

RU

## Речевая тактика комплимента в русском медийном диалоге (на фоне китайского языка)

Сбоева Д. А.

**Аннотация.** Цель настоящего исследования – выявить национально-специфические характеристики тактики комплимента русского речевого поведения на фоне китайского речевого поведения. Научная новизна состоит в том, что впервые раскрываются особенности русской речевой тактики комплимента через призму ее национальной специфики на фоне такого неродственного, типологически отличного от русского языка, как китайский. Исследование проводится на материале видеозаписей медийных диалогов из российских и китайских телепрограмм, отобранных с учетом соблюдения условий симметричности рассматриваемых ситуаций общения. В результате исследования было установлено, что в русском речевом поведении комплимент является частотной речевой тактикой, открывающей коммуникацию, чаще выражается эксплицитно и представляет собой прямой комплимент в рамках фрейма «привлекательная внешность». В результате исследования отмечается, что в русском речевом поведении преобладают комплименты, реализованные прямой номинацией положительного свойства адресата в сочетании с положительной оценкой этого свойства говорящим, без избыточной экспрессивности, не осложненные метафорами и образными сравнениями. Простота и краткость русского комплимента обуславливаются стремлением говорящего к демонстрации искренности своих чувств.

EN

## Speech tactics of compliment in the Russian media dialogue (against the background of the Chinese language)

Sboeva D. A.

**Abstract.** The study aims to identify the specific national characteristics of the tactics of compliment in Russian speech behaviour against the background of Chinese speech behaviour. The work is novel in that it is the first to shed light on the peculiarities of the Russian speech tactics of compliment through the lens of its national specifics against the background of such an unrelated and typologically different from Russian language as Chinese. The study is carried out on the material of video recordings of media dialogues from Russian and Chinese TV programmes selected taking into account the conditions of symmetry of the considered communication situations. As a result of the study, it has been found that in Russian speech behaviour, a compliment is a frequent speech tactics that opens communication, it is more often expressed explicitly and in the form of a direct compliment within the frame “attractive appearance”. The study notes that Russian speech behaviour is dominated by compliments realised by the direct naming of the addressee’s positive property in combination with a positive assessment of this property by the speaker, without excessive expressiveness or metaphors and figurative comparisons. The simplicity and brevity of the Russian compliment are conditioned by the speaker’s desire to demonstrate the sincerity of their feelings.

### Введение

Актуальность данной работы определяется ее включенностью в антропоцентрическую парадигму современных лингвистических исследований, а также возрастающим интересом науки к проблемам межкультурного взаимодействия и достижения эффективной коммуникации в условиях межкультурного общения. Исследование национальной специфики тактики комплимента русского речевого поведения на фоне китайского речевого поведения позволяет дать ей более комплексную и достоверную характеристику ввиду того, что предполагает выделение особенностей этой тактики в том числе и с позиции восприятия чужой лингвокультуры. По мере углубления российско-китайского сотрудничества подобные исследования могут внести весомый вклад в эффективное развитие диалога культур.

Цель настоящего исследования предопределила следующие задачи: на основе отобранного языкового материала определить частотность употребления тактики комплимента в рассматриваемой ситуации публичного общения, а также описать особенности ее гендерной направленности; изучить семантическое поле речевой тактики комплимента в рассматриваемой ситуации публичного общения и выделить преобладающие тематические группы комплимента; выделить основные коммуникативные ходы, реализующие тактику комплимента в рассматриваемой ситуации публичного общения, и выявить особенности их языкового выражения.

Речевому поведению посвящено множество фундаментальных трудов отечественных и зарубежных ученых, однако это направление по-прежнему остается недостаточно изученным, и интерес к проблемам речевого поведения продолжает непрерывно расти. Для проведения данного исследования мы обратились к работам, посвященным феноменам речевого поведения (Борисова, 2014; Винокур, 1993; Зимняя, 2001; Иссерс, 2012; Седов, 2004; Формановская, 2005) и речевого воздействия (Иссерс, 2012; Тарасов, 1990); рассмотрели различные интерпретации понятия «речевое поведение», терминологию речевых стратегий и тактик (Иссерс, 2012; Журавлев, Журавлева, 2019), а также разработки структуры коммуникативной ситуации (Крысин, 1989; Карасик, 1998). Работы вышеперечисленных ученых легли в теоретическую основу исследования. Методологической основой послужили коммуникативно-прагматический, когнитивно-коммуникативный методы, а также метод компонентного анализа.

