


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

ГУЛІЄВА ДІНА ОЛЕКСАНДРІВНА



УДК 811.111.42

**РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ
ПОЗИТИВНОЇ/НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ
В АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКІЙ НЕОФІЦІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук**

Харків – 2018

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі перекладознавства імені Миколи Лукаша Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник

доктор філологічних наук, професор
МАРТИНЮК АЛЛА ПЕТРІВНА,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна,
професор кафедри перекладознавства
імені Миколи Лукаша

Офіційні опоненти:

доктор філологічних наук, професор
СЄРЯКОВА ПРИНА ІВАНІВНА
Київський національний лінгвістичний
університет, проректор з навчально-виховної
роботи та міжнародних зв'язків,
професор кафедри германської і фіно-угорської
філології імені проф. Г. Г. Почепцова

кандидат філологічних наук, доцент
ВЕЛІВЧЕНКО ВАЛЕНТИНА ФЕДОРІВНА
Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького,
доцент кафедри англійської філології та
методики навчання англійської мови

Захист дисертації відбудеться “28” грудня 2018 р. о 14-30 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.27 у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна (61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, ауд. 7-75).

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розіслано “ 26 ” листопада 2018 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



І. І. Морозова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Робота присвячена когнітивно-комунікативному аналізу стратегій позитивної/негативної оцінки, реалізованих вербальними і невербальними засобами в англо-американській неофіційній комунікації, змодельованій в американських ігрових фільмах і телесеріалах.

Оцінка як базисна ментальна операція, що уможлиблює орієнтацію людини в оточуючому середовищі та втілюється у вербальних і невербальних знаках, стаючи доступною іншій людині, ніколи не покидала фокусу уваги лінгвістів. На сьогодні з'ясовано структуру лінгвістичної оцінки як типу мовного значення (Н. Д. Арутюнова, О. Л. Бессонова, З. Вендлер, Т. Б. Заграєвська, К. С. Іллюшина) та компоненту змісту речення-висловлення (Н. О. Бігунова, О. М. Вольф, С. Г. Воркачев, С. Ю. Ільїна, Дж. Мартін, Г. І. Приходько, П. Уайт, Р. М. Якушина). Здійснено класифікацію конкретно-оцінних значень одиниць мови (Н. Д. Арутюнова, О. М. Вольф) з урахуванням їх лінгвокультурної специфіки (Т. В. Писанова). Встановлено зв'язок лінгвістичної оцінки з емоцією (О. М. Вольф, О. П. Воробйова, Р. Дірвен, Д. О. Леонт'єв, В. М. Телія, В. І. Шаховський). Вивчається втілення емоції й оцінки в невербальних комунікативних діях суб'єктів комунікації (Р. А. Андерсен, П. Екман, Г. Ю. Крейдлін, А. Кендон, Д. МакНіл, І. І. Серякова, Л. В. Солощук).

Дотепер окремі типи позитивно/негативно-оцінних висловлень здебільшого витлумачувались в межах прагматики. Схвалення і несхвалення вивчалися як синкретичні мовленнєві акти (Т. В. Кабанкова).

Серед позитивно-оцінних висловлень комплімент досліджувався як вияв мовленнєвого етикету, що має соціокультурну специфіку (О. А. Агаркова, О. С. Вострікова, В. Я. Міщенко, Е. Олштейн, Т. О. Торговкіна, Н. І. Формановська, А. Яворські). Комплімент, похвала та лестощі вивчалися як мовленнєві жанри (Л. Е. Безменова, І. В. Бессонова, А. Вежбицька, С. В. Волинкіна) або як експресивні мовленнєві акти (Н. А. Трофімова, Л. І. Клочко, К. С. Петеліна, Р. В. Серебрякова), регулятивні мовленнєві акти (О. А. Романов, Е. В. Мурашкіна) та компоненти структури мовної особистості (В. В. Леонт'єв). Похвала, комплімент, лестощі та схвалення аналізувалися як специфічні стилістично-синтаксичні конструкції (О. В. Ярошевич) або як меліоративні стратегії й тактики мовленнєвої поведінки (Н. М. Горяїнова, О. С. Іссерс, Н. І. Паламар, Н. В. Коробкова). У поодиноких дослідженнях позитивно-оцінні висловлення розглядалися як в термінах синкретичних мовленнєвих актів, так і в термінах мовленнєвих стратегій і тактик (Н. О. Бігунова), які корелюють зі стратегіями ввічливості (за П. Браун та С. Левінсоном).

Щодо негативно-оцінних висловлень, вивчався прагматичний потенціал загальної негативної оцінки (Т. К. Соловйова, Ю. С. Старостіна). Найактивніше досліджувався осуд, що тлумачився як мовленнєвий акт (Л. О. Гусліста), мовленнєвий жанр (Т. В. Дубровська, О. В. Дерпак), структурно-семантичний й комунікативно-прагматичний тип висловлення (О. П. Черняк, В. Ф. Велівченко). Критика досліджувалася як інституційний концепт (О. О. Євтушенко), як

стратегія ідіостилю (Т. В. Черніцина) і як стратегія інституційної комунікації, яка реалізується, зокрема, у науковій статті (О. Л. Балацька).

Однак розмежування типів негативно-оцінних висловлень дотепер є невирішеною проблемою. Потребує уваги розрізнення висловлень, що втілюють комунікативний намір оцінювання об'єкта (схвалення, осуд, критика, знецінення), та висловлень, що реалізують інші комунікативні наміри, як наприклад, звинувачення, докір, образа. З іншого боку, існує необхідність розмежування власне негативно оцінки об'єкта (несхвалення, осуд, критика, знецінення) та емоційно-оцінних почуттів-ставлень до об'єкта, що супроводжують актуалізацію негативно оцінки (невдоволення, презирство, зневага, обурення тощо). Вимагає з'ясування роль невербальних засобів комунікації в актуалізації оцінки та емоційно-оцінного почуття-ставлення.

Новітній методологічний підхід до когніції / комунікації як інтерсуб'єктивного феномена (Ш. Галлахер, Д. Захаві, Е. ДіПаоло, Дж. Златев, Е. Томпсон, К. Тревартен, К. Гарді) відкриває можливість тлумачення висловлень позитивної / негативно оцінки як вербальних комунікативних дій, які втілюють комунікативні наміри суб'єктів комунікації у тісній взаємодії з невербальними діями, та інтерпретуються адресатами на основі узгодження перцептивного та когнітивного досвіду з досвідом афективним (афектами, емоціями, почуттями) і волевиявним (інтересами, потребами і бажаннями).

Цим вимогам відповідає розгляд комунікативних стратегій позитивної / негативно оцінки в контексті інтерсуб'єктивного акту, тобто акту взаємодії комунікантів на перцептивному, афективному, когнітивному та волевиявному рівнях, яка визначає комунікативні смисли їх ініціальних та респонсивних дій (А. П. Мартинюк)

Гіпотеза дослідження полягає у припущенні, що оцінні комунікативні смисли втілюються вербальними і невербальними комунікативними діями суб'єктів оцінки й інференційно конструюються адресатами в інтерсуб'єктивному акті оцінки на основі структур їх перцептивного, когнітивного, афективного та волевиявного досвіду, та можуть бути виявленими на основі інференційного аналізу цих комунікативних дій.

Актуальність роботи визначається значущістю об'єкта аналізу (оцінка разом з емоцією належать до мотиваційного підґрунтя життєдіяльності людини), а також когнітивно-комунікативною методологією аналізу, конкретизованою в її інтерсуб'єктивному вимірі, що уможлиблює вирішення пріоритетних завдань сучасного мовознавства, орієнтованого на вивчення мови / мовлення як комунікативної взаємодії людини з навколишнім середовищем, і дозволяє взяти до уваги перцептивні, когнітивні, афективні й волевиявні чинники, що забезпечують цю взаємодію.

