

РОЛЬ АДРЕСАНТА У ВИСЛОВЛЮВАННЯХ ПОХВАЛИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ)

Клочко Лариса Іванівна,

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов

Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка
ORCID ID: 0000-0003-1762-5894

У статті було досліджено роль адресанта у висловлюваннях похвали. З'ясовано, що похвала – це контекстно прив'язаний комунікативний феномен. Важливою відмінною особливістю висловлювань похвали є їх функціонування в комунікативних ситуаціях співпраці. Установлено, що ситуація створює комунікативний контекст, у якому здійснюється мовленнєва діяльність особи. Доведено, що роль адресанта в загальній моделі ситуації співпраці є надзвичайно великою: перш за все адресант визначає зміст повідомлення та його ілюкютивну силу. Адресант – це конкретний індивід, занурений у дискурс, саме він формує мету та план мовленнєвої поведінки в дискурсі, контролює та корегує його. З'ясовано, що адресат отримує інформацію про адресанта з лінгвістичних та паралінгвістичних даних. Таким чином адресант формує характер і тон комунікації. Визначено характеристики адресанта, які впливають на ефективність висловлювань похвали, а саме: вік, авторитет, статус та престиж, особистий тезаурус. Константовано, що комунікативний статус ініціатора похвали та його соціальний статус не завжди співпадають. У ситуаціях, коли є висловлювання похвали, адресант займає домінуючу позицію, а адресат – залежну, тобто адресант використовує похвалу як стратегію, спрямовану «вниз». З'ясовано, що важливу роль у функціонуванні висловлювання похвали відіграють макротекстуальні компоненти ситуації, перш за все соціальні відносини між комунікантами. Установлено, що комунікативний статус індивіда зумовлений його роллю (діями, думками, почуттями). Досліджено, що комунікативний статус може бути жорстким і варіативним залежно від ролі комунікантів у межах конкретної ситуації, а саме їх прагнення до комунікативної співпраці, суперництва або конфлікту. З'ясовано, що на рівні макротексту ситуація співпраці може бути симетричною або асиметричною, якщо брати до уваги статусні відносини між комунікантами.

Ключові слова: висловлювання похвали, адресант, адресат, комунікативна ситуація, комунікативний статус, мовленнєва стратегія.

Klochko Larysa. The role of the addresser in expressions of praise (based on the material of English artistic discourse)

The article is devoted to the investigation of the addresser's role in expressions of praise. It has been found that praise is a context-bound communicative phenomenon. An important distinguishing feature of expressions of praise is their functioning in communicative situations of cooperation. It has been established that the situation creates a communicative context in which the person's speech activity is carried out. It is proven that the role of the addresser in the general model of the cooperation situation is extremely large: first of all, the addresser determines the content of the message and its illocutionary force. The addresser is a specific individual immersed in the discourse, it is he who forms the purpose and plan of speech behaviour in the discourse, controls and corrects it. It has been found that the addressee receives information about the addresser from linguistic and paralinguistic data. In this way, the addresser forms the character and tone of communication. The characteristics of the addresser that influence the effectiveness of expressions of praise are determined, namely: age, authority, status and prestige, personal thesaurus. It has been established that the communicative status of the initiator of praise and his social status do not always coincide. In situations where there is an expression of praise, the addresser takes a dominant position, and the addressee takes a subordinate position, that is, the addresser uses praise as a "downward" strategy. It has been found that macro textual components of the situation, primarily social relations between communicators, play an important role in the functioning of the expression of praise. It has been established that the communicative status of an individual is determined by his role (actions, thoughts, feelings). It has been studied that the communicative status can be rigid and variable depending on the role of communicators within a specific situation, namely their desire for communicative cooperation, rivalry or conflict. It has been found that at the macrotext level, the situation of cooperation can be symmetrical or asymmetrical, if we take into account the status relations between the communicators.

Key words: expression of praise, addresser, addressee, communicative situation, communicative status, speech strategy.

Вступ. Сучасна лінгвістична наука тяжіє до розширення об'єкта дослідження, а саме у фокусі стає мовленнєва діяльність, вивчаються мовленнєві процеси та мовленнєва поведінка індивідів у соціальному просторі. У сучасній функціонально-орієнтованій лінгвістиці мовленнєві висловлювання розуміють як спрямовані мовленнєві дії. Взаємодія учасників комунікації стає в центрі аналізу комунікативно-функціонального аспекта мовленнєвих явищ, зокрема роль адресанта як фактора впливу на процес спілкування [1]. Одна з найважливіших цілей, яку має адресант (мовець), – це вплив на адресата (слухача). Одним із найпоширеніших мовленнєвих впливів науковці

називають оцінювальний. Адже в мовленні все частіше проглядаються категорії схвалення та несхвалення.