Материалами исследования стали записи медийных диалогов, трансляции которых проходили на российском и китайском телевидении в течение последних десяти лет: «Наедине со всеми», «Белая студия», «Мой герой», «Секрет на миллион», «说出你的故事» («Расскажи свою историю»), «非常静距离» («На расстоянии тишины»), «金星时间» («Время с Цзинь Син»).

Практическая значимость данной работы состоит в перспективе применения результатов и материалов исследования в процессе реализации курсов по психолингвистике, прагматической лингвистике, социолингвистике, межкультурной коммуникации. Ряд положений данной работы может быть учтен при выборе методики преподавания русского языка как иностранного.

## Обсуждение и результаты

Ученые сходятся во мнении, что речевое поведение – явление сознания и проявление речевой деятельности (Винокур, 1993, с. 11), его определяют как систему или совокупность поступков и отмечают его коммуникативную значимость и психологическую, социальную мотивированность (Борисова, 2009, с. 142). Понятие «речевое поведение» объединяет в себе индивидуальность речевых действий и в то же время – клишированность и стереотипность последних, обусловленную принадлежностью коммуниканта к той или иной национальной общности, социальной группе. Исследователи рассматривают речевое поведение и с позиции психолингвистики, когнитивной лингвистики, указывая на категорию осознанности системы речевых поступков и эмоциональный компонент поведения (Зимняя, 2001, с. 53), и с позиций социолингвистики (Седов, 2004, с. 44), лингвокультурологии, определяя его как систему коммуникативно и социально-психологически обусловленных речевых действий, в основе которой – индивидуальные и характерные для определенной социальной группы или национальной общности черты (Формановская, 2005, с. 28).

Речевое поведение есть производное от речевой деятельности, а любая деятельность является целенаправленной категорией. «В любом речевом общении коммуниканты пытаются достичь определенные неречевые цели, которые в итоге ведут к регуляции деятельности собеседника» (Тарасов, 1990, с. 5). Такое стремление к достижению цели осуществляется под контролем «глобального намерения», или стратегии (Иссерс, 2012, с. 50), наличие коммуникативного намерения буквально «вплывает» говорящего в сам акт общения (Зимняя, Мазеева, Лаптева, 2020, с. 240). Решение коммуникативной сверхзадачи каждого из коммуникантов предполагает применение целого ряда речевых действий, которые варьируются и корректируются говорящими в зависимости от сложившейся ситуации. Исследователи отмечают, что понятие «коммуникативной стратегии» сохраняет свое содержание, восходящее к принятому в философской терминологии соотношению стратегии с формой (общим планом) организации той или иной деятельности, и тем самым понимают коммуникативную стратегию как форму организации общения (Журавлев, Журавлева, 2019, с. 344). А речевые действия, которые в комплексе под названием «речевая/коммуникативная стратегия» участвуют в реализации глобальной стратегической цели, исследователи определяют как коммуникативные/речевые тактики. И. Н. Борисова называет коммуникативную тактику оперативным решением о целеполагании в данной социальной интеракции, связанным с «образом потребного будущего», т. е. достигаемого практического результата (Борисова, Данилов, Матвеева и др., 2018, с. 58). Тактика как «однородная по интенции и реализации линия поведения коммуниканта» конституирует стратегию и реализует макроинтенцию, определяющую организацию речевого поведения коммуниканта (Верещагин, Костомаров, 2005, с. 525) Понятие коммуникативной тактики соотносится с планом содержания речевого поступка, его иллокутивной составляющей, тогда как планом выражения речевого поступка является речевой ход (Борисова, 2014, с. 482).

В данной статье мы на материале медийного диалога предприняли попытку выделить особенности одной из тактик русского речевого поведения, тактики комплимента, с акцентом на некоторые национально-специфические характеристики. Для этого мы, соблюдая принцип симметричности коммуникативных ситуаций, рассмотрели варианты тактики комплимента, распространенные в русской речи, и аналогичную тактику китайского речевого поведения.

В отечественной и зарубежной лингвистике достаточно много работ посвящено комплименту. В. В. Леонтьев в своей статье, представляющей взгляд современной науки на комплименты в рамках дискурсивного подхода, обращается к истории изучения комплимента и отмечает, что комплименты изучались с перспектив прагматики, теории речевых актов, конверсационного анализа, дискурсивного анализа и речеведения. Такое повышенное внимание к комплименту мотивировано культурной неповторимостью и уникальностью этого речевого действия, ученые называют комплимент своего рода «зеркалом культурных ценностей» (Леонтьев, 2012, с. 406). В отечественной лингвистике существует значительное количество исследований комплимента как речевой тактики, а также ряд работ, посвященных исследованию этой тактики на фоне европейских языков, однако изучение тактики комплимента и реализации ее в русской речи до сих пор не проводилось на фоне восточных языков.

