, бере свій початок з античної риторики, яка вчила ораторів ефективно публічно виступати, вести суперечку та отримувати перемогу у дискусії. Антична риторика спиралась на логічні правила роздумів та переконання. Поширення демократії, розвиток засобів масової комунікації, суспільно-економічний розвиток стали каталізаторами виникнення потреби у нових засобах переконання, з використанням не тільки логіки аргументування, а й застосуванням психологічного та емоційного впливу на слухача. З точки зору сучасних лінгвістичних досліджень, мова служить не тільки засобом передачі інформації, а й впливає на співрозмовника, регулюючи цим особистісні стосунки, ментальний стан та поведінку. Саме тому питання мовленнєвого впливу стало об'єктом досліджень не лише лінгвістики, а й низки суміжних наук психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики, психології, риторики.

Мовленнєвий вплив у широкому значенні – це будь-яка мовленнєва комунікація, взята в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт [17, с. 276].

Вербальний вплив у вузькому значенні використовується в сфері так званих координативних відносин рівноправного співробітництва, а не відносини субординації (формальних чи неформальних). Як вважає О. С. Іссерс, такий тип мовленнєвого впливу передбачає, що суб'єкт регулює діяльність іншої людини, що певною мірою вільна у виборі своїх дій та орієнтується на свої потреби [22, с. 23].

Р. М. Блакар розглядає мовленнєвий вплив як засіб влади, оскільки будь-хто, хто опиняється в ситуації впливу на іншу людину, проявляє владу, а влада може здійснюватися через мову. Е. Г. Гришечко ототожнює мовленнєвий вплив з впливом людини на іншу людину (чи групу людей) за допомогою мови та супроводжуючих мову невербальних засобів для досягнення поставленої мети мовця – змінити поведінку реципієнта, його настанови, наміри, уявлення, оцінки та ін., що досягається в комунікативній взаємодії з ним [15, с. 55]. Бути суб'єктом вербального впливу означає регулювати поведінку свого співрозмовника, бо за допомогою мови ми спонукаємо іншу людину почати, змінити, закінчити будь-яку діяльність.

Мовленнєвий вплив на свідомість може здійснюватись в двох формах – відкритій та прихованій. Основним видом відкритого впливу на суспільну свідомість є риторичне висловлювання. Риторичне висловлювання базується на логічних принципах побудови тексту висловлювання, вмінні аргументувати, вести дискусію, переконати слухачів. Одним із найефективніших видів прихованого впливу є мовна маніпуляція. Психолог Е. Л. Доценко тлумачить маніпуляцію як «вид психологічного впливу, який веде до прихованого спонукання іншої людини до намірів, які не збігаються з його актуальними бажаннями» [17, с. 276].

Учені досліджували мовленнєвий вплив у співвідношенні раціональної та емоційно-суб'єктивної сторін в мовно-комунікативному процесі впливу одного суб'єкта на інший, відповідно в сучасній лінгвістиці виникли два поняття – персуазивність та сугестивність. Персуазивність (від лат. «persuadere» – переконувати) трактується лінгвістами по-різному. В першому випадку, персуазивність ототожнюють з об'єктивною оцінкою мовця щодо достовірності чи недостовірності, вираження впевненості чи невпевненості в повідомленні, або ж як рефлексія автора щодо свого чи чужого повідомлення з позиції достовірності чи недостовірності інформації повідомлення.

В іншому випадку персуазивність тлумачать як сукупність прийомів та засобів, націлених на підсилення аргументів. Е. В. Шелестюк вважає

персуазивність підкатегорією аргументативності, яка передбачає використання додаткових риторичних і софістичних прийомів та засобів, які сприяють переконанню. В. Е. Чернявская розглядає персуазивність як вплив автора усного чи письмового повідомлення на свого адресата з метою його переконання, спонукання до здійснення або не здійснення певних дій [60, с. 24].

Комунікативну ситуацію можна назвати персуазивною, якщо автор продукує висловлювання, метою якого є викликати певну поведінку реципієнта (або групи реципієнтів) чи вплинути на його погляди. До основних лінгвопрагматичних функцій персуазивності належать, по-перше, вплив за допомогою мовних засобів на свідомість адресата, на його світогляд, уявлення, по-друге, спонукання його до певних дій, зміна поведінки реципієнта в потрібному для мовця русло.

При дослідженні персуазивності можна говорити про когнітивний аспект її вираження, який реалізується завдяки знанням і власному переконанню автора, а також про комунікативно-дискурсивний, який включає ментальний стан автора як відправну точку і сам процес переконування [17, с. 277]

Основною складовою універсальної персуазивної стратегії є оцінка, яка визначається як сукупність операцій, спрямованих на реалізацію конститутивного комплексного мовного акту оцінки, де адресант виступає в якості суб'єкта оцінки, предмет (тема) дискурсу – як об'єкт оцінки, а реципієнт тексту є адресатом оцінки. Тактики презентації об'єкта оцінки і мовної репрезентації ментальної процедури оцінювання, а також їхні мовні маркери утворюють відкриту систему дискурсивних засобів експлікації універсальної персуазивної стратегії в сучасному англомовному діалогічному дискурсі, у тому числі художньому.

### **3.2. Аргумент як засіб мовленнєвого впливу**

Аргументацію можна визначити як «техніку мови, спрямовану на переконання співрозмовника, аудиторії», «мистецтво підбору вагомих

підтверджень сказаного, а також мистецтво ведення дискусії», «мовленнєву дія, що включає систему тверджень, призначених для виправдання або спростування будь-якої думки, звернене в першу чергу до розуму людини, який здатний, розсудивши, прийняти або спростувати цю думку», а також як «соціальну вербальну діяльність, що служить виправданню або спростуванню точки зору, представлену системою тверджень, спрямованих на досягнення схвалення у певній аудиторії» [39, с. 267].

Аргументація представляє собою сукупність доказів (аргументів) та способів їх наведення з метою обґрунтувати якість висловлювання з метою переконання адресата у правоті адресанта та спонукання його прийняти його точку зору. Важливу роль у цьому процесі відіграє переконання, яке вивчає така дисципліна, як теорія аргументації. Вона займається дослідженням таких питань, як способи обґрунтування та спростування переконань; їх залежність від комуні кантів та самої теми чи проблеми обговорення; особливості обґрунтування у різноманітних областях мислення та діяльності людини.

Існує цілий ряд класифікацій різновидів аргументацій. Так, філософ А. А. Івін у своїй праці «Основи теорії аргументації» поділяє аргументи на універсальні, які можна використовувати для будь-якої аудиторії, та контекстуальні, використання яких залежить від контексту комунікативної ситуації. У свою чергу, універсальна аргументація поділяється на емпіричну, яка містить посилання на досвід, та теоретичну, яка спирається лише на міркування [21, с. 56].

Способи обґрунтування автор ділить на абсолютні та порівняльні. Так, абсолютне обґрунтування потребує достатніх для переконання підстав, щоб положення було прийняте. Порівняльне обґрунтування полягає у представленості переконливих доводів на підтримку прийняття положення, яке обґрунтовується, а не якогось іншого.

Поширеним типом аргументу виступають оцінки, якими мовець характеризує обговорюваний предмет. Оцінка відрізняється від інших типів аргументу відсутністю синтаксичної структури, адже вона може виражатися

навіть одним словом. Це сприяє можливості поєднувати оцінку із використанням інших типів аргументів. При цьому оцінки поділяються на два типи, перший із яких – це суб'єктивні або внутрішні, які виражають особисті почуття та емоції мовця. Такі оцінки можуть передаватися через вирази «мені подобається», «я не люблю» тощо. Такі судження надають мовленню особистісного характеру, тим самим їх неможливо довести об'єктивно, а тому вони мають мінімальну цінність у якості аргументу. Винятком може слугувати випадок, коли сам мовець є авторитетною особою, і його внутрішні оцінки можуть вагомим чином впливати на співрозмовника або аудиторію, ефективно доповнюючи оцінки зовнішні.

Другий тип оцінок – це об'єктивні судження, за допомогою яких мовець оцінює предмет обговорення застосовуючи не лише особисті враження. Наприклад судження «це гарний автомобіль» може об'єктивно обґрунтовуватися тим, що вона найкращим чином виконує покладені на неї функції. Так само, судження «це погана картина» можна обґрунтувати як власним смаком, тоді це буде внутрішня оцінка, так і об'єктивно – якщо картина не відповідає естетичним критеріям оцінки художнього твору, висунутим суспільством. Такі оцінки можуть бути як істинними так і хибними, їх можна обґрунтувати та об'єктивно довести їх справедливість та вагомість [1, с. 74].

При розгляді оціночного аргументу необхідно з'ясувати, хто оцінює (суб'єкт оцінки), що оцінюється (предмет оцінки), що є критерієм оцінки (підстава) і який її характер. Підставою зовнішніх оцінок є зразки, ідеали, стандарти, вимоги, прийняті в даному суспільстві. Таким чином, створюючи оціночний аргумент, ми відштовхуємося від стереотипів оцінок, сформованих в суспільстві, проводимо порівняння наявного предмета з ідеалом (нормою).

Отже, мовець може як використовувати загальні критерії оцінки, так і свої власні. Якщо оцінка є неоднозначною, то це вимагає від обов'язкового пред'явлення критеріїв, якими він керується, оцінюючи предмет. При чому оскільки ці критерії можуть різнитися, то і оцінка предмета може біти різною.

Пред'явлення критеріїв оцінки є особливо важливим, якщо мова йде про складне явище, якому об'єктивно притаманні суперечливі ознаки. Пред'явлення критерію оцінки виступає показником риторичної культури оратора. Залежно від завдання оратора та типу аудиторії, оцінка може проголошуватися мовцем відкрито, якщо він вважає, що слухачі розділяють або повинні розділяти його ставлення та оцінку предмета обговорення, або ж вводити оцінку обережно, якщо ситуація комунікації має конфліктний характер.

У будь-якому випадку призначення оцінки полягає в тому, щоб зробити судження оратора більш привабливим для аудиторії, надати йому відповідну емоційну окраску. Лише обгрунтовані оцінки можуть сприйматися як аргументи. Ухилення від цього правила призводить до появи у мовленні так званих софізмів. Найпоширенішими з них є передбачення підстави, суть якого полягає тому, що те, що потрібно було довести передбачається істинним. Цей софізм докладно описаний в логіці і зустрічається не лише при вживанні риторичних аргументів. В цьому випадку оцінне визначення присвоюється предмету як само собою зрозуміле, хоча його обгрунтованість насправді потребує доказів.

До способів обгрунтування оцінки відносять індуктивні міркування, як емпіричні, серед яких виділяють неповну індукцію, аналогію, посилення на зразок тощо. Теоретичними способами є дедуктивне обгрунтування, демонстрація сумісності оцінки із іншими прийнятими оцінками, її відповідність загальним оцінним принципам, системна аргументація, методологічне обгрунтування тощо [21, с. 189]. Виокремлюють також наступні види аргументів – аргументація дефініціями, поясненням, ілюстративна аргументація, псевдоаргументація. Виокремлюють також види аргументації від конкретного до абстрактного, від абстрактного до конкретного, аргументація до суті питання та до людини, аргументи «за» та «проти».

Важливим є також виділення в структурі оціночної ситуації такого компонента, як підстава оцінки («точка відліку» за А. А. Івіним; «критерій оцінки» – М. В. Ляпон, Е. М. Вольф), тобто те, з точки зору чого проводиться

оцінювання. Підстава оцінки визначається уявленням суб'єкта оцінки про предмет або про дію, або про «усереднений» стан речей, прийнятий в даному співтоваристві людей [11, с. 30].

Діапазон поняття «критерій, підстава» суб'єкт оцінки вправі варіювати відповідно до специфіки поставлених завдань. «Залежно від того, яким обмеженням ми піддаємо поняття «критерій», визначається семантичний обсяг поняття оцінка» [31, с. 26]. Лінгвістичний зміст параметра «підстава, критерій» оцінки повинен мати достатню смислову ємність, щоб відобразити реально представлені в мові засоби, за допомогою яких здійснюється кваліфікація в різних аспектах, під різним кутом зору, на різних підставах.

Усереднена ситуація імпліцитно створює психологічну основу оцінної ситуації, тобто оцінку можна давати тільки при наявності якогось стандарту, норми, закріпленого в свідомості даного соціуму або існуючого в свідомості окремої людини. В. Н. Телія називає стандарти «фільтром, крізь який, як через кольорове скло, сприймається світ» [51, с. 39]. Підстава оцінки існує в двох можливих варіантах. Вона може бути узагальненим фундаментом для оцінки. Наприклад, в парі лексем сприятливий \ несприятливий таким фундаментом є утилітарна підстава, в парі прекрасний \ потворний – естетична підстава. І навпаки, підстава оцінки може мати вигляд специфіки. У цьому випадку підстава розуміється як «та позиція або ті доводи, які схиляють суб'єктів до схвалення, осуду або виразу байдужості в зв'язку з різними речами» [21, с. 23].

В аналізованому текстовому просторі англомовної художньої прози ХХ-ХХІ століття наявні приклади функціонування оцінки як аргументу у чоловічому та жіночому діалогічному мовленні. Приклад оцінки як аргументу знаходимо у романі Джона Грішема «Фірма»:

- 9) « – *Why are we interviewing in this hotel room? The other firms interview on campus through the placement office.* »
- « – *Good question.* » *They all nodded and looked at each other and agreed it was a good question.*

« – *Perhaps I can answer that, Mitch,*» said Royce McKnight, the managing partner.

