

Речевой жанр комплимента в современной российской коммуникации

ТАТЬЯНА А. ВОРОНЦОВА
(Челябинск)

Введение

Речевой этикет представляет собой набор коммуникативных ритуалов, которые призваны способствовать оптимизации общения. Как любой ритуал, речевой этикет является своего рода коммуникативной игрой, где в качестве правил выступают, с одной стороны, определенные коммуникативные ситуации, с другой – стандарты речевого поведения в каждой ситуации, т.е. речевой этикет включает в себя два аспекта: поведенческий и речевой (языковой). На эту двуаспектность указывает известный исследователь русского речевого этикета Н. И. Формановская:

[...] Речевой этикет можно определить как регулирующие правила речевого поведения. Это широкая зона единиц языка и речи, которая словесно выражает этикет поведения, дает нам в руки те языковые богатства, которые накопились в каждом обществе для выражения неконфликтного, „нормального” отношения к людям, а это значит – отношения доброжелательного. С другой стороны, этикет регулирует сложный выбор наиболее подходящего, наиболее уместного средства именно данным человеком, для его конкретного адресата, в данном конкретном случае, в данной ситуации и обстановке общения (Формановская 1989: 65).

Эффективность этикетной коммуникации определяется тем, насколько участники общения знают и соблюдают эти правила. В коллективном языковом сознании понятие *речевого этикета* ассоциируется в основном с ситуациями, в которых употребление определенных речевых стереотипов

– формул речевого этикета – является, с одной стороны, обязательным, с другой, – вполне достаточным для воплощения коммуникативных интенций адресанта. Отбор нужной формулы производится с учетом ряда факторов: 1) характера общения (формальное – неформальное); 2) возрастного соотношения коммуникантов (разновозрастные – равновозрастные); 3) формы общения (письменная – устная). Поскольку формулы речевого этикета обладают таким свойством, как относительная устойчивость и воспроизводимость, задача адресанта – выбрать формулу, соответствующую условиям общения.

Однако далеко не во всех случаях этикетное взаимодействие представляет собой обмен устойчивыми речевыми формулами, которые частично или полностью десемантизированы (см. Воронцова 2003: 115–122). В ряде этикетных ситуаций предполагается непосредственное положительное воздействие на собеседника. В таких ситуациях адресант должен с той или иной степенью эксплицитности выразить свое отношение к адресату и к событию. Эмпатическая составляющая данных ситуаций предполагает „творческий подход” к выбору языковых средств, поскольку речевые стереотипы не способны выполнять функцию эмоционального воздействия. К числу таких этикетных жанров относятся поздравление, пожелание и, конечно, комплимент. „[...] В отличие от чисто ритуальных речевых тактик (типа приветствия, прощания, соболезнования и др.), комплимент предполагает творчество говорящего: изысканные комплименты всегда оцениваются выше незатейливых штампов”, – справедливо отмечает О. С. Иссерс (Иссерс 2002: 188). При этом среди этикетных жанров, в которых речевой аспект является приоритетным (поздравление, пожелание и др.), комплимент занимает особое положение. Такие жанры, как поздравление и пожелание, хотя и предполагают вариативное речевое воплощение, тем не менее включают в себя устойчивые речевые формулы (*поздравляю* + с + твор. п. сущ.; *желаю* + род. п. сущ. и др.), где в качестве маркеров этикетной ситуации выступают перформативные глаголы. Наличие таких маркеров позволяет адресату безошибочно распознать интенцию адресанта и отреагировать на высказывание в соответствии с правилами речевого этикета. Специфика комплимента заключается в том, что у него нет таких специальных маркеров, позволяющих адресату однозначно квалифицировать высказывание как этикетное, т. е. предполагающее стандартную реакцию (благодарность). Этот факт в значительной степени

объясняет то многообразие подходов в определении статуса комплимента, которое наблюдается в лингвистических исследованиях.