В качестве материала для данного исследования были выбраны российские и китайские телепередачи в формате «портретного интервью» с известными людьми. Этот выбор был обусловлен тем, что мы стремились к рассмотрению симметричных ситуаций общения, а телепередачи такого формата широко распространены как на российском, так и на китайском телевидении, и в связи со спецификой портретного интервью ситуации общения было достаточно легко оценить по таким базовым параметрам, как пол, возраст, семейное положение и профессия коммуникантов. Кроме того, участники интервью были настроены на кооперативное общение и часто использовали эмоционально настраивающие тактики, в том числе комплимент. Опираясь на материал медиадиалогов, мы изучили одну и ту же речевую тактику в русском и китайском речевом поведении в условиях максимально симметричных коммуникативных ситуаций.

Были рассмотрены наиболее популярные в течение последних десятилетий российские и китайские телепередачи: «Наедине со всеми», «Белая студия», «Мой герой», «Секрет на миллион», «说出你的故事» («Расскажи свою историю»), «非常静距离» («На расстоянии тишины»), «金星时间» («Время с Цзинь Синь»). Каждый из телевизионных выпусков представляет собой 30-40-минутный диалог-расспрос, основная цель которого – раскрытие интервьюером личности интервьюируемого, представление телезрителям его психологического портрета и системы ценностей. Оценка симметричности ситуаций общения на этапе отбора языкового материала проходила в соответствии с параметрами (Крысин, 1989, с. 130; Карасик, 1998, с. 197), представленными в Таблице 1.

Таблица 1. Параметры ситуации общения

Место коммуникации	Телестудия	
	Интервьюер	Интервьюируемый
Роль коммуникантов		
Цель коммуникации	1. Установление контакта 2. Стимулирование раскрытия личности интервьюируемого	1. Самопрезентация
Социальный статус коммуникантов	Телеведущая, журналист, женщина, возрастная категория: 40-50 лет	Популярные деятели культуры, шоу-бизнеса и спорта (актеры/актрисы, певцы/певицы, телеведущие), мужчины и женщины разных возрастных категорий (20-30 лет, 30-40 лет, 40-50 лет, старше 50 лет)

В ходе исследования мы проанализировали 22 выпуска российских телепрограмм в формате «портретного интервью» и, соответственно, 22 выпуска китайских телепрограмм «портретного интервью». Коммуниканты в рассмотренных ситуациях использовали тактику комплимента в самом начале коммуникации: эта тактика наряду с типичными приветственными речевыми формулами в большинстве случаев встречалась в приветствии, открывающем диалог коммуникантов: в русском речевом поведении практически каждое второе приветствие коммуникантов строилось исключительно на комплименте, в китайском же речевом поведении комплимент составлял основу приветствия почти в каждом диалоге (Рисунок 1).

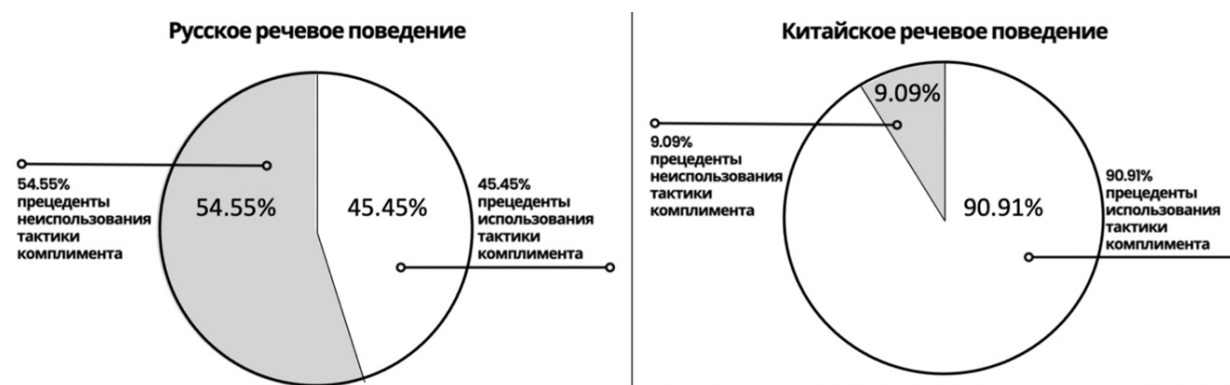


Рисунок 1. Использование тактики комплимента в начале коммуникации

Примечательно, что в русском речевом поведении комплименты чаще были адресованы женщинам (в 75% случаев адресат – женщина, в 25% случаев адресат – мужчина), в китайском же речевом поведении мы наблюдали равное соотношение.

