

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЯ  
КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ  
В ИСПОЛЬЗОВАНИИ КОМПЛИМЕНТА  
(на материале современного англоязычного романа)**

ВИНОГРАДОВА Е. Ю.

*Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова*

Современная лингвистика ориентирована, прежде всего, на психологию организации речевого общения. Усиление внимания свидетельствует про то, что понятие “коммуникация” переживает переосмысление. Коммуникация, которая раньше определялась как канал передачи информации и объединяющее звено общества, начинает трактоваться как “процесс, в котором символично оформляется и переоформляется наша идентичность, наши социальные связи и отношения, наш общий свет значимых объектов и событий, наши чувства и мысли, наши способы выражения этих социальных реальностей, которые строятся” [11, с. 125]. Таким образом, составные процесса коммуникации представляются не закрепленными раз и навсегда, а такими, которые рефлексивно констатируются в самом процессе коммуникации. Определение коммуникации как конструктивного социального процесса актуализирует вопрос о коммуникативных стратегиях, вызванных найти наиболее эффективные методы организации социального взаимодействия. Изучение речевых стратегий и тактик нашло свое отражение в трудах Иссерс О. С. [3], Браун П. и Левинсона С. [10] и др.

Предметом данного исследования являются синтаксично-семантические особенности принципов коммуникативной неудачи в англоязычном персонажном узусе. Объектом нашего исследования является коммуникативная роль комплимента в плане организации вербальной коммуникации как способ гармонизации межличностного взаимодействия .

В широком смысле, комплимент может трактоваться как высказывание, содержащее комментарий, касающийся какого-либо положительного события, характеристики, приобретения, достижения, которые связаны с адресатом и расцениваются, как отправителем сообщения, так и его получателем, позитивно. Отсюда очевидно, что комплимент является синтактико-семантическим средством выражения принципа вежливости, который известные американские психологи Браун П. и Левинсон С. определяют как выражение тактики коммуникативного согласия.

По определению словаря иностранных слов, “комплимент” – слово французского происхождения, означающее похвалу, лестное выражение [13]. В первую очередь, комплименты нацелены на создание и поддержание благоприятной обстановки общения, а также употребляются для множества других целей, самыми значимыми из которых являются выражение восхищения или одобрения чьей-либо работой, внешностью, вкусом и т.п.

До XIX ст. комплимент встречался лишь в эпистолярной речи. Но начиная с XIX в., комплимент приобретает более широкое использование и становится неотъемлемым элементом устной речи. Комплименты говорят, чтобы смазывать “социальные колеса” и, таким образом, служат “социальной смазкой” [12].

В последние годы комплиментом в целях обучения искусству делового общения стала активно интересоваться практическая психология (Шепель 1994; Шейнов 1997; Бодалев 1996; Борисов 1998 и др.). Комплимент рассматривается как один из психологических влияний на партнера. Психология рассматривает комплимент как необходимый компонент создания доверительной тональности общения, способствующий его эффективности.

Целью настоящей работы является выявление интер- и экстралингвистических предпосылок, которые превращают комплимент в его противоположность – издевку. Под последней мы понимаем оскорбление, облеченное в форму комплимента.

Уже сказанное выше, позволяет заключить, что комплимент располагает собеседника в пользу говорящего, создает приятную психологическую атмосферу, является эффективным способом установления контакта, улучшения отношений и, следовательно, играет важную роль в достижении эффективности речевого общения.

Вместе с Дж. Льюисом мы понимаем эффективное речевое общение как вид коммуникации, при помощи которого автор добивается поставленной цели беседы. Так называемые общие, “разделенные” знания являются определенной предпосылкой эффективности коммуникации. Однако непонимание и неадекватное истолкование смысла сообщения могут иметь место, даже если участники принадлежат к одной культуре и говорят на одном языке. Причины неверного кодирования или декодирования информации могут быть как лингвистическими (ошибки в произношении, грамматике, выборе слов, прагматические ошибки), так и нелингвистическими (различия в интерпретации невербальных кодов, несходство ценностных ориентаций и оценок, стереотипизация других культур) [1].

Существует мнение [Thomas: 1983], что все прагматические ошибки можно разделить на две группы: лингвопрагматические и социопрагматические.

Лингвопрагматические ошибки появляются в том случае, когда при употреблении языковых единиц говорящий руководствуется прагматическими нормами родного варианта английского языка (американского), либо использует выражения характерные для определенной географической местности. Так, например, “*you sound rather aggressive and decisive*” в британском и американском вариантах английского языка будут пониматься по-разному, т. к.

