

КОМПЛИМЕНТ В АМЕРИКАНСКОМ НЕФОРМАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ: ГЕНДЕРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

В статье представлены результаты исследования комплимента в американском неформальном общении. Доказывается, что *статусная роль гендера* является важным фактором при выборе языковых средств выражения комплимента.

Неформальное (семейное) общение, или личная интеракция, преобладает в первичных группах: среди друзей, в группах сверстников, в кругу семьи в часы досуга [1, с. 141]. Анализируя речевое поведение индивидуумов в семье, видим, что существует своеобразный «семейный язык», обусловленный семейными традициями или обычаями. Согласимся с В. И. Карасиком, отметившим, что неформальное (семейное) общение требует искренности и допускает определенную спонтанность в проявлении желаний. Уважение в неформальном общении проявляется как симпатия, положительное эмоциональное отношение к человеку [2].

Для сферы неформального общения характерен *комплимент*, как способ сообщить о своем положительном отношении к адресату, и *похвала* – оценка знаний, умений, достижений, поступков, действий, качеств личности, проявленных при каких-либо обстоятельствах [3, с. 179]. Разница может быть видна в определении цели: если для похвалы положительная оценка является основной целью, то для комплимента – способ сообщить о добрых чувствах, о благорасположении. Также нейтрализация дифференциальных признаков затрудняет их разграничение [3, с. 178–179]. Тем не менее в неформальном общении превалируют комплименты, в то время как для формального общения больше характерна похвала.

Статусная роль гендера существенна в выборе комплимента в неформальном общении. Мужчины и женщины выбирают разные речевые стратегии, различия в речевом поведении мужчин и женщин считаются доказанными. Установлено, что женщины в большей мере проявляют тенденцию задавать вопросы, поддерживать диалог, выражая солидарность и соглашаясь с собеседником [4]. Мужчины часто прерывают собеседников, расположены не соглашаться с высказываниями своих партнеров, игнорируют комментарии других участников беседы, более жестко контролируют тему разговора и т.д. Исследования эмоциональности взрослых

в большинстве случаев демонстрируют экспансивное преимущество женщин [4, с. 196], о чем свидетельствуют эмпирические факты:

- 1) для девочек и женщин связь эмоций с межличностными отношениями является более значимой, чем для мальчиков и мужчин;
- 2) положительные эмоции женщины и девочки переживают более ярко;
- 3) девочки и женщины не стесняются продемонстрировать свои эмоциональные реакции.

Косвенным свидетельством большей эмоциональности женщин являются данные о меньшей эмоциональности мужчин: они эмоционально сдержанны даже с друзьями своего пола [4, с. 196]. Е. А. Сурова определила инвентарь вербальных предпочтений мужчин и женщин. Мужская роль характеризуется предпочтительным употреблением существительных, большим количеством прилагательных и наречий, иным восприятием оценочной лексики, точностью номинаций. Женская речь характеризуется наличием конкретной (бытовой) лексики, большей частотностью употребления глаголов и союзов, иным восприятием оценочной лексики; гиперболизированной экспрессивностью, большой концентрацией эмоционально-оценочной лексики, употреблением уменьшительно-ласкательных слов... [5, с. 9]. Подобного рода характеристики мужской и женской речи выводятся безотносительно к типу речевого акта.

В ходе исследования нами были отобраны 800 комплиментов в неформальном общении, взятых из художественных произведений современных американских авторов и художественных фильмов последнего десятилетия.

Проведенное нами исследование показывает, что в роли как адресатов, так и адресантов комплиментов чаще всего выступают женщины. Они делают комплименты чаще, чем мужчины, а по форме именно женщины используют более стереотипные и одновременно более экспрессивные клише, по сравнению с мужчинами. У мужчин-адресантов видна меньшая вариативность используемых клишированных форм, однако когда женщины являются адресатами-ретрансляторами (*адресат-ретранслятор* используется тогда, когда по разным причинам непосредственное обращение к истинному адресату может быть невозможным, признано говорящим нецелесообразным или является социально неприятым [6]), мужчины часто употребляют неритуализованные формы. Мы полагаем, что мужчины не считают комплименты наилучшим речевым средством выражения солидарности, поэтому при непосредственном общении с женщинами чаще всего они вербализуют комплименты в этикетных общественно-вежливых ситуациях.

Женщины воспринимают комплименты в свой адрес как речевое средство выражения одобрения или поощрения принятого обществом ролевого поведения. Для женщины быть привлекательной (носить красивую одежду, прическу, украшения) означает исполнять социально обусловленную роль и рассматривается как действие [7].

Как оказалось, наибольший процент комплиментов осуществляется относительно внешности женщин. Во время встречи/свидания мужчины в 88 % (704) примеров говорят женщинам/девушкам как красиво, потрясающе, сексуально, великолепно они выглядят. В данных примерах комплименты мужчин в адрес женщин выполняют фатическую функцию и служат средством подтверждения сложившихся отношений. Адресанты восхищены красотой собеседницы и во многих примерах не преследуют никаких корыстных целей (последнее нам известно из контекста произведений и фильмов, из которых взяты примеры).