Зв'язок з науковими темами. Проблематика дисертації відповідає профілю досліджень, які проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна у межах наукових тем «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер державної реєстрації 0114U004320) та «Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та їх навчання в українських вишах» (номер державної реєстрації 0118U002092).

Метою дослідження є виявлення та опис конститутивних рис комунікативних стратегій позитивної та негативної оцінки, актуалізованих в англо-американській неофіційній комунікації, змодельованій в англо-американських ігрових кінофільмах та телесеріалах.

Поставлена мета потребує виконання таких **завдань**:

- уточнити принципи дослідження англо-американської неофіційної комунікації;
- обґрунтувати інтерсуб'єктивний вектор аналізу комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації;
- ідентифікувати комунікативні стратегії позитивної / негативної оцінки на основі врахування мотивів / намірів суб'єкта, підстав оцінки, а також вектору інтеракційної скерованості стратегії;
- інвентаризувати вербальні засоби актуалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки та встановити їх комунікативні смисли;
- виокремити та описати невербальні засоби актуалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки та виявити їх комунікативні смисли;
- з'ясувати принципи взаємодії вербальних і невербальних засобів в актуалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки;
- встановити характеристики респонсивних дій адресатів комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки.

Об'єктом дослідження є комунікативні стратегії позитивної / негативної оцінки, втілені у вербальних та невербальних діях учасників англо-американської неофіційної комунікації, змодельованої в американських ігрових кінофільмах та телесеріалах.

Предметом дослідження є перцептивні, когнітивні, афективні та волевиявні чинники, які визначають комунікативні смисли вербальних та невербальних дій суб'єктів оцінки.

Матеріалом дослідження є 5890 діалогічних обмінів, що містять висловлення оцінки (2821 позитивної: 987 схвалення, 893 похвали, 888 компліменту та 53 лестощів та 3069 негативної: 875 несхвалення, 851 осуду, 846 критики та 497 знецінення). Діалогічні обміни вилучені із 25 американських ігрових кінофільмів та телесеріалів, в яких змодельовано англо-американську неофіційну комунікацію.

Методологічну основу дослідження складає когнітивно-комунікативний підхід до аналізу мови, в межах якого мовне значення розуміється як динамічна когнітивна структура, яка конструюється у процесі взаємодії тіла і мозку суб'єкта в соціокультурному комунікативному контексті (М. Джонсон, Дж. Лакофф, Р. Ленекер, М. Тернер, Ж. Фоконьє, А. Ченкі), а також деталізація цього підходу в роботах вітчизняних лінгвістів (Л. Р. Безугла, Л. І. Белехова, А. Д. Белова, І. А. Бехта, Є. В. Бондаренко, О. П. Воробйова, П. М. Донець, С. А. Жаботинська, І. М. Колегаєва, О. І. Морозова, Л. С. Піхтовнікова, А. М. Приходько, В. О. Самохіна, І. С. Шевченко).

Вихідним теоретичним положенням роботи є нерозривна єдність раціонального мислення, перцепції, афекту / емоції / почуття і волі в забезпеченні розумової діяльності людини, на якій наполягали О.О. Потєбня,

Л.С. Виготський, О.М. Леонтьєв, і на якій акцентують увагу представники сучасної когнітивної науки (Ф. Варела, А. Дамазіо, Е. ДіПаоло, Р. Елліс, Н. Ньютон, Й. Панксепп, Е. Томпсон, К. Тревартен, К. Гарді, М. Шітс-Джонстоунта ін.) й, зокрема, лінгвістики (В. З. Дем'янков, Е. Вейганд, О. П. Воробйова, О. О. Залевська, Дж. Златев, А. Фулен).

Вимога врахування ролі не лише раціонального мислення, а й перцепції, афекту і волі в когнітивному лінгвістичному аналізі комунікативних процесів впливає з тлумачення когніції / комунікації як інтерсуб'єктивного феномена.

Методика дослідження інтегрує можливості структурної та когнітивно-комунікативної парадигм лінгвістики. Інструментарій конверсаційного аналізу застосовується для виокремлення діалогічних обмінів оцінки. Інференційний аналіз залучається для відтворення інференційних процесів комунікантів і дозволяє взяти до уваги перцептивні, когнітивні, афективні й волевиявні чинники, які впливають на конструювання оцінних комунікативних смислів. Інференційний аналіз спирається на дані структурно-семантичного та стилістичного аналізу, які використовуються для визначення емоційно-оцінних компонентів комунікативних смислів висловлень оцінки як вербальних комунікативних дій; аналізу актуалізованих компонентів семіотичного поля невербальної комунікації – для встановлення комунікативних смислів невербальних комунікативних дій; аналізу взаємодії вербальних і невербальних комунікативних дій – для з'ясування принципів взаємодії. Кількісний аналіз застосовується для встановлення питомої ваги різних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації; статистичний аналіз – для підтвердження достатності вибірки.

Наукова новизна дисертації полягає у тому, що вперше:

- обґрунтовано поняття інтерсуб'єктивного акту оцінки як одиниці аналізу комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки, що уможливорює врахування як лінгвального, так і екстралінгвального (перцептивного та ментального) контекстів їх актуалізації;

- побудовано модель розгортання інтерсуб'єктивного акту позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації;

- виопрацьовано таксономію комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки на основі врахування мотивів / намірів суб'єкта, підстав оцінки, а також вектору інтеракційної скерованості стратегії;

- встановлено принципи взаємодії вербальних і невербальних комунікативних дій в актуалізації оцінних комунікативних смислів;

- виявлено характеристики респонсивних дій адресатів комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки.

Наукова новизна отриманих результатів узагальнена в **положеннях, що виносяться на захист**:

1. Комунікативна стратегія позитивної / негативної оцінки мислиться як вербальне / невербальне втілення стратегічного наміру ідентифікації, класифікації та кваліфікації об'єктів, які потрапляють у фокус уваги суб'єкта у процесі взаємодії зі світом. Цей комунікативний намір мотивується афективним станом суб'єкта, спричиненим об'єктом, та подальшим переживанням суб'єктом

негативного / позитивного почуття-ставлення до об'єкта та раціональним осмисленням можливих дій стосовно об'єкта і здатен включати волевиявлення – свідомий вибір позитивної / негативної оцінки й комунікативної дії, відповідної цій оцінці, з урахуванням своїх інтересів, потреб і бажань.

2. Комунікативний намір суб'єкта виразити позитивну оцінку об'єкта конкретизується в комунікативних стратегіях схвалення, похвали, компліменту та лестощів, які розмежовуються відповідно до першочергових мотивів суб'єкта, а також вектора скерованості оцінки: суб'єктно-скероване схвалення – самовираження й досягнення емпатії; об'єктно-скерована похвала – визнання, підтримка, заохочення об'єкта; двовекторно скерований комплімент – створення сприятливої атмосфери спілкування; суб'єктно-скеровані лестощі – досягнення суб'єктом корисливих цілей.

