

Мусалитина Е. А.

E. A. Musalitina

ФЕНОМЕН КОМПЛИМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ РОССИИ И КИТАЯ

THE PHENOMENON OF COMPLIMENT IN MODERN RUSSIAN AND CHINESE CULTURE

Мусалитина Евгения Александровна – кандидат культурологии, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27. E-mail: tarasova2784@mail.ru.

Evgenia A. Musalitina – PhD in Culture Studies, Assistant Professor, Linguistics and Cross-Culture Communication Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681013, Khabarovsk territory, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin str. E-mail: tarasova2784@mail.ru.

Аннотация. В настоящее время наблюдается повышение интереса к проблемам выстраивания межличностной коммуникации, особенно если речь идёт о межкультурном взаимодействии. Специалисты разных сфер предлагают способы установления позитивной атмосферы общения, расположения партнёра к сотрудничеству, снятия напряжения в процессе деловой и повседневной коммуникации. Одним из инструментов для достижения этих целей является комплимент. Разработка способов повышения эффективности межкультурной коммуникации требует знания этикетных особенностей национальных культур России и Китая. Статья посвящена представлению результатов эксперимента, направленного на выявление национальных особенностей комплиментарной сферы русских и китайцев: выявляется общее и различное в мотивационной сфере; устанавливаются основные тематические блоки комплиментов; анализируются культурно-исторические факторы формирования современных национальных представлений о комплименте. Особое внимание уделяется идее о необходимости первостепенного изучения национальной комплиментарной традиции, а не ограничений, вызванных табуированием некоторых тематических групп комплиментов.

Summary. Currently there is special interest in the problems of setting interpersonal communication, especially when it comes to intercultural interaction. Experts in various fields offer ways to establish positive atmosphere of communication, to encourage a partner to cooperate, and to relieve tension in the process of business and everyday communication. One of the tools to achieve these goals is a compliment. Developing ways to increase the effectiveness of intercultural communication requires knowledge of the etiquette of peculiarities of national Russian and Chinese cultures. The article is devoted to presenting the results of an experiment aimed at identifying the national characteristics of the complementary sphere of Russians and Chinese: common and different sides in motivational sphere are revealed; the main thematic blocks of compliments are established; cultural and historical factors in the formation of modern national ideas about a compliment are analyzed. Particular attention is paid to the idea of the importance for primary study of the national complimentary tradition, and not the restrictions caused by the taboo of certain thematic groups of compliments.

Ключевые слова: комплимент, культура России, культура Китая, межкультурная коммуникация.

Key words: compliment, Russian culture, Chinese culture, intercultural communication.

УДК 008

Понимание актуальности исследования комплимента как феномена культуры в первую очередь требует обращения к трансформациям, произошедшим в социокультурной реальности современного общества. Анализируя исторический опыт прошлого, можно отметить, что личные контакты, вербальное общение всегда составляли важную часть как повседневной, так и профессиональной сферы деятельности человека. На протяжении многих веков развитие навыков вести беседу на широкий круг тем, слушать собеседника, обладать тонким и деликатным юмором, отмечать выдающиеся черты партнёра, т. е. делать комплимент в его адрес, считались ключевыми задачами в воспитании достойного человека как в российском, так и в китайском обществе. Пони-

мание способов повышения эффективности межкультурной коммуникации требует знания этикетных особенностей таких разных и одновременно таких близких культур, как русская и китайская.

Однако в настоящее время наблюдается ослабление роли «живого» общения. В современном мире, когда все сферы общества трансформируются под воздействием повсеместной цифровизации, межличностное общение также приобретает новые ориентиры и формы. Катализатором перехода коммуникации в сферу онлайн стала пандемия COVID-19, когда офлайн-общение за пределами бытовой коммуникации стало скорее исключением. Новая форма взаимодействия вошла в мир человека резко, неожиданно, требуя от общества пересмотра принципов ключевых основ коммуникации, способов установления личных контактов. В результате, обращаясь к решению острых проблем новой социокультурной среды, социум развернулся в сторону когнитивного общения – обмена актуальной информацией, новыми знаниями. При этом кондиционная (эмоциональная) коммуникация была вытеснена когнитивной, т. е. личная офлайн-коммуникация вне делового формата практически исчезла как форма неформальной коммуникации на период пандемических ограничений.

