

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81.42

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-519-533>

Шифр научной специальности 5.9.5

Принципы разграничения речевых жанров, выражающих положительную оценку

Татьяна Валентиновна АНИСИМОВА¹ , Светлана Анатольевна ЧУБАЙ²  

¹ФГКОУ ВО «Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации»,
Калининградский филиал

236006, Российская Федерация, г. Калининград, ул. Генерала Галицкого, 30

²ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

400062, Российская Федерация, г. Волгоград, пр. Университетский, 100

 sa_chubai@volsu.ru

Аннотация. Рассмотрен вопрос о возможности однозначного разграничения близких по значению жанров, входящих в одну тематическую группу. Целью исследования является описание риторических параметров жанров *похвала*, *одобрение*, *комплимент* и *лесть*, входящих в группу жанров положительной оценки человека и его действий, а также выработка критериев разграничения указанных жанров. Все жанры, относящиеся к этой группе, объединяет позиция адресанта: он испытывает (или делает вид, что испытывает) тот или иной положительный настрой, о чём хочет оповестить адресата. Подробно описаны риторические признаки всех жанров группы и выделены те характеристики, по которым их можно разграничить. Центральным элементом группы положительно-оценочных жанров считается похвала. Сопоставление похвалы с другими жанрами показывает, что различия чаще всего касаются объекта оценивания (в похвале объектом является человек, а в одобрении – идеи, проекты и другие продукты интеллектуальной деятельности) и характера используемых оценок (похвала строится на объективных оценках, а комплимент – на субъективных).

Ключевые слова: речевой жанр, положительная оценка, похвала, одобрение, комплимент, лесть

Для цитирования: Анисимова Т.В., Чубай С.А. Принципы разграничения речевых жанров, выражающих положительную оценку // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 519-533.
<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-519-533>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Principles of delimitation of speech genres expressing a positive assessment

Tatyana V. ANISIMOVA¹ , Svetlana A. CHUBAY²  

¹Kaliningrad Branch of the Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russia
30 General Galitsky St., Kaliningrad, 236006, Russian Federation

²Volgograd State University
100 Universitetskii Ave., Volgograd, 400062, Russian Federation
 sa_chubai@volsu.ru

Abstract. We consider the possibility question of an unambiguous distinction between genres close in meaning, included in the same thematic group. The aim of the study is to describe the rhetorical parameters of the genres of *praise*, *approval*, *compliment* and *flattery*, which are included in the genres group of a positive assessment of a person and his actions, as well as to develop criteria for distinguishing between these genres. All genres belonging to this group are united by the addresser position: he experiences (or pretends to experience) one or another positive attitude, which he wants to notify the addressee about. The rhetorical features of all genres of the group are described in detail and the characteristics by which they can be distinguished are highlighted. Praise is considered to be the group central element of positively evaluative genres. A comparison of praise with other genres shows that the differences most often relate to the object of evaluation (in praise, the object is a person, and in approval, ideas, projects and other products of intellectual activity) and the nature of the assessments used (praise is based on objective assessments, and compliments are based on subjective assessments).

Keywords: speech genre, positive assessment, praise, approval, compliment, flattery

For citation: Anisimova, T.V., & Chubay, S.A. Principles of delimitation of speech genres expressing a positive assessment. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(3):519-533. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-519-533>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Речь является целенаправленным социальным действием и осуществляется в форме конкретных высказываний, которые «обладают определёнными и относительно устойчивыми типическими формами построения целого»¹ и называются речевыми жанрами. Изучение и научное описание жанров продолжается в нашей стране с переменным успехом уже в течение тридцати лет, однако споры о том, какие принципы должны лежать в основе построения системы жанров, не утихают до сих пор. Нерешённым остаётся

и вопрос о том, можно ли чётко разграничить близкие по назначению жанры, входящие в одну группу. Основным аргументом в пользу невозможности создания чёткой системы жанров обычно является наличие гибридных образований, находящихся на границе между жанрами. Вместе с тем этот аргумент не может считаться убедительным, поскольку наличие всевозможных промежуточных форм в других разделах лингвистики (лексикологии, грамматике и т. п.) никогда не мешало созданию полноценных научных классификаций.

В связи с этим актуальным представляется сопоставительное описание близких по значению жанров, входящих в одну группу (положительная оценка человека и его дея-

¹ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Литературно-критические статьи. М., 1986. С. 448.

тельности) с тем, чтобы выяснить те признаки, которые лежат в основании их разделения и позволяют опознавать тексты как относящиеся к тому или иному жанру. Кроме того, установление этих признаков может помочь развитию и других областей филологии, например, уточнению понятия «коммуникативная компетентность специалиста», разработке приёмов повышения эффективности межкультурной коммуникации и т. п.

Таким образом, целью настоящего исследования является описание риторических параметров жанров *похвала*, *одобрение*, *комплимент* и *лесть*, входящих в группу жанров положительной оценки человека и его действий, а также выработка критериев разграничения указанных жанров.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Жанры положительной оценки человека и его деятельности давно привлекают пристальное внимание учёных. В работах разных авторов рассматриваются особенности культурного концепта *похвала* [1]; нравственно-ценностные ракурсы *похвалы* [2]; особенности соотношения адресанта и адресата в жанрах положительной оценки лица [3]; способы разграничения отдельных жанров [4]; роль *похвалы* в организации работы менеджера [5] и т. п. Несмотря на активное обращение исследователей к описанию этих жанров, в квалификации их параметров до сих пор имеется много противоречий, связанных с разграничением указанных жанров и определением их сходства и различия.

Особенно часто эти разногласия касаются квалификации жанров *одобрение* и *похвала*. Нередко учёные не видят никаких различий между этими терминами: «одобрение-похвала» считается единой элементарной единицей повседневного общения [6]. Аналогично С.Н. Погожая считает *похвалу* и *одобрение* родственными эмоциональными состояниями, а имена существительные, номинирующие их в английском языке, полными синонимами [7, с. 120].

Основным аргументом в пользу объединения жанров служит ссылка на толковые словари, в которых одно из этих понятий

обычно объясняется через другое: «Похвала: Хороший, лестный отзыв о ком-чём-нибудь, одобрение»²; «Одобрение: Похвала, одобрительный отзыв»³. По поводу такого подхода следует напомнить, что толковые словари не ставят перед собой цель дать терминологически точное определение значения слова. Они предназначены для просвещения широкого и разнородного адресата, а не для научных исследований, поэтому не обязаны обнаруживать и предъявлять все тонкости оттенков значения каждого понятия. Иная задача у профессионально ориентированных словарей. В них подобные определения кажутся уже неуместными. Так, Н.И. Формановская употребляет рассматриваемые термины как полные синонимы, причём их содержание сводится только к этикетным формулам: «Одобрение, похвала – наименование этикетной ситуации общения и соответствующего речевого жанра, когда выражается положительная оценка адресата: его качеств, поступков, лиц и предметов, входящих в его личную сферу» [8, с. 356].