3. Комунікативний намір суб'єкта виразити негативну оцінку об'єкта конкретизується в комунікативних стратегіях несхвалення, осуду, критики та знецінення, які розмежовуються відповідно до першочергових мотивів суб'єкта та типу норм, що складають підстави оцінки, а також вектора скерованості оцінки: суб'єктно-скероване несхвалення – самовираження й досягнення емпатії; об'єктно-скерований осуд – вираження невідповідності об'єкта етичним нормам, спонукання об'єкта скоригувати поведінку; об'єктно-скерована критика – вираження невідповідності об'єкта утилітарним нормам, спонукання об'єкта скоригувати поведінку; суб'єктно-скероване знецінення – вираження відсутності інтересу до об'єкта як такого, що не відповідає естетичним / телеологічним еталонам суб'єкта.

4. Позитивні / негативні оцінки актуалізуються вербальними діями суб'єктів і здатні бути експліцитними / буквральними раціональними (оцінні прикметники, іменники, дієслова у складі речення-висловлення), емоційними (афективні прикметники, «формульні» окличні речення-висловлення, вигуки, гіпербола), імпліцитними / образними (небуквальний зміст оцінного висловлення / метафора), експресивними (оклична інтонація) та інтенсифікованими (прислівники-інтенсифікатори / ступені порівняння / повтор). Специфічним засобом вербалізації негативної оцінки (осуду та критики) є експлікація дій об'єкта оцінки, які порушують етичні / утилітарні норми.

5. Позитивні / негативні почуття-ставлення переважно втілюються невербальними діями суб'єктів, які взаємодіють з вербальними за принципами координації (додають оцінці емоційності / експресивності), ідентифікації (ідентифікують позитивний / негативний знак оцінки) або контрадикції (ідентифікують нещире оцінку). При актуалізації схвалення / несхвалення невербальні комунікативні дії здатні заміщувати вербальні.

6. Респонсивні дії адресатів позитивно / негативно оцінених комунікативних дій корелюють з першочерговим наміром суб'єкта оцінки, очним / заочним характером оцінки і здатністю адресата розпізнавати маніпулятивні наміри суб'єкта (нещире схвалення, лестощі).

Теоретична значущість роботи визначається її внеском в теорію комунікації (з'ясування конститутивних рис англо-американської неофіційної комунікації; встановлення вербальних і невербальних засобів актуалізації

комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки та принципів їх взаємодії); когнітивний аналіз комунікації (обґрунтування поняття інтерсуб'єктного акту оцінки, яке дозволяє вивчити комунікативні стратегії позитивної / негативної оцінки з урахуванням їх перцептивного, афективного, когнітивного й волевиявного підґрунтя; побудова моделі інтерсуб'єктного акту оцінки); лінгвістичну аксіологію (розмежування комунікативних намірів суб'єктів комунікативних стратегій негативної оцінки).

Практична значущість роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані у викладанні курсів лексикології (розділи «Семасіологія», «Фразеологія»), стилістики (розділ «Стилістична семасіологія»), граматики (розділ «Синтаксис») сучасної англійської мови, загального мовознавства («Мова і мислення», «Семантика»), а також спецкурсів з теорії комунікації, когнітивної лінгвістики та лінгвістичної аксіології.

Апробація отриманих результатів. Основні теоретичні положення й висновки дисертаційного дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (2013–2018), а також на трьох конференціях: XV науковій конференції «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» у Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна (Харків, 2016), VI науковій конференції з міжнародною участю «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів» (Харків, 2018), Міжнародній конференції «Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches» (Georgia, 2018).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження викладено у 10 одноосібних публікаціях автора: 7 статтях, з яких 6 опубліковано у фахових виданнях України та 1 – у зарубіжних виданнях, та 3 тезах доповідей на наукових конференціях (загальний обсяг – 5,5 авт. арк.).

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списків наукових (350 позицій), довідкових (26 позицій) та ілюстративних джерел (25 позицій). Загальний обсяг роботи становить 12,2 авт. арк. Обсяг текстової частини – 9,9 авт. арк.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, її зв'язок з науковими темами факультету, сформульовано мету та завдання дисертаційної роботи, об'єкт і предмет, визначено методологічні основи, методи та матеріал, розкрито наукову новизну, теоретичне та практичне значення отриманих результатів, надано інформацію про апробацію та публікації за темою дисертаційної роботи.

У першому розділі «**Теоретичне підґрунтя дослідження реалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації**» встановлено конститутивні ознаки англо-американської неофіційної комунікації як контексту актуалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки та надано визначення поняття комунікативної стратегії оцінки.

Англо-американська неофіційна комунікація визначається як стратегічно орієнтована інтерсуб'єктна взаємодія комунікантів, змістом якої є конструювання комунікативних смислів їх вербальних та невербальних дій на підґрунті спільного / відмінного індивідуального ментального досвіду, який постійно оновлюється та відображає специфіку англо-американської лінгвокультури.

Поняття англо-американської неофіційної комунікації визначаємо на основі інтеракційної моделі комунікації (М.Л. Макаров, Д. Шифрін), доповненої феноменологічною ідеєю інтерсуб'єктивності, започаткованою Е. Гуссерлем та М. Мерло-Понті й розбудованою представниками сучасної когнітивної науки (Ш. Галлахер, Д. Захаві, Дж. Златев, К. Тревартен, К. Гарді). Теорія інтерсуб'єктивності пояснює комунікативні процеси здатністю людини поділяти психічний досвід не лише на когнітивному рівні, а першочергово на рівні афекту й перцептивних та конативних (орієнтованих на дію) процесів (за Дж. Златевим).

Комунікативна поведінка учасників англо-американської неофіційної комунікації визначається, в першу чергу, психологічно-особистісними чинниками ментального досвіду, які превалюють над соціально-статусними, і тому меншою мірою регламентується лінгвокультурним соціумом і більшою мірою – інтересами, потребами і бажаннями комунікантів.

Комунікативну стратегію розуміємо за І.Є. Фроловою як комунікативний намір мовця, сформований на підґрунті використання колективного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, а також мовну об'єктивацію цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу з урахуванням осмислення вербалізованого наміру усіма суб'єктами взаємодії.

Акцентуємо увагу на тому, що перебування комунікантів в одних і тих самих просторово-часових координатах зумовлює стислість і самоочевидність вербальної дії, що посилює роль невербальних комунікативних дій в реалізації комунікативних намірів. Відповідно, зростає роль перцепції в конструюванні оцінних комунікативних смислів.

Змістом комунікативної стратегії позитивної / негативної оцінки є когнітивна операція оцінювання, що здійснюється суб'єктом оцінки, тобто порівняння об'єкта оцінки з еталоном відповідної категорії об'єктів за певними ознаками, й об'єктивація результату цієї операції у вербальних і невербальних комунікативних діях, що надає оцінці інтерсуб'єктивного статусу – можливості співосмислення, співпереживання усіма суб'єктами комунікативної взаємодії, а також визначає характер подальшої співдіяльності суб'єктів.

У другому розділі **«Методичне підґрунтя дослідження реалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації»** обґрунтовано релевантність матеріалу дослідження, побудовано модель інтерсуб'єктного акту оцінки (Рис. 1), встановлено й описано одиниці та методичні процедури аналізу, з'ясовано критерії ідентифікації та класифікації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки.