Новый формат онлайн-взаимодействия требует от его участников умения быть лаконичным, точным в формулировках, отказа от вербальных оценок, которые в офлайн-общении, в отличие от общения в сети, обычно сопровождаются невербальными средствами и поэтому воспринимаются однозначно. В силу этих трансформаций ослабла и роль комплимента как элемента культуры коммуникации.

После постепенного снятия пандемических ограничений и возврата к офлайн-взаимодействию многие изменения сохранились, прочно закрепившись в системе коммуникации. С этой тенденцией связаны и изменения этикетных аспектов, которые, в свою очередь, регламентируют правила комплиментарной речи, т. е. речевых актов, связанных с комплиментами [9]. Однако стоит отметить, что не вполне правомерно соотносить понятие комплимента и правила, поскольку правило всегда предполагает соблюдение инструкции, определённые ограничения, тогда как комплимент является элементом «живого» общения, которое предоставляет большие возможности выбора и вариативности [7]. Таким образом, в настоящее время наблюдается повышение интереса к проблемам выстраивания эффективной межличностной коммуникации, особенно если речь идёт о межкультурном взаимодействии. Специалисты разных сфер предлагают способы установления позитивной атмосферы общения, расположения партнёра к сотрудничеству, снятия напряжения в процессе деловой и повседневной коммуникации. Несомненно, одним из инструментов для достижения этих целей является комплимент.

Анализ современных отечественных и зарубежных лингвокультурных исследований показывает, что традиционно рассматривается сфера ограничений, касающихся комплиментов. Таким образом, ключевой идеей этих исследований является представление о возможности функционирования комплимента строго в рамках традиций национальной культуры, в свою очередь, табу в сфере комплиментов накладывается на всё, что выходит за эти рамки [1, 98]. Однако в многочисленных попытках исследовать лингвокультурные аспекты комплимента остаются лакуны в осознании этого феномена, функционирующего в представлениях носителей национальной культуры. При этом изучение лингвокультурных проблем сквозь призму этнических особенностей образа мыслей представляется особенно актуальным. Комплексный подход к рассмотрению комплимента как элемента культуры, в рамках которого традиционное и современное рассматриваются как симбиоз, а не две противоположности, способствует более глубокому осознанию национальных особенностей культуры комплимента.

Рассматривая феномен комплимента, необходимо отметить, что в большинстве исследований он анализируется как элемент речевого этикета и определяется как особый речевой жанр (В. В. Леонтьев) [12]. При этом комплимент может объединять в себе отдельные функции других этикетных жанров, таких как приветствие, прощание, поздравление, выражение признательности и др. Согласно определению лингвиста Е. М. Вольф, комплимент представляет особый вид речевого акта, целью которого является вызов эмоционального отклика собеседника [2, 102]. Таким

образом, можно сделать вывод о том, что в качестве первостепенной функции комплимента отмечается эмоциональное воздействие на собеседника с целью установления определённых социальных связей [11].

Форма и адресат комплимента определяют его специфику. Е. С. Петелина выделяет следующие типы комплиментов: прямой комплимент, который предполагает обращение непосредственно к собеседнику с целью положительной оценки его внешних и внутренних качеств; взаимный комплимент, чаще всего представляющий форму диалога, в ходе которого оба партнёра хвалят достоинства друг друга; косвенный комплимент – похвала, которая выражена не прямо, а опосредованно через ряд сопутствующих речевых актов, а также невербальные средства коммуникации (мимика, жесты и т. д.) [7].

С целью выявления представлений о значимости комплимента в межличностной коммуникации был проведён мини-опрос представителей двух национальных культур. В эксперименте приняли участие 50 российских и 50 китайских респондентов в возрасте от 18 до 50 лет. Участникам опроса было предложено ответить на следующие вопросы, связанные с их восприятием комплимента:

1. Любите ли Вы получать комплименты?
2. Часто ли Вы делаете комплименты?
3. Что в человеке Вы отмечаете комплиментом?