Комплимент vs похвала

В большинстве лингвистических работ, посвященных изучению комплимента (Иссерс 2002; Серебрякова 2002; Федосюк 1997 и др.), исследователи видят одну из ключевых проблем в разграничении комплимента и похвалы. При этом комплимент и похвала (одобрение) обычно рассматриваются как явления одного порядка: либо как речевые жанры (Федосюк 1997, Волынкина 2009), либо как речевые акты (Серебрякова 2002), либо как речевые тактики (Галимова 2009; Иссерс 2002, Коробова 2007). При таком подходе практически все исследователи отмечают, что разграничить похвалу и комплимент достаточно сложно (Иссерс 2002; Серебрякова 2002; Федосюк 1997 и др.). По мнению М. Ю. Федосюка, „комплимент можно с большей или меньшей степенью объективности отличить от похвалы лишь с учетом характера ситуации общения, личностей коммуникативов, их пола и отношений между ними” (Федосюк 1997: 113). О. С. Иссерс, рассматривая комплимент и похвалу как речевые тактики, видит различие между ними, во-первых, в целеустановке говорящего („[...] для похвалы положительная оценка является основной целью, а для комплимента – способом сообщить о добрых чувствах [...]”), во-вторых, в пропозициональном содержании (похвала – оценка достижений, комплимент в плане содержания неограничен) (Иссерс 2002: 178–179). При этом автор отмечает, что комплимент может быть использован в составе других речевых тактик, например, в уговорах (Иссерс 2002: 180). При таком понимании на практике отличить комплимент от похвалы можно далеко не всегда.

Нецелесообразность противопоставления похвалы и комплимента становится очевидной, если обратиться к понятию речевого жанра. В современной российской лингвистике при всем многообразии толкований понятия „речевой жанр” за точку отсчета чаще всего берется концепция М. М. Бахтина. Как известно, М. М. Бахтин определяет речевые жанры как „относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний” (Бахтин 1979: 255). По М. М. Бахтину, такое высказывание характеризуется, во-первых, предполагаемой сменой субъек-

тов речи, а во-вторых – смысловой завершенностью. Критерием завершенности высказывания М. М. Бахтин считает „возможность ответить на него, точнее и шире – занять в отношении его ответную позицию” (Бахтин 1979: 268–269). Исходя из этого, основным критерием самостоятельности речевого жанра можно считать наличие стратегической установки – цели высказывания, распознавание которой позволяет собеседнику соответствующим образом отреагировать на высказывание. „Определив на основании особенностей языкового воплощения, к какому речевому жанру принадлежит воспринятое им высказывание, адресат получает информацию не только о том, какое воздействие на него стремится оказать говорящий (эта информация именуется обычно иллюкутивной целью высказывания), но обо всем комплексе признаков, который характеризует предназначенные для распознавания коммуникативные намерения говорящего и именуется иллюкутивной силой” (Федосюк 1997: 108).

Как показывает речевая практика, похвала или одобрение могут использоваться для достижения различных коммуникативных целей. Например: „Свари мне кофе! **У тебя это так хорошо получается!**” В данном случае очевидно, что использование похвалы призвано способствовать достижению определенной коммуникативной цели – получить желаемое. Еще пример: „**Ты же умный человек.** Ты понимаешь, что это невозможно”. В данном случае коммуникативная цель высказывания – отказ, а функция похвалы – смягчить отказ. Такого рода примеры свидетельствуют о том, что положительное оценочное высказывание (похвала) не всегда отражает иллюкутивную цель говорящего. В связи с этим представляется более логичным рассматривать похвалу не как отдельный речевой жанр, а как речевую тактику, которая может быть использована в разных речевых жанрах и разных типах дискурса. Достаточно вспомнить, что тактика положительной оценки (похвала?!) широко представлена, например, в жанрах научного дискурса. Кроме того, эта тактика может быть реализована как по отношению к непосредственному адресату, так и к любому другому референту высказывания, как одушевленному, так и неодушевленному.