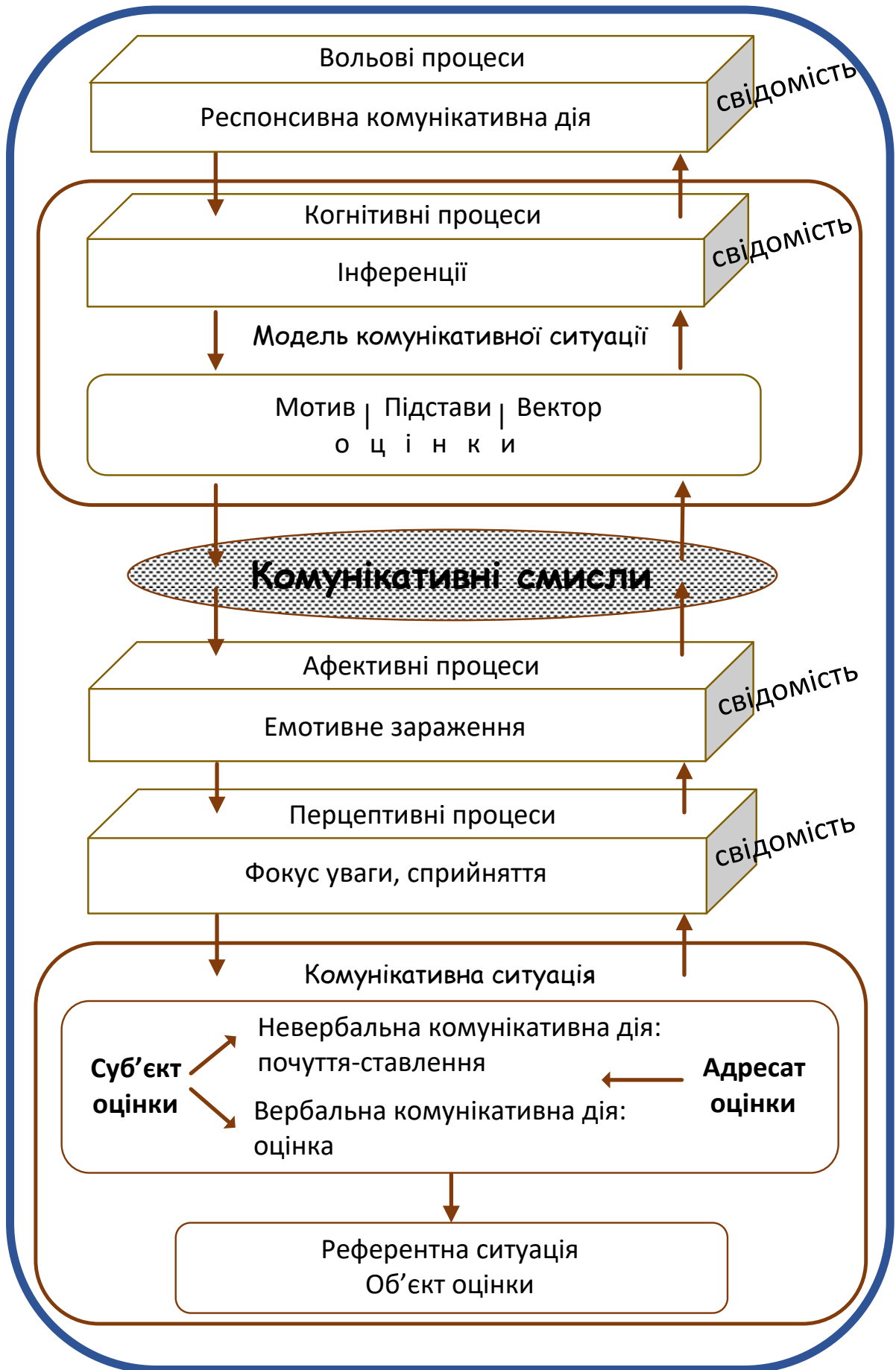


Рис. 1. Модель інтерсуб'єктного акту оцінки

Модель **інтерсуб'єктного акту оцінки** зображає цей акт як взаємодію суб'єкта оцінки та адресата на перцептивному, афективному, когнітивному та волевиявному рівнях, які є гештальтно пов'язаними і перетікають один в одного (поняття рівня відображає уявлення когнітивістів про низькорівневі й високорівневі ментальні процеси (див., наприклад, К. Гарді)). На перцептивному рівні адресат фокусує увагу на комунікативних діях суб'єкта оцінки, де вербальна дія переважно виражає раціональну / емоційну оцінку й репрезентує референтну ситуацію включно з об'єктом оцінки, а невербальна – емоційно-оцінне почуття-ставлення до об'єкта оцінки. На афективному рівні адресат заражається емоційно-оцінним почуттям-ставленням суб'єкта оцінки. На когнітивному рівні адресат інференційно конструює модель комунікативної ситуації та виводить комунікативні смисли, встановлюючи мотив, підстави та вектор інтеракційної скерованості оцінки на основі процедурно-декларативного онтологічного та аксіологічного знання, включно зі знанням етичних, утилітарних, телеологічних, естетичних норм та еталонів, встановлених лінгвокультурою для класу об'єктів, до яких належить об'єкт оцінки. На волевиявному рівні адресат ініціює респонсивну дію. Ця модель дозволяє розглядати класичні компоненти структури оцінки (суб'єкт, об'єкт, мотив, комунікативний намір, підстави, оцінний комунікативний смисл) як компоненти ментального досвіду учасників інтерсуб'єктного акту оцінки.

Комунікативний намір вираження позитивної оцінки об'єкта є результатом ментальної операції осмислення / переживання збіжності ознак об'єкта з ознаками еталона відповідної категорії об'єктів. Актуалізація цього наміру, як правило, супроводжується виявом позитивного емоційно-оцінного почуття-ставлення до об'єкта.

Цей комунікативний намір складає мотиваційну основу комунікативних стратегій схвалення, похвали, компліменту та лестощів, які розмежовуються на основі: а) наявності (лестощі): відсутності (схвалення, похвала, комплімент) у мовця маніпулятивних намірів; б) фатичності (комплімент): змістовості (схвалення, похвала, лестощі) спілкування; в) присутності (комплімент, лестощі): присутності / відсутності (схвалення, похвала) у комунікативній ситуації об'єкта оцінки; г) подвійної (комплімент) – суб'єктної (схвалення, лестощі) – об'єктної (похвала) інтеракційної скерованості оцінної дії.

Комунікативний намір вираження негативної оцінки об'єкта є результатом ментальної операції осмислення / переживання незбіжності ознак об'єкта з ознаками еталона відповідної категорії об'єктів. Актуалізація цього наміру, як правило, супроводжується виявом негативного емоційно-оцінного почуття-ставлення до об'єкта.

Цей комунікативний намір складає мотиваційну основу комунікативних стратегій несхвалення, осуду, критики та знецінення, які розмежовуються на основі: а) типу норм, на підставі яких здійснюється негативна оцінка об'єкта; б) суб'єктної (несхвалення, знецінення): об'єктної (осуд, критика) інтеракційної скерованості оцінної дії. Ці критерії дозволяють розмежувати висловлення негативної оцінки із висловленнями, що першочергово втілюють інші комунікативні наміри: звинувачення, докору, образи.

У третьому розділі «Реалізація стратегій позитивної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації» виявлено особливості актуалізації комунікативних стратегій схвалення, похвали, компліменту та лестощів.

Схвалення тлумачиться як суб'єктно-скерована комунікативна стратегія, яка мотивується потребою суб'єкта виразити схвальну оцінку та позитивно-оцінне почуття-ставлення до об'єкта оцінки (захоплення, задоволення, піднесення, радість, приємне здивування, замилювання, зацікавленість) аби досягти співрозуміння/співпереживання з боку адресата та аби адресат міг взяти їх до уваги у своїх подальших діях. Наприклад:

(1) Chandler: *Okay, so that's it, everybody knows! It's official, we're moving in together. No turning back. Are ya scared? Are ya?*

Monica: *No.*

Chandler: *Wow that was my scariest voice! You're very brave* [брови підняті, підборіддя опущене] (Friends).

