

SINESTESIEONLINE

SUPPLEMENTO DELLA RIVISTA «SINESTESIE»

ISSN 2280-6849

a. XII, n. 40, 2023

Complimenti e genere in italiano

Compliments and Gender in Italian

GIOVANNA ALFONZETTI E GIULIO SCIVOLETTO

ABSTRACT

L'articolo riporta i risultati della terza fase di un'ampia ricerca sui complimenti in italiano, condotta nella prospettiva della pragmatica variazionale, allo scopo di esaminare l'impatto del genere sui complimenti. Dopo una rivisitazione in prospettiva variazionale del corpus di parlato spontaneo analizzato nella prima fase, vengono discussi i dati ricavati da un questionario, somministrato a un campione di giovani a Catania, centrato su alcuni aspetti chiave dei complimenti: frequenza, oggetto, modulazione e funzione. In generale, emerge un pattern di genere: tra donne i complimenti sono molto più frequenti e svolgono soprattutto una funzione interpersonale, legata al concetto di comunione fatica, sono cioè atti finalizzati a creare, mantenere e rafforzare rapporti di reciproca solidarietà.

PAROLE CHIAVE: complimenti, genere, variazione, pragmatica

The article reports the results of the third phase of a wider study on compliments in Italian, conducted from the perspective of variational pragmatics, to examine the impact of gender on compliments. After revisiting in a variational perspective the corpus of spontaneous speech analyzed in the first phase, the data deriving from a questionnaire submitted to a sample of young individuals in Catania are discussed. The questionnaire explores key aspects of compliments: frequency, object, modulation, and function. Overall, a gender pattern emerges: among women, compliments are much more common and serve an important interpersonal function, linked to the concept of phatic communion, as they are acts aimed at creating, maintaining, and strengthening mutual solidarity.

KEYWORDS: compliments, gender, variation, pragmatics

AUTORI

Giovanna Alfonzetti insegna Linguistica italiana presso il Dipartimento di Scienze Umanistiche dell'Università di Catania. La sua ricerca si colloca soprattutto nell'ambito della sociolinguistica, della pragmatica e della (s)cortesia verbale. Tra i suoi principali lavori si ricordano *Il discorso bilingue. Italiano e dialetto a Catania* (Franco Angeli 1992, rist. 2012), *I complimenti nella conversazione* (Editori Riuniti University Press 2009), *"Mi lasci dire". La conversazione nei galatei* (Bulzoni 2016) e *Vuciata Kitchen Market. Il dialetto nel paesaggio linguistico siciliano* (Centro di studi filologici e linguistici siciliani 2023).

galfonz@unict.it

Giulio Scivoletto è assegnista di ricerca in Linguistica italiana all'Università di Catania, dove insegna Sociolinguistica dell'italiano. Dopo aver studiato i marcatori del discorso in siciliano (*Discourse Markers in Sicily. A Synchronic, Diachronic, and Sociolinguistic Analysis*, Leiden-Boston, Brill, 2022), lavora oggi sul tema dell'italiano popolare. Si interessa soprattutto di dinamiche di contatto e variazione in ambito italo-romanzo, mutamento semantico-pragmatico ed educazione linguistica.

giulio.scivoletto@unict.it

1. Introduzione

L'obiettivo principale di questo lavoro¹ è valutare l'impatto esercitato dal genere sui complimenti, nel contesto linguistico e culturale dell'italiano contemporaneo. Il genere è infatti uno dei fattori macro-sociolinguistici che, insieme a classe sociale, regione, etnicità ed età, più influenza gli usi comunicativi, e in particolare i complimenti anche oltrepassando le diversità socioculturali.²

Per studiare la correlazione tra l'atto linguistico del complimento e la variabile sociale del genere occorre, innanzitutto, assumere quest'ultima come un costrutto eminentemente ideologico:³ si tratta di un'istituzione sociale basata su uno schema duale,⁴ che non rappresenta un tratto essenziale della persona, come può dirsi per la nozione di sesso,⁵ ma piuttosto una costruzione che si produce e riproduce attraverso una rete di pratiche sociali e discorsive, nonché linguistiche. In altre parole, il genere non è qualcosa che ci appartiene, ma piuttosto qualcosa che facciamo,⁶ in una dimensione interazionale.

I complimenti si collocano dunque, insieme ad altri atti e aspetti pragmatico-comunicativi della lingua, all'interno delle risorse adoperate per la costruzione dell'identità di genere.⁷ A partire dalla socializzazione primaria,⁸ la lingua veicola, permettendola o imponendola, una caratterizzazione di genere.

¹ I paragrafi 1, 3 e 4 sono da attribuire a Scivoletto; il paragrafo 2 ad Alfonzetti.

² Cfr. J. REES-MILLER, *Compliments revisited: Contemporary compliments and gender*, in «Journal of Pragmatics», XLIII, 2011, pp. 2673-2688 per una panoramica generale.

³ Cfr. P. ECKERT, S. MCCONNELL-GINET, *Language and gender*, Cambridge University Press, Cambridge 2013 come riferimento generale al rapporto tra lingua e genere.

⁴ Rispetto alla nozione di schema duale (su cui cfr. L. S. LIBEN, R. S. BIGLER, *The developmental course of gender differentiation: Conceptualizing, measuring, and evaluating constructs and pathways*, in «Monographs of the Society for Research in Child Development», LXVII, 2, 2002, pp. i-183), cfr. anche P. BOURDIEU, *Il dominio maschile*, Feltrinelli, Milano 1998 sul genere come concetto relazionale.

⁵ La nozione di sesso vale come descrittore dei corpi in senso biologico (R. QUEEN, *Language and sexual identities*, in *The Handbook of Language, Gender, and Sexuality*, a cura di S. Ehrlich, M. Meyerhoff, J. Holmes, Wiley, Oxford 2014, p. 204). Cfr. BOURDIEU, *Il dominio maschile* cit. sulla naturalizzazione di tale concetto.

⁶ Cfr. C. WEST, D. H. ZIMMERMANN, *Doing Gender*, in «Gender & Society» 1, 2, 1987, pp. 125-151, e J. BUTLER, *Questioni di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Laterza, Bari-Roma 2023.

⁷ Una sintesi delle differenze linguistiche e pragmatiche tra generi è in J. HOLMES, *An introduction to sociolinguistics. Fourth edition*, Routledge, Londra-New York 2012, pp. 301-336.

⁸ In ambito italiano, sul ruolo di socializzazione, educazione e linguaggio per le questioni di genere cfr. S. FORNARI, A. BERRITTO, I. CRESPI, P. MATURI, *Socializzazione, educazione e linguaggio*, in *Manuale di educazione al genere e alla sessualità*, a cura di F. Corbisiero e M. Nocenzi, Utet, Torino 2022, pp. 69-98.

In questa prospettiva, i complimenti sono stati indagati in molti contesti linguistici e culturali,⁹ mentre in Italia il tema è ancora piuttosto trascurato, tranne poche eccezioni.¹⁰ Il nostro studio sull'italiano intende trattare dunque l'atto dei complimenti non tanto come un riflesso di categorie preesistenti, bensì come qualcosa che contribuisce alla costruzione e al mantenimento di tali categorie socioculturali, uno dei mezzi a disposizione di chi parla per posizionarsi all'interno dell'ordine di genere.¹¹

1.1 Aspetti metodologici

Si presentano qui i principali risultati della terza fase (ancora in corso) di un più ampio studio di lungo termine sui complimenti in italiano, condotto con vari approcci teorico-metodologici e tecniche di raccolta, partendo dall'assunto che integrare prospettive diverse consenta una visione più esaustiva dell'oggetto di analisi.