а) “*aggressive*” в американском узусе понимается как *энергичный, напористый*, а в британском – соответственно, *агрессивный, воинственный*;

б) лингвопрагматические ошибки могут быть допущены и в использовании обращений, так прагматически нейтральное обращение к молодой женщине “*love*” будет совершенно иначе истолковано американкой или жительницей юга Англии.

Социопрагматические ошибки являются результатом того, что стратегии речевого поведения могут быть разными в разных социальных кругах. В каждом культурном слое общества существуют свои представления о вежливости, о том, как следует правильно вести себя при встрече и расставании, как выражать эмоции, какие комплименты можно употреблять в определенных ситуациях общения. Источником социопрагматических ошибок могут быть и клише.

*“You're looking like hell itself” – her face whitened under the heavy make-up and then she broke into a nice girly smile, – “I've got you officer. It was a compliment, I'm old Luke (Lucifer) sister on the stage”* (C. Brown).

В данном примере лейтенант полиции делает комплимент стриптизерше, выступающей в языческом образе сестры Люцифера. Слова лейтенанта, воспринятые ею вначале как выражение неодобрения, позже воспринимаются как выражение восхищения ее воплощением образа. Комплимент в данном случае достигает своей цели. Для этого необходимо понимание не только лингвистических особенностей формирования высказывания, но и экстралингвистических факторов общения. Фигурально, сказанное здесь можно представить себе как задачу, которая предполагает решение уравнения с тремя неизвестными: Адресант — Сообщение — Адресат. Они являются составляющими любых речевых ситуаций, единую схему которых еще в 1964 году предложил Р. О. Якобсон.

Отсюда ясно что, для достижения максимального перлокутивного воздействия комплимента на адресанта, говорящий должен, с одной стороны, дать достаточно высокую оценку внешности, поведения, профессиональных качеств собеседника, а с другой, – не переборщить в своей похвале. Сравним, например, семантически параллельные высказывания:

– *Your cheeks are like roses, Ruth!* (A. Christie).

– *Your cheeks are like ripe tomatoes!*

Если первое высказывание воспринимается с благодарностью, то легко предположить, что второе вызовет возмущение и обиду. Таким образом, можно сделать вывод, что неправильное использование комплимента превращают комплимент в его противоположность – издевку.

В своей работе мы рассматриваем коммуникативную неудачу как недостижение инициатором общения своей коммуникативной цели и, шире, прагматических устремлений, а также отсутствие взаимодействия, взаимопонимания и согласия между участниками общения, которые, в конечном счете, приводят к разрыву коммуникации или конфликту.

Эффективность речевого общения обеспечивает реализацию конечной коммуникативной интенции собеседника, в то время как коммуникативная неудача обрекает попытки достижения коммуникативной цели на провал.

В процессе исследования мы разделили все использованные в художественном диалоге комплименты на простые и пролонгированные. Под простым комплиментом в работе понимаются синтаксические структуры, не выходящие за рамки одной первичной структуры предикации, т.е. простой комплимент является моно-предикативной единицей [6]. Например: *You are looking beautiful today, Linnet!* (A. Christie).

Пролонгированный комплимент, в свою очередь, является полипредикативной единицей, или сложным предложением. Кроме того, пролонгированный комплимент может охватывать несколько синтаксических построений в пределах высказывания. Например : *You are looking beautiful today, Linnet! This new dress of yours is awfully becoming to you and your golden hair makes you really special. You'll be like a gem at our party* (A. Christie).

В работе было установлено, что подавляющее большинство комплиментов (67%) выражены простыми предложениями и только 33% – сложными. По результатам проведенного исследования, пролонгированные комплименты употребляются приблизительно в 1.5 раза реже простых комплиментов. Объяснение этому на настоящем этапе работы мы усматриваем в том, что пролонгированный комплимент является речевым произведением, обладающим своеобразием и оригинальностью, что требует определенных творческих способностей, которыми обладают не все коммуниканты.

*She was half Scotch, of course. That helped to explain her. The words of an old song escaped his lips:*

*“Yestreen I met a winsome lass, a bonny lass was she,  
As ever climbed the mountain-side, or tripped aboon the lea;  
She wore nae gold, nae jewels bright, nor silk nor satin rare,  
But just the plaidie that a queen might well be proud to wear.”*

*Jessie McRae wore nothing half so picturesque as the tartan. Her clothes were dingy and dust-stained. But they could not eclipse the divine, dusky youth of her. She was slender, as a panther is, and her movements had more than a suggestion of the same sinuous grace (William MacLeod Raine).*

С другой стороны, неадекватное восприятие комплимента в подавляющем большинстве случаев (более 50%) наблюдалось именно при использовании пролонгированных комплиментов. Именно здесь говорящего ожидала коммуникативная неудача. В процессе исследования коммуникативных неудач в использовании пролонгированных комплиментов было установлено следующее.