Об'єктом схвальної оцінки Чендлера є поведінка Моніки, яку ніскільки не лякає перспектива їх сумісного проживання (на відміну від Чендлера, якому дуже важко далось таке рішення). Схвальна оцінка мотивована потребою суб'єкта висловити приємне здивування рішучістю адресата, який і є об'єктом оцінки. Про приємне здивування свідчить міміка суб'єкта (тут і далі невербальні дії враховуються за принципом семіотичного поля невербальної комунікації І.І. Сєрякової; інтерпретація невербальних дій здійснюється за Х. Льюїсом). Оцінювання дозволяє Чендреру зорієнтуватися у ситуації: він розуміє, що Моніка прийняла остаточне рішення й це рішення характеризує її як ризикову / сміливу людину і ставить перед ним самим певні вимоги. І він повідомляє про це Моніку.

Похвала є об'єктно-скерованою комунікативною стратегією, яка мотивується потребою суб'єкта виразити підтримку / визнання дій об'єкта оцінки (переважно адресата) у супроводі позитивного почуття-ставлення вдоволення й заохотити адресата до подальших подібних дій:

(2) Dan: *Well, read it first. And then decide, because, you know, I didn't have the chance to make changes and there were some instances where it's not exactly how I would have wanted it.*

Rufus: *Well an artist never feels his work is perfect. It's good to always strive for more. I am so proud of you, son!* [прямий погляд, очі сяють] (Gossip Girl).

Батько хвалить сина за те, що в день презентації своєї книги він вдається до самокритики, й аргументує похвалу тим, що творча людина завжди має прагнути вдосконалення. Похвала мотивована потребою батька висловити визнання й підтримку синові та заохотити його і надалі діяти подібним чином. Міміка батька передає задоволення.

Окрім того, суб'єкт похвали має необхідний «ресурс» для забезпечення релевантності похвальної оцінки (є старшим та/або сильнішим / має більший досвід у відповідній царині / перебуває у більш стабільному психологічному стані, тощо), що відрізняє його від суб'єкта схвалення (так, Чендлер в (1) не в змозі підтримати Моніку, оскільки наляканий перспективою сумісного життя з нею і сам потребує підтримки). Похвала може бути спрямованою і на самого

себе – **самопохвала**: *I make the best raisin cookies in the world* (Friends).

Комплімент є комунікативною стратегією подвійного скерування, яка мотивується потребою суб'єкта створити сприятливу атмосферу спілкування. На відміну від схвалення, похвали і лестощів, які лежать у площині змістової комунікативної взаємодії, комплімент є втіленням фатичної взаємодії:

(3) Benjamin: *You're beautiful* [захоплено-закоханий погляд, посмішка]

Andy: *You look pretty good, too, Sparky* [прикушена губа та нервовий погляд зникають і з'являється посмішка] (The Devil wears Prada).

Обмін компліментарними висловленнями допомагає чоловіку й жінці, які симпатизують один одному й випадково зустрілися на виставці модних прикрас, зняти ніяковість і напругу, та створити сприятливу атмосферу для подальшого змістового спілкування, продемонструвавши (як свідчить міміка) прихильне ставлення один до одного.

Лестоші є суб'єктно-скерованою комунікативною стратегією, яка мотивується потребою суб'єкта висловити улесливу оцінку об'єкта (як правило, адресата) й продемонструвати прихильне почуття-ставлення задля того, щоб спонукати адресата діяти у своїх інтересах:

(4) Carol: *Funny Clown is only for after his naps, not before or he won't sleep.* [стурбовано]

Ross: *We've been through this before. We have a good time. We laugh, we play. It's like we're father and son.*

Susan: *Honey, relax. Ross is great with him.* [очі широко відкриті, посмішка]

Ross: [похмурий погляд зведені брови, стиснуті губи, голова трохи опущена] (Friends).

У суб'єкта позитивної оцінки С'юзен дуже непрості стосунки із Россом, який є об'єктом оцінки. Росс є колишнім чоловіком її подруги Керрол, яка власне і покинула його заради С'юзен. Суб'єкт оцінки зовсім не вважає Росса гарним батьком. Її позитивна оцінка мотивована утилітарними інтересами: вона хоче поїхати з Керрол на відпочинок і їй потрібно, з одного боку, заспокоїти Керрол, а з іншого – улестити Росса, задля того щоб він не передумав лишатися з дитиною. Отже, ця оцінка є маніпулятивною.

Засоби вербалізації позитивно-оцінних комунікативних стратегій є практично ідентичними: позитивно-оцінні прикметники / дієслова у складі речення-висловлення (*I think that's a good idea / You're beautiful / Ross is great with him / We loved him*), «формульні» речення-висловлення (*But I'm proud of you*), що реалізують раціональну оцінку, яка може набувати інтенсивності (прислівники-інтенсифікатори: *Tonight was a really good night / You're very brave*) або гіперболізації (ступені порівняння прикметників: *You're one of the most caring, most responsible men in North America*), що надає оцінці емоційності; афективні прикметники у складі окличних речень-висловлень (*He is so amazing!*) або вигуки (*Wow! / My god, Angela!*), які втілюють емоційну оцінку; метафори, які додають оцінці образності, а разом з нею й емоційності (*Your mother is a diamond in an ocean of coal*). Позитивна оцінка може бути й імпліцитною (*Um, Piper, why don't you go with Leo?*: спонукаючи сестру провести вечір разом з Лео, суб'єкт оцінки виражає імпліцитне схвалення їх стосунків).

Невербальні комунікативні дії суб'єкта позитивної оцінки переважно взаємодіють із вербальними за принципом координації (1–3) (тут і далі принципи взаємодії вербальних і невербальних дій тлумачаться за Л.В. Солощук). Що стосується лестощів (4), маніпулятивні наміри суб'єкта виявляються скоріше завдяки знанням ситуативного контексту, аніж інтерпретації невербальних дій, оскільки суб'єкт прагне переконати адресата у щирості і координує невербальну поведінку з вербальною. Разом з тим, саме невербаліка дозволяє ідентифікувати знак оцінки у тих випадках, коли оцінка виражена вигуком (принцип ідентифікації):

(5) *Angela: Hi, Joey.*

Joey: My god, Angela! [захоплений погляд, сяючі очі, напіввідкритий рот; вдихає на повні груди; встає] (Friends).

Цей вигук інтерпретується як схвалення у супроводі захоплення саме завдяки невербальним діям суб'єкта оцінки.

У випадку нещирого схвалення невербальні дії взаємодіють з вербальними за принципом контрадикції:

(6) *Rachel: Hello? Mindy! Hi!* [круглі очі, півусмішка; високий тон голосу] *Hey, how are you? Yes, yes, I've heard, congratulations!* [з приводу весілля Мінді і Баррі] *that is so great* [опущені куточки губ, покусування губ, наморщений ніс, півусмішка; ще більш високий тон голосу; руки в боки]. (Friends).

Висловлюючи у телефонній розмові схвальну вербальну оцінку майбутньої події – весілля її колишнього нареченого з її близькою подругою, – Рейчел не приховує розчарування і досади, які передають міміка, жести / постава і просодика.

Невербальні комунікативні дії можуть замішувати вербальні дії у вираженні схвалення:

(7) *Phoebe: It's not mine, I didn't earn it, if I kept it, it would be like stealing.*

Rachel: Yeah, but if you spent it, it would be like shopping!

Everybody: [everybody nodding in approving] (Friends)

Коли Рейчел висловлює думку про те, що гроші, які випадково зарахували на банківську картку Фібі, можна було б витратити на обновки, усі учасники діалогічного обміну, окрім Фібі, виражають схвальну оцінку цієї думки у невербальний спосіб – схвально кивають головою.

