

კომპლიმენტები სოციალურ ქსელებში

(ინგლისური და ქართული ენების მასალაზე)

ვიოლეტა ჩიტაიშვილი

ივ.ჯავახიშვილის სახელობით თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, საქართველო

e-mail: chitaishvilivika15@gmail.com

<https://doi.org/10.52340/lac.2026.11.52>

ნაშრომი შეეხება სოციალურ ქსელებში გავრცელებულ ინგლისურ და ქართულ კომპლიმენტებს.

კვლევის მიზანია, შევისწავლოთ კომპლიმენტები და მათი როლი კომუნიკაციის პროცესში. სოციალურ ქსელებზე დაკვირვებამ გვიჩვენა, რომ ქათინაურები, იგივე მამებელი სიტყვები თუ ფრაზები, ფართოდ გამოიყენება ინტერნეტის მეშვეობით დამყარებულ კომუნიკაციაში. ადამიანები ყოველდღიურად იყენებენ დადებითი კონოტაციის მატარებელ გამონათქვამებს ერთმანეთის მიღწევების, სილამაზის, ნიჭის, ხასიათის, სტატუსის შესაქებად. საკვლევი თემა **აქტუალურია** იმდენად, რამდენადაც ყოველდღიურ ცხოვრებაში ხშირად გვხვდება ერთმანეთის ფოტოებზე, პოსტებსა თუ პირად მიმოწერებში კომპლიმენტის გამომხატველი ვერბალური და არავერბალური საშუალებები. ამდენად, საჭიროდ ჩავთვალეთ ეს საკითხი გვეკვლია უფრო სიღრმისეულად, რათა გაგვეჩვენოს კომპლიმენტის ფუნქცია ვირტუალური კომუნიკაციის პროცესში.

საერთაშორისო სამეცნიერო ლიტერატურაში ამ საკითხს არაერთი მნიშვნელოვანი თეორიული თუ პრაქტიკული კვლევა მიემდვნა. რაც შეეხება ქართულ საგანმანათლებლო სივრცეს, ეს საკითხი აქამდე სიღრმისეული კვლევის ობიექტი არ გამხდარა. ამდენად სტატია ამ მიმართულებით არსებული სივრცის შევსების ერთ-ერთ პირველ მცდელობას წარმოადგენს, რადგან კვლევა მიზნად ისახავს ქართულ რეალობაში, კერძოდ კი, სოციალურ ქსელებში, კომპლიმენტის გამოხატვის საკითხის ფუნდამენტურ შესწავლასა და კომპლექსურ ანალიზს, ეს კი ნაშრომის სიახლესა და პრაქტიკულ ღირებულებაზე მეტყველებს.

საკვლევი კითხვებად ჩამოყალიბდა შემდეგი:

1. რა ვერბალური და არავერბალური საშუალებებით არის გამოხატული კომპლიმენტი სოციალურ ქსელებში?

2. რამდენად არის ქათინაური გულწრფელი სამეტყველო აქტი?

3. რა კავშირი აქვს კომპლიმენტს თავაზიანობის თეორიაში შემუშავებულ „სახის“ ცნებასთან?

4. რა სტრუქტურული/შინაარსობრივი განსხვავებაა ინგლისურ და ქართულ სოციალურ ქსელებში გამოყენებულ ქათინაურებს შორის?

კვლევასთან დაკავშირებულ ერთ-ერთ პრობლემურ ფაქტორს წარმოადგენდა სოციალურ ქსელებში არსებული პლატფორმების სიმრავლე. კვლევის ფარგლებში, ამ პრობლემის აცილების მიზნით, შევეცადეთ ამოგვეჩია უფრო მეტად გავრცელებული და პოპულარული ქსელები, სადაც მეტად მრავალფეროვან და საინტერესო მაგალითებს დავძებნიდით და გამოვიკვლევდით. კვლევა განხორციელდა არაერთ სოციალურ ქსელზე დაკვირვებით, კერძოდ, ინსტაგრამი, ფეისბუქი, იუთუბი, ტიკტოკი, პინტერესტი. ამდენად, ვფიქრობ, ამან შეიძლება მოგვცეს საკმარისი საფუძველი ზოგადი დასკვნების გამოტანისთვის.