В большинстве рассмотренных случаев тактика комплимента в начале коммуникации применялась коммуникантами с интенцией сближения с собеседником и поддержания добрых отношений. О. С. Иссерс в своей работе, посвященной тактикам русской речи, справедливо относит комплимент к эмоционально-настраивающим тактикам и называет его ритуальным речевым действием, базирующимся на принципе Вежливости. О. С. Иссерс (2012, с. 180) также отмечает, что произносящий комплимент находится в сильной позиции, так как партнер по коммуникации, в соответствии с вышеупомянутым принципом Вежливости, должен быть благодарен. Коммуникант, использующий тактику комплимента, одновременно решает несколько задач: устанавливает контакт, «сокращает дистанцию» с собеседником, берет на себя коммуникативную инициативу.

В качестве примера приведем наиболее типичный случай использования тактики комплимента в рассмотренных нами коммуникативных ситуациях – **прямой комплимент с интенцией сближения**:

Секрет на миллион: Татьяна Навка
Интервьюер: Танечка, <b>дорогая, очень рада</b> тебя видеть, я тебя дождалась. Выглядишь <b>роскошно!</b>
Татьяна Навка: Спасибо большое.

С помощью тактики комплимента адресант «повышает» адресата, что позволяет сразу расположить к себе коммуниканта и сделать свой первый шаг в сторону установления психологического контакта с ним. Таким образом происходит сознательное «управление дистанцией» между коммуникантами, ее сокращение. Сближение с собеседником и настрой взаимного общения на кооперацию в дальнейшем позволяет мягко перейти к разговору на интересующую тему. Приведем наглядный пример **тактики комплимента с интенцией сближения и скрытого внедрения темы разговора**:

Наедине со всеми: Александр Малинин
Интервьюер: <b>Какой Вы модный</b> , я бы сказала! <b>Как Вам идет!</b> Это <b>Эмма</b> (супруга интервьюируемого) помогает формировать Ваш гардероб вот так – эдак?
Александр Малинин: (улыбается) Ну конечно, в основном стилистически все направления в моде...
Интервьюер: Она отслеживает.
Александр Малинин: Она отслеживает, да и советует мне...
Интервьюер: А вы послушны в этом смысле?...
Далее коммуниканты ведут диалог в рамках фрейма «личная жизнь».

Тактика комплимента оказалась успешной, адресат улыбается, невербально принимает комплимент и позволяет интервьюеру сразу перейти к разговору о личной жизни, о взаимоотношениях с супругой.

Рассмотрев все случаи использования тактики комплимента в отобранном материале, мы пришли к выводу, что в тех случаях, когда в русском речевом поведении использовалась тактика комплимента, чаще всего, а именно в 60% случаев, это был **прямой комплимент**, реализуемый прямой номинацией положительного свойства адресата в сочетании с положительной оценкой этого свойства говорящим, например: *«Надежда, выгледите шикарно, безумно рада Вас видеть!»*; *«Какой Вы модный, я бы сказала, как Вам идет!»*; *«Вы очень красивая девочка! Прямо сказка!»*; *«Ну слушайте, ну нельзя Вами не восхититься, вот эта худенькая даже, да просто хрупкая, изящная женщина»* и другие. В качестве средств прямой номинации положительного свойства говорящие использовали прилагательные и наречия с семантикой эстетической оценки и оценочные существительные («модный», «шикарно», «красивая», «хрупкая», «изящная», «сказка»), глаголы с семантикой положительной эмоциональной оценки («восхититься»), краткие прилагательные с семантикой выражения удовольствия («рада»), деминутивы («худенькая»), имеющее дополнительный экспрессивно-эмоциональный оттенок значения ласкательности и умиления). Лексические единицы, выражающие положительную оценку, дополнительно были интенсифицированы наречиями («безумно», «очень»); синтаксической конструкцией двойного отрицания («нельзя не»); синтаксическими конструкциями с местоименным прилагательным и местоименным наречием, выполняющими экспрессивную функцию («какой», «как»); акцентирующими частицами («даже», «просто», «прямо», «ну»). Также в составе комплиментарных высказываний встречались вводно-модальные слова и конструкции, например вводно-модальное слово с фатической функцией «слушайте», вводное предложение со значением авторизации «я бы сказала», подчеркивающее субъективность оценки.