Респонсивні комунікативні дії адресатів заочного схвалення і похвали включають мовчання як невербалізовану згоду: тему вичерпано, комуніканти задоволені ходом інтеракції й переходять до нової теми / іншого діалогічного обміну; вербалізовані згоду / прийняття, зворотне схвалення або незгоду. Респонсивні дії адресатів очних актів позитивної оцінки переважно реалізуються як мовчання, яке ідентифікується за допомогою невербальних засобів комунікації як знак задоволення, гордості, радості, зніяковілості, приємного здивування, вдячності тощо (2, 3) або, навпаки, як неприємне напруження та досада у випадку ідентифікації лестощів (4). Респонсивні дії адресатів компліменту також охоплюють зворотний комплімент (3) та подяку.

У четвертому розділі «Реалізація стратегій негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації» виявлено особливості актуалізації комунікативних стратегій несхвалення, осуду, критики та знецінення.

Несхвалення тлумачиться як суб'єктно-скерована комунікативна стратегія, яка мотивується потребою суб'єкта виразити несхвальну оцінку / негативне емоційно-оцінне почуття-ставлення до об'єкта (незадоволення, розчарування, засмученість, досаду, незацікавленість, роздратування, відчай) аби досягти співрозуміння / співпереживання з боку адресата (якщо об'єкт не є адресатом) та аби адресат міг взяти це до уваги у своїх подальших діях. Наприклад:

(8) James: *I bet you don't even like me.*

Blair: *No. Well, you're a little **boring**.* [відведений погляд, нерухоме обличчя, опущені куточки губ] (Gossip girl).

Суб'єктом несхвальної оцінки є Блер, а об'єктом – її новий кавалер Джеймс, який видається їй нудним, бо вона все ще кохає іншого. Оцінка мотивована афективним станом Блер, який породжує бажання нарешті сказати правду і позбавитися хлопця. Несхвальне висловлення супроводжується почуттям-ставленням незацікавленості / досади, втіленим мімікою суб'єкта.

Осуд є об'єктно-скерованою комунікативною стратегією, яка мотивується потребою суб'єкта акцентувати увагу адресата (який, переважно, і є об'єктом оцінки) на невідповідності його/її дій етичним нормам й спонукати скорегувати поведінку. Оцінка переважно супроводжується негативно-оцінним почуттям-ставленням презирства, а також іншими в діапазоні невдоволення – роздратування – гнів:

(9) Nate: *So you used my friends for some power play to prove you're the one **in control**.* [широко відкриті очі, опущені брови, зморщений лоб, верхня губа піднята, почервоніле обличчя]

Catherine: *I don't like sharing my toys, especially if I paid for them* (Gossip girl).

Нейт осуджує дії Кетрін, яка використовує його друзів, аби розлучити його з дівчиною. Міміка та інтонація Нейта говорить про те, що осуд супроводжується негативним почуттям-ставленням презирства (піднята верхня губа), а також роздратування та гніву.

У випадку спрямованості осуду на самого себе має місце **самоосуд**: *I am an idiot* (Friends).

Критика є об'єктно-скерованою комунікативною стратегією, яка мотивується потребою суб'єкта акцентувати увагу адресата (як правило, об'єкта оцінки) на невідповідності його/її дій утилітарним нормам та спонукати адресата скорегувати поведінку. Критика не супроводжується інтенсивним негативним почуттям-ставленням; переважно суб'єкт критики виражає негативне здивування:

(10) Ross: [to Carol] *Where the hell have you been?*

Susan: *We stopped at the gift shop.*

Carol: *I was looking at stuffed animals, and Susan wanted a Chunky.*

Ross: *Susan wanted a Chunky. We're having a baby, ok, a baby, you don't stop for Chunkys* [верхні повіки підняті, нижні челюсті опущені, ніс зморщений] (Friends).

Росс висловлює критичне зауваження колишній дружині Керол, яка саме перебуває у процесі народження дитини, з приводу того, що по дорозі до пологового будинку вона разом зі своєю подругою вирішила зайти до магазину подарунків. На відміну від об'єкта осуду Кетрін, яка вдається до неетичних маніпулятивних дій (9), об'єкт критики Керол не порушує етичних норм. Вона діє неадекватно з точки зору здорового глузду. Міміка Росса передає негативне здивування.

У випадку спрямованості критики на самого себе має місце **самокритика**. Характерно, що самокритика виражається тими ж вербальними засобами, що і самоосуд: *I am really an idiot* (Friends). Ідентифікувати конкретний комунікативний намір дозволяє інференційний аналіз інтерсуб'єктного акту оцінки.

Знецінення є суб'єктно-скерованою комунікативною стратегією, яка мотивується потребою суб'єкта акцентувати увагу адресата на тому, що об'єкт оцінки не відповідає індивідуальному еталону суб'єкта (переважно за телеологічними або естетичними нормами), і тому є нецікавим для суб'єкта. Оцінка переважно супроводжується негативно-оцінним почуттям-ставленням зневаги:

(11) Chandler: *Say, Joe, I had a strange idea of what we could do for our last night. What do you say we play a little uh, foosball for money?*

Joey: ***What, are you crazy? You haven't beaten me once since my injury plagued '97 season. It would be easier if you just give me your money.*** [зморщений ніс, піднята верхня губа, нижня висунута вперед]

Chandler: [очі й голова опущені, рум'янець] (Friends).

Джої вважає Чендлера недостойним суперником тому, що він ні разу в нього не вигравав протягом довгого часу, і тому йому нецікаво з ним грати. Знецінення виражається вербально й невербально (міміка передає почуття-ставлення зневаги; відсутність інтересу).

Як і у випадку вербалізації позитивної оцінки, вербальні засоби негативної оцінки не дозволяють специфікувати комунікативний намір суб'єкта. Вони включають: негативно-оцінні прикметники / іменники / дієслова у складі речення-висловлення (*It was stupid / I'm an idiot / I hate to do this*), що реалізують раціональну оцінку, яка може набувати більшої/меншої інтенсивності (прислівники-інтенсифікатори: *you're a little boring*; повтор: *Awful. Awful / You're a terrible, terrible waitress. Really, really awful*) або гіперболізації (ступені порівняння прикметників: *Couldn't a gone worse / Kristin Curran is the loosest girl in our class*), яка надає оцінці емоційності; афективні прикметники у складі окличних речень-висловлень (*He is so amazing!*), вигуки (*Oh my god!*) або «формульні» речення-висловлення (*What, are you crazy? Are you insane? This sucks!*), які втілюють негативну емоційну оцінку; метафори, які додають оцінці образності й емоційності (*It was a disaster / Crazy bitch / It [dress] looks like a pilgrim at a funeral*). Несхвальна оцінка може бути й імпліцитною (*Why is it when you say that word it sounds like an insult?*). Специфічним засобом втілення саме негативної оцінки (осуду і критики) є вербалізація дій об'єкта, які є невідповідними етичним / утилітарним нормам, як у (9, 10).

Невербальні комунікативні дії суб'єктів несхвальної оцінки взаємодіють із вербальними за принципом координації, як у (8–11), ідентифікації: ідентифікують знак оцінки, вираженої вигуком або контрадикції (ідентифікують нещирий осуд / самоосуд).

Респонсивні комунікативні дії адресатів заочної негативної оцінки охоплюють мовчання (невербалізовану згоду: тему вичерпано, комуніканти переходять до нової теми / іншого діалогічного обміну), вмовляння / заспокоювання суб'єкта, якщо він/вона демонструє негативний психічний стан, спричинений об'єктом оцінки. Дії адресатів очної негативної оцінки включають незгоду / протест (9), рідше згоду, яка може приймати форму самоосуду / виправдання або мовчання, яке ідентифікується за допомогою інференційного аналізу невербальних дій як неприємне здивування, розгубленість, зняковільність, сум, стид (11).