Гораздо чаще учёные признают, что *похвала* и *одобрение* – это разные жанры, однако считают их схожими, близкими по значению [9]. Наконец, исследователи, специально изучающие состав и характер речевых жанров, обычно указывают, что это разные жанры, каждый со своей задачей и строением.

Реже не различаются другие жанры этой группы. Так, Н.Н. Горяинова пишет: «анализ эмпирического материала позволил нам выявить несколько разновидностей похвалы: комплимент, лесть и хвастовство» [10]. Однако, несмотря на то, что все эти жанры относятся к одной группе и имеют общие признаки, их следует считать самостоятельными формами, имеющими собственный набор жанрообразующих признаков, а не разновидностями одного жанра [11].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Адресант *похвалы* позиционируется как старший по статусу. Так, за правильно выпол-

² Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Мир и образование, 2015. С. 740.

³ Там же. С. 569.

ненное задание учитель может похвалить ученика, начальник – подчинённого, отец – сына и так далее, но ученик не может похвалить учителя за качественно проведённый урок.

Все оценки в *похвале* позиционируются как объективные (а не личное мнение говорящего) и соотносятся со шкалой ценностей, принятой в обществе (об общем характере и особенностях объективных и субъективных аргументов см. [12]). Следовательно, речь может выполнить своё назначение только в том случае, когда оба участника коммуникации признают за оратором право на такую оценку на том основании, что по своему положению он является держателем того критерия, который общество предъявляет к оцениваемым явлениям. В связи с этим возможны ситуации несовпадения формального и реального статуса участников коммуникации. Например, уважаемый в коллективе профессор с большим стажем работы (формально: рядовой член кафедры) может похвалить молодого (недавно назначенного) заведующего кафедрой (формально: начальника). Несмотря на это, оценки в *похвале* всегда субъективны, поскольку оратор выбирает из множества имеющихся вариантов как те критерии, которые следует применить для оценки действия, так и степень их интенсивности (ср.: *Неплохо!*; *Здорово!*; *Браво!*), основываясь на своём понимании действительности.

Похвала всегда имеет в качестве объекта какие-то действия человека: без ошибок (или с меньшим количеством ошибок, чем обычно) написал контрольную работу; быстрее всех (или быстрее, чем обычно) пробежал дистанцию и т. п. Однако нельзя хвалить адресата за то, что у него красивые глаза, или за то, что у него был знаменитый предок, поскольку в этом нет никаких личных заслуг самого субъекта.

Задача *похвалы* – вызвать у адресата положительную эмоциональную реакцию, связанную с тем, что он достиг успеха в определённом деле, и этот результат получил общественное признание. Людям обычно требуется подтверждение правильности их поведения в форме их положительной оценки (похвала начальника, благодарность в приказе, почётная грамота, почётное звание, медаль

или орден и т. п.), и отсутствие этой оценки может быть воспринято как порицание. Именно по этой причине под многими статьями в интернет-блогах может появиться несколько десятков однотипных комментариев типа: *Спасибо, Даша, статья отличная*. Такие послания ничего не добавляют к пониманию рассматриваемого в статье вопроса, но дают сигнал автору, что работа выполнена лучше, чем того требует норма (то есть успешно). Таким образом, *похвала* является конвенциональным жанром (ожидаемым в этой ситуации), однако она не до такой степени обусловлена нормами вежливости, как, скажем, *извинение* или *благодарность*.

Похвала может иметь сверхзадачу: воздействие на третьих лиц с целью побудить их последовать примеру того, кого хвалят. Так, если начальник хвалит сотрудника, вовремя сдавшего отчёт, это может одновременно служить укором тем, кто не уложился в положенные сроки. Прямым адресатом здесь всё равно является хвалимый, однако косвенным адресатом (причём иногда более важным, чем прямой) являются присутствующие при выступлении люди. Эта косвенная аудитория не обязательно является провинившимся: возможно, с помощью положительной оценки определённой линии поведения ей просто хотят подсказать, как себя вести, подать положительный пример, то есть речь выполняет регулятивно-мобилизующую функцию.

Институциональная речь-*похвала* (даже если она совсем маленькая) имеет трёхчастную структуру: в первой части описывается событие, которое подлежит оценке или даётся своё восприятие ситуации; во второй части сообщается, за что именно и почему хвалят адресата; в третьей части делается эмоциональный вывод в форме пожелания или оценки. Например: (1) *Я прочитал вашу курсовую работу. На этот раз вы учли все мои замечания*; (2) *структура чёткая, ссылки на литературу оформлены правильно*. (3) *Теперь я уверен, что и за выпускную квалификационную работу вы получите отличную оценку*. Конечно, *похвальная речь* не всегда имеет такой простой вид: в зависимости от намерений автора содержание может до-

вольно существенно варьироваться, однако для того, чтобы речь выполнила своё назначение, в ней в любом случае должно быть сформулировано, за что именно и почему хвалят объект, какие эмоции вызывает описываемое событие у адресанта, чего в будущем ожидают от адресата. При этом важно как можно более точно сформулировать, в чём конкретно состоит успешность оцениваемого деяния. Детализированная оценка увеличивает ценность *похвалы*, поскольку демонстрирует искренний интерес говорящего, который не поленился вникнуть в нюансы работы и найти слова для их квалификации. Общая же оценка типа «хорошая работа!» нивелирует индивидуальность адресата и вызывает мало положительных эмоций.