La prima fase della ricerca si è avvalsa del metodo sul campo e in particolare dell'analisi conversazionale di un ampio corpus di parlato spontaneo registrato in una vasta gamma di situazioni comunicative nelle città di Catania e Roma. I principali obiettivi erano: (i) inquadrare i complimenti all'interno dei modelli teorici della cortesia; (ii) identificare i criteri per definire i complimenti in quanto atti illocutori; (iii) elaborare una tipologia di risposte; (iv) ricostruire le strutture delle sequenze

⁹ Lo spazio di questo articolo non consente un'elencazione puntuale. Oltre agli studi, citati in queste pagine, incentrati sulle lingue più vicine a noi (a partire almeno da N. WOLFSON, *Pretty is as pretty does: A speech act view of sex roles*, in «Applied Linguistics», v, 3, 1984, pp. 236-244, J. HOLMES, *Paying compliments: a sex-preferential politeness strategy*, in «Journal of Pragmatics», XII, 1988, pp.445-465, R. K. HERBERT, *Sex-based differences in compliment behavior*, in «Language in Society», XIX, 1990, pp. 201-224), basti menzionare i primi lavori su lingue dell'estremo (R. CHEN, *Responding to compliments. A contrastive study of politeness strategies between American English and Chinese speakers*, in «Journal of Pragmatics», XX, 1993, pp. 49-75) e vicino oriente (M. FARGHAL, M. A. AL-KHATIBB, *Jordanian college students' responses to compliments: A pilot study*, in «Journal of Pragmatics», XXXIII, 2001, pp. 1485-1502), dell'Anatolia (S. RUHI, G. DOĞAN, *Relevance theory and compliments as phatic communion. The case of Turkish*, in *Linguistic Politeness Across Boundaries: The case of Greek and Turkish*, a cura di A. Bayraktaroğlu e M. Sifianou, Benjamins, Amsterdam e Philadelphia 2001, pp. 341-390) o del continente africano (M. K. RALARALA, M. DLALI, *Paying compliments in Xhosa: A favoured gender-based conversational strategy*, in «South African Journal of African Languages», XXVII, 4, 2007, pp. 149-165).

¹⁰ Cfr. M. CASTAGNETO, *Le risposte ai complimenti in Italia: questioni di gender*, in «Atti del Sodalizio Glottologico Milanese», XVIII-IX, 2016, pp. 169-179, M. CASTAGNETO, *Dagli estranei non si accettano caramelle, ma si accettano complimenti*, in *Lingua in contesto. La prospettiva pragmatica*, a cura di E. Nuzzo e I. Vedder, Officinaventuno, Milano 2019, pp. 129-148, e M. CASTAGNETO, D. SIDRASCHI, *Strategie di risposta ai complimenti sull'aspetto fisico in italiano*, in *Self and Other in Dialogue. Romance Studies on Discourse and Interaction*, a cura di J. Gille e C. Norén, Peter Lang, Berlino 2018, pp. 59-90.

¹¹ ECKERT, MCCONNETT-GINET, *Language and gender* cit., pp. 22, 47-48.

complimento-risposta nella conversazione; (v) analizzare i complimenti nella cornice della comunicazione emotiva, stabilendone la relazione con la modulazione della forza illocutoria in entrambe le direzioni del rafforzamento e della mitigazione. Alcune questioni teoriche emerse in questa prima fase, complesse e non risolvibili con l'approccio adoperato, sono state poi sottoposte alla riflessione di un campione di 300 parlanti tramite un questionario, sulla cui base è stata condotta una intervista strutturata,¹² rientrando nell'*armchair method*.¹³ Le domande miravano a elicitarle le opinioni su: funzioni dei complimenti, estensione della catena di merito, importanza della spontaneità come criterio per identificare il complimento prototipico, difficoltà di individuare i complimenti impliciti e possibilità di applicare ai complimenti il concetto di mitigazione.

Da queste due prime fasi è emerso che presso le comunità coinvolte prevale una concezione dei complimenti come *face-enhancing acts*,¹⁴ volti soprattutto a far piacere e gratificare il destinatario, e come *social lubricants*,¹⁵ strategie di convergenza per esprimere solidarietà e accorciare le distanze interpersonali.¹⁶ Lo stile rilevato si avvicina a quello americano (ma anche slavo, mediterraneo, ecc.), in cui i complimenti sono frequenti e spesso intensificati, opposto a quello ipotizzato da Kasper relativamente a una presunta «supranational North Western European region of shared cultural values»,¹⁷ dove i complimenti funzionano meno spesso come lubrificanti sociali e tendono ad essere mitigati.

Una riflessione più approfondita, tuttavia, ha sviluppato la consapevolezza di un limite di queste conclusioni: l'idealizzazione sottostante a molte ricerche di pragmatica interculturale, secondo cui le comunità linguistiche sarebbero insieme omogenei di membri che agiscono in modo uniforme, trascurando la variabilità sociale dell'uso linguistico.¹⁸

¹² G. ALFONZETTI, *I complimenti nella competenza metacomunicativa dei parlanti*, in *Cortesia - Politesse - Cortesia. La cortesia verbale nella prospettiva romanistica*, a cura di G. Held e U. Helfrich, Peter Lang, Francoforte 2011, pp. 211-227, G. ALFONZETTI, *I complimenti visti dai parlanti*, in EAD., *Questioni di (s)cortesia: complimenti e insulti*, Sinestesia, Avellino 2017, pp. 9-54.

¹³ Cfr. A. H. JUCKER, *Speech act research between armchair, field and laboratory. The case of compliments*, in «Journal of Pragmatics», XLI, 2009, pp. 1611-1635.

¹⁴ M. SIFIANOU, *"Oh! How appropriate!" Compliments and politeness*, in *Linguistic politeness across boundaries*, a cura di A. Bayraktaroglu e M. Sifianou, Benjamins, Amsterdam-Philadelphia 2001, pp. 391-430.

¹⁵ N. WOLFSON, *An empirically based analysis of complimenting in American English*, in *Sociolinguistics and Language Acquisition*, a cura di N. Wolfson e E. Judd, Rowley, Newbury House, Mass. 1983, pp. 82-95.

¹⁶ Cfr. R. BOYLE, *"You've worked with Elisabeth Taylor!": phatic functions and implicit compliments*, in «Applied Linguistics», XXI, 2000, pp. 29-30.

¹⁷ G. KASPER, *Linguistic politeness*, in «Journal of Pragmatics», XIV, 2, 1990, pp. 193-218, p. 199.

¹⁸ G. KASPER, *Wessen Pragmatik? Für eine Neubestimmung fremdsprachlicher Handlungskompetenz*, in «Zeitschrift für Fremdsprachenforschung», VI, 1, 1995, pp. 69-94, pp. 72-74.

Si è pertanto intrapresa una terza fase della ricerca, in una prospettiva di pragmatica variazionale, partendo dall'assunto secondo cui «cultural norms reflected in speech acts differ not only from one language to another, but also from one regional and social variety to another». ¹⁹ Lo studio, condotto tramite un questionario, si concentra sul livello azionale, poiché si mette a fuoco la realizzazione e la ricezione dei complimenti come atto linguistico, e sul livello tematico, in quanto prende in considerazione l'oggetto dei complimenti (*actional level* e *topic level* nel quadro di Barron e Schneider, ²⁰ mentre il livello interazionale, che riguarda le sequenze conversazionali, non può invece essere approfondito con questa tecnica di raccolta). ²¹

Il questionario indaga la percezione del fare e ricevere complimenti, sollecitando giudizi autovalutativi, ed è stato somministrato tramite Google Moduli ²². La maggior parte delle domande, a risposta multipla, focalizza aspetti cruciali tra cui frequenza, funzione, normatività, oggetto, e modulazione. Il campione è di 576 persone, di età compresa tra 17 e 35 anni, iscritte a un corso di laurea dell'Università di Catania, cioè giovani con istruzione medio-alta quasi interamente residenti in Sicilia. Del campione totale, 353 persone si sono identificate come donne, 214 come uomini, 9 come altro tipo di identità di genere (non binarie, fluide, ecc.). A fronte di un numero così esiguo per la categoria 'altro', ci concentriamo qui sull'opposizione duale donne-uomini.

1.2 Le domande di ricerca

L'inchiesta tratta gli aspetti dei complimenti in cui da precedenti ricerche sono emerse significative differenze di genere, che spesso travalicano confini linguistici e culturali; elencati di seguito:

- *Frequenza*. Molti studi mostrano che le donne fanno e ricevono complimenti in quantità maggiore degli uomini, soprattutto nell'interazione tra loro. Ciò è emerso sin dai lavori pionieristici su genere e complimenti in inglese americano ma anche da studi su varie altre lingue.

