

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

***Комплимент в дружеской интернет-коммуникации***

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 411 группы  
направления подготовки 45.03.01 – «Филология»  
Института филологии и журналистики

Власовой Анджелы Васильевны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

профессор, д.ф.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Зав.кафедрой, д.ф.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

М. А. Кормилицына

инициалы, фамилия

Саратов – 2018

## ВВЕДЕНИЕ

Работа посвящена исследованию жанра комплимента и его функционированию в дружеском общении. Выделение комплимента как объекта лингвистического исследования начинается лишь с 80х годов XX в. (Юнаковская 2009). Комплимент изучался Р. В. Серебряковой, К. Ф. Седовым, О. Н. Хорошенко, А. А. Юнаковской, М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой, Т. Х. Нгуен и др. Однако, несмотря на значительное число исследований, посвященных данной теме, остаются ракурсы, в которых *комплимент* ещё не рассматривался. Дружеская коммуникация ещё только начинает изучаться, поэтому рассмотрение *комплимента* в этом виде общения определяет **актуальность** настоящего исследования.

**Объектом** изучения является дружеская интернет-коммуникация.

**Предмет** исследования – речевой жанр *комплимента* в дружеской интернет-коммуникации.

**Целью** данной работы стало выявление специфики *комплимента* в дружеской интернет-коммуникации и средств его выражения, а также выявление особенностей реакций на комплимент.

Для достижения цели необходимо было решить следующие **задачи**:

- 1) проанализировать научную литературу, соотносящуюся с предметом настоящего исследования;
- 2) выявить специфику *комплимента* как речевого жанра;
- 3) рассмотреть различные классификации комплимента;
- 4) рассмотреть средства создания комплимента;
- 5) выявить специфику комплимента как жанра дружеской интернет-коммуникации;
- 6) классифицировать реакции на комплимент.

В работе применялись современный описательный метод с применением методик количественного анализа и классификации.

**Материал исследования** – 160 фрагментов переписки друзей в социальной сети «ВКонтакте», включающих комплименты. Все комплименты исходят от молодых людей, связанных, по их словам, дружескими отношениями. Возраст участников общения (в основном это студенты, юноши и девушки) колеблется в пределах от 19 до 26 лет. Фрагменты интернет-переписки приводятся в тексте работы с сохранением орфографии и пунктуации.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Глава 1 «Теоретические основы исследования» содержит основные теоретические положения, соотносящиеся с темой комплимента. Приведены разнообразные точки зрения на *комплимент*, что говорит о сложности и неоднозначности самого понятия. Учитывая все определения, мы предлагаем считать *комплиментом* речевой жанр, относящийся к фатическому общению, содержащий положительную оценку адресанта. Цель адресанта комплимента – убедить собеседника в доброжелательных намерениях, а также оказать влияние, под воздействием которого у слушающего формируется положительное впечатление о говорящем.

Комплимент отделяется от сходных с ним жанров *похвалы* и *лести*. Похвала используется для обозначения неравноправных отношений между коммуникантами: обычно хвалит человек, стоящий выше по статусу или интеллектуально; а комплименты используются партнёрами, равными по статусу. Что касается лести, то, с нашей точки зрения, понятие «лесть» находится в другой плоскости по отношению к понятиям «комплимент» и

«похвала»: лесть не является жанром, ведь человек может льстить, произнося комплимент и похвалу.

Обращение к работам А. А. Юнаковской позволило обозначить ключевые этапы истории комплимента. Время появления комплимента в русском языке – 1701-1702 гг., создание пособий, обучающих правилам хорошего тона, комплиментарному общению – 19 в., утрата былых позиций комплимента после 1917 года и его возрождение под влиянием американского образа жизни в 90х. гг.

Отдельный раздел посвящен рассмотрению комплимента с позиций ТРА и ТРЖ. Руководствуясь различными подходами к изучению комплимента, нам представляется наиболее убедительной позиция исследователей, которые рассматривают *комплимент* в рамках ТРЖ.