« – *You must understand our firm. We are different, and we take pride in that. We have forty-one lawyers, so we are small compared with other firms. We don't hire too many people; about one every other year. We offer the highest salary and fringes in the country, and I'm not exaggerating. So we are very selective. We selected you. (...)*» [71].

В даному випадку ми спостерігаємо використання оцінки як аргументу при розмові двох ділових партнерів. Оцінка фірми, яка дається Ройсом звучить наступним чином – «*We are different, and we take pride in that.*» Оцінними засобами тут виступають окремооцінний прикметник «*different*», який у даному випадку несе у собі позитивну оцінку, та дієслівним словосполученням «*to take pride*», де дієслово-зв'язка «*to take*» несе у собі значення зміни стану, а основне оцінне навантаження міститься в іменнику «*pride*». Далі слідує наступні оцінні засоби, такі як «*the highest salary and fringes in the country*», де позитивна оцінка виражається прикметником у найвищому ступені порівняння «*the highest*», та «*we are very selective*» де окремо оцінний прикметник «*selective*» інтенсифікується прислівником «*very*».

Із ходу діалогу між чоловіками ми бачимо, що Ройс намагається переконати Мітча у великому авторитеті та вагомості їхньої фірми. Таким чином у даному випадку оцінки, використані ним по відношенню до цієї фірми виступають як аргументи. При цьому оцінки Ройса є об'єктивними, адже він оцінює предмет обговорення застосовуючи не лише особисті враження. Оцінки Ройса, дані фірмі, мають підставу, яка й робить їх об'єктивними. Так, підставою оцінки виступає порівняння фірми з іншими – «*We have forty-one lawyers, so we are small compared with other firms.*», де підставою позитивної оцінки фірми, як «іншої» у значенні «кращої, елітарної» виступають вказівки на невеликий штат працівників, невеликі розміри фірми. Цю ж саму роль виконує фраза «*We don't hire too many people; about one every other year*». Підставою позитивної оцінки

слугує також посилення на думку більшості: «*We offer the highest salary and fringes in the country...*».

Цікавим у даному прикладі є також той факт, що Ройс високо оцінює також свого співрозмовника, говорячи «*We selected you.*». Ця оцінка також є аргументом, при цьому попередньо дані оцінки фірми слугують уже підставою для оцінки ділового партнера. Сам факт що така елітарна фірма, з обмеженим штатом працівників та високими зарплатами пропонує роботу саме Мітчу, виділяє його з-поміж інших кандидатів, говорить про його високий професіоналізм та цінність як працівника.

Ще одним прикладом мовленнєвої ситуації коли оцінка виступає як аргумент слугує наступний діалог між персонажами роману «Гаррі Поттер та філософський камінь»:

- 10) « – *That's Hagrid,*» said Harry, pleased to know something the boy didn't. « – *He works at Hogwarts.*»  
« – *Oh,*» said the boy, «*I've heard of him. He's a sort of **servant**, isn't he?*»  
« – *He's the gamekeeper,*» said Harry. *He was liking the boy less and less every second.*  
« – *Yes, exactly. I heard he's a sort of **savage** – lives in a hut on the school grounds and every now and then he gets drunk, tries to do magic, and ends up setting fire to his bed.*» [75].

У діалогічному мовленні (9) ми спостерігаємо розмову хлопчиків, у якій вони говорять про Гегріда, шкільного лісничого. Малфой, один із співрозмовників дає Гегріді негативну оцінку, говорячи про нього зневажливо «*He's a sort of **servant**, isn't he?*» та «*I heard he's a sort of **savage***». Тут основну оцінну функцію виконують особистісні іменники «*servant*» та «*savage*». Перший із цих іменників є досить нейтральним за своєю суттю, він вказує лише на рід діяльності особи, однак у контексті розмови, враховуючи презирливе ставлення до осіб, нижчих за соціальним статусом, з боку мовця, така оцінка є негативною. Іменник «*savage*» належить до тих іменників, про оцінний потенціал якого може свідчити словникова дефініція. Так, Cambridge Advanced

Dictionary дає наступну дефініцію цьому іменнику – «*a person whose way of life is at a very early stage of development*» [63]. Якщо звернутися до дефініції слова «*savage*» у якості прикметника, то маємо наступне: «*extremely violent, wild, or frightening*». Як відомо, присутність у словникової дефініції компонентів типу *too, too much, to an extreme degree, excessively, overly*, вказують на відхилення від норми. У даному випадку у дефініціях присутні компоненти *very* та *extremely*, що підтверджують негативну оцінку мовцем об'єкту обговорення.

Оцінка, дана Малфоем, виступає у цьому випадку аргументом, адже його мета – переконання адресата у своїй правоті та спонукання його прийняти його точку зору. При цьому оцінку Гегріда з боку Малфоя не можна назвати суто суб'єктивною, адже окрім власної неприязні він має й об'єктивні підстави так думати, які й наводить далі: «*lives in a hut on the school grounds and every now and then he gets drunk, tries to do magic, and ends up setting fire to his bed*». Тож, підставою негативної оцінки тут слугує використання стереотипів оцінок, сформованих в суспільстві, проводиться порівняння наявного об'єкта з нормою. Оскільки Гегрід схильний до випивки та чинить речі, не передбачені нормами поведінки (влаштує пожежу) то Малфой об'єктивно дає йому негативну оцінку.

### **3.3. Спонування як засіб мовленнєвого впливу**

Загальновідомим є те, що будь-яка аргументація є засобом, спрямованим на зміну тих чи інших фрагментів картини світу адресата через вплив на його логічне мислення. Вступаючи в комунікацію, людина часто ставить перед собою мету не тільки інформувати про щось співрозмовника, але і схилити його до виконання певної дії. Аргументацію можна вважати своєрідною формою людської комунікації, метою якої є переконання, а потім і спонування слухача до дії чи вчинку. Таким чином, окрім аргументативних можливостей, оцінка також може виступати у мовленні як спонування.

Загалом категорія спонукання є невід'ємною і значущою рисою комунікації. Опис категорії спонукання – одне з напрямків сучасної теорії пізнання, що має досить динамічний розвиток. Імператив, що розглядається як одна з найдавніших семантичних універсалій, представлений практично у всіх мовах, у всіх типах текстів і має глобальне значення в комунікації і людській діяльності в цілому. Як справедливо зазначає А. В. Вельський, «спілкування немислиме без спонукання до дії. Люди безперервно звертаються один до одного з різноманітними спонукальними фразами»[10, с. 83].

Проте, як зазначає Е. С. Сагалова, «...спонукання не слід прирівнювати до імперативу, оскільки імперативність за своїм значенням є вужчою, ніж спонукання, і форми імперативу – лише один із засобів актуалізації спонукальної модальності» [42, с. 9]. Феномен спонукання закономірно набуває статусу категорії, що узагальнює специфічний спосіб відображення дійсності – через спонукання об'єкта до дії [29]. Категорія спонукання є комунікативно-семантичною категорією, яка володіє відповідними категоріальними ознаками.

У діалогічному мовленні спонукання може виступати у якості своєрідної стратегії, будучи результатом взаємодії певних комунікативно-прагматичних, соціокультурних та психологічних факторів. Реалізуючи мету керувати діяльністю співрозмовника, домогтися від нього певних дій, мовленнєвої реакції або прагнучи змінити його розумовий чи емоційний стан, комунікант здійснює планування і прогнозування процесу спілкування відповідно до свого соціального й культурного досвіду, системи цінностей, стереотипного сприйняття дійсності, приналежності до певної лінгвокультурної спільноти, статусної позиції, тобто обирає стратегії, що втілять його мотиви, потреби, установки й інтенції [23, с. 61].

Спілкуючись у рамках кооперативної взаємодії, комуніканти виконуються певні дії, беручи при цьому до уваги власні інтереси та інтереси свого співрозмовника. Ігнорування ж інтересів та потреб одного із співрозмовників, що може відбуватися у процесі реалізації стратегічного

принципу інтересів мовця, призводить до конфлікту, виводячи партнерів за межі кооперативного спілкування [32, с. 121].

Одним із основних засобів вираження цих інтересів саме і виступає спонукання до якоїсь дії. При цьому можуть обиратися різні шляхи його реалізації – кооперативні непрямі тактики спонукання, та некооперативні прямі, до яких у тому числі належать погрози та вимагання. Реакцією ж на спонукання з боку співрозмовника може слугувати надання послуги, або виконання дії, до якої спонукали. Надання послуги може здійснюватися без додаткових умов, що зазвичай буває при гармонійній, кооперативній ситуації спілкування, або ж можуть бути запрошені додаткові умови, що уже передбачає некооперативну ситуацію спілкування. Також співрозмовник може відмовитися надавати послугу, або виконувати дію, що вимагається. Відмова може бути прямою, або опосередкованою, що зазвичай виявляється у ігноруванні вимоги.

Дослідження гендерних особливостей вираження спонукання у мовленні чоловіків та жінок засвідчує, що для чоловіків є більш характерним пряме вираження спонукання, часто це навіть прямий наказ. Для жінок же типовими є тактики непрямого прохання, вони більше націлені на збереження кооперативного характеру спілкування та на досягнення своєї цілі мирним шляхом, жінки більше схильні враховувати інтереси співрозмовника. Чоловіки є у першу чергу пріоритетним вважають дотримання власних інтересів, що часто призводить до некооперативного спілкування.

Таким чином, основна функція спонукального мовленнєвого акту – вплив на діяльнісну поведінку адресата. Окремі типи мовленнєвих актів виникають у зв'язку із різноманітним інтенцій й спонукальних ситуацій. Їх появу в тому числі зумовлюють такі екстралінгвістичні чинники, як зацікавленість / незацікавленість мовця у виконанні дії, спрямованість її на користь одного з учасників спілкування, урахування реакції адресата на спонукання, аспект субординації, офіційність / неофіційність умов спілкування, стосунки між учасниками комунікації, обов'язковість / необов'язковість виконання спонукання адресатом тощо [61, с. 151].

Розглянемо більш детально приклади оцінки як спонування у текстах сучасної англомовної літератури.

11) « – *Mary Averill, by all the powers. But – what are you doing in this place, in this company?*

– *In good company, I would have you know, she replied, – in the company of men who respect me. Men who will fight for me, if needs be. Not the men who will run away at the first sign of danger*”. *The scorn in her voice was obvious...*» [71, с. 101].

У цьому прикладі спостерігаємо використання оцінки як спонування у розмові між жінкою та чоловіком. При цьому розмова мовців відбувається у рамках конфліктної комунікативної ситуації, жінка імпліцитно засуджує співрозмовника (свого коханого) за те, що він зрадив їй. При цьому вона застосовує оцінні конструкції: «*men who respect me*», «*men who will fight for me*», які надають позитивну оцінку через застосування дієслів «*respect*» та «*fight*». Така оцінка слугує спонуванням, оскільки імпліцитно жінка транслює чоловікові свої очікування щодо нього, прагне надати йому модель поведінки, якій, на її власну думку, має слідувати її коханий.

Надалі жінка реалізує у своєму мовленні негативну оцінку свого співрозмовника, таким чином створюючи контраст між спонукальною оцінкою у попередніх репліках та оцінкою реального стану речей: «*the men who will run away at the first sign of danger*». Негативна оцінка тут передається через фразове дієслово «*run away*». Відповідно до гендерних стереотипів, саме жінки більш схильні до імпліцитного вираження своїх очікувань, використання натяку замість прямого озвучування бажань чи емоцій. У поданому прикладі жінка реалізує саме таку модель поведінки, спонукаючи чоловіка змінити свою поведінку не прямо, але через негативну оцінку свого адресата та навпаки позитивну оцінку поведінки чоловіка, протилежної тій, яку реалізує її наречений.

Наступним прикладом оцінки як спонування виступає така ситуація використання чоловіком кооперативної стратегії:

12) « – *The green one would be **more practical**,*» – *says Luke eventually.*

« – *Maybe,*» – *I say noncommittally.*

« – *It's **lighter** – and the wheels **are better**. Green's a **more sensible colour.***»

« – *Yes,*» – *I say*» [74, с. 112].

Спонукаючи жінку купити валізу, чоловік оцінює її з точки зору практичності, ваги та кольору. Він застосовує окремооцінні прикметники у вищому ступені порівняння «*more practical*», «*lighter*», «*better*», «*more sensible*», що несуть у собі позитивну оцінку об'єкта обговорення. Всі ці позитивні характеристики надаються чоловіком з метою вплинути на ментальну сферу жінки-адресата, переконати її у тому, що ця валіза дійсно краща за всі інші (саме цю роль відіграє вживання вищого ступеню порівняння прикметників) та купувати варто саме її.

Тут ми знову спостерігаємо поєднання спонукання із аргументом, адже спонукання передбачає аргументованість необхідності виконання тієї дії, яка очікується адресантом від адресата. Таким чином, позитивні якості валізи, на які вказує мовець одночасно є і спонуканням її купити і аргументами на користь доцільності такого придбання. Спонукання здійснюється у декілька етапів, воно не одразу досягає успіху, адже жінка вагається. Проте врешті решт співрозмовниця погоджується, а отже знову підтверджується дієвість саме кооперативної стратегії спонукання.

