

КОМПЛИМЕНТ КАК ЕДИНИЦА РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Введение. В последние годы чрезвычайно актуальным стал вопрос о национальной идентичности, о пути к открытому демократическому обществу. В связи с этим вырос интерес к процессу межличностной и межкультурной коммуникации, к способам достижения эффективности общения. Предметом нашего исследования стал один из неотъемлемых компонентов современной коммуникации, средство гармонизации межличностного взаимодействия — комплимент. Комплиментом интересуются разные области научного знания: психология, социология, лингвистика, риторика. В последние годы комплиментом (в целях обучения искусству общения) стала активно интересоваться практическая психология [1, с. 37]. Она рассматривает комплимент как необходимый компонент создания доверительной тональности общения, которая способствует его эффективности.

Основная часть. Толковые словари комплиментом называют любезные, приятные слова, лестный отзыв. Комплимент — одобрение нашей внешности, ума, поступка, работы.

Требования к искусству комплимента как элементу этикета в современном обществе кардинально изменились. Это объясняется тенденцией к американизации образа жизни и, следовательно, построению норм межличностных взаимоотношений согласно американскому примеру. Поэтому в современных пособиях по этикету комплименты рекомендуется делать как можно чаще и всем, «кто хоть в наименьшей мере достоин хорошего слова».

Англицизмы уже давно пользуются популярностью у немцев, особенно у молодежи. Также в связи с политической ситуацией в Германии все большее распространение получают понятия, заимствованные из турецкого или арабского. “Yo, Alter, du hast voll den Swag raus!” — подобные выражения все чаще можно услышать от молодых людей в Германии, которые желают сделать друг другу комплимент [2].

В характеристике комплимента как иллокутивного акта самыми существенными моментами являются иллокутивные цели комплимента, его место в системе речевых актов и отличия комплимента от подобных ему по форме иллокутивных актов.

Каждый комплимент обязательно должен содержать позитивную оценку. Исходя из этого, иллокутивной целью комплимента должно быть сообщение о том, что адресант хочет, чтобы адресат узнал, что адресант думает о нем что-то хорошее.

Для выражения позитивного состояния адресант может использовать целый набор конвенционных средств. Главным формальным индикатором иллокуции комплимента, как уже отмечалось, является позитивное оценочное суждение. Оно может выражаться с помощью как лексических, так и синтаксических средств.

Типичными лексическими средствами выражения позитивной оценки являются лексические единицы, в семантическую структуру которых входит значение позитивности. Такие единицы принадлежат к разным частям речи: существительным (*Schatz, Engel, Kluge*), прилагательным (*schön, nett, artig*), глаголам (*gefallen, lieben, werten*) [3, с. 105].

Эффективность комплимента, сила его воздействия повышаются при употреблении прилагательного в сравнительной или превосходной степени: *Und nun enttäuscht Sie die Wirklichkeit? — Nein, nein. Die Wirklichkeit ist schöner, greifbarer, mitreißender* (Konsalik).

Следует заметить, что глаголы играют значительно менее важную роль в производстве комплиментов по сравнению с прилагательными или существительными, их возможности в плане выражения оценки более ограничены, поскольку глагол выражает такие значения, которые отражают характер действия, особенности протекания обозначенного процесса, способ его существования. Эти причины определяют немногочисленность оценочных глаголов, наиболее употребительными из которых являются *bewundern, begeistern, gefallen, genießen: Ich bewundere dich echt* (Remarque).

То обстоятельство, что пропозиционное содержание комплимента, как правило, являет собой оценочное суждение, делает данный иллокутивный акт подобным по форме с иллокутивными актами похвалы, одобрения, увлечения. Однако компоненты, из которых состоят эти разновидности иллокутивных сил, неодинаковые. Принципиальное отличие иллокутивной силы комплимента заключается в том, что ее обязательными компонентами являются дополнительные иллокутивные цели: а) выразить намерение, желание, стремление принести удовольствие адресату; б) выразить позитивное отношение к адресату.

Наличие этих иллокутивных целей обуславливает еще один обязательный признак иллокутивной силы комплимента, а именно непосредственная связь объекта позитивной оценки с адресатом. Это значит, что можно хвалить кого-то/что-то, одобрять что-то, увлекаться кем-то/чем-то, что не имеет никакого отношения к адресату, но нельзя сказать комплимент человеку, который не присутствует при разговоре [4].

