

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему: **ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ В
АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0359-2а -з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно)
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Сербінович Діана Геннадіївна

Керівник: к. філол. н., доц. Веремчук Е. О.

Рецензент: к. філол. н., доц. Залужна М. В.

Запоріжжя – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно)
Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« ____ » _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
СЕРБІНОВИЧ ДІАНИ ГЕННАДІЇВНИ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Вербальні засоби вираження ввічливості в англійській мові»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Веремчук Ельдар Олександрович, к. ф. н., доцент

затверджені наказом ЗНУ від «04.05.2020» року № 511-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) _____
01.12.2020

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) _____
наукові роботи у галузі дослідження категорії ввічливості, комунікативних стратегій і тактик.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): _____

1) поняття про категорію ввічливості в англійській мові; 2) мовні засоби вираження категорії ввічливості 3) комунікативні стратегії і тактики, спрямовані на вербалізацію категорії ввічливості;

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Веремчук Е. О., к. ф. н., доц.	12.05.2020	12.05.2020
Розділ 1	Веремчук Е. О., к. ф. н., доц.	09.06.2020	09.06.2020
Розділ 2	Веремчук Е. О., к. ф. н., доц.	10.08.2020	10.08.2020
Розділ 3	Веремчук Е. О., к. ф. н., доц.	21.09.2020	21.09.2020
Висновки	Веремчук Е. О., к. ф. н., доц.	30.10.2020	30.10.2020

6. Дата видачі завдання 12.05.2020

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи Магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень, 2020	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень, 2020	виконано
3	Написання вступу	травень, 2020	виконано
4	Написання теоретичного розділу	червень, 2020	виконано
5	Написання практичного розділу	вересень, 2020	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень, 2020	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад, 2020	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	грудень, 2020	виконано
9	Захист	грудень, 2020	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____

Д. Г. Сербінович

Керівник роботи _____

Е. О. Веремчук

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____

В. А. Бережний

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 72 сторінки, 75 джерел.

Об'єкт дослідження: мовне відображення категорії ввічливості.

Мета роботи: висвітлення вербальних засобів вираження ввічливості в англійській мові.

Теоретико-методологічні засади: наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячених дослідженню різних аспектів ввічливості на матеріалі різних лінгвокультур (Б. Фрейзер, Е. Гоффман), теорії комунікації (П. Браун, С. Левінсон) комунікативних стратегій і тактик позитивної і негативної ввічливості (Т. В. Ларіна, К. Трейс, О. О. Леонтьев).

Отримані результати: категорія ввічливості є невід'ємною складовою мовного етикету в англійській мові, яка робить значний внесок в ефективний перебіг комунікації із реалізацією прагматичної установки. До мовних засобів категорії ввічливості належать лексичні, граматичні та синтаксичні. На практиці досягнення ввічливості у комунікації обумовлюється використанням усіх засобів у комплексі із залученням також паралінгвальних та екстралінгвальних чинників. У мовленні ввічливість реалізується у рамках комунікативних стратегій, зокрема стратегія позитивної та негативної ввічливості, у рамках яких виділяються мікстратегії, кожна з яких містить комунікативні тактики. Стратегія позитивної ввічливості включає в себе мікстратегії «Приділення уваги адресату», «Утвердження спільності між мовцем та адресатом», «Кооперація між мовцем та адресатом». Стратегія негативної ввічливості інкорпорує мікстратегію «Відмежування мовця від адресата» та «Пом'якшення висловлювання». Обидві стратегії націлені на збереження позитивного або негативного «обличчя» адресата.

Ключові слова: *адресат, ввічливість, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, прагматика висловлювання*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	9
1.1 Визначення категорії ввічливості	9
1.2 Підходи до визначення категорії ввічливості у лінгвальному вимірі.....	12
1.3 Філософські підвалини становлення категорії ввічливості.....	18
1.4 Феномен ввічливості у комунікаційній сфері.....	19
1.5 Реалізація ввічливості в контексті британського етикету.....	23
1.6 Комунікативні стратегії досягнення ввічливості.....	26
1.6.1 Загальний огляд комунікативних стратегій досягнення ввічливості	26
1.6.2 Особливості комунікативної стратегії позитивної ввічливості.....	28
1.6.3 Особливості комунікативної стратегії негативної ввічливості.....	31
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ.....	33
2.1 Способи вираження ввічливості в англійській мові.....	33
2.1.1 Вираження ввічливості лексичними засобами.....	34
2.1.2 Граматичні засоби вираження ввічливості в англійській мові.	38
2.1.3 Синтаксичні засоби вираження ввічливості в англійській мові.....	43
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ВВІЧЛИВОСТІ У МОВЛЕННІ.....	48
3.1 Мовленнєва реалізація стратегії позитивної ввічливості.....	48
3.1.1 Мовленнєва реалізація мікростратегії «Приділення уваги адресату».....	49
3.1.2 Мовленнєва реалізація мікростратегії «Утвердження спільності між мовцем та адресатом».....	53
3.1.3 Стратегія кооперації між мовцем та адресатом.....	58
3.2 Мовна реалізація стратегії негативної ввічливості.....	60