Слід зауважити що у даному випадку знову простежується імпліцитність спонукання, використаного чоловіком-мовцем. Відсутні прямі вказівки на необхідність та обов'язковість виконання дії, до якої спонукають. Тож, стереотип про те, що чоловікам переважно властиві прямолінійність та грубість у спонуканні до виконання якихось дій знову не підтверджується.

Це дає змогу зробити висновок про те, що оцінка як спонукання завжди має імпліцитну природу, адже вона виключає присутність прямих директив та вказівок, що і робить необхідним вживання оцінних засобів для впливу на ментальну сферу адресата. Окрім того, спонукання тісно пов'язане із

аргументацією, вони реалізуються одночасно або послідовно, що простежується у тому числі у зазначених прикладах. Дослідження діалогічного мовлення чоловіків виявило, що вони досить часто схиляються до використання непрямой кооперативної стратегії спонування, якщо прагнуть досягти успіху та запевнити адресата у необхідності виконання того, до чого його спонукають.

### **3.4. Комплімент як засіб мовленнєвого впливу**

Розглядаючи реалізацію категорії оцінки у різноманітних комунікативних ситуаціях, а також її використання як засобу персуазивності у процесі міжгендерного діалогу, не можна не згадати про оцінку, як комплімент. У сучасному суспільстві, в якому переважають негативні емоції і споживчі відносини, важливими і необхідними є саме позитивні комунікативні ситуації, адже індивід не може постійно існувати в атмосфері негативних емоцій, йому необхідні приємні слова, сказані на його адресу. До подібного роду мовленнєвих тактик емоційного впливу належать комплімент та похвала, які є одними з широко поширених мовних дій, що здійснюються представниками англійських культур з метою висловлення схвалення. У мовленнєвій поведінці англійських комунікантів похвала і комплімент – «широко вживані соціальні і вербальні стратегії» [69, с. 123].

Похвалу і комплімент об'єднує спільність позитивної оцінки мовцем, його дій і якостей. І у випадку похвали і у випадку компліменту мовець дає оцінку співрозмовника, висловлює схвалення його дій. Різниця стосується в основному рольових відносин. Під компліментом ми розуміємо будь-які оцінні і схвальні репліки, які спрямовані на адресата і містять елемент перебільшення. Різниця полягає також у тому, що похвала частіше розуміється як прагматичний тип висловлювання, який за своїм позитивним оцінним значенням ширше за мовленнєвий акт компліменту. Щоб глибше зрозуміти спільні та відмінні риси

між компліментом та похвалою, необхідно розглянути ці типи мовленнєвих актів більш детально.

Комплімент визначається як очевидне або приховане вираження похвали і/або захоплення кимось, однак не самим мовцем. Р. Херберт називає компліментом мовленнєвий акт, який «експліцитно або імпліцитно схвалює когось, зазвичай адресата, за щось гарне (якість, характеристику, вміння тощо), що позитивно оцінюється мовцем» [67, с. 490]. Таким чином, комплімент також є оцінкою, але ця оцінка, часто завищена, стосується співрозмовника – його якостей, дій, зовнішності, предметів одягу або речей, що йому належать і т. д.

Комплімент – це перш за все прояв уваги до партнера, що є однією зі стратегій ввічливості зближення. Сам цей акт дослідники називають стратегією позитивної ввічливості. Даючи високу оцінку всьому, що пов'язано зі співрозмовником, мовець має на меті зробити йому приємне, при цьому потреба в даному мовному акті в різних культурах різна. Англійські компліменти, як і оцінка, є частими мовними діями [67]. З цією метою також використовуються різноманітні суперлативні прикметники (*lovely, fantastic, fabulous, superb, super, terrific, stunning, ravishing, gorgeous, brilliant, marvelous, smashing, stunning* та ін.), які дають оцінку зовнішності співрозмовника, його якостей, вмінь, вчинків, дій, часто навіть найнезначніших.

Комплімент є унікальним серед інших мовленнєвих актів, завдяки своїй комбінаторності з іншими мовленнєвими актами, він використовується замість або у відповідь на інші акти. Комплімент часто виникає як засіб підсилення подяки, привітання, поздоровлення, прохання або поради. Комплімент може бути реакцією на інші акти, наприклад, вибачення або самобичування [69, с. 103]. Комплімент як комплексний мовленнєвий акт являє собою особливий клас простих і складних мовних дій, використовуваних мовцем для підтвердження висловленої ним прагматичної значущості позитивних якостей адресата (реципієнта) на основі екзистенціальних детермінант, які нерозривно злиті в ментальному просторі мовця з образом реципієнта і визначають в його мовній

свідомості їх сутність і позитивну цінність в мовленнєвоактових координатах «я – тут – зараз».

У якості екзистенціальних детермінант мовного акту «комплімент» можуть виступати різного роду референтні, тобто актуальні або існуючі, а також віртуальні або приписувані, тобто неіснуючі, іміджетвірні ознаки і властивості, наприклад, «краса», «добросердечність», «милосердя», «порядність», «цілеспрямованість», «готовність прийти на допомогу» і т. д., які концептуально характеризують в широкому розумінні як саму особу реципієнта, так і його діяльність.

Комплімент вирізняється тим, що в деяких комунікативних ситуаціях його важко відрізнити від лестощів – тобто перебільшеної, нещирої, «корисливої» похвали. У подібних неоднозначних випадках розпізнавання інтенції мовця залежить від «контекстної чутливості» адресата і стає очевидною із його реакції на даний мовленнєвий акт. Окрім того, комплімент в англійській культурі – невід'ємний компонент етикетного спілкування. «Під мовним етикетом розуміється мікросистема національно специфічних стійких формул спілкування, прийнятих і приписаних суспільством для встановлення контакту між співрозмовниками, підтримки спілкування в обраній тональності» [58, с. 8].

Ілокутивна мета компліменту як одиниці мовного етикету в найзагальнішому сенсі – створити сприятливу атмосферу спілкування. Відома дослідниця компліменту Левандовська-Томащук [68, с. 74] стверджує, що носіями англійської мови даний мовний акт не сприймається всерйоз, тому що не завжди відображає дійсний стан речей. Комплімент в англійських культурах – це етикетний, формульний елемент фатичного спілкування.

Реалізація інваріантної формули англійської компліментного мовного акту здійснюється у вигляді комплексного інтерактивного ланцюжка, який утворюється в якості багатокрокового мовного епізоду, що складається як мінімум з ініціативного (компліментотвірного) кроку ініціатора і відповідного (компліментореактивного) кроку адресата, що виражає прийняття або

неприйняття висловленої оцінки. У плані діалогу інтерактивний ланцюжок взаємодії співрозмовників може поділятися на початковий, проміжний і завершальний етапи.

Відносно компліменту відомо, що найбільш типовими видами реакцій на нього є повне прийняття; дзеркальне реагування, тобто висловлювання відповідного компліменту; іронічна згода; зміна теми або неприйняття. Формальним знаком прийняття компліменту зазвичай буває посмішка, кивок, вираз подяки [24, с. 123].

Вважається, що адресант компліменту здійснює свою владу над адресатом, змушуючи його прямо або опосередковано прийняти комплімент [22]. Комплімент ставить адресата в досить скрутне становище, так як він змушений вибирати між природним бажанням прийняти комплімент і необхідністю продемонструвати скромність. Приймаючи комплімент, адресат зберігає своє обличчя, але може зачепити інтереси адресанта, оскільки порушується баланс між співрозмовниками.

Незгода адресата з адресантом не завжди говорить про неуспіх мовленнєвого акту компліменту. Не приймаючи комплімент, слухач відновлює баланс і проявляє ввічливість по відношенню до співрозмовника. На думку Еммі Цуї, девальвація компліменту може мотивуватися скромністю: позитивне оцінювання самого себе порушує максимум скромності і є соціально неприйнятним [68, с. 154].

Комплімент належить до ритуальних мовних дій, тому першою умовою успіху компліменту є знання адресантом відповідних правил мовної поведінки. Ритуал базується на принципі ввічливості: компліменти легко приймаються і від незнайомих людей, і навіть від тих, до кого не відчувають симпатії. Це правило не діє лише тоді, коли мовець вторгається в простір адресата, порушуючи загальноприйняті норми [22, с. 180].

Окрім того, висловлювання схвалення, похвали, компліменту або лестощів можуть бути аргументовані або неаргументовані. В першому випадку схвалення складається з тези й аргументу, адресант пояснює, що саме йому

подобається, чому та чи інша ознака гідна похвали або компліменту. У разі неаргументованого схвалення позитивна оцінка не пояснюється.

Тож, розглянемо деякі приклади компліментів у сучасних англомовних творах художньої літератури та проаналізуємо їх оцінний потенціал. Оцінка як комплімент також може виражатися експліцитно або імпліцитно. У поданому нижче прикладі із англомовного твору спостерігаємо прямий комплімент, виражений експліцитно:

13) « – *Daniel looked at her for a second, and then shook Harry's hand and said, "Ah. Diocesan Board of Finance **couldn't do without you**, I hear, Colonel Richard son," and Harry said, as she knew he would, "It's **nothing. Nothing at all**. Like to do my bit*» [78, p. 120].

У поданому прикладі комплімент висловлює чоловік адресуючи його чоловікові. Характерним є те, що позитивно оцінюються досягнення співрозмовника, його успішність. Відповідно до гендерних стереотипів кар'єра та успіх більш поцінуються чоловіками, тоді як жінки більше уваги приділяють зовнішності або моральним чи духовним якостям людини. Позитивна оцінка тут виражається через заперечну конструкцію «*couldn't do without you*», яка підкреслює незамінність співрозмовника як працівника та спеціаліста. Мовець не вживає оцінних прикметників, мовне оформлення компліменту лаконічне та стримане, що цілком відповідає гендерним стереотипам щодо мовлення чоловіків.

Характерним є те, що комплімент надається мовцем у рамках знайомства, він є частиною етикетного спілкування. При цьому комплімент аргументований, про що свідчить друга частина висловлювання: «*I hear, Colonel Richard son*». Реакція Гаррі на комплімент яскраво демонструє уже згадану загальноприйнятую для англомовної культури стратегію відхилення компліменту з метою реалізації максими скромності та вияву ввічливості. Гаррі відхиляє комплімент вербально, девальвуючи через вживання негативного займенника *nothing*, оцінна функція якого підсилюється за допомогою інтенсифікуючого мовного елемента *at all*.

В цілому поданий приклад використання оцінки у якості компліменту у чоловічому мовленні підтверджує гендерний стереотип щодо лаконічності чоловічого мовлення, скудному використанні оцінних та виражальних засобів. При цьому комунікативна поведінка чоловіків підпорядковується правилам етикетного спілкування.

Нижче поданий уривок із твору Хелен Філдінг «Щоденник Бріджит Джонс», у якому бачимо непрямий, імпліцитно виражений комплімент:

14) « – *Then when I met you . . . Bridget, all the other girls I know are so lacquered over. I don't know anyone else who would fasten a bunny tail to their pants or...*»

« – *But you're going out with somebody,*» – *I said, rather pointing out the obvious.*

– *«I'm not any more, actually,» – he said. «Just dinner? Some time?»*

– *«Ok,» – I whispered. «Ok.»* [73, с. 82].

В уривку (12) оцінка Бріджит, яка виступає у тому числі компліментом, дається опосередковано, спочатку через негативну оцінку інших дівчат, які порівнюються із Бріджит – «*all the other girls I know are so lacquered over*». Тут негативна оцінка передається через прикметник «*lacquered over*», що інтенсифікується прислівником «*so*». Імпліцитна оцінка також подається у фразі «*I don't know anyone else who would fasten a bunny tail to their pants or...*». Тут знову здійснюється порівняння співрозмовниці з іншими людьми, в якому вона знову представлена у вирашному світлі. Оцінний потенціал тут прихований у самому контексті фрази, яка підкреслює манеру одягатися Бріджит як рису, що позитивно вирізняє її з-поміж інших та робить особливою і неповторною.

У даному випадку комплімент аргументований, адже спочатку чоловік вказує на позитивну відмінність своєї співрозмовниці від інших, а потім пояснює це її смаком в одязі. Бріджит приймає комплімент, однак не одразу. Спочатку вона ставить запитання, виражаючи свою недовіру, однак зрештою погоджується.

### 3.5. Похвала як засіб мовленнєвого впливу

Як уже було вказано у попередньому параграфі даної роботи, до позитивних комунікативних мовленнєвих актів, поряд із компліментом, належить також похвала. Вона також є широко поширеною мовною дією, та часто використовується представниками англомовних культур для висловлення схвалення. Тож, розглянувши комплімент та особливості його реалізації як оцінки у діалогічному мовленні персонажів сучасної англомовної художньої літератури, доцільно перейти до розгляду похвали та виділити характерні риси цього мовленнєвого акту та риси, що відрізняють його від компліменту.

Аналіз словникових дефініцій слів *похвала* та *комплімент* показує, що дані слова перетинаються в своїй семантиці. Наприклад, «*compliment – an expression of admiration, praise, approval*» [67, с. 234]. Загалом, похвала та комплімент – це мовленнєві акти, які відбуваються, перш за все, з метою висловлення схвалення. Спільними рисами компліменту та похвали є їх ілюктивна мета – вони можуть висловлюватися як прояв ввічливості, люб'язності; вираження захоплення, заздності; залицяння; як комунікативна маска або засіб привернення уваги – тобто вони можуть виконувати фатичну функцію. Висловлюючи похвалу, мовець констатує правильність, цінність, своєчасність виконаної роботи, отриманих результатів.