У нашій статті ми розглядаємо одну з мовленнєвих стратегій, яку використовують для вираження схвалення, – похвалу у контексті ролі в такому типі висловлювань адресанта.

Похвала – це певна мовленнєва дія, яку здійснює мовець (адресант) для того, щоб виразити позитивне ставлення до об'єкта похвали (адресата) або для здійснення позитивного емоційного впливу на нього [4, с. 5].

Матеріали та методи. Методологічну базу статті становлять праці таких науковців, як: Ф.С. Бацевич,

Г.Г. Почепцов, Д. Майерс, Р. Сколлон, С. Сколлон, Д. Діксон, С. Саундерс, М. Стрінгер та інші. Матеріалом для дослідження були романи сучасних британських та американських авторів, а саме «Цілителі» Джеральда Гріна, «Пірат» Гарольда Роббінса, «Однокурсники» Еріка Сігала, «Незнайомець в дзеркалі» Сідні Шелдона та «Полярна зірка» Мартіна Сміта.

Мета статті – розкрити роль адресанта у висловлюваннях похвали в англійській мові, його вплив на адресата та ситуацію спілкування загалом.

Для досягнення мети було використано такі методи дослідження: акто-мовленнєвий (для визначення прагматичного статусу висловлювання похвали у сучасній англійській мові); контекстуальний аналіз (для виявлення впливу структури ситуації спілкування, соціальних факторів на мовну семантику та функціональні особливості висловлювань похвали); метод компонентного аналізу (для дослідження лексичних одиниць, які вживаються для вираження висловлювань похвали).

Результати. Як відомо, за системно-діяльнісним підходом адресант постійно перебуває в різних комунікативних ситуаціях. Ситуація – це феномен прагма-семантичного порядку й включає власне комунікативні та декомунікативні фактори. Перші у себе включають мовленнєві акти, до других належать такі фактори, як: «предмет», «мотив», «учасники» (мовець (адресант), слухач (адресат)) [2, с. 16]. Ситуація є елементом дійсності, що створює комунікативний контекст, у якому здійснюється мовленнєва діяльність особи. Як правило, його називають «ситуативним контекстом», бо він виводить мовленнєву дійсність у широкий світ просторо-часових і суб'єктивно-об'єктивних зв'язків [2, с. 17] та забезпечує конкретну референцію висловлювання в мовленні [6, с. 193]. Ситуативний контекст є дійсністю, яка уможливає порозуміння людей щодо ситуації, у якій вони стикаються один з одним віч-на-віч [3, с. 40].

Похвала, поза сумнівом, є контекстно прив'язаним комунікативним феноменом. Якщо взяти до уваги прагматичний статус, то похвалу називають складним полілокутивним актом, тобто в одному висловлюванні існує прагматичне суміщення двох і більше мовленнєвих функцій. Похвала в англійській мові – це різновид оціночного висловлювання. Але водночас має певні відмінні характеристики від інших оціночних висловлювань, а саме:

– похвала – авторська індивідуальна комунікативна стратегія, тому в мовленнєвому оформленні висловлювань похвали відсутні шаблони;

– похвала – об'єктивне із боку адресанта висловлювання прийняття адресата (його особистості, якостей, поведінки тощо);

– похвала існує лише у ситуації кооперації [4, с. 5–6].

Значущою характеристикою висловлювань похвали є звуження їх функціонування комунікативними ситуаціями співпраці. На макротекстуальному рівні використання висловлювань похвали може регулюватися низкою соціальних параметрів [4, с. 7].

Роль адресанта, як ми зазначали, у загальній моделі ситуації співпраці є дуже вагомою: по-перше, адре-

сант формулює зміст повідомлення і його ілокуцію; по-друге, у висловлюванні є завжди різноманітна інформація про адресанта не як про якусь абстрактну сутність, а як про конкретного індивіда, який занурений у дискурс, формує мету та план мовленнєвої поведінки в дискурсі, контролює та корегує дискурс. Також ми можемо отримати відомості про ступінь комунікативної компетентності адресанта, його психічний стан, статус у суспільстві тощо. Така інформація подана у висловлюванні як експліцитно, так і імпліцитно.