3.2.1 Стратегія відмежування мовця від адресата.....	61
3.2.2 Стратегія пом'якшення висловлювання.....	63
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Сучасний світ і людську діяльність неможливо уявити без мовного спілкування. Таким чином, аби мовний акт протікав безконфліктно, доброзичливо і без грубощів та образ членів комунікації, в ньому необхідна присутність елементів ввічливості, що є однією з базових складових міжособистісного спілкування. Нехтування цим феноменом призводить до ускладнень спілкування й породжує різноманітні стереотипи. Категорія ввічливості має універсальну, загальнолюдську складову, але разом і з тим їй також притаманні національноспецифічні особливості, спрямовані на гармонійне, безконфліктне спілкування, що цілковито відповідають очікуванням партнера по комунікації. Тому, у кожній культурі існує своє дещо відмінне розуміння ввічливості. Помилки, що стосуються порушення культурних норм, сприймаються вкрай болісно і можуть мати серйозні наслідки.

Існує досить чисельна кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, які присвячені висвітленню цієї складної мультиаспектної категорії. Проблеми ввічливості з філософських та соціологічних позицій розглядаються в роботах Р. Барта [Барт 2004] та Е. Гоффмана [Goffman 1982]. Ввічливість як соціальна норма представлена у працях В. І. Карасика, Н. І. Формановської [Формановская 2002]. Психологічні аспекти ввічливості висвітлені в дослідженнях П. Брауна та С. Левінсона [Brown 2014]. Аналіз вербальної репрезентації категорії ввічливості на матеріалі різних культур представлено в наступних працях [Ратмайр 2003; Chodorowska 1997; Mills 2013; Upadhyay 2003; Wunderlich 1976].

Актуальність наукової розвідки зумовлена загальною спрямованістю сучасного антропоцентрованого мовознавства на дослідження підвалин вдалої комунікації, однією з важливих складових якої є безперечно мовленнєва реалізація категорії ввічливості.

Об'єктом дослідження є мовне відображення категорії ввічливості, а **предметом** виступають засоби та стратегії її реалізації у мовленні.

Метою дослідження є висвітлення вербальних засобів вираження ввічливості в англійській мові.

У відповідності з метою дослідження вбачається необхідним виконання наступних **завдань**:

- систематизувати теоретичний матеріал стосовно досліджуваної проблематики;
- встановити лінгвофілософські та етикетні підвалини становлення категорії ввічливості;
- схарактеризувати феномен ввічливості в сфері комунікації;
- виявити мовні засоби вираження ввічливості на лексичному, граматичному та синтаксичному рівнях;
- висвітлити комунікативні стратегії вербалізації ввічливості в англійській мові.

Відповідно до мети дослідження та поставлених завдань були обрані загальнонаукові та лінгвістичні **методи** дослідження: метод критичного читання та інтерпретації використовувалися для опрацювання наукової літератури та систематизації матеріалу, метод лексикографічного аналізу – для висвітлення семантики лексем, метод компонентного, контекстуального та морфологічного аналізу – для опрацювання фактичного матеріалу, описовий метод та метод систематизації – для інтерпретації отриманих результатів.

Теоретико-методологічні засади дослідження ґрунтуються на роботах П. Брауна, С. Левінсона [Brown 2014], Т. В. Ларіної [Ларина 2003], К. Трейса [Tracy 1990, с. 216], О. О. Леонтьєва [Леонтьев 1999].

Матеріалом дослідження стали лексеми та фраземи, які вербалізують ввічливість в англійській мові, загальною кількістю більше 70 одиниць. **Джерелом** ілюстративного матеріалу виступив Британський національний корпус [BNC].

Наукова новизна роботи полягає в застосуванні комплексного підходу до дослідження вербалізації категорії ввічливості в англійській мові, зокрема з позицій мовних рівнів (лексичного, граматичного синтаксичного), а також з позицій комунікативних стратегій і тактик в мовленні (стратегії позитивної та негативної ввічливості).