¹⁹ A. WIERZBICKA, *Different cultures, different languages, different speech acts: Polish vs. English*, in «Journal of Pragmatics», IX, 2/3, 1985, p. 146.

²⁰ A. BARRON, K. P. SCHNEIDER, *Variational pragmatics: Studying the impact of social factors on language use in interaction*, in «Intercultural Pragmatics», VI, 4, 2009, pp. 425-442.

²¹ Sebbene il questionario (tramite *discourse completion task*, rientranti nel *laboratory method*) abbia elicitato le risposte ai complimenti, queste richiedono un'analisi più approfondita, di tipo qualitativo, ben diversa dall'esame quantitativo condotto in questo lavoro.

²² Il questionario si può vedere al seguente indirizzo: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQL-Scb9Wi8ftFhLbk-KLpZZC-wABRIwCvKZzIVnyZ_BqzAorpAhw/viewform?usp=sf_link.

- *Oggetto del complimento.* In linea generale le donne fanno e ricevono complimenti soprattutto sull'apparenza (aspetto fisico, abiti, accessori, ecc.), mentre gli uomini su oggetti posseduti, abilità e performance.²³ In particolare i complimenti sull'aspetto fisico rischiano di causare imbarazzo o sorpresa negli uomini²⁴ ed essere percepiti quindi come *face-threatening acts (FTA)*,²⁵ specie se vertono su oggetti materiali che potrebbero suscitare desiderio e invidia, coerentemente alla concezione di Brown e Levinson²⁶ dei complimenti come atti che intrinsecamente minacciano la faccia negativa del destinatario.
- *Modulazione.* Risulta una maggiore propensione delle donne a intensificare il complimento, mentre al contrario gli uomini tenderebbero ad attenuarli.²⁷
- *Funzione.* In generale, pare che le donne tendano a usare i complimenti soprattutto come atti di solidarietà e cortesia positiva, mentre gli uomini li percepiscano come *FTA*, che causano imbarazzo e fastidio.²⁸
- *Risposte.* Gli studi delineano un quadro variegato, entro cui osserviamo due linee di interpretazione. Secondo una visione per così dire massimalista, le differenze tra uomini e donne sono rilevanti e dipendono dal genere di chi fa il complimento: semplificando quanto illustra Herbert,²⁹ quelli fatti da donne hanno minori probabilità di essere accettati, rispetto a quelli provenienti da uomini, soprattutto se rivolti a donne. Seconda una visione minimalista, invece, la differenza nelle risposte non consiste nella scelta della strategia generale (accettazione, rifiuto/disaccordo, evitamento) ma nelle sotto-categorie. In Nuova Zelanda,³⁰ ad esempio, gli uomini tendono più a ignorare il complimento (forse perché lo percepiscono come *FTA*), mentre le donne preferiscono trasferire il credito o fornire un commento informativo (coerentemente con la visione femminile dei complimenti come cortesia positiva), oppure mostrarsi in disaccordo (come conseguenza della pressione ad essere modeste che la società esercita su di loro). Come anticipato, la terza fase di questa ricerca non prende in esame il tema delle risposte, che richiede un'analisi ulteriore e metodologicamente diversa (n. 21).

²³ Oltre ai lavori già citati cfr. ECKERT, MCCONNEL-GINET, *Language and Gender* cit., p. 78.

²⁴ Cfr. J. HOLMES, *Women, Men and Politeness*, Longman, Londra 1995, pp. 131-135.

²⁵ N. WOLFSON, *An empirically based analysis* cit., p. 93.

²⁶ P. BROWN, S. C. LEVINSON, *Politeness. Some universals in language usage*, Cambridge University Press, Cambridge 1987.

²⁷ HOLMES, *Paying compliments* cit., HOLMES, *Women, Men and Politeness* cit., HERBERT, *Sex-based differences in compliment behavior* cit.

²⁸ HOLMES, *Paying compliments* cit., p. 452; HOLMES, *Women, Men and Politeness* cit., pp. 124-125.

²⁹ HERBERT, *Sex-based differences in compliment behavior* cit.

³⁰ HOLMES, *Women, Men and Politeness* cit.

2. Il corpus di parlato rivisitato da una prospettiva di genere

Le questioni teoriche affrontate nella prima fase hanno condotto a mettere da parte l'incidenza della variabilità sullo scambio dei complimenti. Partendo invece dall'assunto che gli atti linguistici variano anche all'interno della stessa cultura in relazione a diversi fattori, si è rianalizzato il corpus di parlato spontaneo dal punto di vista del genere. Si è così seguito il suggerimento dato da Holmes più di trent'anni fa,³¹ ma lasciato per lo più inascoltato, di considerare solo ipotesi provvisorie le osservazioni sulle differenze di genere derivanti per lo più da ricerche condotte con il metodo etnografico, che necessitano di essere verificate con analisi più approfondite di parlato spontaneo, per superare i limiti derivanti sia dal *notebook* sia dal *laboratory method*.³²

Prima di presentare i risultati della inchiesta con questionario, sarà illustrato ciò che la rianalisi del corpus può dirci in relazione all'oggetto specifico di questa terza fase della ricerca.

2.1 Frequenza

L'analisi conferma la tendenza riscontrata in molti studi precedenti su lingue e culture diverse: anche nel corpus di complimenti italiani, le donne fanno e ricevono molti più complimenti degli uomini in tutte le situazioni. Il dato era stato già notato in Alfonzetti,³³ ma siamo ora in grado di dare dati quantitativi più precisi; il corpus contiene 148 complimenti, così distribuiti nelle quattro diadi donna a donna, uomo a donna, donna a uomo e uomo a uomo:

D>D	63%
U>D	22%
D>U	11%
U>U	4%

Le donne, dunque, fanno il 74% dei complimenti: il 63% ad altre donne, l'11% a uomini; ricevono l'85% dei complimenti: il 63% da altre donne e il 22% da uomini.

³¹ HOLMES, *Paying compliments* cit., p. 463: «The next stage in the analysis of compliments will involve a thorough analysis of taped material, enabling detailed interpretation of the functions of compliments in a wide range of contexts».

³² Su questo punto cfr. JUCKER, *Speech act research* cit. e ALFONZETTI, *I complimenti visti dai parlanti* cit., pp. 48-54.

³³ ALFONZETTI, *I complimenti nella conversazione* cit.

Gli uomini fanno il 26% dei complimenti: il 22% rivolti a donne e solo il 4% ad altri uomini; ricevono il 15% dei complimenti, di cui l'11% da donne e il 4% da altri uomini. Risulta quindi confermata la bassissima percentuale di complimenti tra uomini.

Un'analisi più accurata conferma, inoltre, un altro dato interessante, emerso anch'esso da precedenti ricerche: nei complimenti rivolti alle donne, da parte sia di uomini, sia di altre donne, si annullano le differenze di ruolo, status ed età che regolano invece quelli rivolti agli uomini. In altre parole, mentre la deferenza accordata agli uomini di status alto pone forti restrizioni sui complimenti loro rivolti da parte di persone subordinate o più giovani, una donna adulta di status alto viene spesso complimentata da parlanti più giovani e di status inferiore, anche sull'aspetto fisico. Si è, quindi, d'accordo con Wolfson, secondo cui «sex overrides status»³⁴ e con Holmes, che riscontra che «higher status females were twice as likely to receive compliments as higher status men».³⁵

Riportiamo qui un esempio ripreso dal corpus,³⁶ che chiaramente illustra questo punto. In (1) il venditore, mentre consegna a domicilio i tappeti acquistati dalla cliente in negozio, nel vedere uno step nel salone, le fa un complimento sulla forma fisica, cui lei reagisce con un disaccordo espresso con un *sì* antifrastico, accompagnato da un sorriso e da un lieve rossore:

(1) Tra venditore e cliente

- 1 Am io oggi pensavo che lei andava in palestra ma vedo che la fa qua la ginnastica
- 2 Bf sì la faccio a casa
- 3 Am ha un fisico da attrice [da top model
- 4 Bf [sì! ((sorridente e arrossisce))

Il fenomeno si riscontra anche nell'interazione tra donne, ma con differenze significative nel modo di reagire: in (2) una giovane parrucchiera, mentre fa la piega a una cliente che vede per la prima volta, la complimenta per il suo aspetto giovanile, suscitando anche in questo caso un sorriso; a differenza di (1), però, il sorriso è accompagnato da un ringraziamento esplicito e seguito da una espressione di implicito apprezzamento, segno inequivocabile di quanto la cliente abbia gradito le parole lusinghiere della parrucchiera:

³⁴ WOLFSON, *Pretty is as pretty does* cit., p. 241.