Следует подчеркнуть, что индикатором дополнительных иллокутивных целей комплимента являются не столько формально-семантические особенности высказывания, сколько его контекст (кто говорит, кому, при каких обстоятельствах, в каких условиях общения), а также интонация говорящего, его мимика (особенно улыбка), жесты [5].

Перлокутивный акт — это последствия влияния иллокутивного акта на конкретного адресата. Под перлокутивным актом комплимента следует понимать действие, цель которого заключается в том, чтобы вызывать у адресата позитивную эмоциональную реакцию, принести ему удовольствие. Например: *“Du hast schöne blaue Augen. — Danke. Sie sind wie bei meiner Mutter”* [3, с. 124].

Конечной коммуникативной целью комплимента, как и любого речевого действия, является цель социальная, связанная с организацией и координацией взаимодействия между коммуникантами. Осуществляя иллокутивный и перлокутивный акты комплимента, говорящий использует их как средство управления поведением адресата.

Анализируя комплименты как речевые действия, направленные на социальные цели, следует рассматривать их как два основных класса — этикетные комплименты и инструментальные комплименты, в зависимости от того, в состав какого социального действия (этикетного или инструментального) входит тот или иной иллокутивный акт комплимента. Наиболее очевидным критерием, который позволяет достаточно четко определить принадлежность конкретного комплиментарного высказывания к одному из классов, является обязательность употребления комплимента, продиктованная социокультурными нормами, этикетными предписаниями.

Для инструментальных комплиментов признаком дальнейшей классификации является стереотипный вариант изменения поведения коммуникативного партнера, определяющий конкретное содержание социальной цели, которой подчинен данный иллокутивный акт комплимента.

Этикетные комплименты не классифицируются по этому признаку, поскольку все они направлены на одну социальную цель — сохранение неантагонистических отношений между коммуникантами.

Комплимент — это явление, обусловленное этнокультурными факторами. Одной из принципиальных особенностей немецкоязычных культур является искренность и прагматичность, что и обуславливает характер комплиментов. Немецкие комплименты достаточно краткие, использованы в простой, невычурной форме и в настоящем времени: *Sie (du) sehen (siehst) sehr gut aus!* — Вы (ты) хорошо выглядите (выглядишь)!; *Sie (du) verändern sich (veränderst dich) ja gar nicht!* — Вы (ты) совсем не меняетесь (меняешься)!

В немецком языке большинство комплиментов касаются выполнения каких-либо поручений, за ними следуют комплименты внешности и комплименты умственным способностям.

Таким образом, комплимент как форма речевого этикета имеет определенные национально-культурные особенности и может рассматриваться через призму культурно-языковых традиций.

Закключение. Следует отметить, что речевой акт комплимента подчинен определенным правилам. Комплимент является составной частью этикета как «грамматики» поведения, которая определяет корректные формы и значение действий в процессе интеракции. В производстве комплиментов важна не столько правдивость пропозиции — объективная информация о внутреннем мире говорящего, сколько выражение его субъективного мнения о ситуации и адресате.

Список цитируемых источников

1. Борисов, А. Ю. Роскошь человеческого общения / А. Ю. Борисов. — М. : Менеджер, 2000. — 176 с.
2. Jugendsprache: “Das hat richtig rasiert“ [Электронный ресурс]. — Режим доступа к статье: <http://www.dw.com/de/jugendsprache-das-hat-richtig-rasiert/a-17268665>. — Дата доступа: 21.09.2017.
3. Бацевич, Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : підруч. / Ф. С. Бацевич. — Київ : Академія, 2004. — 344 с.
4. Серль, Дж. Р. Природа интенциональных состояний / Дж. Р. Серль ; пер. с англ. // Философия. Логика. Язык. — М. : Прогресс, 1987. — С. 96—126.
5. Мищенко, В. Я. Косвенные способы реализации иллокуции комплимента / В. Я. Мищенко // Вісн. Харків. держ. ун-ту : Романо-германська філологія. — Харків : Константа, 1999. — № 430. — С. 101—107.

УДК: 81

С. Н. Шикунец

Учреждение образования «Военная академия Республики Беларусь», Минск

О ПРОБЛЕМЕ ВОЕННОГО ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Словарный состав немецкого языка находится в состоянии почти непрерывного развития, отражая изменения, происходящие во всех областях жизни и деятельности людей. В процессе этого развития словообразование, т. е. образование новых слов на базе уже существующих при помощи специальной языковой техники, играет первенствующую роль. Словообразование относится к структуре языка; изучение общего строя языка неразрывно связано с изучением законов словообразования,