У наступному прикладі завідувач відділення лікарні хвалить двох лікарів-інтернів за правильно надану медичну допомогу важко пораненому пацієнтові. Вибір простих слів, коротких енергійних фраз – не випадковий: досвідчений лікар виражає позитивну оцінку дій молодих колег, підкреслюючи доброзичливо-поважне ставлення до них:

“Nice work, both of you,” Dr. Gold said. “Nice splint”
“Darn good job, Riley. You too, Matt” [15].

Адресат виводить інформацію про адресанта з лінгвістичних та паралінгвістичних даних. Тим самим адресат формує образ адресанта, який своєю чергою має вплив на подальший тон спілкування адресата. Таким чином чинник адресанта значною мірою формує характер і тон комунікації.

Наступні характеристики адресанта впливають на ефективність висловлювань похвали:

– **вік:** висловлювання похвали матиме більшу цінність для адресата у тому випадку, коли адресант доросліший або одноліток [11, с. 180];

“You are one of my best people, Bright”, the old lady had told her [15].

“Well done job of yours” said the old Chief turning to Dana [18].

Як бачимо з поданих вище прикладів, похвала іде від старшого за віком адресанта, такий висновок можна зробити, бо в обох прикладах присутня лексема “old” («старий»).

– **авторитет,** якщо адресант шанована у суспільстві особа, то є більша вірогідність того, що адресат сприйме похвалу від такої людини краще та довірливіше:

“It’s been a good flight, Andy. Thank you”

“Thank you, sir.” The pilot’s voice was pleased as he rang off [16].

У цьому прикладі адресат сприйняв похвалу дуже позитивно, що показано лексемою “pleased” («задоволений»), зі звертання “sir” («пан») стає зрозуміло, що адресант авторитетна для слухача людина, позаяк така лексема означає повагу.

“You made a real accomplishment, Kevin”

“Thank you, Professor” [15].

Такий приклад показує висловлення похвали від професора до студента, що було сприйнято також позитивно, адже в англійській культурі викладачі мають авторитет у суспільстві, а отже, похвала від професора сприймається як дійсно цінна.

– **престиж і статус:** адресат позитивніше сприймає похвалу від людини, яка має вищий соціальний статус:

"I see a lot of improvement in your work, Lisa"
"Thank you, Boss" [19].

У цьому прикладі у відповіді адресата лексема *"boss"* («бос, начальник») позначає статус адресанта, похвала від начальника завжди сприймається співробітником позитивно і має гарний вплив.

Senator Davis looked at him and said: "I enjoy working with you. You really know how to do things" [18].

Лексема *"senator"* («сенатор») у вищезазначеному прикладі також вказує на високий статус адресанта.

– **особистий тезаурус мовця**, який можна трактувати як здатність адресанта створювати тексти мовою, базуючись на особистих знаннях про навколишній світ, які зафіксовані в значеннях слів та асоціаціях до них, ґрунтуючись на національно-психічному складі розуму й індивідуальній зацікавленості в тлумаченні фактів, що позначаються:

"What a clever Junger! He really did it," Mr. Felder said [15].

Такий приклад показує, що адресант демонструє знання не тільки англійської, але й німецької мови, перша лексема *"clever"* з англійської мови перекладається як «розумний», друга *"Junger"* з німецької як «хлопець», поєднавши ці дві лексеми, ми можемо зрозуміти, що похвала звучала як «Який розумний хлопець».

As usual he was very colorful in his expressions. "God's teeth! You've never done better. You are real McCoy" [18].

У зазначеному вище прикладі використаний сленговий вираз *"You are real McCoy"*, що перекладається як «справжня річ, не підробка», що демонструє знання адресантом певного сленгу.

Визначною характеристикою похвальних висловлювань є і те, що комунікативний статус ініціатора похвали не завжди може співпадати з його соціальним статусом [5]. У ситуаціях, що припускають вираз похвали, учасники визнають вертикальні відмінності, за яких адресант займає домінуючу позицію, а адресат – залежну. Це значить, що адресант, незалежно від величини вертикальної (або горизонтальної) соціальної дистанції, що відокремлює його від адресата, використовує похвалу як стратегію, спрямовану «вниз», тобто комунікативний статус [5; 7; 12] продуцента похвали завжди вищий за статус його співрозмовника. Це можна представити таким чином:

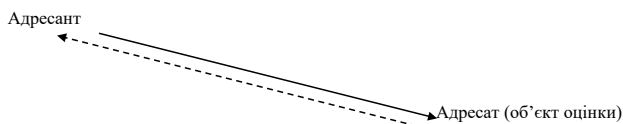


Рис. 1. Комунікативний статус адресата та адресанта

Проте важливу роль у функціонуванні висловлювання похвали грають і макротекстуальні компоненти ситуації, перш за все соціальні відносини між комунікантами.