Комплимент – это высказывание, где похвала является основной и единственной речевой тактикой, призванной реализовать стратегическую коммуникативную цель, которая заключается в выражении позитивного отношения к собеседнику. Следовательно, комплимент представляет собой завершенное высказывание, после которого предполагается смена субъек-

тов речи. Как отмечает Н. И. Формановская, комплимент служит „поднятию настроения, созданию дополнительных стимулов к благорасположению и общению и, таким образом, способствуют достижению коммуникативных и внекоммуникативных целей общения” (Формановская 1989: 193). С этой точки зрения, комплимент, во-первых, всегда адресован непосредственному собеседнику, во-вторых, является фатическим, следовательно, факультативным элементом коммуникации. Жанровая самодостаточность комплимента проявляется в том, что диалог „комплимент – ответ на комплимент” может представлять собой самостоятельный, вполне законченный коммуникативный акт. В структуре развернутого коммуникативного акта комплимент обычно выступает как метатекстовая ремарка, не имеющая прямого отношения к теме общения. Наличие или отсутствие комплиментарного высказывания никак не влияет на содержательную сторону общения. Например, комплимент иностранному деловому партнеру: „Вы хорошо говорите по-русски” – не привносит в процесс деловой коммуникации ничего нового и преследует только одну цель – сделать приятное собеседнику.

Особенности комплимента как этикетного жанра

Пристальное внимание исследователей к комплименту в значительной степени объясняется тем, что в системе этикетных жанров комплимент занимает особое место.

Во-первых, как уже отмечалось, в русской этикетной традиции комплимент практически не имеет специальных речевых средств или устойчивых этикетных формул, которые бы маркировали данный речевой жанр (за исключением разве что высказывания: „Хорошо выглядишь!”)¹.

Во-вторых, его отличие от других этикетных жанров заключается в том, что он не привязан к определенной ситуации: время и место высказывания определяет сам говорящий.

Этикетная сущность комплимента предполагает определенную условность содержания, поэтому в идеале предполагается, что высказанная положительная оценка не должна верифицироваться адресатом. Это означает, что комплимент – это эмотивная коммуникация. По определению

¹ М.Ю. Федосюк отмечает, что закрепленных форм комплимента нет и в европейских языках (Федосюк 1997: 113).

Т. В. Лариной, эмотивная коммуникация отличается от эмоциональной тем, что предполагает **сознательную, контролируруемую демонстрацию эмоций**, которая ориентирована на собеседника и используется говорящим в стратегических целях [...]”, тогда как эмоциональная коммуникация – это спонтанное, естественное проявление эмоций в речи (Ларина 2009: 53).

Поскольку комплименты, как правило, не связаны с основной темой коммуникации, они представляют собой тип высказываний, которые Т. В. Ларина определяет как фатические эмотивы: эмоциональная оценка в них „нацелена на то, чтобы сделать приятное собеседнику” (Ларина 2009: 154). Применительно к комплименту собеседник распознает эту интенцию только в том случае, если он имеет представление о правилах и формах этикетного речевого поведения.

Однако в русской коммуникативной культуре комплимент как этикетный жанр осмысливается далеко не так однозначно. В значительной степени это обусловлено спецификой национального речевого поведения. И. А. Стернин, анализируя русское коммуникативное поведение, обращает внимание на то, что „многие нормы культуры речи и культуры поведения осознаются русским сознанием как искусственные, надуманные, противостоящие искренности как важнейшему национальному качеству поведения. Считается, что соблюдение вежливости может быть излишним, это „церемонии”, „условности”, отражение неискренности в поведении” (Стернин 2000: 365). Это замечание в полной мере относится и к жанру комплимента. Как пишет М. Ю. Федосюк, „[...] проинформировать адресата с помощью жанровой формы высказывания о том, что в его адрес высказана не похвала, а именно комплимент – это значит сообщить ему о возможной неискренности оценки”. Именно этот фактор, по мнению М. Ю. Федосюка, обуславливает отрицательное отношение к жанру комплимента в русском языковом сознании (Федосюк 1997: 113).