На основании данных примеров мы видим, что лексической преференцией мужчин является прилагательное *beautiful*, которое употребляется в большинстве примеров (42,5 %, около 340 примеров).

Некоторые мужчины делают акцент на том, что им нравится в женщине, причем говорят они об этом довольно прямолинейно [8, с. 244], хотя мы не можем утверждать, что мужчинам это свойственно всегда. Это объясняется тем, что и мужчины, и женщины вступают в общение с различными намерениями. Некоторым мужчинам нравится внешность женщины: *You're amazing/fabulous*. Кто-то предпочитает определенные части женского тела: *You've got beautiful hair. You have beautiful hands. You smell good*. Другим мужчинам нравятся черты характера, поступки: *You are smart. You're fun/cool*. Кому-то нравятся только интимные отношения с женщиной: *It was mind-blowing/super/out of this world...*

Проведенное исследование показывает, что некоторые мужчины, делая женщине комплимент, сравнивают ее с мужчиной, что в их устах звучит как похвала, так как они считают, что сравнение с себе подобными должно быть приятно женщине. В примере 1 приятель дочери делает ее матери комплимент по поводу того, как быстро она среагировала в некоторой ситуации:

- 1) – *You were very impressive. Very strong, very...macho.*
– *Well, I don't think I was exactly macho* (N. Meyers. «Something's Gotta Give»).

Адресант употребляет стилистический прием кульминации; восхваляя женщину, он употребляет лексемы, совершенно не типичные для женщины,

а более характерные для мужчин. Женщина-адресат очень осторожно (чтобы никого не обидеть) выражает несогласие: конструкции *don't think* и *exactly* как бы «смягчают» ее негативное отношение к похвале.

Как видно, при непосредственном общении с женщинами мужчины употребляют конвенциональные фразы, которые не отличаются большой вариативностью или оригинальностью, они представляют собой ритуализованные клише.

Делая комплименты друг другу, мужчины используют совсем другую эмотивно-оценочную лексику, их речь звучит более убедительно, твердо, не утонченно. Комплименты мужчин друг другу малочисленны и, в основном, связаны с профессиональной деятельностью и профессиональными качествами мужчин, даже если они и делаются в семейном кругу. Наиболее частотны следующие:

– *You are a genius!*

– *You are doing great!*

Малочисленность мужских комплиментов друг другу объясняется тем фактом, что мужчины не считают комплименты наилучшим речевым средством выражения солидарности, дружеского отношения к адресату, возможно, они вообще вербальные выражения не считают проявлением солидарности, а только реальные действия, поступки. Они подвергаются более жесткой, чем женщины, регламентации со стороны общества по поводу демонстрации эмоциональных переживаний [4, с. 196]. Но мы находим некоторые примеры, где мужчины хвалят самих себя:

2) *I'm a genius. I feel like I could sell whale steaks to Green-peace* (M. Mitchell. «Surviving Christmas»).

Оценочный смысл высказывания передается через экспрессивное существительное *genius*, самопохвала применяется американцами для построения собственного имиджа и самоутверждения, употребление подобного выражения помогает человеку, сказавшему это, повысить самооценку, приобрести уверенность в себе.

Как мы и предполагали, комплименты, где адресантом выступают женщины, наиболее частотны. Для типично женских комплиментов характерно редкое обращение к темам, связанным с родственниками женщин-адресатов (за исключением их детей), их характером, здоровьем. Возможно, это происходит из-за боязни женщин-адресантов быть неправильно воспринятыми.

Однако членам семьи (не только детям) американки делают разнообразные и искренние комплименты. Родственники склонны преувеличивать

достоинства своих родных. В примере 3 Зои говорит о своей сестре (сестра сидит рядом за столом и слушает), отмечая не только ее внешность, но и профессиональные качества, ее самореализацию:

3) – *Then, there is my gorgeous sister here.*

– *No, wait, what...?*

– *Look, please... Look at her. She is so accomplished, most successful female playwright since who? Lillian Hellman?* (N. Meyers. «Something's Gotta Give»).

Данный комплимент, включающий в себя и похвалу, очень эмоционален, выражает типичную женскую языковую преференцию *gorgeous*, стилистический прием преувеличения, что создается с помощью интенсификатора *so* и имплицитного сравнения женщины с Лилиан Хэллман (известная американская женщина-драматург), а также превосходной степени сравнения прилагательного, что характерно для обращения к родственникам, так как в американском языковом коллективе положительные эмоции направлены, в основном, на родных. При помощи данных средств Зои показывает всю глубину своих чувств к сестре, показывает ее достоинства и даже немного преувеличивает положительные черты сестры.

Американки склонны делать комплименты не только непосредственно людям, а их вещам, тем самым, оценивая хозяина/хозяйку; так, много комплиментов женщины делают **внешности и одежде** (обычно эти атрибуты привлекают внимание женщин-адресантов при общении с женщинами). Следующим комплинтам удостаиваются домохозяйки. Домашняя работа имеет статус такой же работы, как и труд вне дома, поэтому широко распространены комплименты **дому и окрестностям, саду, комнатам, кулинарным и профессиональным способностям, личным вещам** (имущественным достижениям), как известно, материализм, стремление к нему, наличие материальных ценностей, считается одной из составляющих успеха американцев как представителей культуры индивидуалистической ориентации.