კვლევის მეთოდად გამოვიყენეთ როგორც რაოდენობრივი ასევე თვისობრივი კვლევა.

კომპლიმენტები შეირჩა როგორც ალბათური (შემთხვევითი) ასევე არაალბათური (არაშემთხვევითი) მოდელებით.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ კომპლიმენტი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ურთიერთობების ჩამოყალიბებაში და ადამიანებს შორის კომუნიკაციის დასამყარებლად. სოციალურ ქსელებში ინგლისურ და ქართულ კომპლიმენტებზე დაკვირვებით, ჩვენ მიერ მოძიებულ მასალაზე დაყრდნობით, აღმოჩნდა, რომ ადამიანის გარეგნობის შეფასება ყველაზე გავრცელებული თემაა. მეორე ადგილზეა ინტელექტუალური მონაცემების შეფასება.

ქათინაურის თქმა მჭიდროდაა დაკავშირებული საზოგადოებაში დამკვიდრებულ ნორმებთან და წესებთან. სოციალურ ქსელებზე დაკვირვების შედეგად, გაირკვა, რომ ინგლისურენოვანი მომხმარებლები, ისევე როგორც ქართველები, კომპლიმენტით უმეტესად გარეგნობას და ცხოვრებისეულ მიღწევებს აღნიშნავენ. ემპირიული მასალის კვლევამ გამოავლინა, რომ ქათინაური ძირითადად აღფრთოვანების გამოხატვაა, ასევე გარშემომყოფებისთვის კარგი განწყობილების შექმნის მცდელობა, გამხნეება, გახალისება და სტიმულის მიცემა. გამოიკვეთა, რომ პოსტებისა თუ ფოტოების კომენტარებში კომპლიმენტები ზოგჯერ არაგულწრფე-ლია, თუმცა მაინც წარმატებით ასრულებს

ფატიკურ ფუნქციას. კომპლიმენტის თემა გენდერული თვალსაზრისითაც განსხვავებულია.

ქალბატონებს უმეტესად შეუქებენ ხოლმე გარეგნობას, ტანსაცმელს, სტილს, სახლის მორთულობას, კულინარიულ მიღწევებს, ანუ პირად საკითხებს, რაც მათთვის მეტად საინტერესოა. გარდა ამისა, რაოდენობრივმა ანალიზმა გამოავლინა, რომ მამაკაცები უფრო იშვიათად იღებენ კომპლიმენტებს, თუმცადა უხვად გასცემენ.

კომპლიმენტები აუმჯობესებს ურთიერთობებს, დადებითად აისახება ჯანმრთელობაზე, აღძრავს მრავალ კეთილშობილურ გრძნობას. კომპლიმენტის თქმა და მოსმენა ადამიანის შინაგანი მოთხოვნილებაა, ხოლო მისმა გამოხატულებამ ჩვენს ეპოქაში თანამედროვე ტექნოლოგიებში დაიმკვიდრა ადგილი.

ყოველდღიური ურთიერთობის პროცესში, კომპლიმენტი მთქმელის მიერ ადრესატის დადებითი შეფასების გამოხატვას წარმოადგენს. ამრიგად, კომპლიმენტი არის სამეტყველო აქტი, რომელიც დადებით თვისებას მიაწერს ადრესატს. ბრაუნისა და ლევინსონის თავაზიანობის თეორიის მიხედვით, კომპლიმენტი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც დადებითი თავაზიანობის სტრატეგია, ანუ ისეთი ქმედება, რომელიც მიემართება ადრესატის დადებით სახეს. ამით მთქმელი ადრესატს საკუთარი ჯგუფის წევრად მიიჩნევს (ბრაუნი და ლევინსონი, 1987:101-129).

მეორე მხრივ, კომპლიმენტი შესაძლოა ჩაითვალოს მსმენელის „სახის“ შელახვის საფრთხედ, მაგალითად, როცა ქათინაური შურს უფრო გამოხატავს, ვიდრე კეთილგანწყობას.