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути застосованими у науково-дослідній діяльності при викладанні дискурсології, спецкурсів з лінгвопрагматики та теорії комунікації; у навчально-методичній діяльності – при викладанні практичних курсів іноземної мови, зокрема розмовної практики.

Логіка дослідження зумовила наступну **структуру** кваліфікаційної роботи: вступ, три розділи, висновок, список використаних джерел, що нараховує 75 позицій.

У **вступі** окреслюються актуальність дослідження, об'єкт, предмет, встановлюється мета із відповідними завданнями, зазначається наукова новизна, методи дослідження та можливості практичного використання отриманих результатів.

У **першому** розділі «Теоретичні засади дослідження категорії ввічливості в англійській мові» подано огляд теоретичної літератури стосовно визначення категорії ввічливості у мовознавстві та окреслені існуючі підходи щодо її визначення. Також, у цьому розділі подається огляд філософських передумов становлення категорії ввічливості та аналіз сучасних її концепцій. Визначається роль категорії ввічливості в контексті британського етикету.

Другий розділ «Лінгвальні засоби вираження ввічливості» присвячений способам вербалізації цієї категорії в англійській мові, зокрема проаналізовані лексичний, граматичний та синтаксичний способи.

У **третьому** розділі «Реалізація комунікативних стратегій ввічливості у мовленні» проаналізовано дві ключові стратегії: стратегія позитивної та негативно ввічливості. У рамках кожної із стратегій виділено мікростратегії,

які включають в себе комунікативні тактики, що мають на меті досягнення ефективного та ввічливого спілкування. Визначено мовні засоби реалізації кожної із виділених тактик та наведено ілюстративні приклади.

У **висновках** підбито підсумки дослідження та виконано систематизацію та узагальнення отриманих результатів, окреслено можливі перспективи подальших досліджень.

Апробація наукової розвідки була здійснена на двох студентських науково-практичних конференціях: XII Міжвишівській студентській науково-практичній конференції Різдвяні читання (2019 рік) та Молода наука (2020 рік). За матеріалами конференцій опубліковано 2 одноосібних тез доповідей.

Загальний **обсяг** роботи становить 72 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

1.1 Визначення категорії ввічливості

Категорія ввічливості – це обширний феномен, який досліджується у багатьох мовах світу, проте наше дослідження фокусується на її реалізації в англійській мові. Взаємостосунки в суспільстві регулюються різними факторами та чинниками, але одне з найважливіших місць в соціумі посідає феномен ввічливості. Ввічливість – це загальноприйняті норми та правила поведінки у суспільстві, які допомагають регулювати взаємовідносини та уникати непорозумінь і конфліктів. Цей соціолінгвальний феномен характеризує найкращі моральні якості індивіда, які повністю протилежні грубості, зневазі та хамству, тобто це унікальний «механізм», який дозволяє контролювати нормальне співіснування індивіда з іншими об'єктами соціуму. Поняття ввічливість у соціальній свідомості особистості, зазвичай, пов'язане зі знанням правил етикету, з повагою до різних соціальних, расових, релігійних та гендерних груп.

Термін «ввічливість» слід розмежовувати з іншими суміжними поняттями, такими як етика та мораль. В академічному тлумачному словникові української мови мораль – це система норм і принципів поведінки людей у ставленні один до одного та до суспільства; етика [СУМ 1973, с. 799]. Тобто, мораль – це норма поведінки людини, яка прийнята суспільством і поведінка може вважатися аморальною, якщо особа нехтує людськими цінностями, нормами та принципами і думає лише про власне благо за рахунок інших. Мораль допомагає індивідові в різних ситуаціях

діяти згідно правилами суспільства, приймати правильні рішення під час загострення ситуацій.

Етика – це установлені норми поведінки і правила ввічливості в якому-небудь товаристві [СУМ 1973, с. 490]. Тобто це сукупність правил поведінки, які регулюють відносини між людьми у межах маленької групи або навіть цілої країни. У цьому контексті мовний етикет є сукупністю спеціальних засобів ввічливості, які орієнтуються на виражені поваги до співрозмовника. За визначенням лінгвістичного енциклопедичного словника, «мовний етикет – це система стійких формул спілкування, що пропонується суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримки спілкування у вибраній тональності відповідно до їх соціальних ролей і рольових позицій відносно один одного, взаємних відносин в офіційній і неофіційній обстановці» [ЛЭС 1990 с. 413]. Лінгвістична ввічливість пов'язана з моральним аспектом спілкування, з комунікативної етикою як національно-специфічною системою правил і норм поведінки, що удосконалюється навичками індивіда в області моралі спілкування і необхідної норми поведінки в процесі комунікації.