1. В около 55% случаев в рассматриваемых диалогах наблюдался, так называемый, **когнитивный диссонанс** или несовпадение информационных полей коммуникантов. Например:

*– You were wonderful! Mostly improvising! Looking just like my dear old aunt Rachel, – Ms Tralaine's cheek twitched, and she turned away (J. Fletcher; D. Bain).*

В приведенном персонажном диалоге пожилая пассажирка Мери Ворд, не имея понятия о популярности кинодивы Марлы, сравнивает ее со своей пожилой тетюшкой, думая, что доставляет ей этим удовольствие. Актриса в бешенстве, что следует из авторской ремарки "у нее судорожно дернулась щека" (перевод мой). Ни о каком продолжении общения речи, естественно, быть не может.

2. Неудачное использование или чрезмерная гиперболизация качества (27%), например:

*– You're looking your daughter's daughter! (Jerom J. K.).*

Очевидная гиперболизация внешнего вида дамы в сторону уменьшения возраста воспринялась адресатом как издевка, тем более, что сама дама далеко не уверена в своей привлекательности.

3. Неправильная импликация, превращающая комплимент в издевку (18%):

*– You're looking as if from under the spring rain! (Gray J.).*

Молодой человек пытается завязать общение с девушкой, недавно вышедшей из душа, намекая на ее свежий вид. Джобби обижается и смущается, представляя себя со спутанными волосами и размытой косметикой.

Отсюда ясно, для того, чтобы иллокутивная цель говорящего была достигнута, комплимент должен быть построен соответствующим образом, должен быть “прозрачен”, адекватно положительно воспринимаем собеседником и, в конечном счете, служить эмоциональным стимулом.

Комплимент должен вызвать у адресата положительную ответную реакцию, а для этого нужно убедить его в том, что его хвалят вполне обоснованно. Коммуникативная неудача при использовании оценочных средств ждет адресанта комплимента в случаях, когда: создают неоправданные преувеличения, существует несовпадение информационных полей, собеседник интерпретирует сказанное не в свою пользу.

Как известно из психологии, человеческое сознание способно воспринимать четкие, структурированные образы и языковые модели [2]. Таким образом, коммуникативные неудачи в использовании комплимента имеют, прежде всего, психолингвистические обоснования. Нарушение постулата “ясности выражения” порождает недоразумения и служит препятствием в передаче значимой информации.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Блох М. Я. Коммуникативно–парадигматические аспекты исследования языковых единиц / Марк Яковлевич Блох. – Барнаул : БГПУ, 2004. – 314 с.
2. Вердербер К., Вердербер Р. Психология общения / К. Вердербер, Р. Вердербер. – СПб. : Еврознак, 2003. – 320 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : УРСС, 2006. – 288 с.
4. Льюис Д. Тренинг эффективного общения / Джон Льюис. – М. : ЭКСМО-Пресс, 1998. – 224 с.
5. Морозова И. Б. Синтаксическое обоснование эффективности диалогического общения в тематическом узле / И. Б. Морозова, Т. И. Рожко // Мова. – 2007. – № 10. – С. 168–171.
6. Морозова И. Б. Грамматическое содержание простых эмотивных предложений в англоязычном художественном диалоге / И. Б. Морозова // Сучасні дослідження з іноземної філології. – Ужгород, 2008. – Вип. 6. – С. 503–507.
7. Чхетиани Т. Д. Лингвистические аспекты фатической коммуникации : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Т. Д. Чхетиани. – К., 1987. – 24 с.
8. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм : “за” и “против”. – М. : Прогресс, 1975. – 333 с.
9. Якубинский Л. П. О диалогической речи / Л. П. Якубинский // Избранные работы : Язык и его функционирование. – М., 1986. – 70 с.
10. Brown P. Universals in Language Usage : Politeness Phenomena / P. Brown, S. Levinson // Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction. – L. : Longman, 1988. – 191 p.
11. Craig R. T. Communication // Sloane T. O. Encyclopedia of Rhetoric. – N. Y. : Oxford University Press, 2001. – P. 125–137.
12. Wolfson N. An empirically based analysis of complimenting in American English / N. Wolfson, E. Judd. – Rowley : Newbury, 1983. – 410 p.
13. Словарь иностранных слов. – М. : государственное издательство иностранных и национальных словарей, 2000. – 856 с.
14. Oxford advanced learner's dictionary of current English / A. S. Hornby. – L. : Oxford University Press, 2005. – 1216 p.