Однако анализ материала современной российской коммуникации в различных дискурсивных сферах² не позволяет говорить о каком-либо негативном восприятии носителей русского языкового сознания самого понятия „комплимент”. На это указывает прежде всего активное употребление

² В данном исследовании были использованы материалы Национального корпуса русского языка (НКРЯ), неформальной интернет-коммуникации, бытовой и деловой коммуникации.

в речи метатекстовых маркеров жанра (прагматических клише) типа: „позвольте сделать вам комплимент”, „начну с комплиментов” и т.п.

Ср.: **„Позвольте сделать вам комплимент.** Вы одна из самых привлекательных женщин в нынешнем составе олимпийской сборной [...]” (НКРЯ, „Советский спорт”, 2004.08.03).

Такие клише позволяют адресату сразу распознать комплимент как этикетный жанр, обладающий определенной долей условности, и принять правила коммуникативной игры. Более того, словом „комплимент” нередко обозначается любая позитивная информация, имеющая отношение к собеседнику.

Ср.: 1. „Американцы в основном скандируют имя „Мария”. А вам какое обращение больше нравится? – Просто Маша. «Я стесняюсь **комплиментов**»” (НКРЯ, „Советский спорт”, 2010.09.08); 2. „«Ребята меня страховали – за это им спасибо», – Рыжиков делает традиционный **комплимент** защитникам” („Советский спорт”, 2010.10.25); 3. „Едва ли не единственный **комплимент** от гостей озвучил основатель фонда Дрю Гафф. [...] Инвестор заявил: «Россия имеет многие структурные преимущества: низкие налоги, образовательная система. Мне кажется, все присутствующие здесь американцы мечтали бы, чтобы был плоский налог в 13%»” (НКРЯ, „РБК Daily”, 2010.05.26). Очевидно, что в данных примерах автор обозначает словом „комплимент” высказывания, которые содержат позитивную информацию, но по своим коммуникативно-прагматическим показателям комплиментами не являются.

Вместе с тем, в сознании носителя русской коммуникативной культуры всегда существует определенное опасение, что комплиментарное высказывание может быть воспринято собеседником как неискреннее (например, как лесть). Именно с этим связаны постоянные поиски особого речевого воплощения комплимента.

Специфика речевой реализации комплимента в современной российской коммуникации

В современной русской коммуникативной культуре формируется особый стиль комплимента, который обусловлен стремлением адресанта вызвать доверие собеседника к содержанию высказывания. В российском комплиментарном дискурсе можно выделить ряд способов речевой реа-

лизации комплимента, которые, с точки зрения говорящего, позволяют адресанту квалифицировать его высказывание как искреннее.

Одним из таких способов является оформление комплимента как высказывания с субъективной модальностью. Например: „**Я заметила**, что вы стали стройнее и моложе [...]”; „**Мне нравится**, как вы работаете [...]” „**По-моему**, по такой красивой, артистичной женщине, как вы, должно **просто плакать кино** [...]” (НКРЯ, „Труд-7”, 2002.03.30).

Субъективный характер оценки также может передаваться как обозначение эмоций говорящего: „**Я восхищаюсь** Вашим умением [...]”, „**Я в восторге** [...]”, „**Я наслаждаюсь** Вашим пением [...]”.

Другим не менее распространенным способом демонстрации искренности является „переформатирование” комплимента из эмотивного в эмоциональное высказывание: в русской речевой коммуникации комплимент часто облекается в форму спонтанного эмоционального высказывания. Маркерами таких высказываний служат прежде всего различные языковые эмоционально-оценочные средства и структурно-синтаксические особенности, свойственные спонтанной разговорной речи.