ი. ფორმანოვსკაიას აზრით, ქათინაური „გამამხნეველები კონოტაციის მატარებელი სამეტყველო აქტია“ [Формановская 2005.45:60]. მეინსის და ვოლფსონის აზრით, ამერიკელთა კომპლიმენტების უმრავლესობა მარტივი წინადადებებია, სადაც ყველაზე ხშირად გამოიყენება ხუთი ზედსართავი სახელი: nice, good, beautiful, pretty, great და ორი ზმნა: love; like [Manes J & Wolfson N.1981:115-132].

თუ ქათინაურებს სამეტყველო აქტების თვალსაზრისით განვიხილავთ, უნდა აღინიშნოს, რომ ჯ. სერლი კომპლიმენტებს ექსპრესივებად მიიჩნევს [Searle G.1969:65-67]. კომპლიმენტები ხშირად გულწრფელია, ხშირად კი - არაგულწრფე-ლი. კომპლიმენტის, როგორც სამეტყველო აქტის განხორციელებისას, ხშირად ირღვევა ოსტინისეული „ილბლიანობის პირობებიდან“ ერთ-ერთი, კერძოდ, გულწრფელობის პირობა.

ენტონი მაიალის თანახმად, ინგლისელები ხშირად არ არიან გულწრფელნი კომპლიმენტების წარმოთქმისას: „საუბარში ინგლისელები ძალიან უცნაურები არიან, თითქმის არასდროს ამბობენ იმას, რასაც ფიქრობენ, ხშირად სრულიად საპირისპიროსაც კი

ამბობენ. ამდენად, როდესაც ინგლისელს რაიმეს ვუამბობთ და ის გვპასუხობს: „რა საინტერესოა!“, ეს ასე პირდაპირ არ უნდა გავიგოთ” [Miall A. 1993.425-441].

ასევე ყურადღება უნდა გავამახვილოთ იმაზე, თუ რისი თქმა არის მიზანშეწონილი კომპლიმენტის პასუხად. თქვენი მისამართით გაკეთებულ კომპლიმენტს იგივე სიტყვებით არ უნდა უპასუხოთ. მაგალითად, თუ თქვენ მოგიწონეს ტუჩსაცხი, თქვენც თანამოსაუბრის ტუჩსაცხზე ნუ გააკეთებთ აქცენტს. ეს ნიშნავს, რომ სხვა არაფერი გაქვთ სათქმელი.

ქართულ კულტურაში კომპლიმენტის უარყოფა ხშირად აღიქმება, როგორც მორიდება და თავმდაბლობა, ხოლო დასავლეთში მიღებულია კომპლიმენტზე პირდაპირ მადლობა (“thank you”). აღმოსავლურ და პოსტსაბჭოთა კულტურებში, მათ შორის ქართულშიც, ხშირია კომპლიმენტის დამცირება ან უარყოფა. მაგალითად: „არა, რა ლამაზი, ჩვეულებრივად ვარ“. ეს გამოხატავს მორიდებას და თავმდაბლობას.

ელინ პომერანცმა გამოავლინა კომპლიმენტზე პასუხის სამი ძირითადი ტიპი: 1. Swallowing (Acceptance)-მიღება: „მადლობა!“ 2. Downgrading (Mitigation)-შემცირება: „ჰო, ალბათ კარგად გამომივიდა დღეს“. 3. Rejection (Rebuff)-უარყოფა: „არა, სულ არ ვარ ასეთი.“ ქართული ენა ხშირად იყენებს მეორეს და მესამეს, რადგან პირდაპირ მიღება („დიახ, ვიცი“) შეიძლება აღიქმებოდეს როგორც საკუთარი თავის ქება. კომპლიმენტზე მოკრძალებული პასუხი ასახავს სოციალურ თავაზიანობას. ის აჩვენებს, რომ ადამიანი არ იჩენს ზედმეტ თავმომწონეობას, ამასთანავე, პატივს სცემს მოსაუბრის შეფასებას, ინარჩუნებს საუბრის ჰარმონიას. ქართულ კულტურაში მოკრძალება არის სოციალურად მაღალი ღირებულება. კომპლიმენტის პირდაპირ მიღება ხშირად ითვლება ამპარტავნებად, ამიტომ ადამიანები ხშირად პასუხობენ: „არა, რას ამბობ! აი, შენ კი ნამდვილად ხარ ლამაზი“. „შენ ფიქრობ ასე“, „ჩვეულებრივად გამოვიყურები, დიდი არაფერი, მაგრამ მადლობა“. ასეთი პასუხები აჩვენებს, რომ ადამიანი მორიდებულია, არ ცდილობს საკუთარი თავის გამორჩევას და ემორჩილება თავაზიანობის ნორმებს. საბოლოოდ, უნდა აღინიშნოს, რომ ქართული კულტურისთვის დამახასიათებელია: კომპლიმენტის პირდაპირი მიღების თავიდან არიდება, ქების შემცირება, უარყოფა ან გადამისამართება, თავაზიანობის შენარჩუნება მოკრძალების გზით.