Анализ фрагментов приветствия в китайских портретных телеинтервью показал, что, по сравнению с китайскими коммуникантами, русские в рассматриваемой коммуникативной ситуации были более прямолинейны: в китайском речевом поведении прямые комплименты встречались реже, чем в русском, так, прямые комплименты были использованы в 45% случаев, косвенные комплименты – в 55%. Прямые комплименты, так же как и в русском речевом поведении, были реализованы **прямой номинацией положительного свойства** в сочетании с **положительной оценкой** этого свойства говорящим, например: *«好漂亮, 好可爱啊!»* (Очень красива, очень мила!), *«我觉得胡歌这身特帅!»* (Мне кажется, Ху Гэ в этом костюме особенно красивый!). Средствами выражения положительного свойства, так же как и в русском речевом поведении, чаще всего становились прилагательные с семантикой эстетической оценки (например, «漂亮» красивый (о женщинах), «帅» красивый (о мужчинах), «可爱» (милый) в сочетании с наречиями-интенсификаторами («好» (очень, сильно, хорошо), «特» (особенно)), дополнительная экспрессивность достигалась употреблением параллельных синтаксических конструкций и восклицательных частиц в конце реплик.

Хотя средства выражения положительной оценки в комплиментах в русском и китайском речевом поведении схожи, семантическое поле комплимента в целом несколько отличается (Рисунок 2).

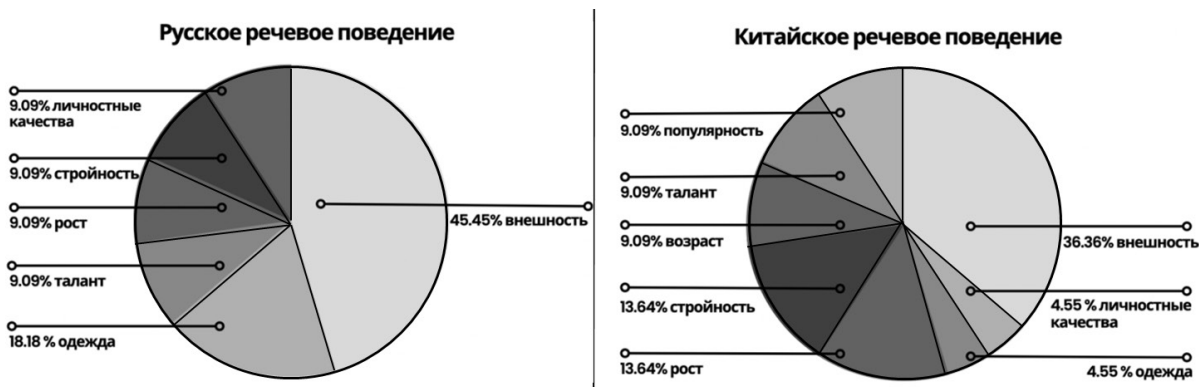


Рисунок 2. Семантическое поле комплимента в русском и китайском речевом поведении

В русском речевом поведении мы наблюдаем численное преобладание комплиментов в рамках фрейма «привлекательная внешность», практически каждый второй комплимент посвящен этой тематике, также достаточно распространены комплименты с тематикой «одежды, индивидуального стиля». В китайском речевом поведении более распространены комплименты «стройной фигуре» и «росту».

Далее мы остановимся подробнее на коммуникативных ходах, реализующих **тактику косвенного комплимента** в русском речевом поведении, и рассмотрим их на фоне китайского речевого поведения.

Косвенные комплименты в русском речевом поведении в исследованных материалах были реализованы следующими коммуникативными ходами:

**1. Коммуникативный ход «комплимент через положительные ощущения говорящего»:**

Мой герой: Марина Могилевская
Интервьюер: Марина, здравствуйте, я <b>очень рада</b> вас видеть, я <b>счастлива</b> , что, <b>наконец-то</b> , Вы – мой герой. Я Вас <b>люблю, сколько знаю</b> .