³⁵ HOLMES, *Women, Men and Politeness* cit., p. 135.

³⁶ ALFONZETTI, *I complimenti nella conversazione* cit.

(2) Dal parrucchiere

1 Bf io il mio dovere l'ho fatto già ho due figli uno di diciotto e una di quindici adesso basta

2 Af lei ha due figli così grandi? io credevo che si fosse sposata da pochi anni come me
per questo le ho detto di darci del tu credevo che andava ancora all'università sembra molto più giovane

3 Bf grazie! ((sorride)) che bella giornata oggi!

Ringraziare mostrando gratitudine per il “regalo” ricevuto è una reazione che assegna al complimento il valore di *face-enhancing act* volto a suscitare piacere in chi lo riceve.³⁷ Al contrario, l'imbarazzo, il rossore e l'assenza di ringraziamento esplicito in (1) mostrerebbero che il complimento venga trattato come un *FTA*, benché il sorriso sembrerebbe rivelare un certo compiacimento, che però, data la relazione tra partecipanti e la differenza di genere, si tenta di occultare con strategie di evitamento e/o disaccordo. In (2), invece, nonostante la relazione asimmetrica, l'identità di genere potrebbe far sì che il complimento sia percepito e soprattutto trattato come *affective positive polite act*. Gli esempi di questo tipo nel corpus di parlato sono molti ma nessuno rivolto a un uomo.

2.2 Oggetto del complimento

La rianalisi del corpus conferma anche le differenze di genere riscontrate in studi precedenti riguardante l'oggetto: le donne fanno e ricevono molti più complimenti sull'aspetto fisico e su abiti, accessori e gioielli. Ecco qualche dato quantitativo:

- dei 19 (13%) complimenti su bellezza e doti naturali, tutti tranne uno sono rivolti a donne, da parte sia di altre donne (9) sia di uomini (10). Nessuno da uomo a uomo;
- i complimenti per un nuovo taglio di capelli o una nuova pettinatura sono in tutto 14 (9%): 10 tra donne, 4 da donna a uomo, in tutti e quattro i casi da parte di chi aveva suggerito al destinatario di tagliare i capelli; circostanza in cui il complimento assume una funzione direttiva (cfr. 2.4). Nessun complimento sui capelli da parte di uomini;
- degli 8 complimenti (5%) sul tenersi in forma e/o sul dimagrimento, 6 vengono scambiati tra donne, uno da uomo a donna e uno da uomo a uomo.

³⁷ Cfr. J.-M. MARANDIN, *Des mots et des actions : “compliment”, “complimenter” et l'action de complimenter*, in «Lexique et Faits Sociaux», v, 1987, p. 85.

Quest'ultimo, tuttavia, sembrerebbe un *FTA*, poiché il destinatario, come rivela la sua risposta di accordo tutt'altro che compiaciuto, è sì dimagrito ma per motivi di salute;

- dei 10 complimenti sul mantenersi o sembrare più giovani, 8 sono rivolti a donne, 5 da parte di altre donne, 3 da parte di uomini. Nessuno da uomo a uomo. Due sono rivolti da donne a uomini, entrambi con chiave scherzosa all'interno di relazioni amicali;
- tutti i 18 complimenti (12%) su abiti o accessori tranne uno sono tra donne; uno da uomo a donna; nessuno tra uomini;
- i complimenti sull'eleganza sono 7 (5%): 3 da donna a uomo, 2 tra donne, 1 da uomo a donna e 1 da uomo a uomo. L'analisi di quest'ultimo, però, rivela che si tratta di una strategia volta a mitigare una sorta di critica; durante una cena a casa di amici a Roma, infatti, uno degli invitati lamenta di sentire molto caldo e un altro gli risponde: «ma poi sei elegantissimo ma sei pure vestito pesante».
- i 17 complimenti sui gioielli (11%) sono tutti scambiati tra donne;
- i 13 complimenti (9%) su casa e oggetti di arredamento sono scambiati tra donne, tranne 3 da uomo a donna;
- le donne ricevono anche la maggior parte (cioè 26) dei 34 (23%) complimenti su abilità e performance, un tipo di complimenti molto più legato dei precedenti al contesto di situazione;³⁸
- dei rari complimenti (5 = 3%) su personalità e temperamento, 4 sono rivolti a donne (3 da uomini, 1 da un'altra donna) e uno da uomo a uomo;
- gli esigui (cioè 4) complimenti su altri oggetti (automobile, città e figli) sono tutti rivolti a donne: 3 da altre donne, 1 da un uomo.

2.3 Forma e modulazione del complimento

Dal corpus emerge la tendenza generale verso l'intensificazione dei complimenti grazie a una molteplicità di mezzi verbali e non verbali. Una analisi attenta alla variabile genere mette in luce una differenza significativa: contrariamente alle donne, gli uomini raramente si avvalgono degli elementi più strettamente emotivi per rafforzare i complimenti – quali sorrisi, tono di voce affettuoso, allungamenti fonologici, interiezioni, diminutivi e costruzioni sintattiche marcate (*Che bella sciarpa che hai!*) – molto frequenti invece nei complimenti fatti da donne. In (4) si

³⁸ REES-MILLER, *Compliments revisited* cit.

dà una esemplificazione di complimenti con struttura sintattica marcata, estrapolati da situazioni diverse, tutti formulati da donne:

- (3)
 guarda che bell::ina quella borsetta!
 che belli::no! ((tono infantile)) cos'è::?
 bellino questo cappottino ((tra donne anziane))
 che carino questo cosino che hai in testa
 ah! carini questi orecchini sono
 che bella la tua borsa B!
 che bella che sei qua
 che belli::no quel lume B!

Anche Holmes riscontra in Nuova Zelanda la tendenza femminile a rafforzarne la funzione espressiva grazie all'uso del «rhetorical pattern 4 (e.g. *What a neat blouse*)», mentre gli uomini adoperano più spesso il «minimal pattern 5 (e.g. *Great shoes*) [...] attenuating or hedging it».³⁹

Nei complimenti fatti da uomini, sia a uomini sia a donne, a livello sintattico prevale l'uso di frasi con ordine non marcato, come in (4), dove un uomo loda l'abilità culinaria dell'amico mentre lo osserva preparare degli spiedini di pesce, ricevendo come risposta un disaccordo radicale:

- (4) tra amici
 1 Am sei un grande!
 2 Bm no! ma che ci vuole? veramente non ci vuole niente

Nella maggior parte dei casi gli uomini tendono, dunque, a trattare il complimento, sia nel formularlo, sia nel reagire ad esso, come se fosse un atto illocutorio assertivo, cioè un atto che mira solamente a rappresentare o descrivere la realtà.⁴⁰ Questo punto merita una riflessione più attenta. Nella prima fase della ricerca, i complimenti sono stati definiti degli atti ibridi: chi fa un complimento, infatti, manifesta un sentimento di interesse, affetto e ammirazione verso il destinatario (componente espressiva), per mezzo di una valutazione positiva di qualcosa o qualcuno a questi più o meno strettamente connessa/o (componente rappresentativa).

Sulla base di quanto emerge da questa rianalisi, si potrebbe sostenere che nei complimenti fatti da uomini la componente assertiva sia di solito più forte di quella espressiva, al contrario di quanto succede nella maggior parte dei complimenti fatti

³⁹ HOLMES, *Paying compliments* cit., p. 454.