აღსანიშნავია ისიც, რომ თანამედროვე ტექნოლოგიამ კომუნიკაციის ახალი გზები შექმნა. ამასთან დაკავშირებით, ვფიქრობ, საინტერესოა იმ ვერბალური და არავერბალური

საშუალებების შესწავლა, რომლებიც კომპლიმენტის გამოსახატავად გამოიყენება ვირტუალურ კომუნიკაციაში. სოციალურ ქსელების მეშვეობით კომუნიკაციის პროცესში კომპლიმენტი ხშირად გამოიხატება როგორც ვერბალური, ასევე – არავერბალური

საშუალებებით („ემოჯი“, „ლაიქი“). ყოველდღიურად, სოციალური ქსელების მომხმარებლები კომპლიმენტის გამომხატველ უამრავ გამონათქვამს იყენებენ პოსტებში, კომენტარებსა თუ პირად მიმოწერაში. სოციალურ ქსელში ქათინაურის პასუხია მადლობა ან ისეთი არავერბალური საშუალებები, როგორცაა გული, ღიმილი, სხვადასხვა გიფი, ხოლო თვით კომპლიმენტის გამომხატველი საშუალებებია ე.წ. „ლაიქი“, ანუ მაღლა აწეული ცერა თითის ემოჯი, აპლოდისმენტების ემოჯი, სტიკერები „სუპერ“, „ბრავო“ და სხვა.

ბოლო ხანს, სოციალური ქსელები მთელ მსოფლიოში დიდი პოპულარობით სარგებლობს. ამის მაგალითია თუნდაც ფეისბუკი, რომლის მომხმარებლების რაოდენობაც 2 მილიარდს აღწევს.

თვითგამოხატვის ციფრული ფორმების სიმრავლემ გარკვეული თავისებურებებიც შექმნა, ყველა თაობამ თავისი სტილი იპოვა ონლაინ სივრცეში.

საყვარელი ადამიანების ფოტოებზე ხშირად Care ან Heart რეაქციები ჭარბობს, Like ისევ მყარ პოზიციებს იკავებს, Heart რეაქციაც ხშირად ტოლს არ უდებს ხოლმე გამოყენების სიხშირით.

ასევე ფართოდ იყენებენ სტიკერებს. ზოგჯერ შეიძლება ერთ ფოტოზე ოცი სხვადასხვა სტიკერით გააკეთონ ქათინაურის გამომხატველი კომენტარი. კომპლიმენტების გამომხატველ კომენტარებშიც და პირად მიმოწერებშიც, ფეისბუქის მომხმარებლები ასევე ხშირად იყენებენ ე.წ. გიფებს.

ცნობლი ადამიანების, მსახიობების, პოლიტიკოსების, მომღერლების და ა.შ Facebook-ის გვერდზე მოქალაქეები საკმაოდ მრავალფეროვან კომენტარსა თუ კომპლიმენტს ტოვებენ. ამ მხრივ, საინტერესოა თბილისის მერის პირად ფეისბუქ გვერდზე არსებული დადებითი კომენტარები, სადაც მას „ქალაქის აღმშენებელს“ და ქვეყნის „კეთილდღეობის სადარაჯოზე მყოფს“ უწოდებენ. მრავალი დადებითი კომენტარი ეხება ასევე პრემიერს. მოქალაქეთა გარკვეული ნაწილი მას „უკომპრო-მისო, უზომოდ მეზრძოლ, შემართებულ“ ადამიანად, „სიტყვის კაცად“, „საქართველო-საუკეთესო მამულიშვილად“ მოიხსენიებს. ასევე ხშირია ფანების მიერ ცნობილი ადამიანების პირად გვერდებზე დატოვებული საქებარი კომენტარები და კომპლიმენტები.

