

ЧАСТЬ 2. РЕЧЕВАЯ ТАКТИКА КОМПЛИМЕНТА И НАЦИОНАЛЬНЫЙ РИТОРИЧЕСКИЙ ИДЕАЛ: НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА И ФАКТОРЫ ЕЁ ФОРМИРОВАНИЯ.

ГЛАВА 4.

4.1. Стратегии и тактики коммуникативного поведения: критерии успешности комплимента.

Современная прагматика, развивая идеи, возникшие в русле практической риторики, выработала свой научный аппарат, терминологию, отражающую специфику её научного подхода к изучению средств и способов речевого взаимодействия [см.: 14; 28; 90; 103; 110 и др.].

К ключевым понятиям в анализе реализации комплимента в речевом общении могут быть отнесены, на наш взгляд, понятия речевой стратегии и тактики. Любая речевая ситуация, не только речевая ситуация *комплимент*, предполагает определенный набор коммуникативных шагов, употребление которых обеспечивает достижение коммуникативных задач и целей. Соотношение этих шагов, задач и целей, а также их место и роль в речевом поведении говорящего составляют его коммуникативный репертуар, инструментарий общения и межличностного взаимодействия.

Речевые стратегии и тактики — часть наших знаний о мире, они пополняются и обновляются в течение жизни. Естественно, что отсутствие жизненного опыта ограничивает представления о типах речевого поведения в различных ситуациях.

Стратегии и тактики речевого поведения представляют собой часть наших знаний о процессе социального взаимодействия. Языковая компетенция предполагает умение планировать результат речевой деятельности и максимально реализовать его в ходе общения. Достижение прогнозируемого результата определяет успех речевой коммуникации [123; 124; 125; 128].

Деятельность не имеет смысла, если она не учитывает достижение результата. В связи с этим прогнозируемый результат является необходимым компонентом осуществления речевого действия [см.: 117]. Подход к описанию речевого поведения в терминах тактики и стратегии позволяет объединить собственно речевой продукт (его языковое воплощение) с теми результатами, средством достижения которых он является.

Коммуникативный подход к анализу речевого поведения малоэффективен, если игнорируется факт удачи или неудачи акта общения, что указывает на важность и делает необходимой разработку средств, форм, принципов общения в терминологии речевых тактик и стратегий [35; 66; 67].

Значительная часть речевых действий человека в его речевом поведении осуществляется неосознанно, подготовка и передача сообщений в процессе коммуникации в значительной степени автоматизированы. Из этого вытекает значимость осмысления единиц речевого общения в иноязычной студенческой аудитории с целью формирования коммуникативной компетенции. Коммуникативная компетенция выходит за рамки собственно языковых знаний и навыков. Она включает в себя практически весь спектр знаний энциклопедического, культурно-исторического, морально-этического, мировоззренческого характера, составной частью которых является отдельное речевое высказывание, произнесенное в конкретной речевой ситуации в конкретной лингво-культурной среде. «Знания о нормах поведения в определенных коммуникативных ситуациях можно рассматривать как интегральную структуру, вобравшую в себя прошлую эпизодическую

информацию о какой-либо ситуации и общие знания семантической памяти. Эти знания, или модели речевого поведения, имеют схематический характер и, подобно сценариям и фреймам, допускают существование переменных терминальных категорий» [80, 247].

В основе понятий коммуникативной стратегии и тактики лежит разграничение первостепенных и второстепенных целей. Первостепенными являются цели того или иного характера воздействия на адресата. Осознание этих целей влечет за собой выявление второстепенных целей, производных от таких мотивов человеческой деятельности, как стремление к самовыражению, следование социальным нормам, создание своего имиджа и т.д. Являясь средством осуществления вариативного речевого поведения, речевые тактики, таким образом, обусловлены различного рода социальными, культурно-психологическими, наконец, ситуативными ограничениями и предпочтениями [35; 66; 67; 80].

Выбор оптимальной тактики определяется исходя из стратегических, первостепенных задач говорящего. Так, в ситуации первого знакомства в русском речевом общении распространен такой риторический жанр, средством осуществления которого может стать речевая тактика комплимента. Главной целью комплимента является установление контакта с собеседником. Следовательно, вся совокупность больших и малых речевых действий, вплоть до выбора языковых средств, должна быть подчинена определенной стратегии речевого взаимодействия. В работе показано, что языковое наполнение речевых тактик варьируется в достаточно большом диапазоне. Это обусловлено теми стратегиями речевого поведения говорящего, которые свойственны ему как члену определенной социально-языковой общности в конкретной речевой ситуации [66; 67].

Речевые тактики обычно закреплены за определенной ситуацией общения. И их отсутствие в такой ситуации может привести к разрушению контакта [140; 141; 142]. Это, например, отсутствие словесной оценки в

случаях, когда она ожидается партнером по коммуникации в связи с выступлением, выходом книги, в связи с важной покупкой и т.п. В русском речевом общении в соответствии с нормами речевого этикета в этих ситуациях принято похвалить, сделать комплимент, поздравить. В качестве сомнительного с точки зрения вежливости будет расценено отсутствие в ряде соответствующих ситуаций комплимента женщине. Социально-культурные нормы накладывают ряд своих требований на протекание контакта и выбор как собственно речевых действий, так и соответствующих языковых средств, т.е. тех *речевых формул* или лексико-грамматических моделей, наполняющих ту или иную тактику.

В речевой ситуации первого знакомства с точки зрения стратегии говорящего важно установить деловые и неформальные взаимоотношения, произвести выгодное впечатление, проявив себя в качестве галантного кавалера или приняв роль балагура и души компании. Эти цели варьируются в довольно широких пределах, но в соответствии с выбором каждой конкретной стратегии осуществляется и запрет на использование одних тактик и предпочтение другим. Микроситуация *комплимент* также может рассматриваться в русле так называемого *стратегического* подхода к коммуникации.

В русском языкознании начало таким разработкам было положено работами Н. Д. Арутюновой, Е. М. Верещагина [см.: 14; 35], сегодня это направление дополнено исследованиями О. С. Иссерс [66; 67]. Обратимся к разработанной ею типологии комплиментов. Задачей данной части работы является знакомство с описанием речевой тактики в русской лингвопрагматике. Это же позволит нам соотнести китайский речевой материал с его русским аналогом, выявляя признаки сходства и различия.