⁴⁰ M. KISSINE, *Speech act classifications*, in *Pragmatics of Speech Actions*, a cura di M. Sbisà e K. Turner, Mouton de Gruyter, Berlin 2013, p. 181.

da donne. D'altronde, come nota Sbisà,⁴¹ è l'enfasi «on the expressed inner state» che contribuisce a caratterizzare l'atto come espressivo: un enunciato quale «'Oh, it is so pretty'» – rafforzato dall'interiezione e dall'avverbio *so* – è «more clearly a compliment than 'It is pretty'», che invece non presenta nessun elemento di intensificazione.

2.4 Funzione del complimento

Stabilire la funzione e, in particolare, se i complimenti svolgano funzioni diverse a seconda del genere è la questione teorica più complessa. Mancano, infatti, elementi espliciti e “oggettivi”, di cui si dispone nell'esaminare forma e oggetto del complimento o nel misurare la frequenza e il grado di modulazione. Il rischio, dunque, è quello di una eccessiva sovrainterpretazione da parte di chi conduce la ricerca. Nell'analisi del corpus si è cercato pertanto di adoperare un approccio discorsivo, con focus centrato sul contesto, sia conversazionale che situazionale, e sul lavoro relazionale e l'interpretazione dei partecipanti.⁴² La reazione è, infatti, un indizio-chiave per comprendere come il complimento sia stato percepito e interpretato, e quindi la funzione che svolge in ciascuno scambio comunicativo.

L'analisi mostra che, indipendentemente dal genere, i complimenti svolgono diverse funzioni, strettamente legate alle circostanze e alla relazione tra chi fa e chi riceve il complimento, all'oggetto, alla reazione che suscita e dunque alla struttura delle sequenze complimento-risposta, ecc. Le funzioni principali riscontrate nel materiale registrato sono:

- *funzione fatica*: i complimenti rientrano nella *comunione fatica*, nozione elaborata da Malinowski in riferimento agli usi linguistici nei quali legami di unione e solidarietà vengono creati dal semplice scambio di parole. Ma se in altre forme di discorso fatico, il legame si crea per il solo fatto di scambiarsi parole il cui significato è in gran parte irrilevante, nei complimenti invece è proprio il rivolgere al destinatario parole di ammirazione a far sì che essi funzionino come *social lubricants*, creando, mantenendo o rinsaldando rapporti di amicizia e reciproca solidarietà. La funzione fatica va dunque intesa in un'accezione ampia;⁴³

⁴¹ M. SBISÀ, *Illocutionary force and degrees of strength in language use*, in «Journal of Pragmatics», xxxiii, 2001, p. 1794.

⁴² Cfr. R.J. WATTS, *Politeness*, Cambridge, University Press, Cambridge 2003; M. TERKOURAFI, *Beyond the micro-level in politeness research*, in «Journal of Politeness Research», I, 2005, pp. 237-262.

⁴³ BOYLE, “*You’ve worked with Elisabeth Taylor*” cit., pp. 29-30.

- *funzione rituale*: in alcune situazioni, i complimenti sono così fortemente attesi che la loro assenza potrebbe essere percepita come un segnale di disattenzione, disapprovazione o addirittura di antagonismo competitivo. Secondo Leech infatti «where the Approbation Maxim is in force, a failure to commit oneself to a favourable opinion implies that one cannot (truthfully) do so»: in altre parole, «the lack of praise implicates dispraise». ⁴⁴
- *funzione direttiva*: quando sono rivolti dall'alto in basso all'interno di relazioni asimmetriche, i complimenti mirano a rafforzare un comportamento ritenuto appropriato e possono dunque essere considerati una forma cortese di inculcare norme e convenzioni sociali; ⁴⁵
- *funzione mitigatrice*: i complimenti talvolta sono usati come strategie di cortesia positiva ⁴⁶ per mitigare gli effetti negativi di *FTA*, come critiche, richieste, rimproveri, ecc.;
- *funzione rafforzativa*: talvolta i complimenti mirano invece a intensificare altri atti espressivi, quali saluti, auguri e soprattutto ringraziamenti. ⁴⁷

L'unica differenza di genere emersa dalla rianalisi del corpus riguarda la funzione fatica, che può senz'altro considerarsi tipica dello scambio dei complimenti tra donne. Non è possibile invece stabilire correlazioni significative tra il genere e le altre funzioni. Il principale indizio che legittima la correlazione tra genere e funzione fatica è la frequenza con cui fare un complimento dà luogo a espansioni che si sviluppano in sequenze tematiche più o meno lunghe, il cui nesso con la sequenza complimento-risposta è dato dall'oggetto del complimento. Ciò succede solitamente nell'interazione tra persone legate da rapporti più o meno confidenziali in circostanze conviviali; ma, rianalizzando il corpus, si è notato che tutte le sequenze tematiche originate da un complimento si dipanano da complimenti scambiati tra donne. Si tratta di solito di complimenti su un abito, un nuovo taglio di capelli o un gioiello, come succede nel frammento 5, tratto da un pranzo tra parenti. Qui dopo una lunga pausa, una dei commensali (A) si auto-seleziona per complimentare gli orecchini della padrona di casa, B, introducendo così un argomento che colma il vuoto comunicativo creatosi. B reagisce, infatti, dapprima con un breve commento informativo (turno 2) che, dopo la ripetizione intensificata del complimento da parte di A (turno 3), si sviluppa nel racconto di una storia, dove riporta nei dettagli le circostanze dell'acquisto degli orecchini. La conversazione continua a lungo, con la partecipazione di una terza persona, G, la sorella di A, che si unisce al discorso in seguito al

⁴⁴ G. LEECH, *Principles of Pragmatics*, Longman, New York 1983, p. 136.

⁴⁵ RUHI, DOĞAN, *Relevance theory and compliments as phatic communion* cit., p. 369.

⁴⁶ BROWN, LEVINSON, *Politeness. Some Universals in Language Usage* cit., pp. 103-104.

⁴⁷ HELD, *On the role of maximization in verbal politeness* cit., pp. 186-187.

topic shift attuato da A nel turno 7, nel quale si introduce la questione della relazione tra tipo di orecchini e lunghezza dei capelli, che verrà dibattuta su più turni, finché la padrona di casa si dirige verso la cucina per portare avanti la preparazione del pranzo:

(5) Pranzo da una cugina

((i partecipanti sono tutti in piedi nella stanza da pranzo, aspettando di sedersi a tavola))((lunga pausa))

1 Af ah! carini questi orecchini sono

2 Bf questi me li sono regalati io due anni fa

3 Af ah:::!! sono un amore

4 Bf perché dovevo andare da dall'omeopata si era dimenticato della mia visita e lì vicino c'è una gioielleria in via Vittorio Emanuele che vende gioielli antichi ho pensato ma tu vedi sto stronzo

[gli dovevo dare cinquanta euro ((ride))=

5 Af [((ride))

6 Bf =quel giorno ero proprio nera dico ora entro li avevo visti dico meglio un regalo (a qualcuno) [cioè

7 Af [carini sono poi coi capelli corti=

8 Gf =questi stanno bene

[...]

In questo esempio, e in tanti altri analoghi, i complimenti sembrano essere una routine del lavoro relazionale tra donne in circostanze di vita quotidiana:⁴⁸ i complimenti cioè, come si è detto, svolgono la funzione primaria di rafforzare un senso di solidarietà e intimità attraverso la condivisione di valori comuni. Al contrario, gli uomini si scambiano pochissimi complimenti in situazioni analoghe; questo suggerisce che i complimenti non svolgano per loro la stessa funzione: gli uomini cioè non li considerano il modo più appropriato per esprimere solidarietà,⁴⁹ scopo per raggiungere il quale sembrano preferire altre strategie, come gli insulti di solidarietà⁵⁰ o quella che Culpeper definisce *mock impoliteness*.⁵¹

⁴⁸ M.A. LOCHER e R.J. WATTS, *Politeness theory and relational work*, in «Journal of Politeness Research», I, 1, pp. 9-33.

⁴⁹ K. KOENRAAD, *Sporting formulae in New Zealand English: two models of male solidarity*, in *English around the world. Sociolinguistic Perspective*, a cura di J. Cheshire, Cambridge University Press, Cambridge 2012 (online edition), pp. 200-209.

⁵⁰ M. TALBOT, *Language and Gender: An Introduction*, Polity, Cambridge.