ბოლო დროს დიდი ყურადღება მიიქცია ქართულმა ფეხბურთმა და ფეხბურთელებმა, მათ უამრავი ფანი და მიმდევარი გამოუჩნდა, სავსეა ინტერნეტ სივრცე ფეხბურთელების ფოტოებით და ვიდეოებით, სადაც ქართველი გულშემატკივრები უხვად წერენ საქებარ კომენტარებსა თუ კომპლიმენტებს. მათი უმრავლესობა გულწრფელი და დადებითი შინაარსისაა და უსაზღვრო სიყვარულს, ქებას და აღტაცებას გამოხატავს. აქებენ

და ადიდებენ ქართველი ფეხბურთელების არაერთ გამარჯვებას. მეტი თვალსაჩინოებისთვის, ვეცადეთ რამდენიმე მაგალითი საილუსტრაციოდ ამოგვეჩია და სტატიაში გამოგვეტანა: „გმირია ეს ბიჭი“, „ჩვენი საამაყო“, „ლომო“, „ჩვენი მეფე“, „სიამაყე ერის“. გარდა ქართველებისა, უცხოელებიც უამრავ საქებარ ტექსტს უწერენ და მოუწონებენ თამაშს ქართველ ფეხბურთელებს: „one of my favourite players! Georgians are lucky“, „Georgia’s legacy Kvara“, „Our golden boy! Good luck! “Our shining star” ,”Georgian lion”, “He is the man”, “You are the best of the best”, What a game from Georgia”, “Congrats from Portugal! Kvaradona is the man!”, “Georgian team and entire country is a true definition of bravery”, Georgia is the Number one” “The best Goalkeeper in the world”.

ფეხბურთელების გარდა, სოციალურ ქსელში ასევე დიდი პოპულარობით სარგებლობენ შერეული საბრძოლო ხელოვნების ქართველი მებრძოლეები ილია თოფურია და მერაბ დვალიშვილი, რომლებმაც არაერთი ბრძოლა მოიგეს და გაახარეს ქართველი გულშემატკივრები. ფანები მათთვის არ იშურებენ უამრავ საქებარ ფრაზასა თუ სიტყვას, მეტიც, ილია თოფურიას, ორთაბრძოლებში თავისი დაუნდობელი ხასიათის გამო, მეტსახელად “El Matador” შეარქვეს, რაც ესპანურიდან ითარგმნება, როგორც „მკვლელი“, ხოლო ამ შემთხვევაში - როგორც კომპლიმენტი „დაუნდობელი“, დადებითი კონოტაციის მატარებელია და მებრძოლის შეუპოვრობას გამოხატავს. ხალხში ასევე დიდი პოპულარობით გამოირჩევა მერაბ დვალიშვილი. მისი ზედმეტსახელი “The Machine” მის დიდ სიძლიერეზე და ენერჯიაზე მიუთითებს. აქვე მოვიყვანთ კომენტარების რამდენიმე ნიმუშს სოციალური ქსელებიდან, ძირითადად მათი პირადი ინსტაგრამ და ფეისბუკ გვერდებიდან, სადაც უამრავი საქებარი კომენტარია განთავსებული. გარდა ამისა, ჩვენს ყურადღებას იპყრობს ქართველების მიერ დადებითი შეფასებების გამოხატვა ინგლისურად. ფალავნების პირად გვერდებზე ხშირად ვხვდებით ქართულ-ინგლისურ კომპლიმენტებს: ”The Goat” ,“The best fighter”,”My Champ” “The killer”, “El Matador” , “ჩვენი ჩემპიონი,”Ilia the new UFC goat”,”The King“.“შენ გენაცვალე ილია, ჩვენო ლომო!” “მაგალითი ქართველობის და კაცურკაცობის”, “ჩვენო მაგარო ბიჭო”, “ქართული ტანკი”,”living legend”, „The Machine”,”Fighter of the year”, „You are the best in the world”,”Beast”, „The best in history”, “ორი მანქანა არსებობს დედამიწაზე - ესენია მერსედესი და მერაბი”. “ნამდვილად მისაბამი, სამაგალითო და საამაყო ადამიანი ხარ”.