Комплименты могут быть классифицированы по различным признакам. В соответствии с функциями комплимента в диалогах, по мнению О. С. Иссерс, разделяют комплименты собственные и сопутствующие. Когда

комплимент выступает в качестве компонента других тактик, не изменяя своей природы, т.е. с соблюдением условия искренности, то играют роль сопутствующие комплименты [67, 191 – 193].

По позиции комплимента в коммуникативных репликах наблюдаются комплименты говорящего и слушающего; а с точки зрения успеха этой формы этикета ещё разделяются успешные и неуспешные комплименты, и т.д.

По наличию иллюкутивного вынуждения комплименты можно разделить на *инициативные* и *вынужденные*. Вынужденные могут быть ответом на комплимент, ответом на вопрос и ответом на «провокацию», когда адресат специально дает себе заниженную оценку, тем самым побуждая говорящего убедить себя (адресата) в обратном [67, 185 – 186]:

– *Я никудышная хозяйка!*

– *Ты на себя наговариваешь. Обожаю твои пирожки с морковкой* [67, 186].

Приведём примеры из китайского речевого общения, показав тем самым принципиальное сходство коммуникативных тактик комплимента:

– *А что я? Держу бутылку и продаю улыбку!*

– *Женщина, которая держит бутылку, все таки красавица* [301, 85].

– *Ты очень сильная!*

– *Да, правда! И ужасно неряшливая!*

– *Но при этом ещё и очень красивая!* [313, 95 – 96].

По способу выражения речевого замысла (интенции) комплименты можно, как уже отмечалось ранее, разделить на *прямые* и *косвенные*. Прямые комплименты выражают эксплицитную положительную оценку каких-либо качеств адресата.

– *Померь это пальто.*

– *Ну как, ничего?*

– *Тебе все к лицу* [67, 186].

– *Ты зачем на меня смотришь?*

– *Потому что ты хорошо выглядишь* [316, 42].

В данном случае говорящий дает непосредственную оценку внешности адресата, что отличает прямой комплимент от косвенного. В косвенном комплименте слушающий должен «найти», «распознать» собственно комплимент в скрытых семантических компонентах высказывания:

– *Удивительно, но зеленоглазость является отличительным признаком только у женщин* [67, 186].

В данном случае положительная оценка качеств адресата эксплицитно не выражена. Она выводится из реплики, «угадывается» адресатом.

Комплимент относится к речевым тактикам, в основе которых лежат определенные ритуальные действия. И, как любой ритуал, комплимент строится на определенных клише, стереотипах, используемых в определенных речевых ситуациях. Но есть и существенное отличие комплимента от собственно ритуала (соболезнование, приветствие, прощание).

Речевая тактика комплимента предполагает творческий подход. Оригинальный, изысканный комплимент ценится больше, чем «штампованный», следовательно, у него больше шансов достичь коммуникативной цели, завоевать симпатию, доброе отношение адресата. Поэтому лексико-грамматическое наполнение комплимента может быть весьма разнообразным.

Рассмотрим типичные коммуникативные ходы комплимента в современной русской культурной речевой практике:

1) *незатейливый* комплимент. Это всегда прямой комплимент, по содержанию обычно представляет собой восхищение внешними, нравственными, интеллектуальными данными адресата.

– *У тебя такой голос! С твоим умом и хваткой ты преуспеешь в любом деле! Обожаю твои выразительные глаза! Ты так поешь!* [67, 188].

Средствами выражения в данном случае могут быть *прямые номинации, эпитеты, отдельные синтаксические модели, местоименные заместители (такой, так). Эллипсис определения (Ну, у него слух... Какие у тебя руки...) в сочетании с соответствующей интонацией* [67, 188].

– *Джиен-юй сегодня очень красива! ...Почти красивее, чем невеста!* [324, 55 – 56].

2) *дедуктивный комплимент*. В данном случае через положительную оценку социума, к которому принадлежит адресат, говорящий выражает свое отношение (положительное) к слушающему.

– *Я всегда был убежден в крайней несправедливости людей, которые отказывают женщинам в практическом смысле. От смешанных браков всегда рождаются красивые дети. (Говорящему известно, что его собеседница родилась в смешанном браке)* [67, 188].

Пример из китайского речевого общения:

– *Очень красиво!*

– *Что ты имеешь в виду?*

– *Цветок лотоса и сеприца Цзин (адресат)* [297, 15].

3) *от вещи – к личности*. Это случай, когда через оценку вещи, относящейся к адресату, дается положительная оценка самому адресату.

– *Эти очки подчеркивают тонкий овал твоего лица. В черном ты неотразима* [67, 188].

Ху Лан-чэн: *Новую обувь купила?*

Чжан Ай-лин: *Я её купила рядом с храмом Ан-джин!*

Ху Лан-чэн: *Они красиво смотрятся на твоих ногах* [253, 298].

Своего рода вещь выступает и принадлежащее человеку имя:

– *Ты о моём имени спросил? Меня зовут Чжуан Джин. Чжуан как село, а Джин как спокойствие.*

– *О! У тебя поэтическое имя* [305, 152].

4) комплимент через ощущения говорящего. В данном случае автор комплимента сообщает, какие чувства вызывает у него адресат.

– *Я при виде тебя теряю рассудок и забываю алфавит. Мне всегда так хорошо с тобой.* [67, 189].

– *У Буо-жен должен упасть в обморок, когда он тебя увидит. Так красива, что просто нечем дышать* [282, 51].

– *Я чувствую себя хорошо, когда вижу тебя в такое раннее утро* [304, 14].

– *Вселее всего быть с тобой вместе. Знаешь? Ты очень милая* [251, 17].

5) Анतिकомплимент. Это случай, когда говорящий сообщает слушающему, что он хорош для него, несмотря на что-то, вопреки чему-либо (любимый дурак).

– *Ну у тебя и прическа – как после тифа.*

– *Не нравится – не смотри.*

– *Да я бы на тебя даже на лысую смотрел бы!* [67, 189].