Сукупність конвенцій, що визначають соціальне обличчя учасників комунікативної ситуації, визначається взаємодією параметрів:

– соціальною дистанцією між учасниками спілкування;

– відносним статусом-рангом кожного з комунікантів у цій ситуації [14, с. 42].

Комунікативний статус складається із субстанціонального та реляційного вимірювань. Субстанціональне вимірювання включає у себе асиметричні відносини, вони можуть бути визначені віком, статтю, расовою належністю, національністю, соціальним походженням, з одного боку, й освіченістю, престижем професії, ступенем мовленнєвої компетенції – з іншого. У другому випадку розглядається співвідносне положення (відносини «вищого» і «нижчого») комуніканта у соціальних структурах, що виражається в термінах комунікативної нерівності [10, с. 42].

Основою для домінування адресанта у ситуації (комунікативний статус) також можна назвати матеріальний добробут, гендер, перевагу в майстерності в якому-небудь виді діяльності, рівні освіти, зовнішній привабливості або фізичній силі. Припускаємо, що всі елементи людського життя, які можуть бути об'єктами оцінки іншими, стануть основою для визначення домінуючого комунікативного статусу продуцента похвали.

Отже, комунікативний статус індивіда зумовлений його роллю, тобто стійкими шаблонами поведінки, що включають дії, думки й почуття, є реакціями на поведінку інших людей [8, с. 71]. Роль – це сукупність норм, які визначають поведінку індивідів у такій соціальній позиції [13, с. 285]. Відповідно, комунікативний статус може бути жорстким і варіативним залежно від ролі, що відводиться комунікантам у межах такої ситуації, зокрема їх прагнення до комунікативної співпраці, суперництва або конфлікту.

Комунікативна співпраця:

After the lecture the old Professor came to him and said: "Eliot, I regard you not only as an eponym but a true epigone". Right after the conversation, Andrew sprinted back to his dictionary to discover that he had been praised first for stemming from the family that gave the name to his house and second for being worthy of that name [17].

Комунікативне суперництво:

"You're a very determined young lady." She met his eyes. "You just don't know how much".

"I'm beginning to get the idea" [16].

У наступному прикладі студенти хвалять викладача не безпосередньо, позаяк пряма похвала «знизу вгору» в англійській лінгвокультурі буде сприйнята як лестощі і є культурно несхвалюваною формою мовної поведінки. Студенти демонстративно голосно обговорюють прослухану лекцію, розраховуючи на те, що об'єкт цієї позитивної оцінки, який стоїть неподалік, обов'язково почує схвальні відгуки на свою адресу:

The... assorted comments filtered to him as the students left the room.

"God, we lucked out", he heard one say.

"Yeah, this guy is dynamite", said another.

"He's even better than Finley" [17].

У цьому прикладі є академічна ситуація співпраці – навчальна аудиторія. Мовленнєва подія – обговорення

студентами лекції, яку вони прослухали. У такому випадку схвальні фрази, якими обмінялися студенти, є висловленням похвали.

Із погляду соціальних статусних відносин між комунікантами ситуація співпраці може бути як симетричною, так і асиметричною. У симетричній ситуації ролі комунікантів – рівні, а в асиметричній – роль одного з комунікантів вища за роль іншого [9, с. 135–136].

Симетрична ситуація:

He was terrific. And his classmates were genuinely thrilled to discover what a talent they had in their midst. "The guy's another Peter Nero", someone remarked. At last Danny finished – or thought he had. But everybody clapped and shouted for more [17].

У цьому прикладі показана ситуація симетрична, позаяк усі комуніканти є однокласниками, а отже, мають однаковий статус. Похвалою нагородили одного з них – *"The guy's another Peter Nero"*, – порівнюючи його з відомим американським піаністом Пітером Неро.

Асиметрична ситуація:

"I don't think any further courses could possibly improve your chances in the job market, Sara", counseled Mrs. Holmes, head of the summer course. "With your speeds and educational background, you're more than ready for an executive secretarial position. I suggest you start following up the want ads" [17].