В неинституциональных ситуациях *похвала* чаще всего имеет более эмоциональный характер и может ограничиваться общими оценками личности адресата, которые всё равно позиционируются как объективные, поэтому адресату должно быть понятно, на каком основании они присваиваются. Даже если сами аргументы не приводятся в речи, они обусловлены ситуацией (забил гол в ворота противника – *Молодец!*; решил трудную задачу – *Умница!*; сделал своими руками мебель – *Мастер!* и т. п.). В противном случае *похвала* без аргумента может восприниматься как неискренняя, как простая этикетная формула, лишённая живых эмоций и т. п., и поэтому не выполнять своего назначения. Кроме того, сам факт использования положительно оценочных слов в речи далеко не всегда указывает на объективную успешность выполнения работы. Ср., например: (Молодой И. Андроников принят лектором в Ленинградскую консерваторию, очень волнуется перед первым выступлением и решает посоветоваться с И.И. Соллертинским, опытным сотрудником консерватории) *Иван Иванович послушал с напряжённой недоумевающей улыбкой, перебил меня и торопливо заговорил: – Великолепно! Грандиозно! Потрясающе! Высокохудожественно! Научно-популярно! И даже ещё более того! Но, к сожалению, всё это абсолютно никуда не годится... Ты придумал вступительное слово, смысл которого непонятен прежде всего*

самому тебе. Поэтому все эти рассуждения о ладах, секвенциях и модуляциях надобно выкинуть, а завтра сочинить что-нибудь попроще и поумнее. (И.Л. Андроников «Первый раз на эстраде»). Эта речь начинается с интенсивных положительных оценок лекции, однако не является *похвалой*: молодой человек проделал большую работу, однако совсем не в том направлении, которое требовалось.

В бытовом общении право адресанта на *похвалу* определяется несколько иначе, чем в деловом общении. Здесь оно зависит не столько от объективно имеющегося у человека права на оценку, связанного с его образованием, опытом, должностью и тому подобным, сколько от его статуса в глазах адресата. Так, для членов футбольной команды *похвала* в устах любимого тренера будет весьма значимой не только в случае спортивных успехов, но и при оценке любых других дел и поступков спортсмена, даже если они далеки от спорта (и тренер в них явно не компетентен). Аналогично: *похвала* девочки, внимания которой добивается мальчик, может оказаться для него более значимой, чем неодобрение учителя или родителей.

Соответственно и форма *похвалы* в бытовом общении может быть самой разной: это и однословные одобрительные возгласы (*Круто!*); и простые фразы различного содержания (*Ты поступил как герой!*); и достаточно развёрнутые и аргументированные речи. Здесь важно обратить внимание на то, что все подобные высказывания, независимо от словесного наполнения, являются именно *похвалой*, поскольку основная их задача состоит в положительной оценке действий адресата как соответствующих ценностям социума.

Дополнительно к этому в бытовом общении возможен и другой вид *похвалы*, предполагающий равные отношения между общающимися. Он строится на субъективных оценках говорящего и обязательно касается действий адресата, прямо или косвенно затрагивающих лично адресанта. В этом случае аргументом для *похвалы* выступают те преимущества (достижения, улучшения и т. п.), которые получил оратор в результате действий адресата. Адресант здесь тот, ради кого старался адресат: аспирант хвалит соседку-

филолога за помощь в редактировании его автореферата, ученик хвалит товарища (*Ты настоящий друг!*), который дал списать контрольную работу и т. п. Бенефициантом, выигравшим от действий адресата, может быть не только сам адресант, но и тот или иной коллектив: семья за столом хвалит кулинарные таланты мамы, приготовившей вкусный обед; один член баскетбольной команды хвалит другого за вклад в победу команды и т. п. Во всех таких случаях к *похвале* в качестве сверхзадачи добавляется элемент благодарности. Если же этот элемент отсутствует (например, одна ученица говорит другой: *Ты такая молодец! Ты так уверенно отвечала у доски!*), то это сразу добавляет высказыванию оттенок снисходительности (в нашем примере: отличница подбадривает троечницу, вдруг выполнившую задание лучше, чем обычно).

В рамках этого варианта возможна и *похвала* более высокому по статусу субъекту. Чаще всего она используется в ситуации, когда клиент положительно оценивает работу того или иного специалиста (профессионал всегда обладает более высоким статусом по сравнению с человеком, нуждающимся в рекомендации): пассажир хвалит водителя, пациент – врача и т. п. Пациент, конечно, не может объективно оценить квалификацию врача, однако по своим ощущениям может быть доволен или не доволен его советами, вниманием к своим проблемам и т. п. Поэтому такая *похвала* строится на субъективных оценках говорящего, отражает только его мнение. Если же отрыв в статусах очень велик (*Хвала Господу! Слава КПСС!* и т. п.), то *похвала* может иметь только ритуальный характер и превращаться в *восхваление*.

Таким образом, в риторике *похвала* считается центральным элементом группы положительно-оценочных жанров, предназначенным для выполнения вполне определённой задачи. Вместе с тем в профессионально ориентированных дисциплинах отношение к указанному феномену может иметь довольно существенные особенности.

В рамках менеджмента *похвала* входит в число инструментов реализации функции мотивации (процесса побуждения других к требуемой деятельности для достижения их

личностных целей). Один из ведущих постулатов управления звучит так: «единственный способ заставить человека сделать что-либо – это сделать так, чтобы он сам этого захотел». Сотрудник должен иметь возможность реализоваться и испытать личное удовлетворение от хорошей работы, гордость за плоды своего труда, желание применять свои знания и умения на практике. В ряду других инструментов, позволяющих добиться этого результата, особое место принадлежит *похвале*. Если менеджер ведёт себя так, словно видит в работнике несомненные хорошие качества, тот постарается соответствовать этому мнению, ибо самое сильное стремление человека – оправдать свою хорошую репутацию. Обычно в работах по менеджменту отмечается, что особую роль *похвала* играет «в организациях, в которых к человеческим ресурсам относятся не как к издержкам производства, а как к человеческому капиталу и источнику конкурентных преимуществ»⁴. В этой ситуации показателем высшей квалификации менеджера является умение создавать такие отношения с подчинёнными, при которых сам факт отсутствия *похвалы* с его стороны воспринимается ими как порицание, поэтому не требуются никакие дополнительные указания на промахи в работе (критика, разносы и т. п.). Н.А. Трофимова сравнивает такую похвалу харизматического руководителя с воронкой, из которой трудно выбраться, в результате чего у подчинённого открываются новые источники энергии. «Похвала является хорошим примером мудрой стратегии высокостатусного собеседника поддерживать своеобразный психологический «голод», зависимость адресата от похвалы» [13, с. 230].

С другой стороны, психологи часто относятся к *похвале* с некоторым осуждением и противопоставляют ей жанр *признание* (заслуг адресата), поскольку «признание фокусируется на том, что делает человек, похвала делает акцент на личности человека»⁵. М. Маршалл даже полагает, что *похвала* «заставляет вас

⁴ Общий менеджмент / под общ. ред. Л.С. Ружанской, И.В. Котляревской. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. С. 67.

⁵ Чепмен Г. Пять языков любви на рабочем месте. URL: <https://soteria.ru/s4902/> (дата обращения: 07.01.2023).