⁵¹ J. CULPEPER, *Towards an Anatomy of Impoliteness*, in «Journal of Pragmatics», xxv, pp. 349-367.

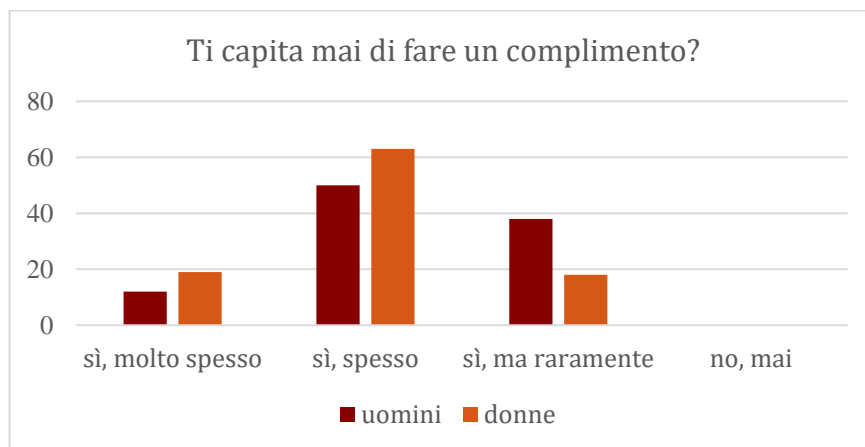
3. Analisi del questionario

Come anticipato, il questionario è stato sottoposto a un campione di giovani dell'Università di Catania, per indagarne la percezione dell'atto dei complimenti, tanto nel farli quanto nel riceverli, e valutarne la variabilità in base al genere. Si presentano ora gli aspetti più rilevanti emersi dalle risposte, prendendo in considerazione i punti già discussi nella rianalisi del corpus di parlato: frequenza, oggetto, modulazione e funzione dei complimenti.

3.1 Frequenza

La frequenza dei complimenti viene percepita con un notevole divario tra donne e uomini, come emerge dalle risposte alla domanda *Ti capita mai di fare un complimento?*, i cui dati sono riassunti – in percentuale – nel grafico 1:

Grafico 1.



Il 19% delle donne risponde “sì, molto spesso”, contro il 12% degli uomini, e “sì, spesso” nel 63% dei casi, contro il 50% degli uomini; per converso, solo il 18% delle donne risponde “sì, ma raramente”, contro il 38% degli uomini.

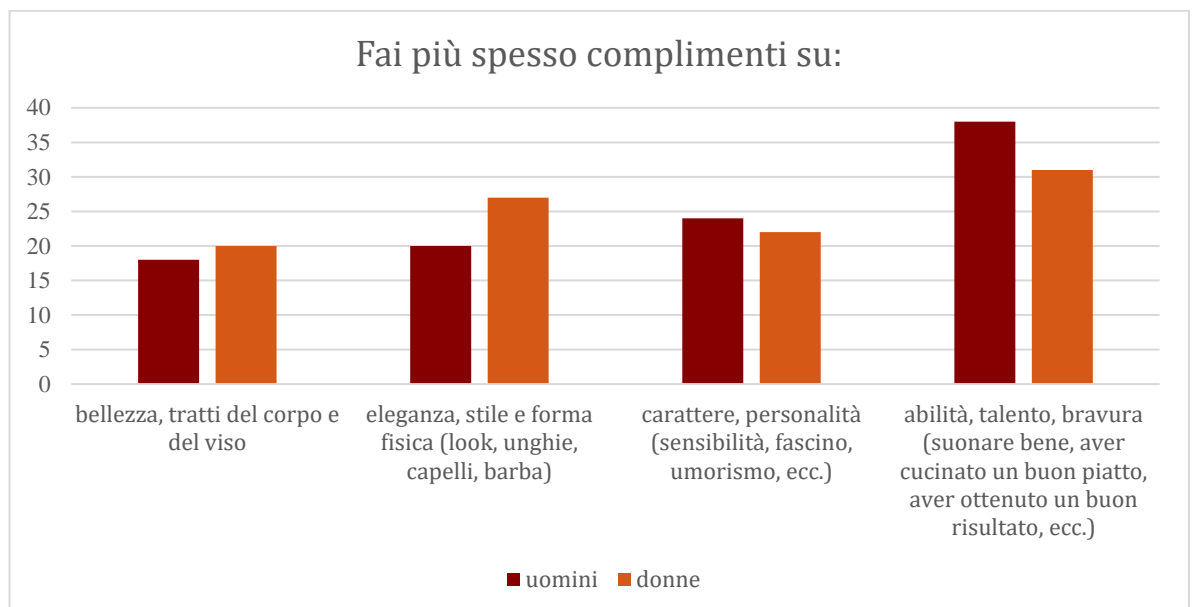
Percentuali del tutto coerenti si registrano per *Ti capita mai di ricevere un complimento?*. Rispetto al riceverli, i complimenti sono mediamente percepiti come meno frequenti, ma si ripropone lo stesso rapporto di genere: le donne rispondono più “sì, molto spesso” (9%, contro il 7% degli uomini) e “sì, spesso” (55% contro 44%), e al contrario gli uomini preferiscono la risposta “sì, ma raramente” (49% contro 35%). Complessivamente, i dati confermano la maggiore frequenza dei complimenti nelle interazioni tra donne.

A questo quadro molto chiaro si aggiunge un dato piccolo ma significativo: la risposta “no, mai”, del tutto assente per la prima domanda, viene scelta dall’1% delle donne per la seconda. Ciò potrebbe leggersi come ulteriore prova della rilevanza dei complimenti (frequenti ma anche funzionalmente significativi, v. § 4) per le donne. La risposta è solo apparentemente contraddittoria, nella misura in cui non riflette il dato reale ma piuttosto quello autovalutativo: è possibile infatti che alcune ragazze dichiarino di non ricevere affatto complimenti per ragioni psicologiche, per insicurezza o modestia, a riprova del fatto che tale atto linguistico è molto importante nelle dinamiche interazionali femminili.

3.2 Oggetto

Quanto all’oggetto del complimento, il questionario pone le domande *Fai più spesso complimenti su:* e *Ricevi più spesso complimenti su:*, con quattro possibili risposte: *a) bellezza, tratti del corpo e del viso;* *b) eleganza, stile e forma fisica (look, unghie, capelli, barba);* *c) carattere, personalità (sensibilità, fascino, umorismo, ecc.);* *d) abilità, talento, bravura (suonare bene, aver cucinato un buon piatto, aver ottenuto un buon risultato, ecc.).* Nella domanda sulla produzione, le donne superano gli uomini nelle risposte *a)* (20% contro 18%) e *b)* (27% contro 20%), e in modo del tutto speculare gli uomini superano le donne nelle risposte *c)* (24% contro 22%) e *d)* (38% contro 31%), come mostra il grafico 2:

Grafico 2.