К разряду антикомплимента можно отнести, вероятно, и инициативные реплики, не связанные в сознании участников общения (адресата) непосредственно с реализацией тактики комплимента:

– *Привет! А ты все такая же!*

– *Какая?*

– *Такая же красивая!* [311, 226].

б) комплимент чужими устами. Автором комплимента считается третье лицо. Обычно такой комплимент применяется для создания иллюзии объективного характера оценки, либо в случае, когда говорящий не желает выражать свои чувства напрямую [67, 188 – 189].

– *Тебе кто-нибудь говорил, что у тебя потрясающая фигура? Я слышала, что вы бесподобно танцуете* [67, 189].

– *Хан Син часто и хорошо говорила о вас и мне так хотелось увидеть такого мужчину, который её увлек* [266, 59].

– *Если мой папа увидит эту твою статью, он сразу пригласит тебя на главную должность* [309, 189].

Список коммуникативных ходов в речевой практике комплимента, несомненно может быть расширен. И, как отмечает О. С. Иссерс, на Востоке и на Западе предпочтения тем или иным стереотипам комплимента существенно отличаются, что может быть темой отдельного и весьма плодотворного исследования [67, 189]. Идея, высказанная О. С. Иссерс, и послужила отправной точкой нашего исследования.

Итак, главная задача искреннего русского комплимента – установить контакт, наладить добрые отношения, поэтому говорящий должен вызвать симпатию и расположение собеседника. В связи с этим, основным признаком комплимента является демонстрация говорящим желания сказать нечто приятное, доставить удовольствие собеседнику. Поэтому, например, высказывание по поводу новой прически или нового платья (*Ты постриглась! У тебя новое платье!*) затруднительно отнести к комплименту, так как указанная интенция здесь не выражена.

Речевая тактика комплимента по коммуникативной цели сближается с тактикой похвалы. И в том, и в другом случае имеет место положительная оценка некоторого факта. Но есть и существенное отличие. Положительная оценка в случае похвалы сама по себе является целью и этим же исчерпывается. Для комплимента же положительная оценка является средством выражения симпатии и расположения [67, 178 – 180]. Таким образом, различия тактик похвалы и комплимента раскрывают своё своеобразие не на тактическом уровне, но на уровне стратегии речевого поведения. Объективность указанного разграничения, его ментальная презентированность в сознании говорящих находит своё выражение в метаречевых комментариях, репликах, сопровождающих высказывание: сам говорящий специально использует средства, указывающие на свою речевую тактику: *Вы прекрасно выглядите, и это совсем не комплимент.*

Иными словами, в данном случае создаётся видимость использования положительной оценки не для установления благожелательных отношений, т.е. в качестве комплимента, а в качестве констатации объективного факта, т.е. в качестве похвалы. Легковесность и подразумеваемая небескорыстность комплимента уступают место, по замыслу говорящего, констатации объективного положения дел, т.е. похвале, обнаруживая в языковом сознании носителей русского языка разграничение этих двух речевых явлений. Рассмотрение речевых тактик комплимента и похвалы с учетом речевой стратегии говорящего позволяет увидеть различие их коммуникативных целей.

Если в тактике похвалы признаком успешности является ее принятие, а признаком неудачи – её отклонение, то для комплимента несогласие адресата с говорящим не означает, что тактика неуспешна. Подразумевается, что оценка, выраженная в похвале, является объективной. Её предмет рассматривается в качестве заслуги адресата, которая приписывается ему объективно, как бы помимо или независимо от воли говорящего.

Нацеленность на объективность допускает обсуждение того или иного факта, вплоть до его отрицания, т.е. отказа от похвалы, мотивируемого, например, её незаслуженностью. Игровой же характер комплимента позволяет достичь коммуникативной цели, т.е. выражения расположения и симпатии, независимо от того, был ли он принят.

Например:

- *Браво, Наташка! Остальные рядом с тобой уродины.*
- *Не преувеличивай.*
- *И все равно, ты – красавица.*
- *Спасибо [67, 179].*

Комплимент в данном случае принят, несмотря на то, что адресат отмечает преувеличенную оценку, то есть «правила игры» принимаются, коммуникативная цель достигнута.

Таким образом, мы подходим к еще одному признаку, разграничивающему в семантическом плане функциональное поле похвалы и комплимента. Эти различия проявляются ещё и в том, что, «условно говоря, похвала – это оценка достижений» [67, 179]. То есть, чтобы получить похвалу, нужно что-то совершить. Её нужно заслужить. Тогда как комплимент возникает из ничего, его питает лишь симпатия.

Наличие аналогичного эмоционального настроения адресата определяет дальнейшую судьбу комплимента: будет ли он принят или отвергнут. Независимо от указанных результатов говорящий достигает своей цели.

Сфера применения комплимента гораздо шире, чем у похвалы. Можно сделать комплимент, отметив приятную улыбку, голос или цвет глаз, однако похвалить за это нельзя. И в этом раскрывается денотативная специфика рассматриваемых тактик. Например:

– *Ты очень похож на киноактера Dirk Bogarde* [251, 11].

В начале работы мы уже обращались к сопоставлению понятий *похвалы, лести, комплимента* по данным русских и китайских лексикографических источников. В данном же случае надо подчеркнуть, что разграничение смежных с названием тактики понятий является важной для разграничения смежных, но различных тактик речевого поведения. Существуют случаи, когда тактики похвалы и комплимента трудно различить вследствие нейтрализации их дифференциальных признаков. Доминирующим признаком в этих случаях становится сам факт положительной оценки. Один из примеров:

Мать Гау: Ты выглядишь красивее, чем на фотографии... Почему волосы остригла?

Отец Гау: Отлично! Отлично! Ты стала свежей после стрижки [263, 115].

Каковы же критерии или условия успешности речевой тактики комплимента? Комплимент относится к ритуальным речевым действиям, и, с

этой точки зрения, регулируется так называемым *принципом кооперации*. Подчиняясь указанному принципу, комплимент, как любой ритуал, основывается на определенных правилах коммуникативного вербального и невербального поведения, необходимость соблюдения которых постулируется, в свою очередь, еще одним принципом, *принципом вежливости*.