В результате опроса было установлено, что большинство российских респондентов положительно относятся к получению комплиментов: 93 % ответили «да» на данный вопрос. При этом отвечающие отметили, что не знают, как реагировать на похвалу, поэтому в большинстве случаев комплиментарный речевой акт в их адрес вызывает смущение. Однако российские респонденты отметили, что сами часто делают комплименты собеседнику как в повседневном, так и в деловом общении.

Среди китайских респондентов зарегистрировано больше тех, кто не любит принимать комплименты, при этом сами делают их другим людям: только 68 % опрошенных ответили положительно на первый вопрос.

Полученные данные позволили выделить основные тематические блоки прямых комплиментов и провести сравнительный анализ их частотности среди представителей русской и китайской культур. Обратимся к рассмотрению тематической сферы комплиментов, характерных для русских респондентов (см. табл. 1).

Таблица 1

Результаты опроса русских респондентов

Качества, отмечаемые комплиментом	Количество респондентов
1. Характер	39 чел. из 50
2. Деловые качества, навыки и умения	37 чел. из 50
3. Внешность	35 чел. из 50
4. Улыбка	26 чел. из 50
5. Причёска	23 чел. из 50
6. Парфюм	21 чел. из 50
7. Остроумие	16 чел. из 50
8. Одежда	15 чел. из 50
9. Аксессуары	9 чел. из 50
10. Фигура	9 чел. из 50
11. Чувство юмора	7 чел. из 50
12. Образ в целом	2 чел. из 50

Как видно из приведённых данных, в русской культуре преобладают комплименты, связанные с характеристикой морально-этических и профессионально-деловых качеств человека. Однако

значительное место занимают комплименты, связанные с внешностью. Особую актуальность эта группа комплиментов приобретает в отношении женского пола. Для российской культуры не характерны предрассудки, связанные с феминистическими идеями, свойственные современной западной культуре [5]. Этикетные формы уважительного отношения к женщине (придержать дверь при входе в помещение, уступить место в общественном транспорте, помочь снять и надеть верхнюю одежду, сделать комплимент по поводу внешности) не считаются проявлением сексизма, а, напротив, прививаются с детства как составляющие хорошего воспитания [3, 256]. В качестве основных мотивов комплимента русские респонденты отмечают стремление расположить к себе собеседника и тем самым улучшить отношение к себе. То есть комплимент становится средством удовлетворения личных интересов [4].

Обратимся к анализу данных опроса китайских респондентов (см. табл. 2).

Таблица 2

Результаты опроса китайских респондентов

Качества, отмечаемые комплиментом	Количество респондентов
1. Характер человека	43 чел. из 50
2. Деловые качества	41 чел. из 50
3. Успехи, достижения	38 чел. из 50
4. По тому, что человек делает для других	23 чел. из 50
5. Достоинства в широком смысле	19 чел. из 50
6. Одежда	19 чел. из 50
7. Материальные достижения (то, что смог приобрести, сам заработав на это)	16 чел. из 50
8. Фигура	11 чел. из 50
9. Кулинарные способности	8 чел. из 50
10. Красота	7 чел. из 50

Как видно из табл. 2, сфера комплиментов в китайской культуре в основном связана с морально-этическими характеристиками человека и его деловыми качествами. Китайцы отмечают, что хвалят для того, чтобы поднять настроение собеседнику, выразить высокую оценку его достижений.

Необходимо отметить, что в личной беседе китайцы выражали мысль о том, что с осторожностью относятся к комплиментам. Это связано с древней китайской традицией, согласно которой «необходимо быть скромным», избегать похвалы в свой адрес, одновременно отмечая достоинства собеседника. Особого внимания заслуживает тот факт, что данную точку зрения разделяют как пожилые китайцы, так и молодёжь, что доказывает глубокое влияние национальных традиций в регулировании многих общественных сфер.