Відрізняє похвалу від компліменту те, що її метою є прагнення до досягнення взаєморозуміння та співпраці, або, в термінах Грайса, до дотримання принципу кооперації [66]. Основний зміст цього принципу полягає в тому, що комунікативний внесок мовця на кожному етапі діалогу повинен відповідати спільно визнаній меті / напрямку діалогу і підтримці неантагоністичних відносин між партнерами по комунікації. При вираженні позитивної оцінки максима якості скоріше може бути порушена в разі компліменту, ніж похвали, бо похвала виступає у якості оцінного мовного акту [58], виражає об'єктивну позитивну оцінку, визнання і схвалення, метою якого є підтримка особи адресата, його самоповаги, впевненості в собі і т. п.

Тоді як комплімент, будучи етикетним та ритуальним мовленнєвим актом, часто не сприймається серйозно та виступає у якості своєрідної мовної гри, похвала завжди є результатом щирої, об'єктивної позитивної оцінки мовцем особистості і діяльності співрозмовника, а тому використання висловлювання похвали є певною мірою спонтанним і не диктується етикетними нормами або ритуалами. Отже, різниця між цими схожими одне на одного мовленнєвими актами полягає в переважно конвенційній природі компліменту і неконвенціональності похвали [69, с. 123].

Якщо комплімент притаманний ситуативному спілкуванню, яке відбувається «тут і зараз», безпосередньо в момент мовлення, то у випадку похвали часом референції може бути не тільки теперішній час, а й минулий або навіть майбутній час (в разі, наприклад, похвали – заохочення). Також, на відміну від етикетних, зазвичай стереотипних, клішованих компліментів, похвала зазвичай виступає як індивідуальна, «авторська» мовна стратегія, спрямована на заохочення і підтримку адресата, тому мовне наповнення висловлювання похвали відрізняється значною лексико-синтаксичною різноманітністю і відсутністю шаблонності. Для вираження похвали немає особливої закріпленої за нею лексики, але широко використовуються стилістичні (сленг, коллоквіалізми) і образні засоби мови (синоніми, метафора та інші).

Отже, похвала визначається як демонстративне вираження особливого схвалення партнера з приводу його вчинку (поведінки), виняткових успіхів (які щонайменше, виходять за рамки вимог норми), що має на меті викликати його позитивну емоційну реакцію. Це визначення називає деякі індексальні ознаки похвали, такі як експліцитність, оцінність, індивідуальну референцію, статусність, якими визначаються особливості використання мовних засобів при реалізації цього мовного акту.

Експліцитність похвали, обумовлена її суттю – недвозначно висловити схвалення діяльності адресата, та визначає абсолютну перевагу прямих форм вираження похвали. Однак зустрічаються, хоча й значно рідше, непрямі

стратегії похвали. Цікавим є те, що всі непрямі висловлювання розглянутої інтенції мають неконвенціональний характер, зберігають свій основний інтерактивний зміст. З цього слідує, що непрямий спосіб вираження похвали вибирається мовцем не стільки для подання своєї думки в прихованій, непрямій, некатегоричній формі, скільки в цілях реалізації двох і більше інтенцій одночасно, передачі максимального обсягу змісту з допомогою мінімальних мовних витрат.

Існують наступні критерії типологізації мовленнєвих актів похвали:

- пряма спрямованість висловлювання на адресата, присутнього в комунікативному просторі, який виступає в ролі одержувача похвали;
- опосередкована спрямованість висловлювання на адресата, присутнього в комунікативному просторі, який виступає в ролі одержувача похвали;
- спрямованість висловлювання на адресата похвали, відсутнього в комунікативному просторі;
- спрямованість похвали на одиничного чи колективного адресата;
- спрямованість похвали на внутрішні або зовнішні характеристики адресата;
- узгодженість / неузгодженість глибинної та поверхневої семантики похвали [50, с. 2-3].

Що ж стосується класифікації за об'єктами похвали, то так само як і у випадку із класифікацією компліментів виокремлюються такі типи компліменту, як похвала зовнішності людини, похвала професійних, творчих або інших здібностей, похвала внутрішніх, моральних якостей, похвала інтелектуальних здібностей тощо [47, с. 1-5].

Отже, мовний акт похвали функціонує в діалогічному спілкуванні як ініціюючий, відповідний або післяслівний комунікативний хід. На відміну від інших позитивно-оцінних мовних актів похвала може бути спрямована як на співрозмовника, так і на відсутню в комунікативному просторі людину (людей).

Об'єктами похвали є моральні та інтелектуальні якості, вміння і вчинки співрозмовника або людини, яка є відсутньою при розмові, а також зовнішність або манери. Якщо мовний акт похвали стосується якостей і вчинків співрозмовника, адресат повідомлення і об'єкт оцінки збігаються; якщо в мовному акті похвали оцінюються якості і вчинки відсутньої в момент мовлення людини, адресат і об'єкт оцінки різні.

Як уже вказувалося, вважається, що етикетні функція в меншій мірі притаманні вираженням похвали, адже похвала трактується як вербальний прояв щирої, безкорисливої позитивної оцінки дій, рис характеру, розумових здібностей адресата, або третіх осіб [70, с. 123]. Однак, аналіз текстів художніх творів свідчить про те, що не лише комплімент, але і похвала також буває етикетною і нещирою, наприклад:

15) « – *I will have to take over the cooking.*»

« – *That is very good of you,*» – *murmured Charmian, calculating meanwhile what was behind all this, since, with Mrs. Pettigrew, something always seemed to be behind her statements*» [77, с. 161].

У цьому випадку похвала виступає у якості формального засобу підтримки контакту із співрозмовником, вона є етикетною та не щирою. Похвала у даному прикладі є прямою та спрямованою на адресата, присутнього в комунікативному просторі, який виступає в ролі одержувача похвали. Об'єктом похвали виступає дія співрозмовниці, оцінка цієї дії виражається прикметником «*good*», що має найбільш загальний характер оцінки. Використання нейтрального засобу вираження похвали додатково вказує на її формальність. Окрім того грає роль також контекст, у якому автор розкриває справжні думки чоловіка під час цієї розмови, які не збігаються із його словами. Дана похвала є неаргументованою, адже мовець не пояснює причин позитивної оцінки дій адресата.

На протиположному такому формалізованому вираженню похвали розглянемо похвалу щирю та невимушену, яка характеризується спрямованістю висловлювання на адресата, відсутнього в комунікативному просторі:

16) « – *Is he – a bit mad?*» – *he asked Percy uncertainly.*

« – *Mad?*» – *said Percy airily. «He's a genius! Best wizard in the world! But he is a bit mad, yes. Potatoes, Harry?»* [75].

У даному випадку співрозмовники оцінюють позитивні інтелектуальні та, якщо можна так сказати, професійні риси третьої особи, про яку йде мова. Оцінну функцію тут виконують іменник «*a genius*», спрямований на позначення особистісних якостей, що містять позитивну оцінку та прикметник вищого ступеню порівняння «*best*», використаний у словосполученні «*Best wizard in the world!*», де інтенсифікують загальну позитивну оцінку також вказівка «*in the world*» та окличність самого речення. Похвала, висловлена на адресу директора школи Дамблдора у даному випадку не аргументована, вона лише виражає суб'єктивну позицію мовця, та його щирі емоції, пов'язані із цим.

Аргументовану ж похвалу зображено у прикладі (15), поданому нижче:

17) «*Rebecca suddenly said, « – How's Magda?»*

« – *Fine,*» – *I replied. «She's incredibly attractive, isn't she?»*

« – *Mmm,*» – *I said. «And she's amazingly good-looking – I mean she could easily pass for twenty-four or twenty-five»* [73, с. 52].

Тут знову оцінка як похвала дається людині, відсутній під час розмови, виражена вона загальнооцінними прикметниками «*attractive*» та «*good-looking*» разом із інтенсифікуючи ми їх прислівниками «*incredibly*» та «*amazingly*». Саме ця оцінка являє собою безпосередньо тезу похвали, за нею слідує аргумент – «*I mean she could easily pass for twenty-four or twenty-five*». Тобто мовець пояснює свою позицію щодо позитивної оцінки зовнішності жінки, про яку йдеться мова.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У цьому розділі розглядалися засоби персуазивності в різних комунікативних ситуаціях. Було виявлено, що персуазивність трактується

лінгвістами з двох точок зору. В першому випадку, персуазивність ототожнюють з об'єктивною оцінкою мовця щодо достовірності чи недостовірності, вираження впевненості чи невпевненості в повідомленні, або ж як рефлексія автора щодо свого чи чужого повідомлення з позиції достовірності чи недостовірності інформації повідомлення. В іншому випадку персуазивність тлумачать як сукупність прийомів та засобів, націлених на підсилення аргументів.

Основною складовою універсальної персуазивної стратегії є оцінка, яка визначається як сукупність операцій, спрямованих на реалізацію конститутивного комплексного мовного акту оцінки, де адресант виступає в якості суб'єкта оцінки, предмет (тема) дискурсу – як об'єкт оцінки, а реципієнт тексту є адресатом оцінки.

У рамках даного розділу гендерні комунікативні ситуації розглядалися в аспекті різноманітних функції впливу на адресата. Отже як аргумент, спонукання, комплімент та похвалу. Було виявлено, що гендерна оцінка може бути суб'єктивною, тобто такою, що не має під собою вагомих доказів та аргументів а лише виражає особистісну думку мовця, або об'єктивною, коли аргументація присутня. Аналіз прикладів чоловічого діалогічного мовлення на матеріалі сучасної англійської художньої літератури показав, що для чоловіків характерно аргументувати свої оцінки. При цьому оцінка може сама виступати у якості аргументу, при цьому часто поєднуючи у собі функції як аргументу так і спонукання.

Спонукання за своєю суттю виступає у якості мети аргументаційної стратегії, тому ці дві форми людської комунікації зазвичай взаємодіють та реалізуються одночасно або послідовно одна за одною. Це підтвердилося при аналізі прикладів із творів художньої літератури, окрім того, було визначено, що оцінка як спонукання завжди має імпліцитну природу, адже вона виключає присутність прямих директив та вказівок, що і робить необхідним вживання оцінних засобів для впливу на ментальну сферу адресата. Чоловіки, мовлення яких було детально проаналізовано, досить часто схиляються до використання

непрямої кооперативної стратегії спонукання, якщо прагнуть досягти успіху та запевнити адресата у необхідності виконання того, до чого його спонукають.

Комплімент та похвала – два мовленнєвих акти, які часто поєднують, або навіть розглядають як одне ціле, однак тим не менш, вони мають певні відмінності. Так, комплімент визначається як очевидне або приховане вираження похвали і/або захоплення кимось, однак не самим мовцем. Похвала визначається як демонстративне вираження особливого схвалення партнера з приводу його вчинку (поведінки), виняткових успіхів (які щонайменше, виходять за рамки вимог норми), що має на меті викликати його позитивну емоційну реакцію.

Аналіз мовлення чоловіків та жінок на матеріалі сучасного англомовного художнього дискурсу показав, що як комплімент, так і похвала можуть бути формальними та етикетними формами спілкування та підтримання контакту між мовцями. Окрім того, комплімент може виражатися імпліцитно. Похвала може спрямовуватися як безпосередньо на співбесідника, так і на особу, відсутню у момент розмови, а її об'єктом можуть виступати як зовнішні так і внутрішні характеристики людини, котру оцінюють.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі даної роботи було детально проаналізовано гендерні ситуації спілкування в сучасному англomовному художньому діалогічному дискурсі. У магістерському дослідженні зроблене теоретичне узагальнення і здійснене нове розв'язання наукової проблеми, що виявляється в установленні гендерних особливостей мовленнєвого впливу в сучасному англomовному діалогічному дискурсі, у визначенні критеріїв типологізації гендерних комунікативних ситуацій, у встановленні стратегій і тактик гендерної реалізації оцінки, у вивченні асоціативного сприйняття висловлювання залежно від статевої приналежності мовця, а також в описі типів гендерних комунікативних ситуацій для виявлення найпродуктивніших з них і визначення їх константних і змінних елементів.

У першому розділі даної роботи був охарактеризований гендерний аспект лінгвокультурології, виявлені номінативні засоби вербалізації гендерної картини світу. Було встановлено, що до головних номінативних засобів відносяться іменники, прикметники та дієслова, які несуть у собі гендерний оцінний прагматичний компонент. Також було приділено увагу оцінно-прагматичній імплікації у англomовному художньому дискурсивному контексті, були проаналізовані її основні характеристики та особливості реалізації. Було виявлено, що у рамках художнього дискурсивного контексту основним джерелом розкриття змісту гендерних одиниць є саме художній діалог. При цьому у рамках художнього дискурсу мовленнєвий вплив може реалізуватися експліцитно та імпліцитно. При цьому імпліцитні засоби потребують експлікації у подальшому аналізі, через що експліцитність та імпліцитність вважаються корелюючими поняттями.

Другий розділ роботи присвячений дослідженню гендерних особливостей комунікативної поведінки. Так, було визначено що умовно всі комунікативні ситуації можна розділити на гармонійну, конфліктну та консенсусну. Було проаналізовано конкретні стратегії і тактики у кожній із цих ситуацій

спілкування та виявлено закономірності використання цих стратегій і тактик, а також особливості вживання номінативних засобів жіночими та чоловічими персонажами.