Иными словами, комплимент – это своего рода игра. В ней есть свои правила поведения, которые предписаны для каждой из участвующих сторон. Следование этим правилам обещает сделать общение неформальным и лёгким, установить дружеские отношения. Оттенок легкости и непринужденности комплимента, его игровой характер, а с другой стороны, его контактоустанавливающая (социативная) функция, подтверждаются наблюдениями, обращающими внимание на то, что комплимент принимается даже от незнакомых людей.

Условием удачного речевого действия является знание и соблюдение обеими сторонами ритуала. «Правила игры» заставляют адресата в некоторых ситуациях принять даже ложный комплимент, когда искренность оценки весьма сомнительна, например:

Официантка. – Вы, наверное, молодожены?

Фаина сказала: - Да.

– Сразу видно, - сказала официантка, – самая хорошая сегодня пара. И давно вы женаты?

– Полгода, – сказала она.

– Сразу видно, - сказала официантка, - что удачный брак. Теперь это так редко [67, 180].

Адресаты этих диалогических реплик в ресторане вовсе не молодожёны. Но для них в данном случае важнее следование ритуалу, принятие той роли, которую предписывает им официантка своей репликой, нежели установление истины.

Итак, кроме двух общеязыковых принципов (*принципа кооперации и вежливости*), ещё одной из предпосылок успешности комплимента в русском речевом общении является установка на неофициальный стиль речевого взаимодействия, на игровой момент, благодаря которому и становится возможной некоторая степень понижения уровня критичности в отношении высказываемой и принимаемой оценки.

Другая важная предпосылка – специфика сообщения в речевой тактике комплимента. Признак, который берется за основу положительной оценки, должен соответствовать адресату, «принадлежать» ему. Если данное условие не соблюдается, говорящий не сможет достигнуть коммуникативной цели:

– Ты удачно купила это платье. Как раз под цвет глаз

– А у меня глаза серые, между прочим (Платье зеленого цвета)

[67, 181].

Кроме того, степень преувеличения достоинств, завышенная оценка тех или иных качеств не должны превышать некоторый предел, за которым комплимент либо уже превращается в лесть, либо унижает адресата своей прямоотой и безыскусностью. С другой стороны, при объективной констатации некоторого факта комплимент может превратиться в похвалу. Но как в первом, так и во втором случае специфика коммуникативной цели, выполняемой комплиментом, не будет достигнута.

Нетрудно заметить, что в речевой ситуации, когда звучит комплимент, говорящий и адресат находятся в «неравном» положении. Позиция говорящего заведомо «сильная», так как «первый ход» за ним, адресат, следуя принципу Вежливости, должен быть благодарен ему за проявленную благожелательность. В этом проявляется некоторое превосходство говорящего комплимент над тем, кому он предназначен.

Сказанное позволяет использовать рассматриваемую речевую тактику в случаях, когда иные формы «господства» над собеседником невозможны. Таковы ситуации знакомства мужчины и женщины, отмечает О. С. Иссерс [67,

181]. Комплимент, в отдельных ситуациях, становится одним из элементов мужского ролевого поведения и даже условием галантности мужчины в отношениях с женщиной, что характерно для западноевропейской культуры.

Указанные особенности позволяют наметить еще один критерий успешности комплимента, состоящий в том, что участники общения должны согласиться с неравенством своих ролей, отдавая дань ритуалу.

Итак, к условиям или критериям успешности комплимента могут быть отнесены следующие:

- 1) участники речевого общения принимают на себя некоторые ролевые обязательства в соответствии с принципами кооперации и вежливости (на них мы остановимся подробнее в следующей части);
- 2) участники общения ориентированы на неофициальный характер речевого взаимодействия, допуская в речевом поведении элементы игры;
- 3) адресант (говорящий) выделяет признак, характеризующий адресата с положительной стороны, полагая, что содержание высказывания будет приятно адресату;
- 4) сам комплимент должен быть достоверным, а говорящий не должен быть заподозрен в неискренности;
- 5) содержание комплимента должно занимать семантическое пространство в диапазоне от похвалы до лести, что обеспечивает выполнение им собственной коммуникативной цели.

Комплимент – это демонстрация симпатии говорящего адресанту. Это попытка показать собеседнику, что он сам либо его отдельные качества импонируют говорящему.

Вербальные реакции адресата находятся в зависимости от соблюдения условий успешности речевой тактики комплимента. Таким образом, вербальная реакция находится в семантическом поле благодарности и принятия (не обязательно согласия) оценки [67, 184].

Адресат может показать то, что он принимает комплимент, как вербально, так и невербально (одобрительный взгляд, улыбка). Нежелательный результат – отклонение комплимента. Здесь тоже могут применяться и невербальные (пожатие плечами, презрительный взгляд), и вербальные средства. Необходимо отметить, что речь идет не о ритуальном «отклонении» комплимента (*Ну, что вы, какая я красавица...*), а о коммуникативной неудаче, когда комплимент не принимается по существу.

Если результатом речевой тактики комплимента явилась коммуникативная неудача, вербально обычно фиксируется то или иное нарушение условий успешности.

Конечно, причины коммуникативных неудач в тактике комплимента могут быть весьма разнообразны, и далеко не все можно предвидеть, исходя из перечисленных выше критериев успешности. Приведем еще один пример:

– *Жена моя, успокойся! В моих глазах ты всегда будешь как лебедь, а не буйвол! Ха! ха! ха!* [246, 231].

Для достижения коммуникативной цели в тактике комплимента должна применяться так называемая безусловная шкала положительных оценок, фиксируемая национально-языковым сознанием коммуникантов. Отсутствие должного внимания к последнему обстоятельству как раз и является наиболее вероятной причиной коммуникативных неудач в ситуациях кросс-культурной коммуникации.

4.2. Русский и китайский комплимент в постулатах и максимах современной прагматики: *кооперация, скромность, вежливость, согласие, симпатия, одобрение.*

Речевое общение привлекает к себе большое внимание лингвистов. Его основные понятия были разработаны в русле специальной дисциплины,

появившейся в середине двадцатого века и называющейся прагматикой. Прагматика – это наука, исследующая отношения между знаками языка и теми, кто их использует. Её основным предметом исследования является употребление говорящим языкового знака в акте речи (в коммуникативном акте). В её же рамках исследуются все факторы речевого взаимодействия: участники (адресат, адресант) и отношения между ними (контакт), используемые знаки (код), ситуация, в которой протекает общение (контекст) и др. Обратимся к некоторым основным понятиям лингвистической теории в связи с проблемой функционирования комплимента как акта речи [15; 51; 103; 107; 128].