почувствовать определённую степень своей неполноценности, полностью исключаемой при получении признания»⁶. В то же время основная функция *признания* – «укоренить в сознании человека уверенность в себе и своих силах, а не зависимость от чужого мнения»⁷. К таким выводам автора приводит уверенность в том, что к *похвале* относятся только те суждения, которые начинаются со ссылки на своё мнение: «Я так доволен твоими успехами...», «Я горжусь тобой...» и т. п., в то время как признание содержит только особую информацию о достоинствах, что подталкивает адресата к позитивной самооценке: «Здорово у тебя это получается», «Ты достиг своей цели» и т. п.

Очевидно, что в такой позиции есть рациональное зерно. Однако нельзя не отметить, что подобный взгляд существенно сужает границы *похвалы*, которая не может сводиться к субъективным (причём неаргументированным) оценкам, что не позволяет отграничить её от *комплимента* (ср. один из примеров М. Маршалла: *Мне так понравилось, как ты это сделал*, который вполне может быть простым *комплиментом*). Напротив, с точки зрения теории жанра, в основе *похвалы* должны лежать объективные и аргументированные оценки, причём высказанные таким адресантом, за которым признаётся право на оценивание. В устах такого оратора даже формально субъективные оценки приобретают статус объективных. Ср., например, как в конце фильма «Служебный роман» Л.П. Калугина говорит Ольге Петровне: *Мне очень нравится, как вы работаете. Я давно за вами наблюдаю*. Смеем предположить, что эта реплика не вызывает у адресата никакого чувства неполноценности, поскольку директор предприятия имеет право (обязан) оценивать работу своих сотрудников, причём эта фраза – не сиюминутная и эмоциональная оценка ситуации (что характерно для *комплимента*), а результат длительного анализа работы сотрудника (что необходимо для *похвалы*).

Кроме *похвалы* к группе жанров, предназначенных для положительной оценки объ-

екта, могут быть отнесены *похвальба*, *одобрение*, *комплимент* и *лесть*.

1. **Похвальба.** Как в деловом, так и в бытовом общении встречается вариант *похвалы*, когда говорящий хвалит сам себя (или принадлежащие ему атрибуты). Обычно в русской традиции такая ситуация воспринимается окружающими негативно и именуется *похвальба* или *хвастовство*. Негативные оценки подобной ситуации закреплёны в пословицах: *Хвалила себя калина, что с мёдом хороша*; *Всякая лисица свой хвост хвалит*; *Кто хвалится, тот с горы свалится*; *Пустая бочка пуще гремит* и т. п.

Однако в жизни бывают ситуации, когда субъект должен рассказывать о своих успехах. Так, жанр *представление претендента при приёме на работу* обязательно включает перечисление всех своих достоинств. Аналогичная ситуация возникает в рамках всевозможных отчётов, кадровых бесед, PR-мероприятий и тому подобного, где не рекомендуется из скромности умалчивать о своих достижениях, поскольку эти жанры ориентируют оратора на сообщение именно положительной информации о себе. Чтобы такая речь не приобретала характер *похвальбы*, следует каждый раз приводить аргументы, подтверждающие все лестные самохарактеристики. Например, если на собеседовании претендент говорит, что обладает хорошими организаторскими способностями, то в качестве аргумента рассказывает, кем и когда он уже успел руководить; если в резюме пишет, что имеет большой опыт работы по специальности, то к документу прикладывается выписка из трудовой книжки и т. п. Таким образом, наличие объективных (рациональных) аргументов является важным требованием к любому виду *похвалы*, причём, чем дальше от простых бытовых ситуаций, тем важнее аргументированность послания. Во всех случаях отбор доводов должен быть очень тщательным, чтобы не возникло сомнений в искренности и благодарности подчинённого (если хвалят начальника), удовлетворённости профессиональным прогрессом (если хвалят подчинённого), радости и сопереживании успехам (если хвалят близких) и, соответственно, со-

⁶ Маршалл М. Воспитание без стресса. М.: Эксмо, 2013. 378 с.

⁷ Там же.

мнений в объективности достижений говорящего при самохарактеристике.

Особенно уместно звучит *похвала* себе в ситуации, когда объектом оценки являются действия, рекомендованные для выполнения (или принятые в данном сообществе), поскольку в этом случае речь выполняет роль мотивации для других членов сообщества последовать примеру говорящего: *Анна К.: Я тоже молодец! Я на ДПП полгода, и за зиму ушло 6 кг. Отказалась от сахара, рафинированных углеводов, перекусов фруктами. Без выпечки обхожусь прекрасно, хватает овсяноблина). Взамен получила чистую кожу, лёгкость в теле, уж не говорю про энергию и хорошее настроение от нашей компании.* Здесь подписчица блога, посвящённого принципам ЗОЖ, рассказывает о своих успехах в применении на практике предлагаемой системы, что убедительно подтверждает правильность самой системы.

В неинституциональном общении при создании *похвалы* себе важно и правильно оценивать статус адресата. Если говорящий поступил в университет, а адресат не сумел; победил в конкурсе, а адресат проиграл; нашёл хорошую работу, а адресату опять отказали и тому подобное, то вряд ли стоит надеяться, что адресат сможет искренне порадоваться за товарища. Несмотря ни на какие рациональные аргументы, речь будет выглядеть как *похвальба*, поскольку демонстрирует превосходство адресанта (даже если он не имел осознанного намерения унижить адресата). С другой стороны, если адресат уже получил образование и успешно трудится в иной (чем говорящий) области, он вполне способен порадоваться успехам адресанта.

2. **Одобрение.** Близким по назначению к *похвале* является жанр *одобрение*, состоящий в утверждении соответствия действия, идеи, качества и тому подобного социальной норме и/или целесообразности действия, идеи, качества и тому подобного в сложившейся ситуации.

В институциональном общении основание *одобрения*, как правило, совпадает с требованиями к поведению человека, принятыми в социуме в целом. Если же речь идёт об общении в отдельных социальных группах,

то основания для *одобрения* могут существенно отличаться от общепринятых. Так, требования к внешности, манере поведения и тому подобному, принятые среди гламурных мажоров, байкеров или, скажем, готтов, могут оказаться весьма своеобразными, что и будет отражаться на содержании речи единомышленников в жанре *одобрение*.

Большинство исследователей, как правило, соглашается, что между *похвалой* и *одобрением* имеются весьма существенные различия. Вместе с тем суть этих различий в разных работах формулируется по-разному. Так, Н.В. Воронина и Н.Н. Горяинова указывают, что, в отличие от подготавливаемой заранее похвалы, «одобрения по большей части спонтанны, эмоциональны и неподготовлены» [14, с. 52]. Однако на каком основании сделан такой вывод, установить невозможно, поскольку люди обычно не афишируют, сколько времени они тратят на подготовку тех или иных высказываний.