ВИСНОВКИ

Орієнтація на когнітивно-комунікативне методологічне підґрунтя дослідження мови / мовлення, доповнена ідеєю інтерсуб'єктивності, дозволила отримати результати, які підтверджують гіпотезу дослідження: оцінні комунікативні смисли втілюються вербальними і невербальними комунікативними діями суб'єктів оцінки та інференційно конструюються адресатами в інтерсуб'єктному акті англо-американської неофіційної комунікації на основі взаємодії структур їх перцептивного, когнітивного, афективного та волевиявного досвіду. Інференції комунікантів виявляються на основі аналізу їх вербальних і невербальних дій.

Комунікативний намір суб'єкта – виразити позитивну оцінку об'єкта – конкретизується в комунікативних стратегіях схвалення, похвали, компліменту і лестощів.

Схвалення мотивується потребою суб'єкта досягти самовираження й емпатії шляхом актуалізації схвальної оцінки об'єкта (ситуації (загального стану речей), події, предмета, людини) й позитивного емоційно-оцінного почуття-ставлення, викликаного об'єктом, – захоплення, задоволення, піднесення, радості, приємного здивування, замилювання, зацікавленості. Похвала – потребою виразити визнання, підтримку та заохочення об'єкта (іншої людини) шляхом актуалізації похвальної оцінки і позитивного почуття-ставлення – вдоволення. Комплімент – потребою налаштувати об'єкта-адресата на ефективне змістове спілкування шляхом актуалізації фатичної компліментарної оцінки та прихильного ставлення до об'єкта. Лестощі – потребою спонукати об'єкта-адресата діяти в інтересах суб'єкта шляхом актуалізації улесливої оцінки об'єкта-адресата на фоні маніпулятивної демонстрації прихильного ставлення.

Комунікативний намір суб'єкта – виразити негативну оцінку об'єкта – конкретизується в комунікативних стратегіях несхвалення, осуду, критики та знецінення.

Несхвалення мотивується потребою суб'єкта досягти самовираження й емпатії шляхом актуалізації несхвальної оцінки об'єкта (ситуації (загального

стану речей), події, предмета, людини) й негативного емоційно-оцінного почуття-ставлення, викликаного об'єктом, – невдоволення, розчарування, засмученості, досади, незацікавленості, роздратування, відчаю. Осуд – потребою виразити невідповідність об'єкта (людини) етичним нормам шляхом актуалізації осудливої оцінки й негативно-оцінного почуття-ставлення – негативного здивування, гніву, обурення, презирства – і спонукати об'єкта-адресата скоригувати поведінку. Критика – потребою виразити невідповідність об'єкта (людини) утилітарним нормам шляхом актуалізації критичної оцінки й демонстрації негативно-оцінного почуття-ставлення негативного здивування, невдоволення, а також спонукати об'єкта-адресата скорегувати поведінку. Знецінення – потребою виразити відсутність інтересу до об'єкта (предмета, людини) шляхом актуалізації знецінювальної оцінки й негативно-оцінного почуття-ставлення незацікавленості, зневаги.

В інтерсуб'єктному акті стратегії позитивної / негативної оцінки реалізуються взаємодією вербальних і невербальних комунікативних дій, де вербальні дії переважно виражають схвальну / похвальну / компліментарну / улесливу або несхвальну / осудливу / критичну / знецінювальну оцінку, а невербальні дії – позитивні / негативні почуття-ставлення до об'єкта оцінки.

Вербальні дії суб'єктів оцінки втілюються семасіологічними / стилістично-семасіологічними засобами у складі висловлень або цілісними висловленнями. Експліцитна раціональна оцінка виражається оцінними прикметниками, іменниками, дієсловами; емоційна – афективними прикметниками, гіперболами, «формульними» окличними реченнями-висловленнями, вигуками. Імпліцитна оцінка реалізується небуквальним змістом висловлень. Образна оцінка втілюється метафорою. Експресивність оцінки досягається окличною інтонацією, інтенсивність оцінки – прислівниками-інтенсифікаторами, ступенями порівняння, повтором.

Позитивно-оцінні комунікативні дії суб'єктів оцінки викликають такі респонсивні комунікативні дії: адресати схвалення реагують мовчазною / вербалізованою згодою / прийняттям, зворотним схваленням або незгодою; похвали – мовчазним прийняттям, яке супроводжується емоційно-оцінним почуттям-ставленням (задоволення, гордості, радості, зніяковілості, приємного здивування, вдячності), втіленим невербальними комунікативними діями; компліменту – мовчазним прийняттям, зворотним компліментом та подякою; лестощів – мовчанням, що може свідчити про прийняття / неприйняття, які ідентифікуються на підставі невербальних комунікативних дій і залежать від того, чи зумів адресат розпізнати маніпулятивні наміри суб'єкта.

Респонсивні комунікативні дії адресатів заочного несхвалення / осуду / критики / знецінення включають мовчазну / вербалізовану згоду / незгоду або вмовляння суб'єкта, який переживає негативний емоційний стан, спричинений об'єктом оцінки. Респонсивні комунікативні дії адресатів очного несхвалення / осуду / критики / знецінення охоплюють мовчання, незгоду / заперечення, згоду, яка здатна виражатися як самоосуд / самокритика, та мовчання, яке ідентифікується на підставі інференційного аналізу невербальних комунікативних дій як сором, неприємне здивування, розгубленість, засмученість.

Перспективи дослідження пов'язуємо із застосуванням розробленої методики для: вивчення актуалізації позитивної / негативної оцінки в різних типах інституційного та неінституційного дискурсу; розширеного аналізу щирості / нещирості позитивної та негативної оцінки, актуалізованої в різних типах дискурсу; аналізу маніпулятивного потенціалу стратегій позитивної та негативної оцінки в ракурсі управління дискурсом; здійснення крос-культурного аналізу стратегій позитивної та негативної оцінки.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Гулієва Д. О. Комунікативні наміри дискурсивної стратегії схвалення (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. № 1102. Вип. 77. С. 94–99.

2. Гулієва Д. О. Комунікативні наміри дискурсивної стратегії несхвалення (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // *Studia methodologica*: збірник наук. праць. Тернопіль: НРВ ТНПУ імені Володимира Гнатюка, 2014. № 38. С. 183–189.

3. Гулієва Д. О. Вербальне та невербальне втілення комунікативної стратегії докору (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2015. Вип. 2(80). С. 215–220.

4. Гулієва Д. О. Комунікативна стратегія компліменту (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики. Чернівці, 2015. Вип. 10. С. 27–38.

5. Гулієва Д. О. Комунікативна стратегія презирства (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2016. IV(25), Issue: 105. С. 41–45. (Index Copernicus)

6. Гулієва Д. О. Комунікативна стратегія критики (на матеріалі англомовного кінодискурсу) // Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики: науковий журнал. Чернівці: Видавничий дім «Родовід», 2018. Вип. 1 (15). С. 96–101.

7. Гулієва Д. О. Комунікативні стратегії негативної оцінки (на матеріалі англомовних ігрових кінофільмів) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. Вип. 87. С. 92–100.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

8. Гулієва Д. О. Комплімент як когнітивно-комунікативний феномен // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація. 2016-й – рік англійської мови:

тези доповідей XV наук. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 5 лютого 2016 р. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. С. 32–33.