Исследователи *комплимента*, анализируя этот жанр, рассматривают и реакции на него (см. работы Т. Х. Нгуена, Л. Г. Брутян, И. А. Стернина, Е. В. Мудровой, Р. В. Серебряковой и др.). В теоретической части работы приводятся классификации комплиментов отечественных и зарубежных лингвистов. Классификация Р. В. Серебряковой взята нами для рассмотрения типов комплиментов, которые составляют материал настоящего исследования.

Так как целью нашей работы является исследование комплимента в дружеской интернет-коммуникации, нами было рассмотрено понятие «дружеское общение». Доминанта ДО – открытость и доверительность, взаимопонимание и взаимопомощь; обязательным является взаимный интерес участников, общность взглядов (Байкулова 2014: 13). Сведения об особенностях ДО учтены нами в практической части работы.

Поскольку наш материал – дружеская интернет-коммуникация, в главе 1 рассмотрена её специфика. «Интернет-коммуникация – это

полифункциональное общение в электронной среде, для которого характерны дистантность, опосредованность, мультимедийность (и как следствие – поликодовость сообщений), гипертекстуальность, разнообразие дискурсивных и жанровых воплощений, а также возможность широкого варьирования по параметрам «персональность / институциональность» (Колокольцева 2011: 1). На наш взгляд, такое понимание дает наиболее полное представление об общении в Интернете. Таким образом, мы можем сказать, что языковая свобода, которая свойственна ДО, при общении в Интернете должна сохраняться или даже усиливаться. Выбор языковых средств, используемых коммуникантами, формирует их собственный язык.

Характеризуя общение молодежи в Интернете, отметим, что: « ... в разделе комплиментов фактически много не комплиментов, а высказываний, имеющих большее отношение к жанрам флирта или иронии» (Мудрова 2007: 192). На наш взгляд, это небезосновательно, и мы считаем возможным контаминацию комплимента с флиртом и иронией. Однако выявить это не всегда удаётся даже самим участникам общения.

В главе 2 «Комплимент в дружеской интернет-коммуникации» содержится описание материала исследования: им являются фрагменты переписки друзей в социальной сети «Вконтакте» (всего 160 комплиментов). Респонденты дали разрешение на использование текстов в научных целях и подтвердили дружеский характер коммуникации.

Здесь же выявляются гендерные особенности употребления комплиментов в дружеской коммуникации. Количественный анализ выявленных в нашем материале комплиментов показал, что 87 комплиментов (из 160-ти) делают юноши девушкам (Ю→Д); 65 комплиментов принадлежат подругам (Д→Д) и лишь 8 комплиментов сделали девушки юношам (Д→Ю). Комплиментов юношей друг другу в нашем материале не выявлено.

Все комплименты были распределены нами на группы по параметру **комплиментируемый признак**. На наш взгляд, эту классификацию можно условно разделить на две части. В первой представлены комплименты так или иначе относящиеся к внешнему виду человека: сюда можно отнести комплименты, в целом оценивающие внешний вид, и его отдельные элементы (их 64). Ко второй группе мы отнесли комплименты, характеризующие внутренние качества адресата. Это комплименты, связанные с именем человека, его физическими и моральными характеристиками, умственными, интеллектуальными способностями и профессиональными качествами (15 примеров). В остальных группах комплиментов отсутствует конкретный комплиментируемый признак, представлено сочетание признаков.

Основным средством создания комплимента являются оценочные прилагательные. Нами выявлено 44 прилагательных, которые были использованы в молодёжных комплиментах.

Наиболее употребительным прилагательным, встречающимся в нашем материале, является слово *красивая* и его краткая форма *красива*. Например, Ю. *Врединка красивая*), Ю. *ты у меня такая красивая*, Ю. *имя у ты красивое прям как ты*)) и др. Всего было обнаружено 24 факта употребления данной лексической единицы.

Усилению степени выражения эмоций, оценки при комплименте способствуют слова-интенсификаторы: *самая красивая*, *просто красотка*, *ужасно приятно разговаривать* и др.