У цьому ж прикладі показана асиметрична ситуація, позаяк один із комунікантів (адресант) – *"head of the summer course"* («директор літніх курсів»), а інший (адресат) – студентка цих літніх курсів.

Чим істотніші відмінності у соціальному становищі учасників спілкування, тим більше розділяє їх вертикальна дистанція. При цьому дистанція динамічна: зміна, зокрема скорочення вертикальної дистанції, як правило, є прерогативою «вищого» учасника комунікації, у цьому випадку ініціатора похвали:

"Too fast, huh?"

The virtuoso nodded, but with admiration in his eyes.

"Yes, but extremely good nonetheless," he said approaching him [17].

Як бачимо із зазначеного прикладу, один із комунікантів (адресант) за допомогою похвали скорочує дистанцію до адресата.

Як бачимо у всіх попередніх прикладах, роль адресанта надзвичайно важлива.

Висновки. Отже, як було досліджено, у сучасній лінгвістиці все частіше розглядають категорії схва-

лення та несхвалення. У нашій статті ми розглянули одну з мовленнєвих стратегій, яку використовують для вираження схвалення, – похвалу у контексті ролі в такому типі висловлювань адресанта.

Похвала визначається як певна мовленнєва дія, яку здійснює мовець (адресант) для того, щоб виразити позитивне ставлення до об'єкта похвали (адресата) або для здійснення позитивного емоційного впливу на нього.

Визначено, що похвала є контекстно прив'язаним комунікативним феноменом. А отже, важливою характеристикою висловлювань похвали є звуження їх функціонування комунікативними ситуаціями співпраці.

Важливу роль у функціонуванні висловлювань похвали грає чинник адресанта, позаяк саме адресант формулює зміст повідомлення і його ілокуцію; у висловлюванні є завжди різноманітна інформація про адресанта як про конкретного індивіда, який занурений у дискурс, формує мету та план мовленнєвої поведінки в дискурсі, контролює та корегує дискурс. Також важливу роль у функціонуванні висловлювань похвали відіграють соціальні характеристики адресата: авторитет, статус, престиж, вік, особистісний тезаурус.

Адресат отримує інформацію про адресанта з лінгвістичних та паралінгвістичних даних. У такий спосіб чинник адресанта формує характер і тон комунікації.

Як було досліджено, визначною характеристикою похвальних висловлювань є і те, що комунікативний статус ініціатора похвали не завжди може співпадати з його соціальним статусом (адресант займає домінуючу позицію, а адресат – залежну). Адресант використовує похвалу як стратегію, спрямовану «вниз», тобто комунікативний статус продуцента похвали завжди вищий за статус його співрозмовника.

Отже, комунікативний статус індивіда зумовлений стійкими шаблонами поведінки, що включають дії, думки і почуття, є реакціями на поведінку інших людей. Комунікативний статус може бути жорстким і варіативним залежно від ролі, що відводиться комунікантам у межах такої ситуації, зокрема їх прагнення до комунікативної співпраці, суперництва або конфлікту.

Наостанок можна сказати, що на рівні макротексту ситуація співпраці може бути як симетричною, так і асиметричною з погляду статусних відносин між комунікантами.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо в ширшому дослідженні взаємозв'язку та взаємодії адресанта та адресата у висловлюваннях похвали в англійській мові.

Література:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 343 с.
2. Бурбело В.Б. Лінгвоестетика французької словесності IX–XVIII століть. Київ : ВЦ «Київський університет», 1999. 25 с.
3. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія : підручник. Київ : Лібра, 1999. 488 с.
4. Ключко Л.І. Висловлювання похвали в комунікативно-діяльній парадигмі спілкування (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2004. 20 с.
5. Почепцов Г.Г. (мол.) Комунікативні аспекти семантики. Київ : Вища школа, 1987. 131 с.
6. Приходько А.М. Складносурядне речення в сучасній німецькій мові. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 291 с.
7. Чрділелі Т.В. Статусно-рольові характеристики ділового діалогічного дискурсу. *Вісник Харківського національного університету*. Харків : Константа, 2001. С. 110–116.
8. Yusseler M. Soziolinguistik. Kyiv: Vyshcha shkola, 1987. 200 p.