У третьому розділі роботи було розглянуто засоби персуазивності в різних комунікативних ситуаціях. У рамках цього розділу розглядалися аргумент, спонукання, комплімент та похвала. Було виявлено характерні риси реалізації мовленнєвого впливу у рамках кожного із окреслених мовленнєвих актів, проаналізовано їх прагматичний потенціал у рамках різних комунікативних ситуацій, а також особливості прояву гендерних аспектів у рамках аргументу, спонукання, компліменту та похвали.

Здійснений аналіз чоловічого та жіночого діалогічного мовлення у обраних творах з метою виокремлення найбільш характерних стратегій і тактик гендерної реалізації мовленнєвого впливу в них підтвердив деякі гендерні стереотипи. Наприклад, було виявлено, що чоловіки дійсно вживають більш нейтральну та стриману лексику у ситуаціях гармонії та консенсусу, однак більш емоційні у вираженні негативних оцінок. Чоловікам притаманно частіше вступати у конфліктну ситуацію спілкування, вони більш схильні розвивати конфлікт, застосовуючи активні та деструктивні стратегії надання негативної оцінки та реагування на неї.

Жінкам притаманне більш емоційне мовлення, вживання окремооцінних лексем, активне застосування імпліцитних засобів оцінки або реакції на оцінку, таких як інтонації, міміка, жестикуляція тощо. Жінки менш схильні вступати у пряму конфронтацію, застосовувані ними стратегії й тактики є більш конструктивними, однак жінки можуть застосовувати маніпулятивні стратегії досягнення консенсусу. Загалом, можна зробити висновок, що деякі із стереотипів щодо мовлення чоловіків та жінок, а також, зокрема, щодо гендерної оцінки підтвердилися у результаті проведеного дослідження.

Проведене дослідження відкриває нові перспективи вивчення гендерних комунікативних ситуацій як у синхронії на більш ранніх етапах, так і в діяхронії англійської мови. Цей досвід може бути використаний під час аналізу текстів

різної тематики, різних жанрів, а також різних епох. Студіювання способів вербалізації оцінки як універсальних (позачасових), так і історично зумовлених понять будь-якої культури у відображенні певного типу стосунків протилежних статей доцільно проводити на основі текстового матеріалу відповідних періодів і вивчати розвиток системи прагматично маркованих компонентів, зокрема і їхні семантичні трансформації, у зв'язку зі зміною гендерної перспективи в контексті. Результати дослідження можуть послужити складовою повнішого й ґрунтовнішого аналізу номінативних засобів гендерного спілкування в англomовному дискурсивному контексті як системи в розвитку.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. Современная деловая риторика: Учебное пособие / Т. В. Анисимова, Е. Г. Гимпельсон. – М.: МПСИ, 2002. – 255 с.
2. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы категории прагматики / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. XVI. – С. 5 – 23.
3. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка, Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
4. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 4-е, стер. / О. С. Ахманова. – М.: КомКнига, 2007. – 570 с.
5. Безугла Л. Р. Пропозиция и прагматические импликации / Л. Р. Безугла // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2003. – № 586. – С. 44 – 47.
6. Белова А. В. Оценочные средства обозначения личностных характеристик в английском языке (номинативно-коммуникативные аспекты): дисс. на соискание ст. канд. филол. наук: 10. 02. 04. – Москва, 2003. – 277 с.
7. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний та тендерний аспекти: Автореф. дис... докт. філол. наук: 10.02.04 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 39 с.
8. Васина А. В. Гендерные стереотипы в анекдотах / А. В. Васина // Культура народов Причерноморья. Научный журнал. – Симферополь, 2004. – Т 1. № 49. – С. 121 – 124.
9. Велівченко В. Ф. Комунікативні стратегії і тактики мовця в сучасному англomовному емотивному дискурсі / В. Ф. Велівченко // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Філол. науки. – 2010. – Вип. 193. – С. 99 – 106.
10. Вельский А. В. Побудительная речь // Учен. зап. Моск. пед. ин-та иностр. яз. им. М. Тореза. – М., 1953. Т. 6 – С. 81 – 147.

11. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
12. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М., 1996. – 352 с.
13. Гнідець У. С. Специфіка комунікації у літературі для дітей та юнацтва (на матеріалі сучасної німецькомовної прози): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.04 / У. С. Гнідець. – 2008. – 18 с.
14. Городникова М. Д. Гендер в коммуникативной интеракции / М. Д. Городникова // Гендер: язык, культура, коммуникация: доклады второй Международной конференции (Москва, 22-23 ноября 2001 г.) – М.: «Рудомино», 2002. – С. 70 – 76.
15. Гришечко Е. Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 53 – 59.
16. Гулакова И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: дисс. на соискание ученой степ. канд. филол. наук: спец. (10. 02. 01) / И. И. Гулакова. – Орел, 2004. – 151 с.
17. Екшмідт В. Р. Мовленнєва маніпуляція: персуазивність та сугестія / В. Р. Екшмідт // Мовні і концептуальні картини світу. – 2015. – Вип. 1. – С. 275 – 281.
18. Эрвин-Трипп С. М. Язык, тема, слушатель. Анализ взаимодействия // Новое в лингвистике. Вып. VII. Социолингвистика. – М., 1975. – С. 336 – 362.
19. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. О чем говорят и как говорят мужчины и женщины // Русская речь, 1989. – № 1. – С. 23 – 31.
20. Зубрицька М. Homo legens: читання як соціокультурний феномен / М. Зубрицька. – Львів : Літопис, 2004. – 352 с.
21. Ивин А. А. Основы теории аргументации / А. А. Ивин. – М.: Гардарики, 2000. – 416 с.

- 22.Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: УРСС, 2002. – 284 с.
- 23.Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – М. : Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
- 24.Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
- 25.Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. – 264 с.
- 26.Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты / А. В. Кирилина. – М.: Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. – 180 с.
- 27.Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 175 с.
- 28.Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме: монография. – Красноярск: Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева, 2006. – 392 с.
- 29.Левус Г. П. Логическое содержание категории побудительности // Функционально-семантический анализ языковых единиц. – Алма-Ата, 1986. – С. 21 – 25.
- 30.Ломакина И. С. Методика измерения ценностей личности // Методы социально-психологических исследований. – М.: ТЦ СФЕРА, 2003. – 144 с.
- 31.Ляпон М. В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование // Язык и языковая личность. – М.: Высшая школа, 1989. – С. 24 – 33.
- 32.Маркелова Т. В. Семантика и прагматика средств выражения оценки в русском языке // Филологические науки. – 1995. – №3. – С. 67 – 79.
- 33.Наер В. Л. Дискурс и речь: речевое произведение / В. Л. Наер // Сб. научных трудов МГЛУ. – М., 2006. – С. 7 – 15.
- 34.Олікова М. О., Шкаровецька А. Д. Імплікація та невербальні компоненти комунікації як засоби передачі й декодування інформації // Розділ V.

- Комуникативна лінгвістика. – Луцьк: Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки, 2010. – № 7. – С. 345 – 349.
35. Островська О. М. Дієслівні засоби експлікації та імплікації категорії оцінки у художньому дискурсі / О. М. Островська // Сучасні дослідження з іноземної філології. – 2015. – Вип. 13. – С. 144 – 150.
36. Певнева И. В. Коммуникативные стратегии и тактики в конфликтных ситуациях общения обиходно-бытового и профессионального педагогического дискурсов русской и американской лингвокультур: автореф. дисс. на соискание ученой степ. канд. филол. наук: спец. (10. 02. 19) / И. В. Певнева. – Кемерово, 2008. – 19 с.
37. Плеханова Т. Ф. Художественный текст как диалог и дискурс / Т. Ф. Плеханова // Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология. – 2006. – № 5 (25). – С. 74 – 84.
38. Плисак Д. В. Художня комунікація VS дискурс: до проблеми співвіднесення понять / Д. В. Плисак // Мова: Науково-теоретичний часопис з мовознавства. – Одеса: «АСТРОПРИНТ», 2012. – № 18. – С. 208 – 211.
39. Погорелова С. Д., Яковлева А. С. Аргументация как способ выражения основания оценки в структуре публичной политической речи // Молодой ученый. – 2012. – №6. – С. 266 – 269.
40. Попова И. В. Технология обучения диалогу-обсуждению в неязыковом вузе (на материале английского языка): дисс. на соискание ученой степ. канд. пед. наук: спец. (13. 00. 02) «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» / И. В. Попова. – СПб., 2001. – 195 с.
41. Приходько А. И. Когнитивно-дискурсивный потенциал оценки и способы ее выражения в современном английском языке: автореф. на соискание уч. степени док. филолог. наук: (10. 02. 04) «Германские языки» / Анна Ильинична Приходько. – Белгород, 2004. – 43 с.

42. Сагалова Е. С. Функционально-семантическое поле побудительности в древнеанглийском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2009. — 26 с.
43. Седов К. Ф. Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции / К. Ф. Седов. — М.: Лабиринт, 2004. — 320 с.
44. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. — Полтава: Довкілля, 2010. — 844 с.
45. Семенюк І. С. Типологія комунікативних ситуацій / І. С. Семенюк // Наукові записки Житомирського державного університету імені Івана Франка. — Серія: Філологія. — 2008. — № 10. — С. 190 — 194.
46. Сергеева Л. А. Категория оценки и аспекты ее описания // Исследования по семантике: Семантические категории в русском языке / Сб. науч. статей. — Уфа: Изд-е Башкирского ун-та, 1996. — С. 63 — 76.
47. Серебрякова Р. В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах // Язык, коммуникация и социальная среда. — 2001. — Вып. 1. — С. 1-5.
48. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт?: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17. — С. 17 — 33.
49. Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. 2-е издание / Ю. С. Степанов. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. — 312 с.
50. Сурова Е. А. К вопросу о критериях типологизации высказываний в комплиментном дискурсе. [Электронный ресурс]. // URL: [www.tverlingua.by.ru](http://www.tverlingua.by.ru). — 8 с. (Дата звернення: 23. 01. 2017).
51. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М.: Наука, 1986. — 384 с.
52. Токарева Е. Н. Специфика выражения оценки в гендерном дискурсе: На материале современного английского языка: Дис. ... канд. филол. наук: (10.02.04) / Елена Николаевна Токарева. — Уфа: РГБ, 2006. — 204 с.

- 53.Третьякова В. С. Конфликт глазами лингвиста / В. С. Третьякова // Юрислингвистика: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, 2000. – С. 127 – 140.
- 54.Третьякова В. С. Конфликт как феномен языка и речи / В. С. Третьякова // Известия Уральского Государственного университета. Проблемы образования, науки и культуры. Вып. 14. Лаборатория ученого. – 2003. – № 27. – С. 8 – 16.
- 55.Туфанова Ю. В. Коммуникативная ситуація извинения: Дис. ... канд. филол. наук: (10.02.19) / Юлия Валерьевна Туфанова. – Иркутск: ИГЛУ, 2010. – 185 с.
- 56.Уфимцева А. А. Лексическое значение: принцип семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – М.: Наука, 1982. – 239 с.
- 57.Фомина Ю. А. Аспекты изучения языковой оценки / Ю. А. Фомина // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Выпуск 16. – 2007. – №20 (93). – С. 149 – 156.
- 58.Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – М.: ИКАР, 1988. – 230 с.
- 59.Цимбал Н. О. Оцінні тактики діалогічного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) / Н. О. Цимбал // X Всеукр. студ. наук. конф., 24 – 26 квіт. 2008 р. Серія філологічні науки. – Черкаси : Видавництво ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2008. – С. 136 – 138.
- 60.Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речевого воздействия / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта-Наука, 2006. – 136 с.
- 61.Шатілова О. С. Проблема декодування імпліцитних спонукальних мовленнєвих актів у публіцистичному дискурсі / Шатілова О. С. // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». – 2015. – № 11. Вип. 21 (2). – С. 149 – 155.
- 62.Шелестюк Е. В. Психолінгвістическіе факторы консенсусного речевого взаємодія / Шелестюк Е. В. // Вестник Челябинского

государственного университета. Филология. Искусствоведение. – № 26 (355). – 2014. – С. 133 – 143.

63. Cambridge Advanced Dictionary & Thesaurus. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/>
64. Longman Grammar of Spoken and Written English. – Pearson Education Limited, 1999. – 1202 p.
65. Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary. – Oxford: OUP, 1995. – 1081 p.
66. Fraser B. Hedged performatives / B. Fraser // Syntax and Semantics. – Vol. 3. Speech Acts. – New York etc.: Academic Press, 1975. – P. 187 – 210.
67. The advanced learner's dictionary of Current English / [A. S. Hornby, E. V. Gatenby, H. Wakefield]. – Ставрополь: СПИИП «Сенгилей», 1992. – Т. 1. – 540 с.
68. Tsui Amy B. M. English Conversation. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – 298 p.
69. Twentier G. The Positive Power of Praising People. – Chicago: Contemporary Books, Chicago, 1998. – 202 p.

#### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

70. Auel J. M. The Mammoth Hunters / J. M. Auel. – Bantam Books, 1986. – 724 p.
71. Brown N. F. Cruel Coast / N. F. Brown. – Sussex England: The Book Guild Ltd, 1987. – 135 p.
72. Grisham Jh. The Firm. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.manybooks4u.net/Thriller/e5545.html>
73. Fielding H. Bridget Jones: The Edge of Reason / H. Fielding. – London: Picador, 2000. – 422 p.
74. Kinsella S. The Secret Dreamworld of a Shopaholic / S. Kinsella. – Express Publishing, 2010. – 228 p.