Коммуникант говорит о своих **положительных ощущениях** и чувствах, которые вызывает у него собеседник, таким образом он косвенно выражает собственную положительную оценку коммуниканта. Средствами положительной оценки выступают предикаты с семантикой «положительное эмоциональное состояние», «выражение положительного чувства» («рада», «счастлива», «люблю»). Интенсификация положительной оценки достигается употреблением двух синонимичных конструкций («я рада...» и «я счастлива...»), употреблением выражений с семантикой «удовлетворение по поводу того, что произошло что-то давно ожидаемое» («наконец-то») и с семантикой длительности времени («сколько знаю»). В китайском речевом поведении коммуникативный ход «комплимент через положительные ощущения говорящего» также был отмечен, он был употреблен в комбинации с **тактикой прямого комплимента**:

非常静距离 (На расстоянии тишины): 雷佳音 (Лэй Цзяинь)
Интервьюер: 欢饮佳音! 欢饮! / Приветствуем Цзяиня! Приветствуем! (обнимает гостя)
Интервьюер: 大家有没有注意一个现象? 嘉宾凡是帅哥男的我都要抱一下。 / Заметили все, нет? Одну вещь? Всех гостей мужчин, которые <b>красавцы, я всех обнять хочу</b> .

**2. Коммуникативный ход «комплимент через отрицательные ощущения говорящего»:**

Мой герой: Сергей Маковецкий
Интервьюер: Здравствуйте, я очень рада Вас видеть, спасибо Вам большое, что Вы приехали. Первое, что я должна Вам сказать, я <b>никогда не</b> начинала с этого программу, что <b>я Вас до смерти боюсь</b> .
Сергей Маковецкий: Почему?
Интервьюер: Потому что Вы – <b>гений, Ваше величество</b> , я должна Вам сказать это прямо, по-стариковски.
Сергей Маковецкий: О Господи! (улыбается).

Интервьюер с целью усиления силы комплимента выражает его с помощью противопоставления собственных «отрицательных ощущений» (в данном случае это чувство страха перед собеседником, о котором, обращаясь к гиперболизации, говорит интервьюер) положительной оценке определенного свойства коммуниканта. Данный коммуникативный ход не используется изолированно, после него обязательно следуют вторичные ходы комплимента, которые доказывают его положительную оценку. Так, после неожиданного для интервьюируемого признания интервьюер продолжает речевую тактику комплимента, он объясняет свои чувства к оппоненту, используя **позитивную номинацию с семантикой интеллектуальной оценки, указывающую на исключительность** достоинств последнего: «*Потому что Вы – гений, Ваше величество, я должна Вам сказать это прямо, по-стариковски*». Здесь также имеют место: **ирония**, которая лежит в основе

обращения к коммуниканту с помощью статусной номинации лица, указывающей на титул монарха («Ваше величество»), кем, конечно, адресат не является; и **коммуникативный ход «указание на уникальность ситуации»**: «Первое, что я должна Вам сказать, я **никогда не начинала с этого программу...**».

Таким образом, в данной ситуации тактика комплимента включает в себя сразу несколько взаимосвязанных коммуникативных ходов: **комплимент через отрицательные ощущения говорящего → позитивная номинация, указывающая на исключительность → ирония → указание на уникальность ситуации**.

Оценка и экспрессивность в репликах интервьюера основаны на антитезе, а также достигаются употреблением эмоционально-окрашенных слов и устойчивых выражений: «до смерти боюсь», «Ваше величество», «гений», конструкции двойного отрицания «никогда не», а также лексических средств с семантикой долженствования.

В китайском речевом поведении также был обнаружен коммуникативный ход «комплимент через отрицательные ощущения говорящего»:

非常静距离 (На расстоянии тишины): 大张伟 (Да Чжанвэй)
Интервьюер: 欢迎大张伟!我 <b>其实怕采访他</b> 。 / Приветствуем Да Чжанвэя! Я, <b>на самом деле, боюсь брать у него интервью</b> .

Как и в вышеописанном случае «комплимента через отрицательные ощущения» русского речевого поведения, данный ход обязательно сопровождается вторичными ходами комплимента и только в этом случае имеет семантику положительной оценки, и может быть рассмотрен именно как «комплимент». Вслед за приведенной в примере репликой, реализующей в рассмотренной ситуации «комплимент через отрицательные ощущения», идет пояснение от говорящего, что чувство страха она испытывает в связи с тем, что коммуникант так популярен и влиятелен в медиасфере.

### 3. Коммуникативный ход «комплимент-сравнение»:

Наедине со всеми: Дмитрий Дюжев
Интервьюер: Второй человек в нашей студии <b>такой же высокий, как Валуев!</b>

Говорящий дает положительную оценку коммуниканту через сравнение внешних данных последнего с внешними данными профессионального боксера, очень высокого человека крепкого телосложения Николая Валуева. Сравнение синтаксически оформлено с помощью конструкции «такой же... как...», в основе сравнения – апелляция к эталону.