По М. М. Бахтину, композицию и стиль высказывания определяет не только предметно-смысловое содержание высказывания, но и „субъективное эмоционально оценивающее отношение говорящего” к предмету речи (Бахтин 1979: 263–264). Экспрессия рождается только „в процессе живого употребления. [...] Слово проникается экспрессией говорящего постольку, поскольку он имеет „с ним дело в определенной ситуации, с определенным речевым намерением” (Бахтин 1979: 266–268). Разговорный стиль – устная форма речи, которая по определению предполагает неподготовленность высказывания – сказал не раздумывая, значит, искренне, от души. Кроме того, разговорный стиль в сознании носителей языка связан с бытовой, неформальной коммуникацией, которая абсолютно лишена какого-либо пафоса. Разговорная стилистика придает комплиментарному высказыванию шутливо-ироничную тональность, особенно в том случае, если статус адресанта и адресата предполагает высокий уровень коммуникативной компетентности. В этом случае комплимент реализуется как коммуникативная игра, которая сохраняет исходную целеустановку – положительное воздействие на собеседника, но при этом данная целеустановка воплощается в речевых формах, не характерных для этикетных жанров.

Одним из наиболее ярких маркеров комплиментарных высказываний такого рода является выражение положительной оценки при помощи междометий.

Например: 1. „Сделал ей вчера комплимент: «Олечка, вы прямо вся нынче такая вся **у-у-ух!**»» (НКРЯ, „Комсомольская правда”, 2010.11.14); „Мария Игоревна, ну просто **ах!**» (Разговорная речь. Комплимент по поводу внешности).

Кроме того, в функции комплимента широко используется довольно большой арсенал специфических оценочных средств, свойственных исключительно разговорной речи. Это могут быть наречные образования типа „Супер!”, „Класс!”, „Блеск!” и др. Ср.: „Даша, ты супер!”; оценочные прилагательные (ср.: „Зашибенное платье!”, „Обалденная прическа!”).

Для усиления экспрессивной составляющей комплиментарного высказывания нередко используется лексика со значением положительной оценки с уменьшительно-ласкательными суффиксами, представляющая собой образования, свойственные исключительно разговорной речи.

Ср.: „А у тебя **фэншуйненько!**» (Из коллекции НКРЯ, 2005); „Хорошо тебе / **стильненько** так» (Из коллекции НКРЯ, 2005).

Из синтаксических средств разговорной речи широко представлены неполноструктурные предложения с положительной эмоционально-экспрессивной коннотацией: „Вот это голос!»

Ср.: „Кто-то из посетителей в столовой, сделал комплимент: «**Ну, у вас готовят!**»» (НКРЯ, „Труд-7”, 2001.06.20); „**Молодо смотрите!** – ответил я на комплимент» (НКРЯ, „Комсомольская правда”, 2004.07.13).

Не менее разнообразны стилистические средства оформления комплиментарного высказывания. Так, в качестве комплимента широко используются цитаты, источником которых в большинстве случаев являются „массовые” тексты: реклама, популярные песни, крылатые выражения и т. п.

Ср.: „Я не выдержал и экспромтом выдал: «**Красоту и статью за версту видеть!**»» (НКРЯ, „Комсомольская правда”, 2004.07.26); „Маш, ну «**нельзя быть красивой такой!**»»; „**Ах, какая женщина!**» (цитаты из популярных песен. – Разговорная речь). Выбор источников цитирования обусловлен тем, что прецедентные тексты должны быть легко узнаваемы адресатом. Такая узнаваемость обеспечивает однозначное толкование высказывания адресатом и способствует достижению нужного перлокутивного эффекта.

Особый интерес в этом смысле представляют комплименты в виде прецедентных имен собственных: „Шумахер!” (комплимент водителю), „Шварценеггер!” (комплимент сильному или мускулисту мужчине) и т. п. Успешность воздействия таких комплиментов возможна при наличии двух условий: 1) адресат имеет представление об объекте сравнения; 2) положительно оценивает объект сравнения. В противном случае комплимент обречен на коммуникативную неудачу. Ср.: „Надя, ты так похожа на **Патрисию Каас!** – На эту уродину?!!!” (Разговорная речь).

Положительная оценка может быть выражена в комплиментарном высказывании имплицитно. Например, комплимент может быть оформлен как риторический вопрос: „Ну и как после Вас выступать?” (комплимент по поводу научного доклада).