Многие исследователи в качестве главного отличия называют характер аргументации: *одобрение* требует более рациональных доводов, чем *похвала*, поскольку оно строится на более объективных критериях. Так, З.К. Темиргазина и М.С. Бачурка подчёркивают такое различие между *похвалой* и *одобрением*: «Похвала в повседневной коммуникации отличается большей эмоциональностью, субъективностью и интенсивностью по сравнению с одобрением, которое характеризуется рациональностью, стремлением к объективности и не подвергается интенсификации» [15, с. 98]. Однако и этот признак не является универсальным. Наблюдения показывают, что и *одобрение* идеи может сопровождаться различными (иногда весьма эмоциональными) реакциями: *Нинель Мовчан: День добрый! Ох, какая сегодня тема нужная!; Галина Булига: Какая статья! Какая мотивация! Восторг! Моя жизнь – полное тому подтверждение. Читаю, внедряю, надеюсь...; Елена: Отличный план! Вроде всё знакомо, но вот некоторые очевидные вещи не лишне было напомнить.* Во всех приведённых примерах присутствует *одобрение* идеям, высказанным в статьях, но эти идеи

вызывают эмоциональный отклик в душе читателей, что и отражается в их комментариях.

Более существенное отличие между указанными жанрами касается субъекта и объекта оценивания. Если *похвала*, как правило, произносится старшим по статусу лицом, то *одобрение* не зависит от статуса. Здесь адресант выступает как типичный представитель соответствующего социума и подтверждает безусловную ценность оцениваемого объекта для этого социума. Отличается и сам объект: *одобряют* слова или мысли, а *хвалят* человека. Поэтому высказывание: *Ты лучший всех справилась с заданием!* – является *похвалой*, а высказывание: *Это очень здравая идея, мы обязательно должны воплотить её в жизнь!* – является *одобрением*. Именно поэтому (а не из-за преобладания рациональной аргументации) *одобрение* более активно используется в институциональном дискурсе: и проект, и бизнес-план, и кредит в банке обязательно должны быть *одобренны*, в то время как *похвалить* (по желанию менеджера) следует сотрудника за качественно выполненную работу.

Но и в неинституциональном общении *одобрение* является весьма частотным жанром. Особенно необходимым этот жанр оказывается в интернет-общении, поскольку здесь в основе создания различных интернет-сообществ лежат определённые ценностные ориентиры, которые должны постоянно напоминаться и подчёркиваться для поддержания статуса сообщества: *Валерий: Какое обстоятельное практическое руководство! Полагаю, что тем, кто в разуме и столкнулся с проблемой, – материал существенно поможет! Совершенно верно всё, именно так и выявляются причины плохого самочувствия, а заодно происходит привыкание к чистоте и простоте в рационе. Многим, очень многим будет легче жить после чтения этого практикума по выявлению неперевариваемого!)* Как видно из приведённого примера, подписчик блога с помощью положительных оценок (*обстоятельное руководство; существенно поможет; совершенно верно; легче жить*) подчёркивает ценность для членов сообщества представленных материалов, поскольку они в полной мере соот-

ветствуют концепции ЗОЖ, пропагандируемой каналом.

В *одобрении*, как и в *похвале*, вполне может присутствовать сверхзадача: *одобрение* идеи или мнения одного человека имеет цель наглядно продемонстрировать другому человеку, какого рода идеи или мнения получают в сообществе положительную оценку.

3. **Комплимент.** Адресантом *комплимента* может быть любой человек, независимо от статуса, степени знакомства с адресатом и т. п. Основное назначение этого жанра состоит в улучшении отношений с адресатом или установлении доброжелательного контакта. Таким образом, *комплимент* – это типичный фатический жанр эпидейктической речи. Его сверхзадача состоит в том, чтобы вызвать симпатию к себе и таким образом сделать отношения с адресатом более тёплыми.

Если в рамках *похвалы* все оценки должны быть (или хотя бы выглядеть) объективными и подкрепляться рациональными аргументами, то в *комплименте* оценки (даже объективно описывающие качества адресата) позиционируются как субъективные. Так случается потому, что *комплимент* не претендует на объективность отражения действительности, он предназначен для экспрессивного выражения положительных эмоций адресанта.

Что касается содержания, то в рассматриваемых жанрах оно может частично совпадать. Если речь идёт о внешности человека, природных качествах и тому подобном, возможен только *комплимент*. В связи с этим полагаем, что примеры, которые некоторые исследователи квалифицируют как *похвалу* (*У вас такие красивые глаза!; У тебя такая стройная фигурка!* [15, с. 98]), более логично считать *комплиментами*. Если же речь идёт о поступках человека, возможны оба жанра, выбор зависит от ситуации и намерений говорящего.

Рассмотрим в качестве примера переписку женщин в социальной сети. Наталья Волкова поместила обстоятельный рассказ о том, как от ожирения у неё начались проблемы со здоровьем, она перешла на ЗОЖ, и в результате ей без особых усилий удалось сбросить лишний вес. Комментарии:

Дарья Савельева (автор канала): Какой чудесный мотивирующий рассказ у вас получился! Вы всё правильно сделали. Так и хочется поддакнуть вашему мудрому организму: «Наташ, ну ты крута!»;

Зима: Спасибо за рассказ, Наташа! Ну наверняка он (организм) был тебе благодарен за каждый сброшенный без особых потрясений килограмм! Твой пример наглядно показывает, что все мы на верном пути и тоже сможем стать стройными и красивыми!

Оксана Дружинина: Как хорошо написала! Прямо про меня! Жареный петух... он рядом, ходит за нами!

В первом случае имеем похвалу, поскольку её адресантом является специалист в области правильного питания (старший по статусу), которому безоговорочно доверяют все подписчики канала. В связи с этим даже её эмоциональные оценки (*чудесный*), использованные наряду с объективными (*всё правильно*), выглядят как объективная похвала. Второй пример является иллюстрацией похвалы равного по статусу, поскольку содержит элементы благодарности: не только этикетное «Спасибо», но и выражение уверенности в том, что другие женщины благодаря такой поддержке смогут добиться тех же результатов, что и автор рассказа. Наконец, третий пример – это типичный комплимент: непосредственная эмоциональная положительная реакция на рассказ (с сугубо субъективными оценками), имеющая целью только укрепление отношений.