В экспрессивных целях и в целях выражения эмоций в комплиментах друзей иногда используется сниженная и даже обценная лексика, что, безусловно, является спецификой комплимента в дружеском общении: Ю. *ты херли молчала что так рисовать умеешь?*, Д1. *Нихера себе бомба*

*просто, Д1. (имя адресата), ты офигенно шьешь. Это все, что я хочу тебе сказать.*

Отмечено использование стикеров в качестве комплиментов. В нашем материале данный тип комплимента представлен только двумя примерами, тем не менее, мы можем сказать, что стикер способен полностью заменить комплимент. Милые изображения в совокупности с приятными словами производят большой эффект на адресата, поддерживают шутливую атмосферу между коммуникантами.

Мы отмечаем и употребление смайлов, однако они не используются как самостоятельный комплимент, а лишь дополняют вербально выраженный. Из 160 комплиментов смайлы были использованы в 35, что составляет 21,9%.

Наш материал был классифицирован по реакциям на комплимент (за основу взята классификация Т. Х. Нгуена). Анализ реакций адресатов комплиментов показал, что основным способом ответа является благодарность (36 ед. из 160); незначительным количеством представлены реакции отрицания комплимента (6 ед.) и снижения степени комплиментарности (2 ед.). На наш взгляд, это отражает современную тенденцию принятия комплимента в речи молодежи и является показателем фактора дружбы.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Итак, результатом проведённого исследования стал обзор научной литературы: критически осмыслены работы Е. В. Мудровой, Т. Х. Нгуена, К. Ф. Седова, Л. Г. Брутян, А. А. Юнаковской, Р. В. Серебряковой, А. Н. Байкуловой, В. Н. Левиной, Т. Н. Колокольцевой и других исследователей, так или иначе затрагивающих проблемы изучения речевых жанров, комплимента, неофициального общения, в том числе дружеского,

интернет-коммуникации. Произведён анализ различных классификаций комплиментов, что послужило основой для классификации материала, имеющегося в нашем распоряжении.

Специфика использования комплиментов в общении друзей связана, во-первых, с выбором говорящими комплиментируемого признака: преимущественно употребляются общеоценочные комплименты (69 компл. из 160), комплименты внешнему виду человека (66 компл. из 160); во-вторых, друзья и подруги в своём общении используют шуточные комплименты и соответственно отвечают на них, что придаёт дружеской коммуникации гедонистическую тональность. В третьих, в комплиментах друзей используются ласковые номинации лица, а также лексика, относящаяся к молодёжному или общему жаргону; иногда употребляется сниженная лексика и обценки. На морфологическом уровне значимым является использование оценочных прилагательных в их разных формах, а также слов-интенсификаторов. Возможно использование приёмов пародии или стилизации речи. В целом отмечается речевая свобода друзей в выборе речевых / языковых средств.

Специфической чертой дружеских комплиментов, опосредованных Интернетом, мы считаем использование в качестве самостоятельных комплиментов (или дополнительных средств) и реакций на них графических знаков: стикеров, смайлов и др. (скобки, восклицательные знаки и т.п.), а также обращение к собеседнику с использованием полной формы его имени вследствие технических особенностей осуществления коммуникации.

Комплимент в работе рассматривается как диалогический жанр, поэтому, наряду с самим комплиментом, мы рассматривали и реакции на него. Реакции на комплимент играют большую роль в процессе коммуникации, не уступая по значимости самому комплименту. Реакции на

комплимент включают в себя междометия, смайлы, стикеры для компенсации невербальных реакций, поддержания дружеской атмосферы общения. Они же отражают и гедонистическую составляющую общения друзей.

Важным является вывод, что в общении современной молодёжи комплименты не только принимаются, но и поддерживаются адресатом, что не было свойственно молодёжи XX века.

Перспективы исследования комплиментов мы связываем с анализом более обширного материала, а также с рассмотрением комплиментов в речи представителей других социальных групп и в других видах коммуникации.