Важно отметить, что разговорная речевая организация комплимента в современной российской коммуникации характерна не только для бытового общения, как это может показаться на первый взгляд, но и для деловой или профессиональной коммуникации. Разговорный стиль комплимента при официальном общении сигнализирует о намеренном сокращении коммуникативной дистанции. Однако это нарушение дискурсивных параметров компенсируется положительной эмоциональностью и экспрессивностью высказывания, свидетельствующих об искренности адресанта. За счет этого переход с официального речевого регистра на разговорный не воспринимается собеседником как фамильярность и даже может выполнять контактоустанавливающую функцию. Например: „– Вы на 9-м месте в списке ста гениев мира – Не слышал, я не гений, – ответил Перельман слегка раздраженным голосом. Мы решили разрядить обстановку и сделали комплимент: – **А прикольная у вас шапочка.** Перельман улыбнулся и впервые поднял на нас глаза. – Может, все-таки поговорите с нами? – Может” (Комсомольская правда, 2007.11.14). Как видим, в диалоге журналистов с известным математиком Григорием Перельманом установлению контакта способствует именно „неформальный” комплимент.

Таким образом, в современной российской коммуникации речевое воплощение комплимента ориентировано на такие средства и приемы, которые позволяют адресату квалифицировать высказывание как искреннее. Это и позволяет говорящему оказать положительное воздействие на

собеседника, т.е. реализовать основную целеустановку комплиментарного высказывания.

Литература

- Бахтин М.М., 1979, *Проблема речевых жанров – Эстетика словесного творчества*, Москва, с. 237–280.
- Волинкина С.В., 2009, *Речевые жанры похвалы и комплимента в бытовой сфере общения и коммуникативной среде телевизионного ток-шоу*, автореф. дис.... канд. филол. наук, Красноярск.
- Воронцова Т.А., 2003, *Речевой этикет и проблемы коммуникации*, „Вестник Удмуртского университета”, серия „Филологические науки”, вып. 2, Ижевск, с. 115–122.
- Галимова З. Ф., 2009, *Тактики комплимента и похвалы в конструировании „положительного образа” женщины-собеседницы (на материале ток-шоу)*, автореф. дис....канд. филол. наук, Ижевск.
- Иссерс О.С., 2002, *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*, Москва.
- Коробова Н.В., 2007, *Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи (на материале британского ареала)*, автореф. дис.... канд. филол. наук, Нижний Новгород.
- Ларина Т.В., 2009, *Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций*, Москва.
- Серебрякова Р.В., 2002, *Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах*, дис.... канд. филол. наук, Воронеж.
- Стернин И.А., 2000, *Можно ли культурно формировать культуру в современной России? – Культурно-речевая ситуация в современной России*, под ред. Н.А. Купиной, Екатеринбург, с. 361–373.
- Федосюк М.Ю., 1997, *Нерешенные вопросы теории речевых жанров*, „Вопросы языкознания” № 5, с. 24–28.
- Формановская Н.И., 1989, *Речевой этикет и культура общения*, Москва.

Speech genre of a compliment in modern Russian communication

Unlike the majority of linguistic researchers, we consider the compliment as a speech genre, and a praise as a speech tactic of a positive assessment of the addressee. This tactic is the main and only speech tactic designed to serve the complimentary purpose,

which expresses a positive attitude towards the interlocutor. Specifics of the compliment as a speech genre are defined by it possessing communicative independence and completeness. Unlike other genres of speech etiquette, the compliment is not attached to a certain situation and represents a facultative element of phatic communication.

The etiquette essence of a compliment presupposes a certain convention of its contents, therefore theoretically it is supposed that the stated positive assessment shouldn't be verified by the addressee. However, the importance of the category of sincerity for the Russian language consciousness determines the fact that in modern Russian communicative culture there is a special style of compliment which is caused by an aspiration of the sender to evoke trust of the interlocutor to the contents of a statement made. Markers of this style are various language emotional and estimated means and the structural-syntactic features particular to spontaneous informal conversation.

Keywords: *compliment, speech genre, speech etiquette, colloquial style.*