Часто в качестве главного отличия комплимента от похвалы называют мотивированность похвалы (адресат должен приложить усилия, совершить действия, чтобы заработать похвалу) и немотивированность комплимента (не требуется делать ничего, чтобы получить комплимент). В целом это так. Однако и действия адресата (наряду с внешностью, одеждой, характером и т. п.) могут стать темой комплимента (*Как ловко ты отбрила этого нахала!; Как ты умеешь общаться с детьми! Я прямо обзавидовалась, глядя, как они тебя слушают!*), если произносятся равным по статусу адресантом исключительно с целью укрепления межличностных отношений. Таким образом, основ-

ным отличием между указанными жанрами следует считать интенцию: целью комплимента является демонстрация симпатии к адресату в расчёте на ответное расположение, а целью похвалы – признание достижений адресата, «узаконивание» его успеха.

Важно также отметить, что объектом похвалы являются действия или состояния, одобряемые обществом (или социумом, к которому принадлежит адресат), а объектом комплимента должна быть положительная оценка тех качеств, сторон, признаков человека, которые ценны именно для него самого. В связи с этим процитированные выше комплименты по поводу внешности безусловно уместны, если речь идёт о девочках (которые, как правило, всегда стремятся выглядеть красивыми), однако если адресуются мальчикам, говорящий должен сначала убедиться, что для реципиента перечисленные признаки являются активно желаемой ценностью.

Комплимент может адресоваться группе людей. При этом даже в официальной ситуации он выполняет ту же самую функцию, что и в бытовом общении: «*Есть что-то замечательное в том, что одна из первых международных встреч учёных, посвящённых защите жизни, происходит в городе, начертавшем на своём щите – колеблется, но не тонет – гордый девиз, который в наше время мог бы стать девизом всей нашей планеты...*» – Сведения о гербе Парижа – гонимый волнами корабль с латинской надписью «*колеблется, но не тонет*» – я почерпнул из путеводителя. Не бог весть какое начало, но оно понравилось. Аудитория мгновенно оценила, что человек, прибывший «оттуда», свободно говорит по-французски, улыбается, шутит и, кажется, не собирается никого поучать (А. Крон «Бессонница»).

Другие признаки, приписываемые комплименту как обязательные, выглядят спорными. Так, Н.А. Бигунова указывает на «ожидаемое преувеличение достоинств собеседника» [16, с. 33] как на самый важный признак, отличающий его от похвалы. Однако, как представляется, преувеличение может иметь место, а может и отсутствовать, если адресант описывает именно те чувства, которые он действительно испытывает: опреде-

лить меру преувеличения или её отсутствие практически невозможно.

Вторым сомнительным признаком отличия *комплимента* от *похвалы* считаем его неаргументированность. Вместе с тем простая констатация наличия какого-либо качества у адресата (*Ты такая умная!*) совсем не обязательно вызывает удовольствие у адресата, прежде всего потому, что остаются сомнения в искренности говорящего, а также в реальности наличия описываемого качества. С риторической точки зрения, включение в текст эмоциональных аргументов (*Я так восхищаюсь твоей собранностью и организованностью!*) или наблюдений (*Ты сегодня так здорово выступила: все слушали, затаив дыхание!*) существенно повышает убедительность высказывания. Отметим ещё раз: последний пример является именно *комплиментом* (а не *похвалой*), поскольку, во-первых, произносится равным по статусу лицом, не являющимся официальным держателем того критерия, который необходим для объективной оценки этого действия и при этом не содержит элементов благодарности; и, во-вторых, строится на эмоциональных и субъективных оценках, необходимых для укрепления отношений с адресатом.

4. *Лесть*. Что касается *лести*, то этот жанр имеет практически те же характеристики, что и *комплимент* (и поэтому в жизни обычно позиционируется как *комплимент*), однако её существенным отличием является одновременное наличие двух дополнительных признаков: неискренность и корыстные мотивы. *Лесть*, как правило, адресуется старшему по статусу и имеет целью добиться от него каких-либо преференций.

Эти признаки общеизвестны и легко позволяют в теории отделить *лесть* от *комплимента* и *похвалы*. Однако как только дело доходит до практики, все эти термины начинают употребляться как синонимы: «Обворожительная улыбка и пара добрых слов – прекрасное начало для знакомства. Лесть сглаживает углы, а приятные слова раскрепощают человека. Пускай неискренний, но тонкий комплимент спасает неприятные знакомства, предотвращая открытое противо-

стояние сторон»⁸. Однако даже неискренний *комплимент* остаётся *комплиментом*, а не превращается в *лесть*, поскольку не предполагает никакой корысти для оратора. По этой же причине не кажутся убедительными и упоминаемые в разных работах другие мотивы, по которым *комплимент* может превратиться в *лесть*: влюблённость, стремление поднять самооценку близкому человеку, желание понравиться и т. п. Все эти мотивы объединяет стремление к укреплению отношений, а не корысть, поэтому логичнее относить содержащие их послания к *комплиментам*. Кроме того, очень трудно определить степень искренности говорящего, равно как и степень преувеличения и категоричность приписывания положительного качества адресату – признаки, которые часто называются показателями *лести*. Например, адресант говорит: *Как прекрасно ты поёшь! Слушал бы и слушал! Мне так нравится твой голос!* Здесь есть и категоричность, и явное преувеличение. Однако при этом вполне возможно, что говорящий искренен, ведь он сообщает о своих ощущениях (а не даёт объективную оценку пения адресата). Огульное отнесение к *лести* всех *комплиментов*, которые содержат оценки, не разделяемые сторонним наблюдателем, кажется неоправданным, ведь в этом и состоит суть субъективных оценок: они отражают личное восприятие говорящего и не претендуют на согласие других людей.

В этой ситуации к *лести* безоговорочно можно отнести только те высказывания, которые мотивированы той или иной выгодой для говорящего (и это не укрепление отношений): *Остал сразу понял, как вести себя в светском обществе. Он закрыл глаза и сделал шаг назад. – Прекрасный мех! – воскликнул он. – Шутите! – сказала Эллочка нежно. – Это мексиканский тушкан. – Быть этого не может. Вас обманули. Вам дали гораздо лучший мех. Это шанхайские барсы. Ну да! Барсы! Я узнаю их по оттенку. Видите, как мех играет на солнце! Изумруд! Изумруд!* (И. Ильф и Е. Петров «Двенадцать стульев») Это высказывание позиционируется адресантом и вос-

⁸ Брик Э. Лесть: как мы льстим? URL: <https://sun-mag.me/sovety/11-01-2014-lest-kak-my-lstim.html> (дата обращения: 13.12.2022).