9. Bell R.T. Sociolinguistics: Goals, Approaches and Problems. University of Michigan : Batsford, 2008. 318 p.
10. Bryant C. Status, Status Group. International Encyclopedia of Sociology. New York : Routledge, 2015. P. 376–377.
11. Dickson D., Saunders C., Stringer M. Rewarding People the Skill of Responding Positively. New York : Routledge, 2018. 242 p.
12. Haiman F. Speech Acts and the First Amendment. URL: <https://www.fulcrum.org/concern/monographs/8g84mm88k>.
13. Myers D. Social Psychology. New York : McGraw-Hill Education, 2012. 768 p.
14. Scollon R., Scollon S. Intercultural Communication. New Jersey : Wiley-Blackwell, 2012. 336 p.

Ілюстративні джерела:

15. Green G. The Healers. URL: https://www.goodreads.com/book/show/1770163.The_Healers.
16. Robbins H. The Pirate. URL: https://archive.org/details/pirate00haro_2.
17. Segal E. The Class. URL: https://www.goodreads.com/book/show/830784.The_Class.
18. Sheldon S. A Stranger in the Mirror. URL: https://www.goodreads.com/book/show/115130.A_Stranger_in_the_Mirror.
19. Smith M. Polar Star. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Polar_Star.html?id=vTUdAAAAQBAJ&redir_esc=y.

References:

1. Batsevych F.S. (2004). Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky [Basics of communicative linguistics]. Kyiv: Akademia. 343 p. [in Ukrainian].
2. Burbelo V.B. (1999). Linhpoetyka frantsuzkoi slovesnosti 9–18 stolit [Lingupoetics of French literature of the 9th–18th centuries]. Kyiv: VTs “Kyivskiy universytet”. 25 p. [in Ukrainian].
3. Yermolenko A.M. (1999). Komunikatyvna praktychna filosofia: pidruchnyk [Communicative practical philosophy: a textbook]. Kyiv: Libra. 488 p. [in Ukrainian].
4. Klochko L.I. (2004). Vyslovliuvannia pokhvaly v komunikatyvno-dialnisnii paradyhmi spilkuvannia (na materialii anhliiskoi movy) [Expression of praise in the communicative-activity paradigm of communication (on the material of the English language)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kharkiv. 20 p. [in Ukrainian].
5. Pocheptsov H.H. (younger) (1987). Komunikatyvni aspekty semantyky [Communicative aspects of semantics]. Kyiv: Vyshcha shkola. 131 p. [in Ukrainian].
6. Prykhodko A.M. (2002). Skladnosuriadne rechennia v suchasni nimetskii movi [A compound sentence in modern German]. Zaporizhzhia: ZDU. 291 p. [in Ukrainian].
7. Chrdylely T.V. (2001). Statusno-rolovi kharakterystyky dilovoho dialohichnoho dyskursu [Status-role characteristics of business dialogic discourse]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu*. Kharkiv: Konstanta. P. 110–116 [in Ukrainian].
8. Yusseler M. (1987). Soziolinguistik. Kyiv: Vyshcha shkola. 200 p. [in German].
9. Bell R.T. (2008). Sociolinguistics: Goals, Approaches and Problems. University of Michigan: Batsford. 318 p. [in English].
10. Bryant C. (2015). Status, Status Group. International Encyclopedia of Sociology. New York: Routledge. P. 376–377 [in English].
11. Dickson D., Saunders C., Stringer M. (2018). Rewarding People the Skill of Responding Positively. New York: Routledge. 242 p. [in English].
12. Haiman F. Speech Acts and the First Amendment. Retrieved from: <https://www.fulcrum.org/concern/monographs/8g84mm88k> [in English].
13. Myers D. (2012). Social Psychology. New York: McGraw-Hill Education. 768 p. [in English].
14. Scollon R., Scollon S. (2012). Intercultural Communication. New Jersey: Wiley-Blackwell. 336 p. [in English].

Illustrative sources:

15. Green G. The Healers. Retrieved from: https://www.goodreads.com/book/show/1770163.The_Healers.
16. Robbins H. The Pirate. Retrieved from: https://archive.org/details/pirate00haro_2
17. Segal E. The Class. Retrieved from: https://www.goodreads.com/book/show/830784.The_Class.
18. Sheldon S. A Stranger in the Mirror. Retrieved from: https://www.goodreads.com/book/show/115130.A_Stranger_in_the_Mirror.
19. Smith M. Polar Star. Retrieved from: https://books.google.com.ua/books/about/Polar_Star.html?id=vTUdAAAAQBAJ&redir_esc=y.