

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

А. Брагинец

РАЗНОВИДНОСТИ КОМПЛИМЕНТОВ В АНГЛИЙСКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

В современной лингвистике комплимент рассматривается как речевой акт положительной оценки физических и нравственных качеств адресата. Для современной коммуникации комплимент является очень важным компонентом общения, приемом активизации беседы, он позволяет гармонизировать межличностные отношения, достигать особой эффективности в общении и применяться коммуникантом на различных этапах беседы. С лингвистической точки зрения комплименты могут быть классифицированы по разным критериям. В рамках социопрагматического подхода к описанию функционирования комплимента в речи выделяются следующие его функции: благодарность, замена приветствия, повод к началу беседы, ободрение/поощрение адресата, смягчение критики и др. Комплименты могут быть подразделены на классы по тематическому признаку: комплименты в отношении внешности, характера или сферы деятельности человека и т.п.

Нами были исследованы контексты, содержащие комплименты в англоязычной разговорной речи, которая представлена в художественном произведении У. С. Моэма «Ориентир». Интерес для нас представляют комплименты разных типов по функции, прагматической направленности, теме, в отношении присутствующего или отсутствующего человека. Рассмотрим следующие примеры: (1) – *You are very beautiful*, – said Amyntas; (2) – *You've got wonderful voice, the voice that can wring an audience heart*; (3) – *I remember poor, dear Daisy quite well, and she had a very sweet character*.

Основу первого комплимента составляет прилагательное *beautiful*, которое характеризует внешность собеседницы, при этом оно сопровождается интенсификатором *very*, который усиливает эмоциональное воздействие на адресата. В данном случае по способу выражения интенции комплимент является прямым (эксплицитным), для него характерно использование утвердительного предложения, которое, с одной стороны, является актом вежливости, а, с другой – констатацией факта, поскольку автором женщина описана как красавица. Во втором примере комплимент произведен в отношении голоса собеседницы, который также эксплицитно маркирован как *wonderful*, с дальнейшей интенсификацией в форме фразовой метафоры *the voice that can wring an audience heart*, благодаря чему комплимент приобретает оригинальные черты и отличается от дежурного комплимента в первом случае. Что же касается третьего примера, то здесь комплимент сделан в адрес отсутствующей собеседницы в отношении ее характера посредством прилагательного *sweet* в сочетании с интенсификатором *very*.

Таким образом, комплименты, используемые в англоязычной разговорной речи, зачастую создаются эксплицитно при помощи прилагательных

с интенсификаторами в отношении внешности и характера человека; могут быть дежурными и оригинальными; производиться как в адрес присутствующего, так и отсутствующего человека; могут быть направлены на установление и поддержание дружеских взаимоотношений между коммуникантами.

В. Брусницина

МЕТАФОРЫ ПРИРОДЫ В ДИСКУРСЕ МОДЫ

Дискурс – это образ мышления, идеология и то, как она проявляется словесно. Часто задачей дискурса ставят выявление того, что думает говорящий на основании того, что он говорит. Дискурс моды – это тексты, которые посвящены моде: описание одежды, внешности, советы о том, как должен выглядеть человек; это продукт сознательной деятельности людей, которые принадлежат к миру моды. В современном мире мода является определяющим фактором самовыражения, задает новые тенденции и направления. Метафоры природы в дискурсе моды – интересное явление, которое служит для создания нужного эффекта восприятия и визуализации элементов гардероба.

Метафора – основанный на сходстве перенос значения с одного объекта, признака, действия на другой. Метафоры в модных журналах популярны при сравнении цвета одежды с цветом шерсти или кожи животных: *Замените классические черные казаки на красную пару со змеиным принтом* (Harper's Bazaar Russia, октябрь, 2018); *Туфли слоновой кости – это просто must-have* (Harper's Bazaar Russia, октябрь, 2018).

Также метафоры, относящиеся к образам из мира растений, часто используются в модном дискурсе для образования колоративов: *Маковые поля расцветают на платьях Dolce&Gabbana* (Vogue Russia, январь, 2019).

Образы неживой природы особенно востребованы при описании модных трендов, описываемых через метафоры водной стихии или смены времен года: *Длинные серебряные кисти на серьгах от PANDORA напоминали ниспадающие потоки водопадов* (Elle Russia, апрель, 2018); *Нас ждет волна перемен в отношении неоновых цветов* (Vogue Russia, январь, 2019).

Основным источником знаний является опыт взаимодействия человека с окружающим миром, причем первичным является физический опыт, помогающий нам ориентироваться в предметах действительности в виде «схем образов». Дизайнеры и модельеры находят вдохновение в мире флоры и фауны, осмысливают и описывают моду в понятиях явлений природы, представлений о цветах, морских обитателях, пейзажах. Подавляющее число метафор восходит к образам из сферы-источника «Природа», лишённые агональных смыслов и агрессивного прагматического потенциала, характерных для многих иных сфер человеческой деятельности, находящих отражение в дискурсе.