Конситуация является основным понятием в прагматической лингвистике. Она выявляет обстоятельства общения в целом, его стимулы, его участников и т. д. Понятие конситуации объединяет в себе две части: лингвистические знания и экстралингвистические знания [15; 128]. В первом случае предполагается наличие у коммуникантов языковых знаний и правил их употребления в контексте, в тех или иных ситуациях речевого общения. Экстралингвистические знания включают в себя так называемые фоновые знания: ситуационные знания и знания о собеседнике [41; 42]. Фоновые знания включают в себя энциклопедические знания, знания социальных норм и национально-культурных факторов речевого поведения. Ситуационные знания — это степень ориентированности коммуникантов во времени, месте, теме, официальности/неофициальности и межличностных отношениях [187, 17 – 23].

Употребление комплимента в той или иной речевой ситуации требует определённых фоновых знаний [90; 101]. В русском речевом общении комплименты рассматриваются в системе речевого этикета, что объединяет этот акт речи с категорией вежливости. Комплимент в речевом общении русских – это демонстрация внимания к собеседнику, проявление интереса к его делам и желание контактировать с ним. Поэтому, даже если некоторые

комплименты, высказанные говорящим, содержат преувеличение, они всё-таки принимаются с благодарностью. Незнание коммуникантами этого принципа (принципа вежливости) становится причиной возникновения коммуникативной неудачи [110].

Во-вторых, адресант должен быть в достаточной степени знаком с теми характеристиками собеседника, которые затрагиваются в комплименте. Признаки, выделенные говорящим как предмет положительной оценки, необходимо связать с адресатом и отметить как положительные. Иначе говорящего ожидает неудача общения.

-- *Ты удачно купила это платье. Как раз под цвет глаз.*

-- *А у меня глаза серые, между прочим. (А платье зелёного цвета) [67, 181].*

Когда используют форму сравнения комплиментов, адресант должен узнать, какое отношение адресат имеет к сравниваемому объекту, признак которого адресант считает положительным. Несоблюдение этого требования также приводит к коммуникативной неудаче:

-- *У тебя теперь причёска, как у Понаровской.*

-- *Терпеть её не могу [67, 189].*

В данной ситуации адресатом высказывается оценка причёски собеседника, положительный характер которой (оценки) обеспечивается на взгляд инициатора комплимента тем, что такая же причёска у популярной современной певицы. Коммуникативная неудача, т.е. комплимент не достиг своей цели, не стал фактором установления благожелательной атмосферы общения, стала причиной того, что говорящий не учёл отношения адресанта к этой певице. Коммуникативная неудача, как видим, может возникнуть ввиду того, что мнения говорящего и слушающего по поводу объекта комплимента могут не совпадать.

В-третьих, комплименты должны быть сделаны в уместном месте и в нужное время. К тому же говорящий должен учитывать характер отношений с адресатом.

На экзамене:

-- *Наталья Ивановна, а мне говорили, что вы лояльный преподаватель...*

-- *На вас моя лояльность не распространяется [67, 184].*

Рассмотренные нами примеры показывают, что речевое общение представляет собой не просто процесс обмена информацией в знаках языка. Это сложноорганизованный процесс, на который оказывают влияние разнообразные факторы, отсутствие должного внимания к которым, приводит к коммуникативным неудачам. В рамках работы попытаемся хотя бы в общих чертах обозначить те факторы общения, которые необходимо учитывать.

Факторы, принципы, постулаты, максимы и правила, которым следуют общающиеся, выделены в прагматике на основании анализа речевого поведения людей в конкретных речевых ситуациях [51; 110]. Исследователи ставили перед собой задачу описания своего рода идеального речевого взаимодействия, общения кооперативного характера, приводящего к согласию коммуникантов. Данная этическая установка была унаследована ими от Аристотеля. Более того, именно учение Аристотеля и заложенные им основы не только этики, но и риторики, получили продолжение и дальнейшее развитие в работах американских и европейских исследователей двадцатого века [14; 15; 51; 152; 154; 157]. Один из основателей современной лингвистической прагматики Чарльз Моррис (США) даже термины *риторика* и *прагматика* считал тождественными [105, 441]. Таким образом, основы учения о правилах общения и принципах, лежащих в его основе, возникли уже в древней Греции во времена античности. В связи с этим наше обращение к прагматике комплимента закономерно и является логическим продолжением рассмотрения этой малой риторической формы в современном языкознании.

Г. Грайс [51], анализируя высказывания и тексты, исходил из оговоренной ранее аристотелевской предпосылки, что коммуниканты в процессе обмена информацией сотрудничают друг с другом, внося свой вклад в построение процесса общения. Вступая в отношения кооперации, они взаимодействуют друг с другом в процессе совместной речевой деятельности. Г. Грайс назвал свод правил такого взаимодействия принципом кооперации (сотрудничества). Этот принцип составляют 4 постулата (максимы или правила).

1) Максима количества: сообщай ровно столько информации, сколько требуется для осуществления целей общения, не меньше и не больше.

2) Максима качества: в высказывании должна сообщаться истина, надо избегать ложных утверждений и таких, для которых нет достаточных оснований.

3) Максима отношения: не отклоняйся от темы, говори по существу.

4) Максима способа выражения: говори ясно.

Постулаты Г. Грайса во многом очевидны, но, как оказалось, анализ реальных актов общения показал, что коммуникативное взаимодействие собеседников далеко не всегда построено в соответствии с этими правилами. Эти отклонения можно наблюдать и в ситуациях употребления комплиментов. Несоблюдение и нарушение принципа кооперации в употреблении комплимента приводит к коммуникативной неудаче.

С одной стороны, мы говорим, что комплименты следуют принципу кооперации, если выделенные в них признаки действительно существуют и принадлежат адресату. С другой стороны, комплимент часто произносится в самом начале разговора или открывает новую тему общения. В этих случаях содержание комплиментов не всегда соответствует контексту. Иными словами, говорящий не всегда ограничивает себя как максимой отношения, так и максимой количества. Информации выходит также и за рамки контекста общения.