Древние традиции конфуцианского учения не утратили свою актуальность в настоящее время, поэтому в Китае деловые отношения и взаимодействие на бытовом уровне строятся по иерархической модели, согласно которой особое почтение оказывается старшему поколению. Иерархичность распространяется и на коммуникацию в сфере бизнеса, когда руководитель занимает более высокое социальное положение, чем подчинённые [6]. Такая ситуация может быть объяснена историческим контекстом: во времена имперского Китая правитель и чиновники, приближённые к императорскому двору, были наделены особым сакральным статусом. В силу сложившейся традиции современные китайские начальники не делают комплименты сотрудникам, однако работники, напротив, часто делают комплименты руководству, что в некоторых случаях становится примером преувеличения и трансформируется в лесть.

Согласно традиционным представлениям мужчина является главой семьи, его роль с древних времён определялась как прототип императора в государстве. Таким образом, модель «Император – наместник Бога на Земле» переносилась и на мужчину. При этом женщина находилась на

более низкой ступени социальной лестницы [11]. Несмотря на то что в современном Китае стёрты границы социального неравенства по половому признаку, в обществе сохраняется представление о том, что комплимент мужчины в адрес женщины не является нормой. Вышеописанный культурно-исторический контекст обуславливает китайскую традицию отмечать комплиментами достижения и личные качества человека, не делая акцент на половой принадлежности [8].

Подводя итог, подчеркнём, что, несмотря на общедоступность и широкое употребление, комплимент является сложным ментальным феноменом, представляющим некий симбиоз национально обусловленных особенностей и общечеловеческого культурного наследия. С одной стороны, национальная культура оказывает определяющее влияние на формирование устойчивых мотивов комплиментарной сферы и, следовательно, регулирует ситуативные рамки их употребления. С другой стороны, можно говорить о том, что комплимент как элемент этикета выходит за рамки национального менталитета и принадлежит к сфере общечеловеческих ценностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева, А. Н. Комплимент как средство речевой коммуникации / А. Н. Васильева. – М.: ПРИОР, 2018. – 247 с.
2. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – 3-е изд., стер. – М.: УРСС: КомКнига, 2006. – 283 с.
3. Ефремова, Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3 т. Т. 1. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2016. – 364 с.
4. Жэнь, Ж. Визуализационный анализ изучения комплимента в России / Ж. Жэнь // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 55-60.
5. Малышева, Н. В. Гендерная идентификация и «культура отмены» в современном обществе / Н. В. Малышева, С. А. Коваленко // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2022. – № IV (60). – С. 28-32.
6. Мусалитина, Е. А. Влияние медиакультуры на формирование эстетического мышления российской молодёжи / Е. А. Мусалитина // Социокультурные исследования в современном культурном пространстве: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Астрахань, 28 октября 2021 года / под ред. Е. В. Хлыщевой [и др.]. – Астрахань: Астраханский университет, 2021. – С. 133-134.
7. Петелина, Е. С. Некоторые особенности речевых актов похвалы и лести / Е. С. Петелина // Синтагматический аспект коммуникативной семантики. – Нальчик: Изд-во Кабардино-Балкар. ун-та, 2019. – С. 150-154.
8. Сбоева, Д. А. Речевая тактика комплимента в русском медийном диалоге (на фоне китайского языка) / Д. А. Сбоева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16. – № 6. – С. 1741-1748.
9. Стернин, И. А. Экспериментальные методы в лингвистической концептологии / И. А. Стернин // Психолингвистические аспекты речевой деятельности. – Екатеринбург: УрГПУ, 2006. – С. 102-113.
10. Сяо, Я. Китайские лингвистические термины в современном русском языке (по данным Национального корпуса русского языка) / Я. Сяо // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 1 (80). – С. 362-364.
11. Цинь, П. Субжанр комплимент в деловом письме-поздравлении (на материале русского и китайского языков) / П. Цинь // Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов российских вузов: сборник докладов IX Всероссийской научно-практической конференции, Томск, 24-26 апреля 2019 года / Томский политехнический университет. – Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2019. – С. 402-406.
12. Шушарина, Г. А. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации в деловом общении / Г. А. Шушарина // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2021. – № VIII (56). – С. 73-78.