9. Гулієва Д. О. Осудження і критика як комунікативні стратегії негативної оцінки // Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів : матеріали VI наук. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 17 березня 2018 р. Харків, 2018. С. 25–27.

10. Гулієва Д.О. Англомовні комунікативні стратегії негативної оцінки // Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches. International scientific-practical conference, Tbilisi, 2018. P. 143-146.

АНОТАЦІЯ

Гулієва Д. О. Реалізація комунікативних стратегій позитивної/негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 «Германські мови». – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна МОН України, Харків, 2018.

У дисертації виявлено та описано конститутивні риси комунікативних стратегій позитивної та негативної оцінки, реалізовані в англо-американській неофіційній комунікації, змодельованій в англо-американських ігрових фільмах та телесеріалах. Схарактеризовано поняття англо-американської неофіційної комунікації, комунікативної стратегії позитивної / негативної оцінки; ідентифіковано комунікативні стратегії позитивної / негативної оцінки на основі врахування мотивів / намірів суб'єкта, підстав оцінки, а також вектору інтеракційної скерованості стратегії; інвентаризовано вербальні та невербальні засоби актуалізації комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки та виявлено їх комунікативні смисли; з'ясовано принципи їх взаємодії; встановлено респонсивні дії адресатів позитивно / негативно оцінних комунікативних дій. Результати дослідження підтверджують гіпотезу, за якою оцінні комунікативні смисли втілюються вербальними і невербальними комунікативними діями суб'єктів оцінки, які мотивуються структурами їх когнітивного, афективного та волевиявного досвіду, орієнтованого на дію. Вербальні дії виражають оцінку, а невербальні – емоційно-оцінне почуття-ставлення до об'єкта оцінки.

Ключові слова: англо-американська неофіційна комунікація, вербальна / невербальна комунікативна дія, емоційно-оцінне почуття-ставлення, комунікативна стратегія, комунікативний смисл, позитивна / негативна оцінка.

АННОТАЦИЯ

Гулиева Д. А. Реализация коммуникативных стратегий позитивной / негативной оценки в англо-американской неофициальной коммуникации. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 «Германские языки». – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина МОН Украины, Харьков, 2018.

В диссертации выявлены и описаны конститутивные характеристики коммуникативных стратегий позитивной и негативной оценки, реализованных в англо-американской неофициальной коммуникации, смоделированной в американских игровых фильмах и телесериалах. Обоснованы понятия англо-американской неофициальной коммуникации, коммуникативной стратегии позитивной / негативной оценки; идентифицированы коммуникативные стратегии позитивной / негативной оценки на основе учета мотивов / целей субъекта, оснований оценки, а также вектора интеракционной направленности оценки; инвентаризированы вербальные и невербальные средства актуализации коммуникативных стратегий позитивной / негативной оценки и выявлены их коммуникативные смыслы; определены принципы их взаимодействия; установлены респонсивные действия адресатов позитивно / негативно оценочных коммуникативных действий. Результаты исследования подтверждают гипотезу, согласно которой оценочные коммуникативные смыслы воплощаются вербальными и невербальными коммуникативными действиями субъектов оценки, которые мотивируются структурами их когнитивного аффективного и волеизъявительного опыта, ориентированными на действие. Вербальные действия выражают оценку, а невербальные передают эмоционально-оценочное чувство-отношение к объекту оценки.

Ключевые слова: англо-американская неофициальная коммуникация, вербальное / невербальное коммуникативное действие, коммуникативная стратегия, коммуникативный смысл, позитивная / негативная оценка, эмоционально-оценочное чувство-отношение.

ABSTRACT

Gulieva D. O. Instantiation of communicative strategies of positive / negative evaluation in Anglo-American non-official communication. – Manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Philology: Speciality 10.02.04 – German Languages. – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2018.

This dissertation reveals and describes constitutive features of communicative strategies of positive and negative evaluation, realised in Anglo-American non-official communication modelled in Anglo-American feature films and television series.

Anglo-American non-official communication is seen as a strategically goal-oriented intersubjective interaction of communicants which consists in construing meanings of their verbal and non-verbal communicative actions on the basis of their constantly renewed shared and different mental experience which reflects the specificity of Anglo-American lingua-culture.

A communicative strategy of positive / negative evaluation is addressed as a verbal / non-verbal expression of the strategic communicative goal to identify, classify and qualify the objects that come into the focus of attention of the subject in his/her interaction with the environment.

The communicative goal of a subject to express a positive evaluation of an object is realised through the communicative strategies of approval, praise, compliment, and flattery.

Approval is motivated by the subject's need to achieve self-expression and empathy by expressing an approving appraisal of the object (situation (general state of affairs), event, thing, and person) and a positive emotional attitude towards the object—admiration, satisfaction, exaltation, joy, positive surprise, amusement, interest; praise—by the need to support and encourage the object (another person) by expressing a praising appraisal and a positive emotional attitude of content; compliment – by the need to tune the object-addressee to effective informative communication through expressing a phatic complimentary appraisal and a favourable emotional attitude; flattery – by the need to urge the object-addressee to act in the interests of the subject by expressing a flattering appraisal and a manipulative favourable emotional attitude.

The communicative goal of a subject to express a negative evaluation of an object is realised through the communicative strategies of disapproval, censure, criticism, and abasement.

Disapproval is motivated by the subject's need to achieve self-expression and empathy by expressing a disapproving appraisal of the object (situation (general state of affairs), event, thing, and person) and a negative emotional attitude towards the object – dissatisfaction, disappointment, upset, annoyance, irritation, frustration; censure – by the need to state that the object (another person) violates ethic norms and to urge the object to correct the behaviour by expressing a censurable appraisal and a negative emotional attitude – negative surprise, anger, indignation, contempt; criticism— by the need to state that the object (another person) violates utilitarian norms and to urge the object to correct the behaviour by expressing a critical appraisal and a negative emotional attitude of negative surprise and discontent; abasement – by the need to state the lack of interest to the object (thing or person) by expressing an abasing appraisal and the emotional attitude of neglect.

Positive / negative appraisals are translated by the subjects' verbal communicative actions which can be explicit / literal rational (evaluative adjectives, nouns, verbs as parts of a sentence-utterance) and emotional (affective adjectives, exclamatory sentences-utterances, interjections, hyperbole), implicit / figurative (non-literal meaning of an utterance, metaphor), expressive (exclamatory intonation) and intensified (intensifying adverbs / degrees of comparison / repetition).

Positive / negative emotional attitudes are translated primarily by the subjects' non-verbal communicative actions which interact with the verbal actions on the principles of coordination (add emotion and expression to the appraisal), identification (identify a positive / negative value of the appraisal), or contradiction (identify insincere appraisal). In case of approval / disapproval non-verbal communicative actions can substitute verbal actions.

The addressees' responsive communicative actions correspond with the primary communicative goal of the subject of evaluation, and depend on whether the addressee is / is not the object of evaluation, and also on the ability of the addressee to identify the manipulative goals of the subject (insincere approval, flattery).

Key words: Anglo-American non-official communication, communicative meaning, communicative strategy, emotional-evaluative attitude, positive / negative evaluation, verbal / non-verbal communicative action.

Підписано до друку 26.11.2018 р.
Формат 60*90/16 Умов. друк. арк. 0,9. Наклад 100 прим. Зам. № 206334
Друкарня «Аладдин-Принт»
61023, м. Харків, вул. Сумська, 4, оф. 8
Тел.: (057) 7170999 <http://aladdin-print.ua>
Свідоцтво про державну реєстрацію В00 № 966600 від 28.03.2003 р.