75. Rowling J. K. Harry Potter and the Goblet of Fire. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pnovels.com/241096-harry-potter-and-the-goblet-of-fire.html>
76. Rowling J. K. Harry Potter and the Philosopher's Stone / J. K. Rowling. – London, 1997. – 223 p.
77. Spark M. Memento mori / M. Spark. – London : Virago. – 2010. – 226 p.
78. Trollope J. The Rector's Wife / J. Trollope. — London: Black Swan, 1992. — 285 p.
79. Williams P. How to be married / P. Williams. – London: Headline Review, 2010. – 376 p.

## SUMMARY

The research work “The gender picture of the world in English linguoculture” deals with the question of strategies and tactics of gender communication in the modern English linguoculture. This problem is topical as the gender aspects of investigation in the framework of anthropocentric paradigm, which occupy a central position in modern linguistics, still remain insufficiently highlighted.

The purpose of the work is to research and analyze strategies and tactics of gender communication in contemporary English artistic dialogical discourse.

In accordance with the purpose of thesis, there is a list of the thesis objectives:

- to characterize the gender aspect of linguoculturology;
- to identify nominative means of verbalization of the gender picture of the world;
- to investigate types of gender communicative situations;
- to carry out an analysis of male and female dialogical speech in selected works.

The object of research is the means of expressing the gender picture of the world in English.

The subject of the work is the peculiarities of gender communicative situations in contemporary English artistic dialogical discourse.

In the course of the theoretical study of gender world representation of English, methods of generalization and linguistic and pragmatical analysis of literature was used. Descriptive and comparative methods were used to analyze types of gender communicative situations. Working with texts and selection of examples, as well as their analysis, were carried out by means of such methods of research as analysis of the meaning of the word in the definitive variant, contextual analysis and selection and processing of lexical material.

The material of the study was the texts of artistic works of English and American authors of the XX-XXI centuries, such as: J. M. Auel «The Mammoth Hunters», Jh. Grisham «The Firm», H. Fielding «Bridget Jones: The Edge of

Reason», S. Kinsella «The Secret Dreamworld of a Shopaholic», J. K. Rowling «Harry Potter and the Philosopher's Stone», M. Spark «Memento mori».

The work consists of an introduction, three chapters, conclusions to sections, general conclusions and a list of literature, methodical appendix.

The first section is devoted to the gender aspect in English linguoculture, nominative means of verbalization of the gender picture of the world. It was found that within the artistic discourse context, the main source of disclosure of gender presentation is the artistic dialogue. The gender marked vocabulary represents an exceptional fragment of cultural significance, which presents the entire language picture of the nation, its traditions, and the attitude of society to all segments of the population. One of the main language levels possessing the ability to represent gender relations with the help of various specific means is the lexical-semantic level, represented by the three main lexical groups: nouns, adjectives and verbs.

Thus, it was found out that the gender factor is one of the main characteristics of the individual and defines human behavior in society and how it is perceived by other people.

The second section deals with types of gender communicative situations in the English artistic prose of the XX-XXI centuries and the strategies and tactics implemented in them. In modern linguistic studies the communicative situation is seen as a hierarchically complex component of discourse, which consists of several levels. The proposed classification of communicative strategies and tactics in this work is carried out in accordance with the general communicative purpose of the speaker and the type of his speech interaction with the addressee, or the communicative situation – harmonious, conflict or consensus.

So, below is an example of a harmonious communicative situation from the historical novel by Gene Awell "The Mammoth Hunters", which is the third part of the series "Children of the Earth":

*« – We had a lot of people to work at it, Ayla. Nearly everyone thought it was a good idea and wanted to help... to make you welcome.»*

*The young woman felt a sudden rush of emotion and closed her eyes to control tears of gratitude that threatened.*

« – *I'm glad you will be one of us, I think you were meant to be.*»

"I'm glad you will be one of us", where part of "you will be one of us" emphasizes the acceptance of Ayla by the tribe and the leader as part of their tribe.

One of the typical tactics in a harmonious communication situation is a compliment. Its implementation in the framework of the presentation strategy can be seen in the following passage from the work of J.K. Rowling "Harry Potter and the Philosopher's Stone":

« (...) *I have never seen any reason to be frightened of saying Voldemort's name.*»

« – *I know you haven't*», said Professor McGonagall, *sounding half exasperated, half admiring. «But you're different. Everyone knows you're the only one You-Know- oh, all right, Voldemort, was frightened of.*»

« – *You flatter me,*» said Dumbledore *calmly. «Voldemort had powers I will never have.»*

« – *Only because you're too ... well ... noble to use them.*»

« – *It's lucky it's dark. I haven't blushed so much since Madam Pomfrey told me she liked my new earmuffs.*»

In this dialogue, Professor McGonagall uses the compliment as a tactic to implement a sub-strategy to identify the speaker's solidarity with the addressee. She expresses her respect and admiration to Dumbledore, "said Professor McGonagall, sounding half exasperated, half admiring." To assess his interlocutor, the professor uses a separate adjective "you're different", which in this case is used in a positive sense and serves as a distinction between the addressee among others, as special, unique. The same function is performed by the phrase "the only one". Another single adjective used in the passage - "too noble" acts as an ethical assessment, because it means the moral side of the possession of great power and its use only for good.

Within the conflict situation of communication, only two types of communication strategies can be distinguished: self-positioning of the speaker as higher than the addressee and self-positioning of the speaker as a communicative

opponent. Accusations, insults, criticism, condemnation, and condemnation can be tactics for implementing these communicative strategies.

To analyze conflict situations, consider an excerpt from J. Rowling's novel "Harry Potter and the Philosopher's Stone", which demonstrates the open verbal destructive conflict that arose between male characters: « – *“Think my name’s funny, do you? No need to ask who you are. My father told me all the Weasleys have red hair, freckles, and more children than they can afford.”* He turned back to Harry. *“You’ll soon find out some wizarding families are much better than others, Potter. You don’t want to go making friends with the wrong sort. I can help you there.”* He held out his hand to shake Harry’s, but Harry didn’t take it. *“I think I can tell who the wrong sort are for myself, thanks,”* he said coolly.

In this case, we observe an open confrontation between the interlocutors, which is expressed in the strategy of verbal aggression. In Draco Malfoy's remarks, the negative assessment is expressed through the use of the phrase "more children than they can afford", which expresses contempt. Even neutral elements of the description of appearance, such as "red hair, freckles", acquire a negative connotation here. An important role is played by intonation, the general stylistic color of the utterance. In this case, the speaker uses sarcasm to ridicule his opponents. The phrase "the wrong sort" is used by the speaker in order to stigmatize one of the interlocutors and, conversely, to incline the other to his side, to reach a consensus with him by discrediting a third party.

It is important to note that consensus is one of the tactics of constructive behavior in conflict. Thus, it can not only generate conflicts, but also arise from conflicts as a way to resolve them. We can trace a similar situation on the example of another passage from the work "Harry Potter and the Philosopher's Stone", which shows us the process of reaching consensus as a way out of the conflict, thus describing the consensus communication strategy:

« – Thirty-six,» he said, looking up at his mother and father. «That's two less than last year.»

« – Darling, you haven't counted Auntie Marge's present, see, it's here under this big one from Mommy and Daddy.»

« – All right, thirty-seven then,» said Dudley, going red in the face.

Aunt Petunia obviously scented danger, too, because she said quickly,

« – And we'll buy you another two presents while we're out today. How's that, popkin? Two more presents. Is that all right?»

Dudley thought for a moment. It looked like hard work. Finally he said slowly, «So I'll have thirty ... thirty...»

« – Thirty-nine, sweetums,» said Aunt Petunia.

« – Oh.» Dudley sat down heavily and grabbed the nearest parcel. «All right then.» Uncle Vernon chuckled. «Little tyke wants his money's worth, just like his father. 'Atta boy, Dudley!» He ruffled Dudley's hair.

This communicative situation is, in essence, a timely cessation of conflict, which has almost matured between members of the Dursley family. Aunt Petunia chooses a way to reach a consensus with her son, and uses, among other things, evaluative nominative means. Especially the speech of the aunt is full of evaluative nouns that express the qualities of personality. There are three such words in Petunia's replicas, they are "darling", "popkin", "sweetums".

Concerning communicative tactics, responding to a positive evaluation of the addressee distinguish two of the following tactics:

- 1) acceptance of a positive assessment;
- 2) deviation of the positive assessment.

Also, there are tactics of generating a valued negative value and tactics of responding to an estimated negative value. By the tactics of producing an indirect negative assessment, consider the following six:

- 1) the evasion of the addressee from the provision of information to the addressee, which contains a negative assessment of it - is a deliberate silence of all information or part thereof;
- 2) softening the addressee of his negative assessment by using "veiled speech";

- 3) the absence of a negative assessment of the addressee, which ensures a reduction in the degree of its categorical nature - this may in particular be a hint of certain negative qualities of the addressee by mentioning another person with the same flaw;
- 4) mitigating by the addressee the degree of categoricalness of his assessment (mitigation) as a means of adhering to him the principle of politeness, by which the minimization of categorical evaluation is mandatory;
- 5) change of the addressee of the topic of the conversation, which indirectly expresses his negative attitude to the addressee: in this case, there is no direct expression of the negative assessment, but a sharp change in the direction of the conversation by the addressee clearly indicates it;
- 6) the power of the addressee as a sign of his disapproval or condemnation of individual traits or actions of the addressee.

The tactics of responding to an indirect negative assessment include active-protective, passive-protective, attacking and neutral varieties. Active-protective communicative tactics are represented by such two kinds - it is an objection to the recipient of the actions or qualities attributed to him, which has the form of denial-reaction or denial-explanation and substitution ("buffering") by the addressee of the assessment as a neutralization of the value expressed by the addressee.

Passive-protective communicative tactics are also represented by two varieties - justification (when the addressee, partially or completely agreeing with the negative assessment of the addressee, tries to justify and explain to him the reason for his actions, which caused the disapproval of the addressee) and ignoring the addressee's assessment of the addressee, expressed or in his responding to the literal meaning of the statement addressed to him, or translating the conversation in another direction - changing the topic of conversation.

Attacking communication tactics of responding the addressee to the negative assessment of the addressee are also represented by two varieties:

- 1) counterclaim of the addressee: capable of having different content content, it is built on the following typical models: "And you ..." / "You yourself" + indication of a disadvantage;

2) the image / neglect of the addressee in relation to the addressee.

By the neutral tactics of addressing the addressee to the negative assessment of the addressee include consent-response and agreement-explanation.

Analysis of different types of speech situations examples and the implementation of strategies and tactics within these situations allowed to draw the following conclusions. Strategies of men in the framework of harmonious and consensual situations of communication are mostly restrained. The lexicon is neutral and presents common evaluation. In a conflict situation, men tend to open up confrontation, use verbal aggression, defense responses are also active. At the same time, the vocabulary of men in conflict is more emotional and stylistically colored.

Women in all situations of communication show a greater range of emotions, their vocabulary is less neutral, more distinct words are used. Women are not inclined to develop conflict, they are characterized by a consensus rather than a conflict situation of communication, but consensus is achieved mainly by manipulative strategies and tactics.

The third section is devoted to the study of means of persuasiveness and various communication situations as well as the definition and analysis of male and female dialogical speech. In the framework of this section, the gender communicative situation was considered in the aspect of its implementation of various functions of influence on the addressee. The gender presentation in contemporary English artistic discourse was considered as an argument, prompt, compliment and praise. It was found that gender meaning may be subjective, that means that it does not have weighty evidence and arguments, but only expresses the speaker's personal opinion, or objective, when the argument is present.

Analysis of male dialogical speech examples in modern English fiction has shown that it is typical for men to argue their assessments. In this case, the evaluation itself can act as an argument, often combining functions as an argument and inducement. Incitement serves as the goal of an argumentative strategy, so these two forms of human communication usually interact and are implemented simultaneously or sequentially one after another.

This was confirmed by the analysis of examples from fiction, besides, it was determined that evaluation as an inducement always has an implicit nature, since it excludes the presence of directives and guidance, which makes it necessary to use valuation tools to influence the mental sphere of the recipient. Men whose speeches have been analyzed in detail are often inclined to use an indirect cooperative incentive strategy if they seek to succeed and assure the addressee of the necessity to carry out what he is urging. Compliment and praise are two linguistic acts that are often combined or even considered as one unit, but nonetheless, they have certain differences. Thus, a compliment is defined as an obvious or hidden expression of praise and / or admiration by someone, but not the speaker himself. Praise is defined as a demonstrative expression of the special approval of the partner regarding his behavior, exceptional successes (which, at least, go beyond the requirements of the norm), which is intended to cause his positive emotional reaction.

Analysis of the men and women speech on the basis of contemporary English artistic discourse has shown that both compliment and praise can be formal and etiquette forms of communication and maintaining contact between speakers. In addition, the compliment may be implicitly expressed. Praise can be directed both to the interlocutor and to the person who is absent at the moment of the conversation, and its object can act as external and internal characteristics of the person who is evaluated.

The theoretical significance of the work is that the scientific knowledge about the peculiarities of functioning and ways of expressing gender peculiarities in contemporary English artistic discourse is expanding and deepening. The practical significance of the results lies primarily in the systematization of significant empirical material, which makes it possible to further use it in gender studies. Materials and conclusions of the thesis can be used in the process of teaching courses in “Lexicology”, “Stylistics”, “Text Interpretation” and such special courses as “Linguistic genderology” and “Pragmalinguistics”.