Когда в коммуникации говорящий собирается перейти на другую тему разговора, он часто использует комплимент, который ни в какой мере не связан с предыдущим топиком. Именно это отклонение от максим количества и отношения делает комплимент способом переключения темы общения, закрепляя за ним функцию поддержания контакта и средства фатической коммуникации.

Более того, максима качества принципа кооперации часто нарушается в комплименте. В этих случаях говорящий комплимент нередко произносит высказывание не от души, а только как ритуальную форму. Он преувеличивает признаки слушающего, даже лжёт в своем стремлении выразить симпатию адресату. Например, мы часто так говорим, когда встречаем знакомого, у которого новая причёска, *У тебя красивая причёска*, даже несмотря на то, что нам она не нравится. Но в этом случае для нас важнее поддержать дружеские отношения с адресатом.

Г. Грайс выдвинул принцип кооперации и полагал, что это гарантирует достижение целей общения [51]. Мы же должны отметить, что в реальной коммуникации и нарушение отдельных правил и принципов, выдвинутых ученым, также сопровождается достижением коммуникативной цели, например, поддержанием и сохранением дружеских отношений. Нарушение этого принципа происходит довольно часто, но, с другой стороны, именно благодаря этому принципу всё-таки общение протекает в дружеской атмосфере. Сказанное несколько не снижает значимости принципа кооперации Грайса. В какой-то мере это его даже подтверждает. Однако, мы хотим отметить, что только этого принципа недостаточно для успешной коммуникации. Он должен быть дополнен какими-то иными факторами и уточнениями.

Продолжением идей, высказанных Грайсом, стал *постулат вежливости* Дж. Лича [161]. В этом принципе мы видим подтверждение этических воззрений Аристотеля и связи этики, античной риторики и

современной прагматики. Дж. Лич располагает свои правила по градуальной шкале затрат и выгод для говорящего и его собеседника (адресата).

1) Максима такта:

- а) уменьшайте затраты других,
- б) увеличивайте собственные затраты.

2) Максима великодушия:

а) уменьшайте собственную выгоду, таким образом, увеличивайте собственные затраты,

б) увеличивайте выгоду других.

3) Максима одобрения:

- а) уменьшайте порицание других,
- б) увеличивайте одобрение других.

4) Максима скромности:

- а) меньше хвалите себя,
- б) больше порицайте себя.

5) Максима согласия:

- а) уменьшайте разногласия,
- б) увеличивайте согласие между собой и собеседником.

б) Максима симпатии:

- а) уменьшайте антипатии,
- б) увеличивайте симпатию между собой и собеседником.

Эти максимы принципа вежливости взаимодействуют между собой.

Поэтому формы вежливости разнообразны.

В сфере комплиментов принцип вежливости имеет большое значение. Быть тактичным означает вести себя прилично, подобающим образом, в соответствии с правилами той социальной среды и культурного контекста, в которых происходит общение [140; 141; 142].

Положительные признаки в комплиментах должны быть связаны с адресатом. В противном случае комплимент считается нетактичным.

Максима великодушия требует от говорящего делать комплименты без колебаний. Максима одобрения поощряет общающихся к обмену комплиментами [141]. Именно это является одной из главных максим, которым следуют коммуниканты, принадлежащие к европейской культурной среде. Максима симпатии тесно связана с максимальной одобрения, когда люди говорят любезные слова другим, они, вставая как бы на место другого, вступают в мир его отношений и оценок и с этих позиций стараются его понять. Поэтому, когда говорящий великодушно выражает приятные слова и оказывает симпатию адресату, на самом деле, он соблюдает максимум одобрения, симпатии, такта и великодушия.

Несмотря на то, что эти максимумы являются общими постулатами и носят универсальный, казалось бы, характер, комплименты в русском и китайском языках соотносятся с этими максимами по-разному. И русские, и китайцы следуют максиме такта, но понимание тактичности в этих культурах не всегда совпадают. Не происходит этого и в ситуации, когда произносится комплимент.

Принятие комплимента также подчиняется принципу вежливости. Но реакции людей, принадлежащих русской и китайской культурам, на комплименты оказываются различными. Об этом мы будем говорить в соответствующем разделе ниже, а пока подтвердим лишь сказанное следующим примером. Авторы одного из англо-китайских разговорников дают совет туристам, находящимся в Китае, в ответ на звучащий в их адрес комплимент отвечать отрицательно, отклоняя его. Ниже мы попытаемся дать объяснение этому явлению.

Надо отметить, что с максимальной одобрения Дж. Лича может входить в противоречие максима качества Грайса: *будь правдив*. Но в соответствии с практическим опытом да и этикой человеческих взаимоотношений, сиюминутная коммуникативная цель нередко бывает более ценной, нежели стремление к истине. Следовательно, лучше сказать: «*Вы сегодня прекрасно*

выглядите», – что может оказаться не совсем правдивым, нежели отрезать: «*Какой у вас ужасный вид*».

Максимы вежливости Дж. Лича столь же житейски просты и мудры, как и максимы принципа кооперации Грайса. Их соединение друг с другом (а иногда и конкуренция) делает коммуникацию успешной, то есть позволяет достичь запланированного собеседниками результата деятельности [51; 161].

В русле прагматического подхода к языку возникла *межкультурная прагматика*, целью которой является изучение прагматических проблем, появившихся в межкультурном общении в ходе использования языка как иностранного [201].

Кроме так называемых внешних причин, появление этой дисциплины является результатом развития самой прагматической теории. И практика показывает, что данное направление исследований способно найти ответы на запросы современной межкультурной коммуникации. Сказанное относится ко всем формам и средствам речевого общения, и комплименту, и в качестве речевого жанра, и в качестве речевой тактики, отведено определенное место и значение в общении представителей разных культур [41].