В китайском речевом поведении также был распространен этот коммуникативный ход, но в его основу легло не прямое сравнение, как в русском речевом поведении, а скрытое образное сравнение:

非常静距离 (На расстоянии тишины): 大陶红 (Да Таохун)
Интервьюер: 红衣少女, 你好! <b>永远</b> 让我们感觉是这个 <b>一抹阳光</b> 来了。对不对? / Леди в красном, здравствуй! <b>Всегда</b> заставляешь нас почувствовать, что сюда проник <b>луч солнца!</b> Не так ли?

Комплимент реализован положительной оценкой коммуниканта с помощью метафоричного сравнения.

### 4. Коммуникативный ход «комплимент-шутка»:

Мой герой: Александр Домогаров
Интервьюер: Здравствуйте, спасибо, что пришли, очень мне хотелось с Вами поговорить, потому что... <b>«жениться на Вас – мечта моего детства»</b> . Помните, как говорили, Донна Роза...
Александр Домогаров: (широко улыбается, смеется)

Коммуникативный ход «комплимент-шутка» использовался в адрес мужчины (актера, старше 50 лет). Говорящий делает комплимент собеседнику, выражая свои чувства симпатии к нему, при этом использует прецедентное высказывание из известного комедийного художественного фильма. Комплимент усиливается за счет наречия-интенсификатора («очень»). Комичность ситуации достигается благодаря юмористическому характеру самого прецедентного высказывания и адресации его мужчине, а не женщине.

В китайском речевом поведении в симметричной ситуации мы также встречаем комплименты с юмористическим подтекстом, но комичность достигается с помощью самоиронии и самоумаления:

金星时间 (Время с Цзинь Син): 韩雪 (Хань Сюэ)
Интервьюер: <b>好瘦啊!</b> 一米七的个子是吗? <b>你才48公斤是吧?</b> / <b>Такая худая!</b> Рост – метр семьдесят, да? Ты <b>всего</b> килограммов 48, <b>да?</b>
韩雪 (Хань Сюэ): 啊。 / Ага.
Интервьюер: 今天你来了以后我 <b>说不行</b> 。因为我前两天上韩国吃的。我化妆师说:金星你 <b>勒什么?</b> 我说韩雪才48公斤,我得勒。 / Сегодня после того, как ты пришла, я говорю: « <b>Это никуда не годится</b> ». Потому что я два дня назад ездила в Корею, ела... Мне визажист говорит: Цзинь Син, ты что вся сжалась? Я говорю, Хань Сюэ всего 48 кг, я должна втянуть все.

Интервьюер делает прямой комплимент, называя положительное качество коммуниканта – ее «стройность». Вторичный коммуникативный ход, предпринятый интервьюером, является косвенным комплиментом, который основывается на **самоиронии и самоумалении**, интервьюер продолжает тему «стройности», иронично подчеркивая свое несоответствие этой характеристике. Ироничность заключается в самой ситуации, описываемой интервьюером, и в намеренно преувеличенной откровенности коммуниканта, нацеленной на внесение элемента неформальности в разговор.

Применение коммуникативных ходов косвенного комплимента позволяет говорящему достичь своей главной цели – настроить коммуниканта на кооперативное общение, при этом сделать это нешаблонно, проявив лингвокреативность, тем самым усилив положительный эффект от комплимента.

## Заключение

Анализ материала показал, что тактика комплимента в рассматриваемой ситуации публичного общения – самая частотная тактика, которой оперировали как русский, так и китайский коммуниканты в самом начале коммуникации. Во время приветствия или сразу после коммуниканты совершали эти ритуальные речевые действия, нацеленные на установление контакта с собеседником и расположение его к себе. Но при этом стоит заметить, что русское речевое поведение в этом смысле оказалось менее ритуализированным, чем китайское: мы наблюдали комплимент в два раза реже, чем в китайском поведении. В русском речевом поведении комплимент – это тактика, чаще всего адресованная женщине: в рассмотренных нами случаях в большей степени комплименты были обращены женщинам, комплимент мужчине встречался нам всего в четверти случаев, тогда как в китайском речевом поведении в аналогичных условиях мы наблюдали равное соотношение комплиментов женщине и комплиментов мужчине.

Изучив семантическое поле комплимента, мы отметили в русском речевом поведении значительное численное преобладание комплиментов в рамках фрейма «внешность». Также в русском речевом поведении комплимент часто был посвящен «одежде», «стилю» коммуниканта, в отличие от китайских комплиментов «стройности» и «росту».