The study opens up new perspectives on the study of gender communication situations both in synchrony at earlier stages and in the diachrony of the English

language. This experience can be used in the analysis of texts of various subjects, different genres, as well as different epochs. Studying the ways of verbalizing the gender of universal (timeless) and historically predetermined concepts of any culture in the reflection of a certain type of relationship of opposite articles should be based on the text material of the relevant periods and to study the development of the system of pragmatically marked components, in particular their semantic transformations, changing the gender perspective in the context. The results of the study can serve as a part of a more complete and thorough analysis of nominative means of gender presentation in the English discursive context as a system for development.

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

#### Методичний комплекс

Матеріали й висновки проведеного магістерського дослідження можуть бути використані у процесі викладання курсів з «Лексикології», «Стилістики», «Інтерпретації художнього тексту» та спецкурсів з «Лінгвістичної гендерології» і «Прагмалінгвістики». Для реалізації методичної складової дослідження доцільно розробити комплекс вправ для спецкурсів «Лінгвістичної гендерології» і «Прагмалінгвістики», призначений для студентів відділення іноземних мов. Поданий комплекс вправ передбачає наявність у студентів загальних та приватних знань в галузі мовознавства і прагмалінгвістики, отриманих у ході навчання за спеціальністю «лінгвіст, викладач».

Актуальність даного спецкурсу полягає у тому, що прагмалінгвістика та лінгвістична гендерологія на сьогоднішній день є одними із найбільш розроблюваних напрямків вітчизняного і зарубіжного мовознавства. Відсутність навчально-методичного матеріалу для студентів із цих курсів робить даний комплекс вправ своєчасним та необхідним для підготовки майбутніх фахівців у галузі лінгвістики і свідчить про практичну цінність здійсненого магістерського дослідження.

Даний комплекс вправ також спрямований на реалізацію наступних цілей:

*Практична* – навчати визначенню стратегій і тактик гендерної реалізації оцінки в сучасному англомовному художньому діалогічному дискурсі та мовних засобів їх репрезентації.

*Виховна* – виховувати у студентів взаємоповагу у ході роботи на занятті, толерантність, сприяти становленню особистості у області міжкультурної комунікації.

*Розвиваюча* – розвивати пам'ять, увагу, образне мислення, уяву студентів, формувати навички прагмалінгвістичного аналізу, сприяти удосконаленню

таких мовознавчих компетентностей як аналіз та узагальнення, аргументація, критична оцінка матеріалу.

*Освітня* – надати студентам можливість отримання досвіду оцінювання комунікативної ролі та намірів учасників мовного спілкування, формувати уявлення про гендерні маркери поведінки, мовні гендерні стереотипи, види комунікативних ситуацій.

Вправа 1: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Read the article and answer the questions given below.

*Although the linguistic tradition that takes into account gender factors dates back to the ancient world, when the understanding of the sexus and gender categories began, the first serious scientific linguistic work in the gender direction started not so long ago. The concept of “gender” as an independent category arose in linguistics only in the 80’s of the XX century, having entered this field from other social sciences such as history, sociology and psychology.*

*Quite often, the term “gender” is used as a synonym for the word “sex”, although most scholars distinguish them. In general, the concept of “gender” was introduced in scientific terms in order to bridge the notions of biological sex and social and cultural implications that include the concept of “male to female”: the distribution of roles, cultural traditions, the relation of power in connection with the person’s sex etc. So, if “sex” characterizes the genetic affiliation of an individual to one of two categories, then “gender” means a product of upbringing and the influence of culture, that is, a kind of “social sex of a person.*

*Gender features have an impact on all speech manifestations of personality, and expression of the evaluation category is not an exception, because it regulates the activity and human behavior. Estimating activity always reflects the interaction of a person with reality, in the process of which is implemented the evaluation of this*

*activity by the individual. Evaluation activity can be considered as a process and the result of reflection of the relations of dominance and human advantage, which is realized in the course of arbitrary and involuntary comparison of the object of evaluation and evaluation of the basis.*

*The result of the evaluation activity is the evaluation as a quantitative and qualitative expression of the evaluative attitude. According to the vocabulary of linguistic terms by O. Akhmanova, evaluation is the judgment of the speaker, his attitude – approval or disapproval, desire, encouragement, etc., one of the main parts of the stylistic connotation. The evaluative category belongs to the natural categories, because it determines how the picture of the human world is formed in the process of its cognitive activity. At the same time, the gender dimension of the linguistic personality can greatly influence the perception of his/her evaluative picture of the world, and as a result, it is influenced and verbalized in speech behavior. The gender aspect of the rating category involves considering ways to verbalize the roles, norms, values that society assigns to women and men in the language.*

*Differences in the female and male worldview largely affect communication, which can not be considered separately from the language, because the worldview and, accordingly, gender characteristics are expressed through it, as well as through other related sign systems. The main differences between men's and women's speech can be considered in accordance with the following scales of speech evaluation: expressiveness / emotionality / rationality, logic / concreteness / abstractness, solidarity / domination / non-categorical / categorical. The first characteristics belong to the stereotypes of women's speech, the second – of men's. However, such differences can not be considered obligatory characteristics of speech of all women or all men, they only reflect the main directions in the assessment of male and female speech. The social context, as well as the psychological and physiological features of the communicants, will play a significant role in the concrete realizations of male and female speech.*

Answer the following questions:

1. What is gender?

2. What is the difference between categories “gender” and “sex”?
3. Why gender linguistic studies are topical nowadays?
4. What is estimation and what role does it play in human life?
5. What scales are used in modern linguistics to evaluate men’s and women’s speech?
6. Do you personally think there is a great differences in men’s and women’s speech?

Вправа 2: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: А) Read the abstract given below:

*According to O. Selivanova, **stereotype** is a well-ordered and fixed structure of consciousness determined by culture or subculture and society, a fragment of the picture of the world that embodies the result of the knowledge of reality by a certain group and is a schematised standard feature, matrix of an object, event, phenomena etc. **Gender stereotypes** emphasize the place and role of both sexes in society, revealing their function and the important social tasks faced by them.*

В) Look at the picture and assume – what may be the characteristics of men’s and women’s speech according to gender stereotypes. Have you observed such examples in real life?



C) Read the article “Gender Speech Differences”: <https://schoolworkhelper.net/gender-speech-differences/> and say if your assumptions correspond with the results of linguistic investigations?

Вправа 3: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Classify nominative means of evaluation (nouns) given below into two groups. Use dictionaries if it is necessary. Write out definitions of these nouns (their evaluative meaning concerning a person) or give your own definition as it isn't provided by the dictionaries.

**N.B.!** There may be some indicators of positive/negative evaluation in dictionary definitions, represented by

- ✓ components as *too, too much, to an extreme degree, excessively, overly*, indicating some deviations;
- ✓ special marks such as *apprec, derog., with approval / disapproval, etc.*

*angel, black sheep, child, beauty, believer, degenerate, dog, sheep, charmer, goody goody, animal, bastard, cheater, saint, cow, creep, crook, adventurer, baby, blabbermouth, bore, braggart, brat, brute, careerist, cheapskate, child, city-slicker, coward, cry-baby*

POSITIVE

NEGATIVE

Вправа 4: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: груповий.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: А) Read the definitions of gender communicative situations given below:

*According to the general communicative purpose of the speaker it is possible to distinguish the following types of gender communicative situations: **harmonious, conflict** or **consensus**.*

*The **harmonious**, non-conflict interaction of speakers is considered to be the main in the theory of linguistic communication and linguistic behavior. Co-operative behavior of partners in this kind of communicative situation is characterized by the fact that their intentions, thoughts, assessments do not contradict each other, but are in harmony.*

***Conflict** situation of communication takes place when the communication strategies of the speaker and the addressee diverge in the interpersonal speech interaction. Typical manifestations of the confrontational situation of communication are various violations of communicative conventions and inconsistency of communicative behavior of interlocutors.*

***Consensus** communication is an effective interaction of the interlocutors, which leads to the alignment (harmonization) of their conceptual structures, to a similar image of the world, similar personal meanings.*

В) Work in groups. Define the type of communicative situation in the following abstracts from literary works. What language markers in the text showed you the answer?

- 1) « – We had a lot of people to work at it, Ayla. Nearly everyone thought it was a good idea and wanted to help... to make you welcome.»

*The young woman felt a sudden rush of emotion and closed her eyes to control tears of gratitude that threatened.*

*« – I'm glad you will be one of us, I think you were meant to be.»*

2) *«– I want to know what Mr. Gatsby has to tell me.»*

*« – Your wife doesn't love you,» said Gatsby. «She's never loved you. She loves me.»*

*« – You must be crazy!» exclaimed Tom automatically.*

*Gatsby sprang to his feet, vivid with excitement.*

*« – She never loved you, do you hear?» he cried. «She only married you because I was poor and she was tired of waiting for me. It was a terrible mistake, but in her heart she never loved any one except me!»*

3) *« – Thirty-six,» he said, looking up at his mother and father. «That's two less than last year.»*

*« – Darling, you haven't counted Auntie Marge's present, see, it's here under this big one from Mommy and Daddy.»*

*« – All right, thirty-seven then,» said Dudley, going red in the face. Aunt Petunia obviously scented danger, too, because she said quickly,*

*« – And we'll buy you another two presents while we're out today. How's that, popkin? Two more presents. Is that all right?» Dudley thought for a moment. It looked like hard work. Finally he said slowly, «So I'll have thirty ... thirty...»*

*« – Thirty-nine, sweetums,» said Aunt Petunia.*

*« – Oh.» Dudley sat down heavily and grabbed the nearest parcel. «All right then.» Uncle Vernon chuckled. «Little tyke wants his money's worth, just like his father. «Atta boy, Dudley!» He ruffled Dudley's hair»*

Вправа 5: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: Work in pairs. Analyse the following two examples on the points:

➤ language markers of evaluation;

- language markers of gender;
- type of communicative situation.

1) « – *Well, we've, uh, we've had a slight problem. There's been a small leak. You need –* »

« – *Leak, Tarrance? Did you say leak? There's no such thing as a small leak. ... I am hanging up.*»

*There was a long pause. «A small leak, Tarrance. Sounds like, the dam burst. Tell me about the leak and quick.»*

« – *We are in shock, Mitch. God this hurts, Mitch. I want you to know how much it hurts. Voyles is devastated.*»

« – *Oh, I'm touched. I'm truly concerned over your shock and pain, Tarrance.*»

2) « – *That huge place there?*» – *she cried pointing.*

« – *Do you like it?*»

« – *I love it, but I don't see how you live there all alone.*»

« – *I keep it always full of interesting people, night and day. People who do interesting things. Celebrated people.*»

Вправа 6: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: А) Study the following information about the evaluative strategies and tactics in different communicative situations. Make a mind map on this information.

*In terms of the **harmonious** communicative situation there are two types of communicative tactics – the tactics of producing the evaluation that the addressee uses as the subject of evaluation, as well as the tactics of responding to the evaluation that is used by the addressee that serves the object of evaluation. Thus, the*

tactics of producing an indirect positive assessment include the following six: comparison; contrasting; deductive compliment; veiled positive evaluation; generalized positive evaluation; consolation.

Concerning communicative tactics, responding to a positive evaluation of the addressee there may be distinguished two of the following tactics:

- 1) acceptance of a positive assessment;
- 2) rejection of the positive assessment.

In terms of **conflict** communicative situation there mostly is represented negative evaluation. Within the context of a conflict situation, communication can only distinguish between two types of communicative strategies: the self-positioning of the speaker on the higher level than addressee and the self-positioning of the speaker as a communicative opponent. The tactics for implementing these communicative strategies can be accusations, insults, criticisms, convictions and convictions.

The tactics of responding to a negative assessment include active-protective, passive-protective, attacking and neutral varieties. Active-protective communicative tactics are represented by such two kinds – it is an objection by the recipient the actions or qualities attributed to him, which has the form of denial-reaction or denial-explanation and substitution (“buffering”) by the addressee of the assessment as a neutralization of the value expressed by the addressee.

Passive-protective communicative tactics are also represented by two varieties – justification (when the addressee, partially or completely agreeing with the negative assessment of the addressee, tries to justify and explain to him the reason for his actions, which caused the disapproval of the addressee) and ignoring the evaluation. Attacking communication tactics of responding to the negative assessment are also represented by two varieties:

1) counterclaim of the addressee: capable of having different content, it is built on the following typical models: “And you ...” / “You yourself” + indication of a disadvantage;

- 2) insult / neglect.

*The neutral tactics responding to a negative assessment include consent-response and agreement-explanation.*

B) Find out strategies and tactics of evaluation in the examples given in previous tasks. Discuss it with your partner – does he/she have the same ideas?

Вправа 7: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: А) Make up a dialogue with your partner on the topic “How gender influences the language”. Play it out in front of the class.

B) Analyse dialogues of your groupmates – what is the communicative situation of their dialogue (harmonious, conflict, consensus)? Do they use evaluative nominative means? Write them down and name. Do their speech contain some gender markers? What are they?

Вправа 8: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Find 3 abstracts from the literary works which should be examples of harmonious, conflict and consensus communicative situations. Analyse its gender and evaluative components. Find out what evaluative strategies and tactics communicants use in these abstracts.