Если женщина делает комплимент мужчине, то ей необходимо помнить и учитывать негативное отношение мужчин к комплинтам, они должны быть тщательно продуманы. Женщины должны помнить, что мужчины обеспокоены сохранением личной независимости своего социального статуса даже в неформальном общении. В общении с ними женщины должны проявлять свою «коммуникативную компетенцию», если они действительно хотят установить контакт с мужчинами-адресатами. Женщинам необходимо

различать формальность (неформальность) обстановки, статус мужчины. Если мужчина равен женщине по статусу, то она ему может делать комплимент относительно:

1) внешности, характера:

“But you’re funny,” I said, giggling. Funny’s funny and that’s that, girls can’t resist a sense of humor...” [9, с. 65];

“You are handsome and now you are wealthy. Women are going to be interested in you” [10, с. 52];

2) относительно его семьи и ролевого поведения:

“You have a wonderful family,” Kate said. “They are great. Henry seemed to fit right in” [10, с. 76];

“I know you’ll be a great Dad to him and a role model” [10, с. 45].

В разговорах с подругами (друзьями), описывая любимого (понравившегося) мужчину, женщины, наравне с мужчинами, могут конкретизировать, что им в нем нравится:

– *Sexy eyes, nice lips, perfect hands* (W. Wong. «Maid in Manhattan»).

– *He’s gorgeous and smart and totally smoldering* (C. Hanson. «In her shoes»).

– *He’s a kind, decent, solid guy* (W. Wong. «Maid in Manhattan»).

В ситуации неформального (семейного) общения в американском языковом коллективе наиболее частотными выступают женские комплименты друг другу, составляющие 34,8 %. Комплименты мужчин женщинам составляют 30,6 %. Женщины делают мужчинам комплименты в 22,2 % случаев. Наиболее малочисленны комплименты мужчин мужчинам, составляющие 12,4 % примеров. Выявленные цифры не являются целью анализа, они лишь подтверждают употребление тех или иных комплиментов. Частотность употребления комплиментов указана в процентном соотношении от числа общего количества примеров, собранных методом сплошной выборки.

Итак, как мы видим, *статусная роль гендера* является важным фактором при выборе языковых средств выражения положительного отношения к адресату. Существенную роль играет гендер и адресата, и адресанта. Характер комплимента/похвалы зависит от экстралингвистических факторов, в частности от связи понятий *гендер* и *социальная роль*. Традиционно гендер детерминирует некоторые особенности речевого поведения и формирует такие модели речевого поведения, как солидарность женщин и авторитарность мужчин. Но социум вносит некоторые коррективы, например, наблюдается эмансипация женщин. В XXI в. женщины в американском обществе имеют высокое социальное положение наравне с мужчинами. Заметно, как в своем речевом поведении женщины приближаются к стратегиям мужского поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Белл, Р. Т.* Социолингвистика / Р. Т. Белл. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 320 с.
2. *Карасик, В. И.* Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1991. – 495 с.
3. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
4. *Бендас, Т. В.* Гендерная психология: учеб. пособие / Т. В. Бендас. – СПб. : Питер, 2008. – 431 с.
5. *Сурова, Е. А.* Полоролевая характеристика комплиментной интеракции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е. А. Сурова. – Ульяновск, 2007. – 24 с.
6. *Почепцов, Г. Г.* О коммуникативной типологии адресата / Г. Г. Почепцов // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск, 1986. – С. 10–17.
7. *Леонтьев, В. В.* Женские комплименты в английской лингвокультуре / В. В. Леонтьев // Вестн. ВолГУ. Сер. 2, Языкознание. – 2001. – Вып. 1. – С. 118–123.
8. *Scollon, R.* Intercultural Communication. A Discourse Approach / R. Scollon, S. W. Scollon – 2 ed. – Blackwell Publishers, 2001. – 316 p.
9. *Sykes, P.* Bergdorf Blondes / P. Sykes. – London: Penguin Books, 2005. – 310 p.
10. *Orwig, S.* Bring on the Night / S. Orwig. – Richmond: Silhouette Books, 2004. – 250 p.

The article presents the results of compliment research in the informal communication of Americans. The status role “gender” is proved to be an important factor in choosing the linguistic means of paying compliments.

Ю. И. Варакса

ИСКУССТВЕННЫЕ ЯЗЫКИ В МАГИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ: ИСТОРИЯ И ТИПОЛОГИЯ

Исследование посвящено искусственным языкам, которые были созданы для целей, связанных с религией и магией. В работе систематизирована информация о проектах подобного рода (*lingua ignota*, енохианский язык, балейбелен) и выявлены особенности использования данных языков в оккультизме и религии. Кроме того, в работе рассматривается связь эсперанто с различными религиозными движениями (гиллелизм, хомаранизм, бахаи, оомото-кё).