В межкультурной коммуникации существует много факторов, на основе которых происходит регуляция речевого взаимодействия. К числу таковых относятся нормы языковые и нормы национального речевого и неречевого этикета, национально-культурные особенности проявления менталитета представителей того или иного этноса в речевом поведении. Первые опираются на *языковой фонд*, предполагая овладение стилистическими нормами и грамматическими правилами языка, его лексическим запасом. Другие предполагают ту или иную степень знакомства говорящего с культурным фондом и осознанное употребление им единиц языка и речи в ситуациях межкультурной коммуникации [104, 100 – 101].

Наличие в сознании представителей различных национально-культурных общностей “разных национально-культурных моделей” речевого

поведения становится причиной возникновения коммуникативных неудач [223]. Нередко оставаясь в ситуациях межкультурной коммуникации под влиянием своего родного языка, коммуниканты применяют прагматические правила речевого вербального и невербального поведения без их должной корректировки в соответствии с нормами инокультурной коммуникативной среды. В межкультурной прагматике это явление получило название «прагматической трансформации» [187, 265]. На наш взгляд, близкими к указанному явлению являются факты *межкультурной* или *культурно-языковой интерференции*. Их особенность состоит как раз в переносе норм речевого общения родного языка на речевые ситуации в иной лингвокультурной среде. В связи с этим именно осознание и практическое освоение на этой основе правил и закономерностей речевого взаимодействия в иной культуре способно устранить возникающие в этих случаях недоразумения [104].

Прежде чем перейти к анализу роли прагматической трансформации в кросс-культурной коммуникации, рассмотрим причины её формирования [162].

Успешное речевое взаимодействие предполагает опору говорящих на четыре вида знаний: языковые знания, фоновые знания, ситуационные знания и общие знания коммуникантов друг о друге, на основании которых делается прогноз о возможном развитии речевых событий. Эти знания объединены в термине прагматической пресуппозиции, являющейся одним из основных факторов, на основе которого строится успех коммуникации [123; 140].

Люди, принадлежащие одной культуре, могут легко понимать друг друга, поскольку у них есть общие языковые, и общие так называемые *фоновые знания*. Эти общие знания помогают людям одной культуры формировать общую модель мышления и поведения. И именно наличие этих знаний подразумевается в термине «культурная пресуппозиция» [224]. Как основной компонент прагматической пресуппозиции, культурная

пресуппозиция оказывает большое влияние на межкультурную коммуникацию. В ней представлены знания национально-культурных особенностей, которые проявляются в различиях между определенными и конкретными культурами [35; 138]. Эти знания воплощаются в “оценке времени и пространства, особенностях мышления, эстетическом восприятии, окружающей территории, национальной психике, культурных обычаях, национальных способах выражения эмоций, общественной идеологии, религиозных взглядах” и т. п. [224, 104 – 105].

Материал, приведенный в предыдущих главах работы, позволяет сделать некоторые обобщения относительно национально-культурных особенностей речевого поведения русских и китайцев в речевой ситуации *комплимент*.

Во-первых, следует указать на то, что особенности национального мышления и его эстетическая составляющая в указанных двух культурах отличаются друг от друга. Отношения к хорошему и плохому, красоте и лести, добру и злу, одобрению и неодобрению выражаются по-разному. К китайцу, например, можно обратиться с таким комплиментом, как *Вы толстеете* (您發福了!). Поскольку китайцы связывают полноту человека с хорошими условиями жизни, счастьем, такой комплимент не вызовет недоумения. Слово «толстый» в русском языковом сознании имеет отрицательные коннотации. Определяя крайнюю степень полноты человека, этот признак его внешности может свидетельствовать о распущенности в пище, о неумении или нежелании поддерживать организм в хорошей форме, наконец, и о болезни.

Русские любят комплименты, отмечающие красоту их внешнего облика. Особенно это относится к женщинам. В китайском же языке, если молодой человек скажет девушке: «*Вы красивы! У вас красивая улыбка*», – девушка может принять этот комплимент как признание в любви или, уловив подтекст комплимента, будет сомневаться в его искренности.

Переводчик-синхронист делится своими, и полезными для нас, наблюдениями на страницах журнала «Нева»: «Другой случай еще более курьезный. Известно, что после выхода на экран фильма “Белое солнце пустыни” появилось среди многих прочих и выражение “Восток — дело тонкое”. А ведь и в самом деле “тонкое”. В странах Дальнего Востока вообще не следует шутить, а с девушками – тем более. В 1973 году, то есть в последние годы китайской “культурной революции”, один из членов нашей делегации на переговорах по пограничному урегулированию как-то, зайдя в магазин в хорошем расположении духа, решил отвесить комплимент девушке-продавцу. Генерал сказал: “Скажи ей, что она сегодня особенно красивая!” На мое предостережение он ответил коротко по-военному: “Переводи, переводи!” Я взял грех на душу и сказал, что вот товарищ отметил, что вы хорошо “служите народу” (модный лозунг в Китае тех лет). Девушка расплылась в улыбке. Последовала реплика генерала: “А ты говоришь: „Восток”. Все бабы одинаковы!” [См.: Спешнев Н. Из записок синхронного переводчика // Нева, 2004, №9].

Различия национальной психологии проявляются в как в способах реакции на те или иные житейские ситуации, так и в способах выражения эмоций. Например, популярный и традиционный в китайском речевом общении комплимент пожилому человеку «*Вы очень здоровы*», «*Вы так бодры*» и т.п. будет воспринят русскими с осторожностью. Когда они слышат комплименты такого рода, их обычным ответом является «*Тьфу-тьфу, чтобы не сглазить*». Китайцы же, особенно пожилые люди, с удовольствием принимают такие комплименты.

Источником формирования национального характера или менталитета народа, нации являются не только формы национального этикета. Последние, скорее, производны от культурно-исторически сформировавшихся бытовых, уходящих в фольклор, суеверий, верований, религиозных обычаев и ритуалов [106; 109; 111].

Существенный вклад в формирование национальной психологии вносит вся система религиозно-мировоззренческих взглядов и убеждений. Так, например, китайцы в соответствии с конфуцианской идеологией и Буддизмом считают скромность одной из наиболее важных добродетелей человека. В соответствии с этими морально-этическими установками принятие комплимента является выражением нескромности [73; 84; 86]. Именно по этой причине существует не только сдержанное отношение в реакции на комплимент, но и, в целом, комплимент довольно медленно приживается в китайской культуре и его употребление не совсем типично. Употребление комплимента в общении – это веянье Запада. На традиционной культурной почве Китая он еще не совсем нашел своё место.