## SUMMARY

The research work “The gender picture of the world in English linguoculture” deals with the question of strategies and tactics of gender communication in the modern English linguoculture. This problem is topical as the gender aspects of investigation in the framework of anthropocentric paradigm, which occupy a central position in modern linguistics, still remain insufficiently highlighted.

The purpose of the work is to research and analyze strategies and tactics of gender communication in contemporary English artistic dialogical discourse.

In accordance with the purpose of thesis, there is a list of the thesis objectives:

- to characterize the gender aspect of linguocultorology;
- to identify nominative means of verbalization of the gender picture of the world;
- to investigate types of gender communicative situations;
- to carry out an analysis of male and female dialogical speech in selected works.

The object of research is the means of expressing the gender picture of the world in English.

The subject of the work is the peculiarities of gender communicative situations in contemporary English artistic dialogical discourse.

In the course of the theoretical study of gender world representation of English, methods of generalization and linguistic and pragmatical analysis of literature was used. Descriptive and comparative methods were used to analyze types of gender communicative situations. Working with texts and selection of examples, as well as their analysis, were carried out by means of such methods of research as analysis of the meaning of the word in the definitive variant, contextual analysis and selection and processing of lexical material.

The material of the study was the texts of artistic works of English and American authors of the XX-XXI centuries, such as: J. M. Auel «The Mammoth Hunters», Jh. Grisham «The Firm», H. Fielding «Bridget Jones: The Edge of

Reason», S. Kinsella «The Secret Dreamworld of a Shopaholic», J. K. Rowling «Harry Potter and the Philosopher's Stone», M. Spark «Memento mori».

The work consists of an introduction, three chapters, conclusions to sections, general conclusions and a list of literature, methodical appendix.

The first section is devoted to the gender aspect in English linguoculture, nominative means of verbalization of the gender picture of the world. It was found that within the artistic discourse context, the main source of disclosure of gender presentation is the artistic dialogue. The gender marked vocabulary represents an exceptional fragment of cultural significance, which presents the entire language picture of the nation, its traditions, and the attitude of society to all segments of the population. One of the main language levels possessing the ability to represent gender relations with the help of various specific means is the lexical-semantic level, represented by the three main lexical groups: nouns, adjectives and verbs.

Thus, it was found out that the gender factor is one of the main characteristics of the individual and defines human behavior in society and how it is perceived by other people.

The second section deals with types of gender communicative situations in the English artistic prose of the XX-XXI centuries and the strategies and tactics implemented in them. In modern linguistic studies the communicative situation is seen as a hierarchically complex component of discourse, which consists of several levels. The proposed classification of communicative strategies and tactics in this work is carried out in accordance with the general communicative purpose of the speaker and the type of his speech interaction with the addressee, or the communicative situation – harmonious, conflict or consensus.

So, below is an example of a harmonious communicative situation from the historical novel by Gene Awell "The Mammoth Hunters", which is the third part of the series "Children of the Earth":

*« – We had a lot of people to work at it, Ayla. Nearly everyone thought it was a good idea and wanted to help... to make you welcome.»*

*The young woman felt a sudden rush of emotion and closed her eyes to control tears of gratitude that threatened.*

« – *I'm glad you will be one of us, I think you were meant to be.*»

"I'm glad you will be one of us", where part of "you will be one of us" emphasizes the acceptance of Ayla by the tribe and the leader as part of their tribe.

One of the typical tactics in a harmonious communication situation is a compliment. Its implementation in the framework of the presentation strategy can be seen in the following passage from the work of J.K. Rowling "Harry Potter and the Philosopher's Stone":

« (...) *I have never seen any reason to be frightened of saying Voldemort's name.*»

« – *I know you haven't*», said Professor McGonagall, *sounding half exasperated, half admiring. «But you're different. Everyone knows you're the only one You-Know- oh, all right, Voldemort, was frightened of.*»

« – *You flatter me,*» said Dumbledore *calmly. «Voldemort had powers I will never have.»*

« – *Only because you're too ... well ... noble to use them.*»

« – *It's lucky it's dark. I haven't blushed so much since Madam Pomfrey told me she liked my new earmuffs.*»

In this dialogue, Professor McGonagall uses the compliment as a tactic to implement a sub-strategy to identify the speaker's solidarity with the addressee. She expresses her respect and admiration to Dumbledore, "said Professor McGonagall, sounding half exasperated, half admiring." To assess his interlocutor, the professor uses a separate adjective "you're different", which in this case is used in a positive sense and serves as a distinction between the addressee among others, as special, unique. The same function is performed by the phrase "the only one". Another single adjective used in the passage - "too noble" acts as an ethical assessment, because it means the moral side of the possession of great power and its use only for good.

Within the conflict situation of communication, only two types of communication strategies can be distinguished: self-positioning of the speaker as higher than the addressee and self-positioning of the speaker as a communicative

opponent. Accusations, insults, criticism, condemnation, and condemnation can be tactics for implementing these communicative strategies.

To analyze conflict situations, consider an excerpt from J. Rowling's novel "Harry Potter and the Philosopher's Stone", which demonstrates the open verbal destructive conflict that arose between male characters: « – *“Think my name’s funny, do you? No need to ask who you are. My father told me all the Weasleys have red hair, freckles, and more children than they can afford.”* He turned back to Harry. *“You’ll soon find out some wizarding families are much better than others, Potter. You don’t want to go making friends with the wrong sort. I can help you there.”* He held out his hand to shake Harry’s, but Harry didn’t take it. *“I think I can tell who the wrong sort are for myself, thanks,”* he said coolly.

In this case, we observe an open confrontation between the interlocutors, which is expressed in the strategy of verbal aggression. In Draco Malfoy's remarks, the negative assessment is expressed through the use of the phrase "more children than they can afford", which expresses contempt. Even neutral elements of the description of appearance, such as "red hair, freckles", acquire a negative connotation here. An important role is played by intonation, the general stylistic color of the utterance. In this case, the speaker uses sarcasm to ridicule his opponents. The phrase "the wrong sort" is used by the speaker in order to stigmatize one of the interlocutors and, conversely, to incline the other to his side, to reach a consensus with him by discrediting a third party.

It is important to note that consensus is one of the tactics of constructive behavior in conflict. Thus, it can not only generate conflicts, but also arise from conflicts as a way to resolve them. We can trace a similar situation on the example of another passage from the work "Harry Potter and the Philosopher's Stone", which shows us the process of reaching consensus as a way out of the conflict, thus describing the consensus communication strategy:

« – Thirty-six,» he said, looking up at his mother and father. «That's two less than last year.»

« – Darling, you haven't counted Auntie Marge's present, see, it's here under this big one from Mommy and Daddy.»

« – All right, thirty-seven then,» said Dudley, going red in the face.

Aunt Petunia obviously scented danger, too, because she said quickly,

« – And we'll buy you another two presents while we're out today. How's that, popkin? Two more presents. Is that all right?»

Dudley thought for a moment. It looked like hard work. Finally he said slowly, «So I'll have thirty ... thirty...»

« – Thirty-nine, sweetums,» said Aunt Petunia.

« – Oh.» Dudley sat down heavily and grabbed the nearest parcel. «All right then.» Uncle Vernon chuckled. «Little tyke wants his money's worth, just like his father. 'Atta boy, Dudley!» He ruffled Dudley's hair.

This communicative situation is, in essence, a timely cessation of conflict, which has almost matured between members of the Dursley family. Aunt Petunia chooses a way to reach a consensus with her son, and uses, among other things, evaluative nominative means. Especially the speech of the aunt is full of evaluative nouns that express the qualities of personality. There are three such words in Petunia's replicas, they are "darling", "popkin", "sweetums".

Concerning communicative tactics, responding to a positive evaluation of the addressee distinguish two of the following tactics:

- 1) acceptance of a positive assessment;
- 2) deviation of the positive assessment.

Also, there are tactics of generating a valued negative value and tactics of responding to an estimated negative value. By the tactics of producing an indirect negative assessment, consider the following six:

- 1) the evasion of the addressee from the provision of information to the addressee, which contains a negative assessment of it - is a deliberate silence of all information or part thereof;
- 2) softening the addressee of his negative assessment by using "veiled speech";

- 3) the absence of a negative assessment of the addressee, which ensures a reduction in the degree of its categorical nature - this may in particular be a hint of certain negative qualities of the addressee by mentioning another person with the same flaw;
- 4) mitigating by the addressee the degree of categoricalness of his assessment (mitigation) as a means of adhering to him the principle of politeness, by which the minimization of categorical evaluation is mandatory;
- 5) change of the addressee of the topic of the conversation, which indirectly expresses his negative attitude to the addressee: in this case, there is no direct expression of the negative assessment, but a sharp change in the direction of the conversation by the addressee clearly indicates it;
- 6) the power of the addressee as a sign of his disapproval or condemnation of individual traits or actions of the addressee.

The tactics of responding to an indirect negative assessment include active-protective, passive-protective, attacking and neutral varieties. Active-protective communicative tactics are represented by such two kinds - it is an objection to the recipient of the actions or qualities attributed to him, which has the form of denial-reaction or denial-explanation and substitution ("buffering") by the addressee of the assessment as a neutralization of the value expressed by the addressee.

Passive-protective communicative tactics are also represented by two varieties - justification (when the addressee, partially or completely agreeing with the negative assessment of the addressee, tries to justify and explain to him the reason for his actions, which caused the disapproval of the addressee) and ignoring the addressee's assessment of the addressee, expressed or in his responding to the literal meaning of the statement addressed to him, or translating the conversation in another direction - changing the topic of conversation.

Attacking communication tactics of responding the addressee to the negative assessment of the addressee are also represented by two varieties:

- 1) counterclaim of the addressee: capable of having different content content, it is built on the following typical models: "And you ..." / "You yourself" + indication of a disadvantage;

2) the image / neglect of the addressee in relation to the addressee.

By the neutral tactics of addressing the addressee to the negative assessment of the addressee include consent-response and agreement-explanation.

Analysis of different types of speech situations examples and the implementation of strategies and tactics within these situations allowed to draw the following conclusions. Strategies of men in the framework of harmonious and consensual situations of communication are mostly restrained. The lexicon is neutral and presents common evaluation. In a conflict situation, men tend to open up confrontation, use verbal aggression, defense responses are also active. At the same time, the vocabulary of men in conflict is more emotional and stylistically colored.

Women in all situations of communication show a greater range of emotions, their vocabulary is less neutral, more distinct words are used. Women are not inclined to develop conflict, they are characterized by a consensus rather than a conflict situation of communication, but consensus is achieved mainly by manipulative strategies and tactics.

The third section is devoted to the study of means of persuasiveness and various communication situations as well as the definition and analysis of male and female dialogical speech. In the framework of this section, the gender communicative situation was considered in the aspect of its implementation of various functions of influence on the addressee. The gender presentation in contemporary English artistic discourse was considered as an argument, prompt, compliment and praise. It was found that gender meaning may be subjective, that means that it does not have weighty evidence and arguments, but only expresses the speaker's personal opinion, or objective, when the argument is present.

Analysis of male dialogical speech examples in modern English fiction has shown that it is typical for men to argue their assessments. In this case, the evaluation itself can act as an argument, often combining functions as an argument and inducement. Incitement serves as the goal of an argumentative strategy, so these two forms of human communication usually interact and are implemented simultaneously or sequentially one after another.

This was confirmed by the analysis of examples from fiction, besides, it was determined that evaluation as an inducement always has an implicit nature, since it excludes the presence of directives and guidance, which makes it necessary to use valuation tools to influence the mental sphere of the recipient. Men whose speeches have been analyzed in detail are often inclined to use an indirect cooperative incentive strategy if they seek to succeed and assure the addressee of the necessity to carry out what he is urging. Compliment and praise are two linguistic acts that are often combined or even considered as one unit, but nonetheless, they have certain differences. Thus, a compliment is defined as an obvious or hidden expression of praise and / or admiration by someone, but not the speaker himself. Praise is defined as a demonstrative expression of the special approval of the partner regarding his behavior, exceptional successes (which, at least, go beyond the requirements of the norm), which is intended to cause his positive emotional reaction.

Analysis of the men and women speech on the basis of contemporary English artistic discourse has shown that both compliment and praise can be formal and etiquette forms of communication and maintaining contact between speakers. In addition, the compliment may be implicitly expressed. Praise can be directed both to the interlocutor and to the person who is absent at the moment of the conversation, and its object can act as external and internal characteristics of the person who is evaluated.

The theoretical significance of the work is that the scientific knowledge about the peculiarities of functioning and ways of expressing gender peculiarities in contemporary English artistic discourse is expanding and deepening. The practical significance of the results lies primarily in the systematization of significant empirical material, which makes it possible to further use it in gender studies. Materials and conclusions of the thesis can be used in the process of teaching courses in “Lexicology”, “Stylistics”, “Text Interpretation” and such special courses as “Linguistic genderology” and “Pragmalinguistics”.

The study opens up new perspectives on the study of gender communication situations both in synchrony at earlier stages and in the diachrony of the English

language. This experience can be used in the analysis of texts of various subjects, different genres, as well as different epochs. Studying the ways of verbalizing the gender of universal (timeless) and historically predetermined concepts of any culture in the reflection of a certain type of relationship of opposite articles should be based on the text material of the relevant periods and to study the development of the system of pragmatically marked components, in particular their semantic transformations, changing the gender perspective in the context. The results of the study can serve as a part of a more complete and thorough analysis of nominative means of gender presentation in the English discursive context as a system for development.