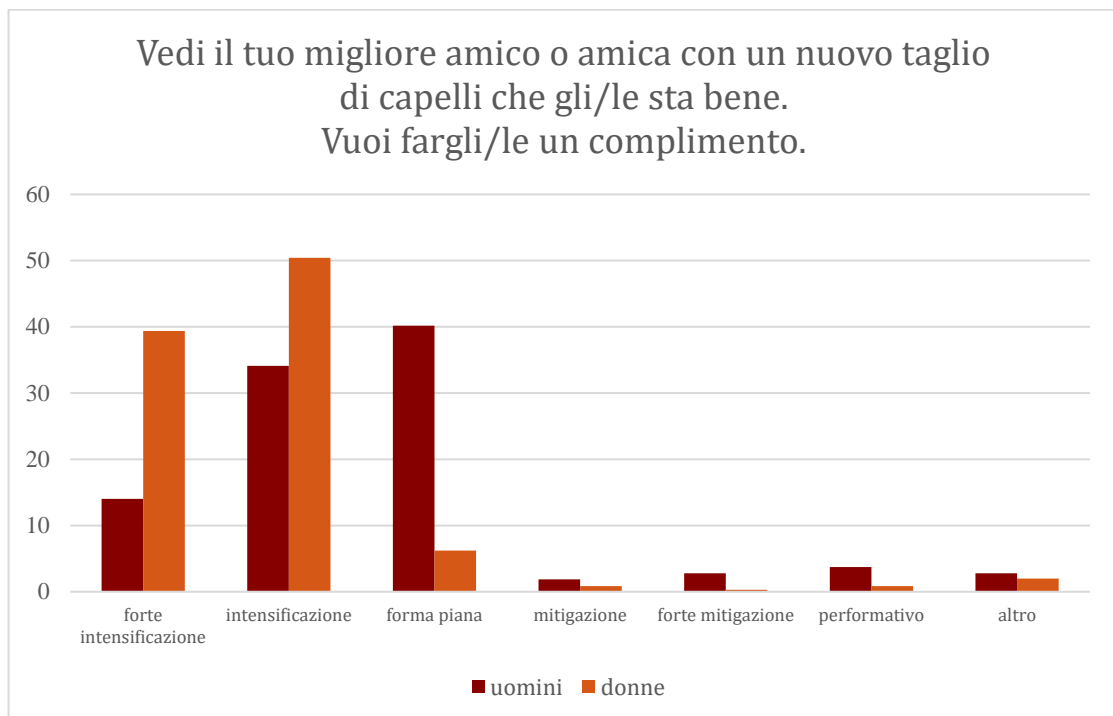


La differenza aumenta nella domanda sulla ricezione. Le risposte *a)* e *b)* sono preferite dalle donne (24% e 23%, contro 16% in entrambi i casi), mentre *c)* e *d)* sono scelte più dagli uomini (30% e 38% contro 26% e 27%). Si conferma così la propensione delle donne a fare e ricevere complimenti sull'aspetto (prime due risposte), laddove gli uomini fanno più complimenti su tratti del carattere o su talenti e abilità.

3.3 Modulazione

Il questionario indaga la modulazione indicando una situazione in cui ci si trova a fare o ricevere un complimento, chiedendo di scegliere tra forme che variano per il grado di intensificazione o mitigazione e includono l'uso di una formula performativa. Nella domanda *Vedi il tuo migliore amico o amica con un nuovo taglio di capelli che gli/le sta bene. Vuoi fargli/le un complimento:* le formulazioni sono ordinate dalla maggiore intensificazione alla maggiore mitigazione, passando per la forma piana e concludendo con il performativo: *a) Taglio nuovo? Wow! Ma è troppo bello, ti sta benissimo!* (forte intensificazione); *b) Questo nuovo taglio di capelli ti sta benissimo* (intensificazione); *c) Questo nuovo taglio di capelli ti sta bene* (forma piana); *d) Questo nuovo taglio di capelli ti sta abbastanza bene* (mitigazione); *e) Penso che non ti sta male questo nuovo taglio di capelli* (forte mitigazione); *f) Hai un taglio nuovo? Complimenti!* (performativo). Il grafico 3 riporta le risposte alla prima domanda:

Grafico 3.



Le differenze di genere sono evidenti. Il rafforzamento è preferenziale per le donne: la forma fortemente intensificata (40%) e quella intensificata (50%) ricoprono il 90% delle risposte delle donne, mentre gli uomini hanno percentuali ben minori (14% e 34%, in totale 48%). A prescindere dalla variabilità di genere, l'intensificazione è la tendenza preferita dal campione (quasi metà degli uomini e quasi tutte le donne), mentre la mitigazione sembra non si addica ai complimenti. Sebbene le percentuali siano minime, anche qui emerge un pattern di genere. Le risposte mitigate sono scelte dagli uomini con numeri molto bassi ma comunque proporzionalmente maggiori (quasi il 5%) rispetto a quelli delle donne (poco meno dell'1%). Molto simili sono poi i dati sulla realizzazione del complimento tramite un performativo, che registra numeri molto contenuti e si associa più alle scelte maschili (4%, contro 1%). Resta da valutare il peso della risposta piana, cioè non modulata: si tratta della forma preferita dagli uomini (40%), mentre le donne la scelgono molto raramente (6%). Per ragioni di spazio, non riportiamo i dati della domanda sulla ricezione (*Quale dei seguenti complimenti gradiresti di più?*), perché i risultati sono del tutto in linea con quelli appena presentati.⁵²

Nel complesso, emerge un quadro netto: le donne preferiscono decisamente l'intensificazione, disdegnando tutte le alternative; gli uomini preferiscono invece la forma piana e ammettono maggiormente la mitigazione e l'uso del performativo.

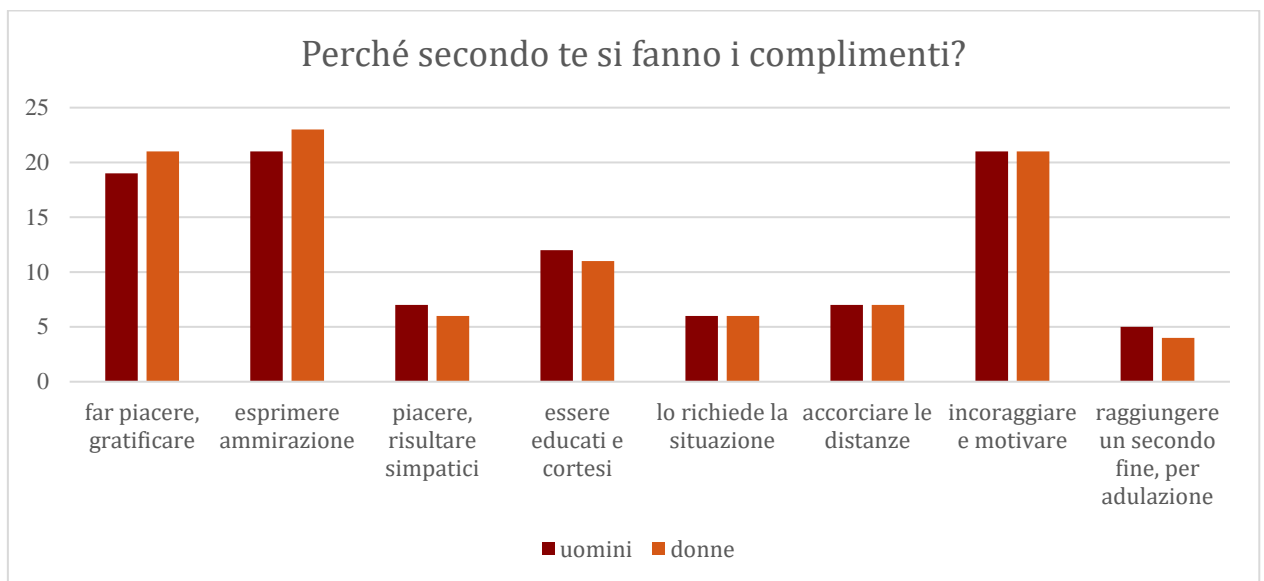
Emerge però una differenza molto significativa tra modulazione nel fare o nel ricevere un complimento: nella ricezione, la mitigazione registra percentuali prossime allo zero (circa l'1%) per entrambi i generi. La mitigazione è del tutto sgradita al nostro campione, e ciò suggerisce un'interpretazione del complimento come *face-enhancing act* nell'universo culturale di riferimento. In una visione del complimento come regalo verbale e gesto di solidarietà, l'intensificazione è percepita come la strategia più appropriata per rafforzarne la forza illocutoria. La mitigazione, invece, si adatterebbe piuttosto a una visione del complimento come *FTA*, e servirebbe appunto per indebolirlo e diminuirne la minaccia per l'interlocutore.

⁵² La domanda sulla ricezione è *Indossi un nuovo abito comprato per andare a una cerimonia importante. Quale dei seguenti complimenti gradiresti di più?*. Le risposte sono: a) *Hai un vestito stupendo! Ti sta benissimo. Veramente. Sei elegantissimo/a* (forte intensificazione); b) *Bellissimo questo vestito!* (intensificazione); c) *Ti sta bene questo vestito!* (forma piana); d) *Questo vestito ti sta abbastanza bene.* (mitigazione); e) *Penso che questo vestito non ti sta male.* (forte mitigazione); f) *Bello questo vestito! Complimenti!* (performativo).