Из сказанного, конечно, не следует, что скромность не свойственна представителям западно- или восточноевропейской культуры. Вот как описывает свои ощущения в ситуации вынужденного принятия хвалебных слов от знакомых и малознакомых людей русский писатель и журналист Ярослав Голованов: "... А задумывалась ли все они, как я должен на все это реагировать? Странные чувства испытываешь — хочется закричать: "Говорите! говорите еще!"— и одновременно убежать хочется. Невыносимо, когда, глядя тебе в глаза, говорят: "Ну, ты просто молодец" Что отвечать? Как себя вести? Я не знаю! Говорю обычно с глупой улыбкой: "Это ты верно подметил". Или говорят: "Я вас по телевизору видела". При этом даже не уточняют, был ли я хорош или плох, видела, и все тут! Тут я говорю: "Ну и повезло же вам!" Но при этом я точно знаю, что нам обоим не весело" [КП, 1999, 14 янв.]. Как видим, выход из неловкой коммуникативной ситуации журналист нашел в самоиронии.

В ответ на комплимент русские обычно не склонны преувеличивать его ценность и, отдавая должное требованиям этикета, отвечают: *Спасибо*. Отказ же от комплимента в такой ситуации может означать наличие каких-то проблем во взаимоотношениях между коммуникантами. Связано это с тем,

что исполнение этикетных обязательств участниками общения подтверждает императив кооперативного и вежливого взаимодействия. Иными словами, для русского человека подобные речевые (этикетные) ситуации – это возможность проявить себя в качестве члена общества, принимающего нормы и правила общественного поведения. Китаец, руководствуясь в таких ситуациях приблизительно теми же соображениями, будет вести себя иначе, акцентируя в своем поведении исторически сформировавшийся императив скромности.

Отказ от комплимента означает нарушение принятых этикетом норм речевого поведения. Но и сама благодарность, выраженная в ответ на комплимент, будет наполнена у русских и китайцев разным содержанием. Как правило, китайцы благодарят в случае реально оказанной им помощи или услуги. Строго следуя в своем поведении принципу скромности, который предполагает ещё и умение не поставить собеседника в неловкое положение, традиционно мыслящий китаец вряд ли сам сделает комплимент и, тем более, сочтёт необходимым поблагодарить за эту допущенную в его адрес нескромность.

В ситуации *комплимент* прагматические культурные пресуппозиции коммуникантов в русском и китайском языковом сознании различны. Поэтому нередко в ситуациях межкультурной коммуникации люди пользуются той речемыслительной моделью поведения, которая формировалась у них в условиях родной национальной культуры. Этот перенос прагматических, напомним, пресуппозиций на речевые ситуации в межкультурной коммуникации получил название прагматической *трансформации*.

Различают положительную и отрицательную трансформации. Когда особенности языка-источника сходятся или совпадают, возникает “положительная трансформация”, а в противоположном случае говорят об “отрицательной” прагматической трансформации [187, 265].

С учетом двух сторон наполнения прагматических пресуппозиций (языковых и культурных) в прагматике выделяют “языковую” её составляющую (применяется языковая форма своей культуры к целевому языку) и “социальную прагматическую трансформацию” (используют прагматические правила и параметры родного языка в целевом языке) [187, 265].

Анализ основных синтаксических конструкций и структурно-семантических особенностей комплимента в русском и китайском речевом общении позволяет сделать предположение, что в условиях межкультурной коммуникации между русскими и китайцами в речевой ситуации *комплимент* более вероятна не столько языковая прагматическая трансформация, сколько – социальная.

Делая ли комплимент о здоровье собеседника или его комплекции, отмечая ли красоту и другие внешние данные женщины, русские и китайцы в этих случаях следуют принципам кооперации и вежливости, но делают это в соответствии с нормами своего национального речевого этикета. *Отрицательная прагматическая трансформация* становится причиной коммуникативных неудач. В результате происходит своего рода функциональная деформация комплимента. Эти выражения либо становятся причиной появления несвойственных им смыслов, либо вызывают недовольство, либо даже приводят к разрыву общения. Для уменьшения опасности возникновения прагматической неудачи между китайцами и русскими становится важным знание, понимание и учет в ситуациях межкультурного речевого взаимодействия национально-культурных различий.

Дж. Версуерен полагает, что использование языка является процессом, в ходе которого говорящий находится в ситуации лингвистического выбора: выбор оптимального способа приспособления 1) к конситуационным факторам общения, 2) к языковым средствам взаимодействия, 3) к динамике

(перемене) условий коммуникации и 4) к ценностным характеристикам этого процесса [162].

В соответствии с этой теорией, в межкультурной ситуации использования/обмена комплиментами коммуниканты должны следовать модели: «Я – Я' – ОН». Здесь *Я* представляет личность, обладающую пресуппозициями, связанными с родным языком. *Я'* – это языковая личность, владеющая помимо сказанного ещё и коммуникативными нормами иностранного языка, языка общения. *ОН* – это языковая личность, идентифицирующая свою принадлежность к той национально-языковой культуре, на языке которой происходит речевое взаимодействие.

Данная модель позволяет закрепить за языком межличностного взаимодействия свойственные ему национально-культурные фоновые коннотации. Делая комплимент в адрес представителя русской культуры, необходимо придерживаться национально-культурных особенностей языка общения. Иными словами, если общение протекает на русском языке, мы должны учитывать специфические особенности комплиментов, соответствующие русской речевой культуре, этикету и нормам русского языка. И наоборот. Комплимент в адрес носителя китайского языка должен соответствовать тем национально-культурным и собственно языковым нормам, которые обозначены самим языком-посредником межкультурной коммуникации.

Несмотря на то, что у русского и китайского комплиментов есть свои особенности, этот акт речи выступает в качестве оптимальной речевой тактики для установления контакта между участниками общения в обеих культурах. Успешный комплимент является первым шагом в установлении контакта в межкультурной коммуникации. Следовательно, освоение фоновых культурных сведений о стране изучаемого языка не имеет альтернативы.