Рассмотрев все случаи использования тактики комплимента, мы пришли к выводу, что в тех случаях, когда в русском речевом поведении использовалась тактика комплимента, чаще всего, а именно в 60% случаев, это был прямой комплимент, тогда как в китайском речевом поведении ситуация обратная. Анализ тактики косвенного комплимента показал, что в рассмотренных ситуациях публичного диалога были распространены комплименты через ощущения говорящего (положительные и отрицательные); комплименты-сравнения (открытые сравнения на основе апелляции к реальному эталону в русском речевом поведении и скрытые образные сравнения в китайском речевом поведении); комплименты с компонентом шутки (комплимент-шутка в русском речевом поведении и самоирония, самоумаление в китайском речевом поведении).

Таким образом, комплимент в русском речевом поведении чаще всего представлял собой прямолинейную речевую тактику, выражался эксплицитно, в речи был реализован с помощью прилагательных, наречий с семантикой эстетической оценки и оценочных существительных. Такая прямота и простота комплимента позволяли адресанту убедить адресата в собственной искренности, давали ему возможность почувствовать правдивость добрых слов и не допустить восприятия комплимента как элемента лести. Как результат, во всех рассмотренных случаях применения тактики прямого комплимента адресат принимал его со словами благодарности или отвечая встречным комплиментом.

Безусловно, особенности медиадискурса, публичность ситуации общения, а также двойная адресованность речи повлияли на особенности тактики, на набор коммуникативных ходов, реализующих комплимент, однако нет оснований утверждать, что, к примеру в бытовой коммуникации, реализация тактики комплимента будет разительно отличаться. Убедиться в этом или же доказать обратное мы можем с помощью эксперимента – опроса носителей языков. Подобный эксперимент, изучение и описание его результатов могут стать перспективным развитием данного исследования, а сравнение результатов эксперимента с уже полученными в данной работе заключениями может дать более полную характеристику рассмотренной тактики. Также перспективным направлением исследования мы видим дальнейшее изучение других эмоционально-настраивающих тактик русской речи, выделение их национально-специфических характеристик и описание особенностей их речевой реализации.

## Источники | References

1. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог, структура и динамика. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
2. Борисова И. Н. Стратегии и тактики как инструмент коммуникативно-прагматического описания диалога // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей: мат. XVII междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2014.
3. Борисова И. Н., Данилов С. Ю., Матвеева Т. В., Розанова Н. Н., Шалина И. В. Русское повседневное общение: прагматика, культурология: монография / под науч. ред. проф. И. Н. Борисовой. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2018.
4. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. М.: Индрик, 2005.
5. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993.
6. Журавлев И. В., Журавлева Ю. В. Коммуникативная стратегия: уточнение понятия // *Per linguam ad communicationem*. Ключевые вопросы лингвистической теории в режиме дискуссии: коллективная монография / под ред. А. В. Вдовиченко, Е. Ф. Тарасова, И. В. Журавлева. М.: Институт языкознания Российской академии наук, 2019.
7. Зимняя И. А. Лингвопсихология речевой деятельности. М. – Воронеж: Московский психолого-социальный институт; МОДЭК, 2001.

8. Зимняя И. А., Мазаева И. А., Лаптева М. Д. Коммуникативная компетентность, речевая деятельность, вербальное общение. М.: Аспект Пресс, 2020.
9. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2012.
10. Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград: Перемена, 1998.
11. Крысин Л. П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. М.: Наука, 1989.
12. Леонтьев В. В. Взгляд на комплименты в рамках дискурсивного подхода в изучении лингвистической вежливости (на материале английского языка) // Коммуникация. Мышление. Личность: мат. междунар. науч. конф., посвящ. памяти проф. И. Н. Горелова и К. Ф. Седова. Саратов: Наука, 2012.
13. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004.
14. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия / под ред. Р. Г. Котова. М.: Наука, 1990.
15. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. М.: ИКАР, 2005.

### Информация об авторах | Author information



Сбоева Дарья Александровна<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток



Sboeva Daria Aleksandrovna<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Far Eastern Federal University, Vladivostok

<sup>1</sup> [sboevadaria@gmail.com](mailto:sboevadaria@gmail.com)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 22.02.2023; опубликовано (published): 15.06.2023.

**Ключевые слова (keywords):** речевая тактика комплимента; русское речевое поведение; эмоционально-настраивающие тактики; медийный диалог; speech tactics of compliment; Russian speech behaviour; emotionally dispositive tactics; media dialogue.