3.4 Funzione del complimento

Per verificare la funzione dei complimenti nella percezione del campione, il questionario chiede esplicitamente *Perché secondo te si fanno i complimenti?*, e le risposte possibili sono: a) *Per far piacere a chi lo riceve, per gratificarlo/a*; b) *Per esprimere la propria ammirazione*; c) *Per piacere a chi lo riceve, per risultare simpatici*; d) *Per essere educati e cortesi*; e) *Perché lo richiede la situazione*; f) *Per accorciare le distanze con l'altro/a*; g) *Per incoraggiare, motivare, spronare chi lo riceve*; h) *Per raggiungere un secondo fine, per adulazione*. Si consideri il grafico 4:

Grafico 4.



Le differenze di genere sono quasi assenti: le percentuali si pareggiano spesso, e lo scarto non supera mai i due punti percentuali. Appare evidente come la funzione non si presti a un'elicitazione di giudizi espliciti. È dunque necessario valutare degli aspetti per così dire secondari ma strettamente connessi al valore funzionale.

Il questionario include la domanda *Ci sono circostanze in cui ti senti quasi costretta/o a fare un complimento?*, volta a indagarne la normatività, legata alla funzione rituale (v. § 2.4). La risposta *Può capitare, a volte mi sento quasi costretta/o* registra il 68% per le donne e il 53% per gli uomini, e specularmente *No, non mi capita di sentirmi costretta/o* è scelta solo dal 28% delle donne contro il 43% degli uomini. La risposta *Sì, spesso mi sento praticamente costretta/o* è percepita come esagerata da tutto il campione (4% delle donne e 3% degli uomini). Risulta quindi che le donne percepiscono l'obbligo sociale del complimento in misura maggiore che gli uomini.

Un secondo aspetto riguarda i ruoli di genere nell'interazione (v. già la trattazione della frequenza e delle diverse diadi, § 2.1), messo a fuoco dalle domande *Fai più spesso complimenti a:* e *Ricevi più spesso complimenti da parte di:*. Sebbene la risposta *Non c'è differenza* sia la risposta maggioritaria (in circa due riposte su tre, indipendentemente dal genere), è utile comparare le preferenze tra le alternative *Persone del tuo stesso genere* e *Persone di genere diverso*. La differenza emerge nitida: le donne dichiarano di fare complimenti a persone dello stesso genere molto più che gli uomini (37% contro 6%), e per converso gli uomini fanno maggiormente complimenti a persone di genere diverso (26% contro 1%). Dati del tutto coerenti risultano dalla seconda domanda: le donne ricevono più complimenti dallo stesso genere (40% contro l'11% degli uomini), gli uomini dal genere opposto (35% contro l'11% delle donne). I dati confermano la frequenza dei complimenti tra le diadi interazionali già registrata nel corpus di parlato (§ 2.1).

Oltre ai ruoli di genere, possiamo valutare anche un altro tipo di rapporti sociali. Le domande *Fai più spesso complimenti a:* e *Ricevi più spesso complimenti da parte di:* mostrano le differenze a seconda delle classi di età, offrendo le risposte *Persone della tua stessa età*, *Persone più grandi di te*, *Persone più giovani di te*, oltre a *Non c'è differenza* (che è ancora una volta la risposta maggioritaria per l'intero campione, intorno al 60%). Il divario tra donne e uomini è meno netto che per i ruoli di genere, ma resta sensibile: le donne dichiarano di fare complimenti tra coetanee più che gli uomini (36% contro 31%), i quali invece percepiscono di riceverne di più da persone più grandi (20% contro 15%).

Nell'insieme, dal confronto tra generi emerge un pattern femminile: le donne riconoscono maggiormente la normatività dei complimenti (funzione rituale, v. § 2.4), e percepiscono di farne e riceverne più tra persone dello stesso genere e della stessa età (funzione fatica e interpersonale, v. § 2.4). La funzione dei complimenti può dunque affrontarsi integrando gli aspetti appena presentati, cioè normatività, ruoli di genere e rapporti di età, con quanto emerso a proposito di frequenza, oggetto del complimento e modulazione. Alla riflessione sulla funzione sono dedicate le osservazioni conclusive.

4. Osservazioni conclusive

Questo lavoro ha presentato l'ultima fase di un'ampia ricerca sui complimenti in italiano, in cui si è rivisitato il corpus di parlato dal punto di vista del genere e si è esplorata in prospettiva variazionale la percezione di un campione di giovani tramite questionario. La coerenza tra dati conversazionali ed elicitati è il primo risultato rilevante: l'analisi del parlato spontaneo e quella del questionario convergono

verso un'interpretazione piuttosto uniforme dei principali aspetti presi in considerazione.

Il primo è la frequenza. Tanto dal parlato quanto dal questionario, in linea con gli studi sul tema, emerge la frequenza molto maggiore dei complimenti nelle donne, e soprattutto tra loro, mentre i complimenti sono rari negli uomini, e rarissimi tra loro stessi. Rispetto all'oggetto, l'esame dei tanti esempi reali e l'autovalutazione del campione confermano la differenza tra donne e uomini: le prime prediligono complimenti sull'aspetto, i secondi quelli relativi a tratti del carattere oppure a talento o performance. Il terzo aspetto rilevante, in cui la differenza di genere appare nettissima, è infine la modulazione. Nel parlato, i mezzi che intensificano un complimento sono più rari negli uomini che nelle donne. Il questionario conferma questo dato: le giovani preferiscono le forme intensificate quasi categoricamente, mentre i giovani scelgono soprattutto la forma non rafforzata, e addirittura ammettono la mitigazione. A prescindere dalle differenze di genere, la questione della modulazione ha permesso di riconoscere la natura *face-enhancing* di questi atti linguistici nell'universo culturale di riferimento: i complimenti sono intensificati volentieri perché considerati strategie di cortesia positiva; per converso, la mitigazione viene complessivamente rifiutata dal campione, perché il complimento non viene percepito come *FTA* e quindi non occorre mitigarlo.

Questi tre aspetti convergono nell'interpretazione della questione più complessa, vale a dire la funzione, dato che né il parlato né il questionario autovalutativo offrono dati espliciti per capire il valore pragmatico dei complimenti. Integrando questi tre elementi fondamentali con altri aspetti indagati dal questionario, possiamo interpretare le differenze di genere relative alla funzione. La ricerca, nelle sue diverse fasi, ha mostrato che i complimenti sono: molto più frequenti, maggiormente intensificati, e incentrati sull'aspetto per le donne; rari, meno intensificati e preferibilmente diretti a tratti caratteriali e di performance per gli uomini. Inoltre, il questionario ha mostrato che la frequenza non soltanto è maggiore tra donne, ma anche tra coetanee, e che le giovani percepiscono in misura maggiore il complimento come obbligo sociale.

Risulta allora chiaro un pattern di genere. All'interno di una visione del complimento come strategia di cortesia positiva, condivisa dall'intero campione e valida per il contesto culturale complessivo, le donne esibiscono un comportamento e una percezione orientati alla funzione rituale, fatica e interpersonale. Sulla base della natura ibrida dei complimenti, la componente espressiva pare al centro delle pratiche comunicative femminili, relegando sullo sfondo la componente verdetiva. Al contrario, l'uso e l'autovalutazione da parte degli uomini indica una presenza più netta di tratti assertivi, come mostrano la preferenza per forme non modulate e la

minore percezione di normatività. È soprattutto tra donne che i complimenti valgono da strategia di comunione fatica, con un alto grado di ritualità, e servono a rinsaldare la solidarietà sociale tramite la condivisione di valori comuni attraverso l'interazione.

La ricerca sui complimenti in italiano, anche alla luce dei risultati qui presentati, offre ancora prospettive meritevoli di ulteriore riflessione. Tra queste spicca il tema delle risposte, che richiede un questionario ad hoc. Oltre alla variabile età, oggetto di prossime indagini in prospettiva variazionale, di grande interesse è il tema delle identità oltre nell'ordine di genere: le realtà che superano il binarismo potrebbero presentare caratteristiche inedite o peculiari, e la loro analisi potrà arricchire l'interpretazione dello schema duale di cui questo studio ha reso conto.