

**Сравнительный анализ высказываний похвалы и лести в
лингвопрагматическом аспекте**

©Л.И. Клочко, С.В. Дорда, 2007

В статті проводиться порівняння висловлювань похвали і лестощів у лінгвопрагматичному аспекті.

The article deals with the comparative analysis of praise and flattery utterances.

Ключевые слова: похвала, лесть, высказывание, лингвопрагматика.

Современный этап развития лингвистической науки определяется неослабевающим интересом языковедов различных школ и направлений к исследованию системности речи как неотъемлемой составляющей человеческой жизнедеятельности. В данной связи лингвистами все более остро осознается необходимость расширения эмпирической базы прагматики. Этим определяется актуальность данной статьи. Целью данной работы является сравнительный анализ высказываний похвалы и лести в лингвопрагматическом аспекте.

В каждое высказывание говорящий вкладывает не только определенное содержание, но и определенное коммуникативное намерение. Как всякая деятельность, речевая деятельность начинается с мотивации, т.е. появления мотива - потребности говорящего передать другому некоторую информацию, побудить к действию, выразить отношение и т.п. "Мотив – это основная побудительная сила в психологической деятельности, познавательно-эмоциональная психологическая система, выполняющая функцию регулятора поведения" [1:58].

Речевая деятельность, как правило, включена в деятельность более высокого порядка: обычно продуцирование высказывания или обмен

высказываниями не является самоцелью, а выступает средством планирования и регулирования практической деятельности, обусловленной соответствующим мотивом. Поэтому в каждом отдельном случае мы имеем дело с определенной иерархией мотивов.

Этап мотивации - это еще доречевой этап. На следующем (также предшествующем собственно вербализации) этапе под влиянием данного мотива формируется общий замысел, своего рода "план действий", составленный говорящим для достижения своей цели, смысловой образ того, что он намерен сообщить, т.е. возникает общий смысл высказывания.

Следует отметить, что мотив не совпадает с иллокутивной силой, и это обстоятельство важно для понимания речевых высказываний похвалы и лести. Одним из компонентов иллокутивной силы является иллокутивная цель [2: 251-257].

Необходимо различать иллокутивные цели говорящего, которые определяют форму и содержание речевого акта (простого или сложного), и ожидания говорящего, рассчитывающего на конкретный перлокутивный эффект. Данные оценочные речевые акты различаются по своим прагматическим целям. Цель того или иного типа иллокутивного акта – это замысел, внутренне присущий ему как акту данного типа. В случае высказывания похвалы его иллокутивная цель состоит в том, чтобы выразить одобрение, положительную оценку адресата, его качеств и/или деятельности. Иными словами, целью похвалы является стремление к достижению взаимопонимания и сотрудничеству, или, в терминах Грайса, к соблюдению Принципа кооперации [6]. Основное содержание этого принципа заключается в том, что коммуникативный вклад говорящего на каждом этапе диалога должен соответствовать совместно признаваемой цели/направлению диалога и поддержанию неантагонистических отношений между партнерами по коммуникации. Иллокутивной целью высказывания лести является влияние на адресата (адресатов) с целью получения собственной выгоды или создания благоприятного впечатления о собственных качествах. В отличие от искренней похвалы, о лести обычно думают как о "притворстве, своего рода

манипулировании правдой” [7:396]. Однако лезть отличается от притворства тем, что представляет собой преувеличение правды. Лезть – это ”стратегическая правда”, ”правда, с определенной целью” [9:14], лезть – своеобразный вид ”очковтирательства”, намеренное и неискреннее преувеличение значимости другого человека для достижения собственных, обычно, корыстных целей. Лезть, таким образом, всегда характеризуется избыточностью, т.е. нарушает максимы количества и качества принципа Кооперации Грайса [6].

Существуют, однако, ситуации, когда лезть является обязательной (mandatory – [9:14]): невеста всегда красива, новорожденный – непременно симпатичный. В подобных ситуациях не польстить – грубость; отсутствие лестных слов может быть расценено как оскорбление.

В особую категорию выделяют *публичную лезть* [9:248], например, в сфере обслуживания (”мы стараемся обслужить вас лучше”) и так называемую *коммерческую лезть* [9:251], например, в ресторане, когда официант хвалит выбор посетителя, независимо от того, хорош он или нет. Лезть корыстные мотивы, которые можно подразделить на ”предосудительные” (reprehensible) и ”сочувственные/ утешительные” (pitiful) [3:404].

Лезть двухслойна, так как, произнося одно, говорящий фальсифицирует или преувеличивает правду. В отличие от ”избыточной” лезть, похвала объективна и редко бывает преувеличенной.

Отличаются сравниваемые высказывания и по критерию искренности. Искренность можно определить как соответствие между признанием и подлинным чувством. Искренность ингерентно присуща похвале как прямой, так и косвенной. В отличие от похвалы, лезть неискренна. Когда мы льстим, мы говорим то, чего на самом деле не чувствуем, т.е. лезть – это неискренняя похвала. Например:

She said quietly after his performance: "Your performance was the best, Toby. You did it brightly. That was the most fantastic performance I've ever seen." Toby stared at her: "You liked it, huh?" Alice shook her head and took a deep breath

to control herself and thought: "Not very much." She didn't want to hurt him (Sheldon).