принимается адресатом как *комплимент*. При этом положительная оценка усилий Элочки, которая «сама красила мексиканского тушкана зелёной акварелью», производит на неё сильное впечатление именно потому, что совпадает с её осознаваемыми ценностями. Вместе с тем последующая просьба Остапа о продаже стула показывает его корыстные мотивы, что и позволяет квалифицировать это высказывание как *лесть*.

Таким образом, *комплимент* и *лесть* на практике различаются не столько лингвистическими, сколько экстралингвистическими признаками: 1) адресат чувствует неискренность в интонациях и поведении говорящего; 2) адресант в других ситуациях высказывал совсем иные оценки обсуждаемого объекта (например, оценивал весьма скептически пение адресата); 3) вслед за речью следует просьба об одолжении или поблажках (что расценивается как корыстные мотивы) и т. п. Впрочем, корысть не обязательно предполагает прямую выгоду для самого адресанта: можно льстить, например, затем, чтобы заставить адресата работать продуктивнее.

ВЫВОДЫ

1. Все жанры, относящиеся к группе положительно-оценочных, объединяет позиция адресанта: он испытывает (или делает вид, что испытывает) тот или иной положительный настрой, о чем хочет оповестить адресата. Основная цель речи чаще всего состоит в подчёркивании положительного эмоционального фона коммуникации. При этом в устном общении положительные оценки выполняют роль психологического «поглаживания», в связи с чем на первый план выходит стремление к сближению с адресатом. В интернет-общении с помощью положительных оценок определяется круг основных ценностей сообщества, в связи с чем функция всех жанров этой группы может состоять в подчёркивании принадлежности к одной группе единомышленников. Наконец в деловой коммуникации положительные оценки имеют объективный характер и соотносятся со шкалой ценностей, принятой в обществе.

2. *Похвала* имеет целью положительную оценку действий адресата как соответствующих нормам и ценностям, принятым в обществе (или социуме). Она строится на объективных оценках, поэтому адресантом её может быть только человек, за которым адресат признает право на такие оценки в силу его возраста, опыта или должности. Все предъявляемые оценки должны быть так или иначе подтверждены аргументами (не только рациональными, но и эмоциональными), поскольку в противном случае *похвала* может восприниматься как неискренняя, как простая этикетная формула. *Похвала* равного по статусу (или с более высоким статусом) адресата возможна только в неинституциональном общении. Она строится на субъективных оценках и содержит элементы благодарности. С её помощью положительно оценивают действия адресата, который сделал что-то хорошее (полезное, приятное и т. п.) для адресанта.

3. *Похвала* себе является обязательным элементом многих ситуаций делового общения. Чтобы такая самохарактеристика не превращалась в *похвальбу*, необходимо приводить рациональные аргументы, подтверждающие наличие у говорящего положительных качеств или достижений. Особенно этичный характер имеет *похвала* себе, когда такая речь служит аргументом, подтверждающим правильность предлагаемой общественной системы поведения, методики и т. п. (говорящий применил её и добился хороших результатов).

4. *Одобрение* имеет целью утверждение соответствия действия, идеи, качества и т. п. социальной норме и/или целесообразности действия, идеи, качества и т. п. в сложившейся ситуации. Таким образом, *одобряют* слова или мысли, а *хвалят* человека. В институциональном общении *одобрение* интеллектуальной продукции является одним из необходимых этапов её внедрения в практику. В интернет-общении *одобрение* высказываемых в постах идей позволяет актуализировать ценностные ориентиры, на основе которых были созданы соответствующие сообщества.

5. *Комплимент* служит инструментом улучшения межличностных отношений. Это непосредственная эмоциональная положительная реакция по поводу состояния или действий адресата.

6. *Лесть* по форме совпадает с *комплиментом*, однако отличается от неё неискрен-

ностью и корыстными мотивами говорящего. В связи с этим, если исследователь квалифицирует некоторое высказывание как *лесть*, он должен в качестве аргументов указать оба эти признака, причём простое стремление к укреплению отношений не может служить основанием для такой квалификации.

Список источников

1. Леонтьев В.В. Похвала похвале рознь: к вопросу о концептуализации похвалы в английской лингвокультуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2022. № 3 (166). С. 245-251. <https://elibrary.ru/yripor>
2. Зимбули А.Е. Похвала: нравственно-ценностные ракурсы // Символ науки: международный научный журнал. 2015. № 7-2. С. 65-71. <https://elibrary.ru/ucvyod>
3. Янкина Е.В. Адресат речевых жанров социальной поддержки // Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. 2013. Т. 14. № 16 (119). С. 53-56. <https://elibrary.ru/rmtfpg>
4. Горобец О.Б. Похвала и комплимент: межжанровые границы // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2010. Т. 2. № 2. С. 75-80. <https://elibrary.ru/mqpmvn>
5. Сапунова А.В. Критика и похвала подчинённых – мощное средство активизации их деятельности // Новая аптека. Эффективное управление. 2008. № 12. С. 46-49. <https://elibrary.ru/jxgwld>
6. Жумакеева Э.Б., Джаркинбаева Н.Б. Лексико-грамматическое выражение одобрения-похвалы и неодобрения-недовольства в конкретной речевой ситуации // Alatau Academic Studies. 2021. № 3. С. 171-183. <https://doi.org/10.17015/aas.2021.213.019>, <https://elibrary.ru/mugjdr>
7. Погужая С.Н. Особенности репрезентации концепта «Одобрение/похвала» в современном английском языке // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). С. 119-125. <https://elibrary.ru/txfgtr>
8. Формановская Н.И. Одобрение, похвала // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник / под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2014. С. 356-357. <https://elibrary.ru/uqajoz>
9. Султаш С.А., Галичкина Е.Н. Жанрово-стилистические характеристики онлайн-комментария «одобрение» в социальной сети ВКонтакте // Гуманитарные науки и образование. 2022. Т. 13. № 4 (52). С. 153-160. https://doi.org/10.51609/2079-3499_2022_13_04_153, <https://elibrary.ru/gwjwew>
10. Горяинова Н.Н. Стратегии и тактики речевого поведения с применением высказываний похвалы и одобрения: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2010. 194 с. <https://elibrary.ru/ooruok>
11. Анисимова Т.В. К вопросу о значении термина «речевой жанр» // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2019. Т. 1. № 1. С. 104-111. <https://elibrary.ru/ppxxsf>
12. Анисимова Т.В., Пригарина Н.К., Чубай С.А. Система риторической аргументации в дискурсе социальной рекламы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2019. Т. 18. № 2. С. 159-173. <http://doi.org/10.15688/jvolsu.2019.2.14>, <https://elibrary.ru/xctztj>
13. Трофимова Н.А. Грамматика похвалы. Языковые средства реализации речевого акта похвалы // Альманах современной науки и образования. 2007. № 3-3. С. 228-231. <https://elibrary.ru/peizfr>
14. Воронина Н.В., Горяинова Н.Н. Похвала и одобрение как методы стимулирования учебной деятельности воспитанников // Научные горизонты. 2017. № 3. С. 51-54. <https://elibrary.ru/yorme>
15. Темиргазина З.К., Бачурка М.С. Речевые акты похвалы и одобрения в педагогическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. № 1. С. 97-105. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-1-97-105>, <https://elibrary.ru/yfubpj>
16. Бигунова Н.А. Одобрение, похвала, комплимент и лесть в теории речевых актов // Записки з романо-германської філології. 2015. № 2 (35). С. 31-40. <https://elibrary.ru/wkdwmp>