სოციალურ ქსელებში, გარდა ცნობილი ადამიანებისა, ხშირად ვხედავთ ახლობლების, ნათესავებისა და ოჯახის წევრების ფოტოებსა თუ პოსტებზე განთავსებულ საქებარ ტექსტებს, როგორცაა: „რა ლამაზად გამოიყურები“, „რა საყვარელი ხარ“, „ლამაზი ფოტოა“ და ა.შ.

საბოლოოდ, უნდა აღინიშნოს, რომ დღესდღეობით სოციალური ქსელების მეშვეობით ადამიანები თითქოს მეტად თამამად გამოხატავენ ალტაცებას, ოვაცას, არ იშურებენ კომპლიმენტებსაც. ამდენი ნეგატივის ფონზე, ეს, რა თქმა უნდა, კარგია. ქართველებს გვიყვარს ემოციების ღიად გამოხატვა როგორც პირისპირ, ასევე ინტერნეტის მეშვეობით დამყარებულ ვირტუალურ კომუნიკაციაში. დიდი ძალისხმევა არ სჭირდება კარგის თქმას, საკმარისია გავიხსენოთ, როგორ დაფასებულად ან ბედნიერად ვიგრძენით თავი, როცა შეგვაქეს, და აუცილებლად გავვიჩნდება სურვილი, ეს განცდა სხვასაც გავუზიაროთ. ალბათ, სოციალურ ქსელებში ამ ვერბალური და არავერბალური საშუალებების ფუნქციაც სწორედ ისაა, რომ ადამიანებს კარგის თქმის მოტივაცია გაუჩინოს და შეახსენოს, რომ დადებითი ემოციის გამოსახატად ხშირად აქვთ შესაფერისი მომენტი და შესაძლებლობა.

ლიტერატურა:

1. **ბრაუნი და ლევისონი (1987).** Brown, P., & Levinson, S. C. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press. 1987.
2. **გოფმანი 1967** – Goffman E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on face-to face behavior*. New-York: Garden city.
3. **გრისი (1991)** Grice H. P., *Studies in the Way of Words*. London, England; Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. 1991;
4. **კარნეგი 2017.** - დეილ კარნეგი. წარმატების ენა . გამომცემლობა „გეო“. თბილისი.
5. **მაიალი(1995)-** Miall. A. "Epistemology of Compliments". *Journal of Pragmatics*,195,1993,425-441.
6. **მეინსი და ვოლფსონი (1981).** - Manes, J. and Wolfson, N. The compliment formula [A]. In Coumas, F. (Ed.). *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague: Mouton Publishers. 1981: 115-132.
7. **ოსტინი (1962).** Austin J. L., *How to do things with words*. Oxford University Press, Great Britain. 1962;
8. **სერლი(1969)** - Searle J. R., *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. University Printing House, Great Britain, Cambridge. 1969. Press.
9. **სკოლონი, სკოლონი 1997** – Scollon R. and Scollon S.W.(1997). *Intercultural Communication. A Discourse approach*. Blackwell.
10. **ტომასი 1995** – Thomas J. (1995). *Meaning in Interaction. An Introduction to Pragmatics*. London and NewYork: Longman.
11. **ფორმანოვსკაია (2005).** - Формановская, Е. *Функциональные Стили Русского Языка: синтаксический анализ "Русский Язык Сегодня"*2005.

Violeta Chitaishvili

Iv.javakhishvili Tbilisi state University

Tbilisi, Georgia

e-mail: chitaishvilivika15@gmail.com

<https://doi.org/10.52340/lac.2026.11.52>

Georgian and English Compliments in social networks

Abstract

With the increased use of social media, complimenting behavior online has become a widespread social activity in response to the posting of photos and other actions. As such, in recent years, it has increasingly attracted the attention of researchers in pragmatics. This article provides an overview of compliments and responses to compliments on social media. The empirical data consists of verbal and non-verbal compliments made in social networks in English and Georgian. Compliments are also analyzed from the viewpoints of politeness theory, speech act theory, and the concept of “face”. Additionally, certain cultural and gender differences have been identified in the compliments made in social networks.