Успешность лести напрямую зависит от того, насколько очевидны намерения говорящего. В случаях, когда эти намерения распознаются адресатом, лесть может стать причиной коммуникативного поражения (в частности, унижения) адресанта, так как войдут в противоречие с так называемым "контрактом Гофмана" [5].

Суть последнего заключается в том, что в любом виде социального взаимодействия коммуниканты подразумевают обоюдное стремление к поддержанию лица друг друга. Лесть нарушает данный "контракт", ибо направлена на упрочение лица лишь одного из собеседников – адресата за счет определенной "потери лица" льстецом.

В отличие от похвалы, лесть имеет негативную коннотацию. Самые ранние определения представляют ее как моральный недостаток, нарушение морального порядка. Лесть потворствует тщеславию и повышает самомнение. Лесть также можно определить как моральную недобросовестность, ленивое безразличие, даже своего рода неразборчивую щедрость. Мы можем льстить, не замечая чьих-либо ошибок, или ведем себя так, как будто этих ошибок нет или не было. Стратегия лести – это заигрывание с более сильным в обмен на защиту или выгоду. Лесть есть там, где есть социальные различия. Одна из целей лести – повышение социального статуса говорящего. Похвала подобной цели не имеет.

Похвала и лесть функционируют в различных коммуникативных ситуациях. Коммуникативная ситуация выступает как совокупная внешняя среда (overall ecology – [8]), представляющая собой комплекс взаимосвязанных факторов, обуславливающих возможность и характер коммуникативного акта и включающая ряд латентных когнитивных и прагматических параметров, детерминирующих тип продуцируемых говорящим речевых произведений и выбор конкретных средств для их оформления.

Отличительным признаком высказываний похвалы в речевом поведении представителей англоязычных социумов является их прочная закрепленность за

коммуникативными ситуациями сотрудничества. Сотрудничество трактуется обычно как признак внутригрупповой идентичности, как противопоставление "нас" "им" [4:26].

Если похвала фигурирует в ситуации сотрудничества, то лесть – это косвенная форма соревнования, а потому выступает компонентом конфликтного дискурса. Кроме того, по нашим наблюдениям, существует (хотя и весьма ограниченный) набор ситуаций, в которых похвала приобретает некоторый элемент конвенциональности, например, в рамках так называемого институционального дискурса, в частности, академического и медицинского:

учитель – ученику:

"Your reading is perfect today. Good of you" (Elgin).

врач – пациенту:

"You've followed all my prescriptions and your results are better. Nicely!" (Green).

Для лести подобные ситуации отсутствуют.

Точно предсказать, каков будет результат похвалы, не всегда возможно, так как ситуация включает множество дополнительных моментов, влияющих на реакцию адресата и обуславливающих значительное разнообразие и непредсказуемость ответных реплик. Тем не менее, искреннее признание достоинств редко вызывает возражение, поэтому наиболее типичной и предсказуемой реакцией на похвалу является принятие.

Неприятие похвалы может приобретать следующие формы:

- а) отрицание, возмущение;
- б) обида;
- в) понижение положительной оценки в свой адрес самим адресатом – "девальвация" похвалы.

Можно выделить следующие виды реакции на лесть:

- 1) принятие с благосклонностью;
- 2) обмен любезностями или взаимная лесть (адресат по какой-то причине чувствует, что ему необходимо ответить лестью на лесть);
- 3) индифферентность;

4) неприятие – отвращение, возмущение, замешательство, раздражение, презрение.

Можно заключить, таким образом, что при всей ”родственности” рассмотренных оценочных высказываний в английском языке похвала и лесть противопоставляются по таким характеристикам, как искренность-неискренность, корыстность-бескорыстность, адекватность-неадекватность ситуации (избыточность). Как похвала, так и лесть может быть воспринята адресатом как положительно, так и отрицательно.

Литература:

1. Дубров А.Г., Пушкин В.И. *Парапсихология и современное естествознание*. – М.: Сов.-американское предприятие Соваминко, 1990. - 215 с.
2. Серль Дж.Р., Вандервекен Д. *Основные понятия исчисления речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике*. - М.: Прогресс, 1986. - Вып. 18. - С. 242-262.
3. Bradford H., Valde K. *Brown-Nosing as a Cultural Category in American Organizational Life // Research on Language and Social Interaction*. – 1995. - #28(4). – P. 391-419.
4. Dickson D., Sauders Ch., Stingler M. *Rewarding People: the Skill of Responding Positively*. - London, New York: Routledge, 1993. – 232 p.
5. Goffman E. *Interaction in Ritual: Essays on Face to Face Behaviour*. - Garden City, NY: Anchor, 1967. – 503 p.
6. Grice H.P. *Logic and Conversation // Syntax and Semantics*. - New York: Anchor. – 1975. – Vol.3. - P. 41-58.
7. Hall B., Valde K. *Brown – Nosing as a Cultural Category in American Organizational Life // Research on Language and Social Interaction: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, New Jersey, 1995. – P. 391 – 419*.
8. Saville-Troike M. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. – Oxford, UK; New York, NY, USA: B. Blackwell, 1989, - 315 p.
9. Stengel R. *You're Too Kind: a Brief History of Flattery*. – N.J.: Simon and Schuster, 2000. – 316 p.