References

1. Leont'ev V.V. Praise differs: to the issue of conceptualising praise in English lingua-culture. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2022, no. 3 (166), pp. 245-251. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yripor>
2. Zimbuli A.E. Pokhvala: нравственно-сенностные ракурсы [Praise: moral and value perspectives]. *Simvol nauki: mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal = Symbol of Science: International Scientific Journal*, 2015, no. 7-2, pp. 65-71. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ucvyod>
3. Yankina E.V. Social support addressee. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Problemy sotsial'no-gumanitarnogo znaniya = Izvestia of the Volgograd State Technical University. Series: Problems of Socio-Humanitarian Knowledge*, 2013, vol. 14, no. 16 (119), pp. 53-56. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rmtfgp>
4. Gorobets O.B. Praise and compliment: inter-genre boundaries. *Uchenye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta = Scientific Notes of Komsomolsk-On-Amour State Technical University*, 2010, vol. 2, no. 2, pp. 75-80. (In Russ.) <https://elibrary.ru/mqpmvn>
5. Sapunova A.V. Kritika i pokhvala podchinennykh – moshchnoe sredstvo aktivizatsii ikh deyatelnosti [Criticism and praise of subordinates is a powerful means of activating their activities.]. *Novaya apteka. Effektivnoe upravlenie [New Pharmacy. Efficient Management]*, 2008, no. 12, pp. 46-49. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jxgwld>
6. Zhumakeeva E.B., Dzharkinbaeva N.B. The lexical and grammatical expression of approval-praise and disapproval-discontent in a specific speech situation. *Alatoo Academic Studies*, 2021, no. 3, pp. 171-183. (In Russ.) <https://doi.org/10.17015/aas.2021.213.019>, <https://elibrary.ru/mugjdr>
7. Pogozhaya S.N. The peculiarities of representation of concept «Approval/praise» in modern English. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Humanities*, 2014, no. 13 (184), pp. 119-125. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tfxgtr>
8. Formanovskaya N.I. Odobrenie, pokhvala [Approval, praise]. In: Skovorodnikov A.P. (ed.). *Slovar'-spravochnik «Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii)» [Dictionary-Guide Book "Effective Verbal Communication (Basic Competencies)"]*. Krasnoyarsk, Siberian Federal University Publ., 2014, pp. 356-357. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uqajoz>
9. Sultash S.A., Galichkina E.N. Genre and stylistic characteristics of online-comments of "approval" in VK. *Gumanitarnye nauki i obrazovanie = The Humanities and Education*, 2022, vol. 13, no. 4 (52), pp. 153-160. (In Russ.) https://doi.org/10.51609/2079-3499_2022_13_04_153, <https://elibrary.ru/gwjwcv>
10. Goryainova N.N. *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya s primeneniem vyskazyvaniya pokhvaly i odobreniya: dis. ... kand. filol. nauk [Strategies and Tactics of Speech Behavior Using the Expression of Praise and Approval. PhD (Philology) diss.]*. Stavropol, 2010, 194 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oruok>
11. Anisimova T.V. On the question of the meaning of the term speech genre. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatishchev*, 2019, vol. 1, no. 1, pp. 104-111. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ppxxsf>
12. Anisimova T.V., Prigarina N.K., Chubai S.A. The system of rhetorical argumentation in discourse of social advertising. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie = Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2019, vol. 18, no. 2, pp. 159-173. (In Russ.) <http://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.2.14>, <https://elibrary.ru/xctztj>
13. Trofimova N.A. Grammatika pokhvaly. Yazykovye sredstva realizatsii rechevogo akta pokhvaly [Praise grammar. Language means of implementing the speech act of praise]. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniya = Almanac of Modern Science and Education*, 2007, no. 3-3, pp. 228-231. (In Russ.) <https://elibrary.ru/peizfr>
14. Voronina N.V., Goryainova N.N. Praise and approval as the methods of motivations during the educational activity at the English lesson. *Nauchnye gorizonty [Scientific Horizons]*, 2017, no. 3, pp. 51-54. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yornre>
15. Temirgazina Z.K., Bachurka M.S. Speech acts of praise and approval in the pedagogical discourse. *Vestnik RUDN. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika = RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2017, vol. 8, no. 1, pp. 97-105. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-1-97-105>, <https://elibrary.ru/yfubpj>

16. Bigunova N.A. Approval, praise, compliment and flattery in speech act theory. *Zapiski z romano-germans'koi filologii* [Notes on Romano-Germanic Philology], 2015, no. 2 (35), pp. 31-40. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wkdwmp>

Информация об авторе

Анисимова Татьяна Валентиновна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры социально-экономических и гуманитарных дисциплин, Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, Калининградский филиал, г. Калининград, Российская Федерация, <http://orcid.org/0000-0002-6386-2041>, atvritor@yandex.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, написание текста статьи.

Чубай Светлана Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русской филологии и журналистики, Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-3660-8267>, sa_chubai@volsu.ru

Вклад в статью: подбор первичного материала, анализ авторской картотеки, редактирование текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 25.01.2023

Поступила после рецензирования 14.06.2023

Принята к публикации 22.06.2023

Information about the author

Tatyana V. Anisimova, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Socio-Economic and Humanitarian Disciplines Department, Kaliningrad Branch of the Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russia, Kaliningrad, Russian Federation, <http://orcid.org/0000-0002-6386-2041>, atvritor@yandex.ru

Contribution: main study conception, manuscript text drafting.

Svetlana A. Chubay, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Russian Philology and Journalism Department, Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-3660-8267>, sa_chubai@volsu.ru

Contribution: primary material selection, author's card files study, manuscript text editing.

There is no conflict of interests.

Received January 25, 2023

Revised June 14, 2023

Accepted June 22, 2023