За теорією ввічливості Браун-Левінсона, феномен ввічливості розглядається як «засіб для збереження обличчя». Соціолінгвісти сформували основні положення своєї теорії на матеріалах праці Е. Гоффмана *“Interaction ritual; essays on face-to-face behavior”*, у якій сенс ввічливості – це збереження індивідом свого публічного образу (соціального обличчя) [Brown 2014, с. 4-7]. Соціальне обличчя розглядається, як позитивне, коли особа прагне здобути схвалення від іншого індивіда в процесі спілкування [Brown 2014, с. 6], і негативне – бажання не залучатися в свободу дій з боку інших осіб [Brown 2014, с. 61-62].

Сутність ввічливості як лінгвістичного феномена полягає в тому, щоб за допомогою використання мовних засобів, послабити загрозу соціальному обличчю співрозмовника, тобто послабити вірогідність того, що співрозмовник образиться чи обуриться.

У теорії Брауна-Левінсона виділяється позитивна і негативна ввічливість. Позитивна ввічливість уособлює собою процес використання мовних засобів, за допомогою яких знижується або маскується загроза позитивному обличчю співрозмовника. Ця форма ввічливості реалізується для зближення й прояву солідарності однієї особи до іншої. Стратегія позитивної ввічливості покликана уникати образ, і, навпаки, підкреслити дружелюбність. На противагу цьому, негативна ввічливість зорієнтована на повагу «негативного обличчя» і базується, в першу чергу, на дотриманні дистанції. П. Браун і С. Левінсон підкреслюють формальність і стриманість негативної ввічливості. В своїй праці автори надають різні приклади, щодо вираження стратегії позитивної [Brown 2014, с. 101-129] та негативної [Brown 2014, с. 129-210] ввічливості.

Позитивна ввічливість має такі засоби вираження, як:

- звернення уваги на інтереси, бажання й потреби слухача;
- висловлення підвищеного інтересу та симпатії;
- використання спеціальних індикаторів, які вказують на групову приналежність (сленг, жаргон, особливі звернення та інше);
- уникнення відмов (у разі необхідності використання символічної згоди, брехні задля блага);
- здатність робити пропозиції й давати обіцянки;
- вираження оптимізму, жарти;
- наголошування на спільності, єдності поглядів та цінностей [Brown 2014, с. 101-129].

До царини негативної ввічливості вчені відносять наступні комунікативні стратегії:

- уникнення надмірної відвертості;
- використання питальних форм;
- вираження шанобливості;
- прохання пробачення;
- знеособлювання висловлювання;

- вживання пасивних форм [Brown 2014, с. 129-210].

Підсумовуючи основні положення теорії Браун–Левінсона, можна зробити висновок, що феномен ввічливості проявляється в поведінці особи стосовно інших. Використання мовних засобів допомагає варіювати між вираженням індивідом співдружності та збереженням деякої дистанції між членами суспільства.

1.2 Підходи до визначення категорії ввічливості у лінгвальному вимірі

За твердженнями мовознавців робота Б. Фрейзера “Perspectives on politeness” [Fraser 1990, с. 223] є однією із перших, в якій була здійснена спроба осмислити категорію ввічливості. Так, зокрема, вчений зазначає, що в останній час ввічливість розглядається як:

- соціально-нормативна практика;
- конверсаційна максима;
- тактика, спрямована на збереження обличчя;
- дотримання контракту спілкування [Fraser 1990, с. 219].

Ввічливість як соціально-нормативна практика являє собою сукупність певного набору соціальних норм, що визначають правила поведінки індивіда [Fraser 1990, с. 220]. Зокрема, Е. Адегбіджа «асоціює ввічливість із ситуаціями, в яких особа говорить або поводить себе в манері, соціально та культурно прийнятній в суспільстві та приємній для слухача» [Adegbija 1989, с. 58]. Ввічливість також асоціюється із делікатною поведінкою [Ide 1989, с. 223] або соціально прийнятними кодами гарної поведінки [Nwoye 1992, с. 310]. Більш детальний огляд поглядів на цей феномен див. [Човганюк 2017]. Як зазначає М. М. Човганюк більшість мовознавців пострадянського наукового простору [Воротнікова 2006; Германова 1993; Гольдин 1983; Демьянков 1982; Формановская 2002] визначають ввічливість як категорію

етики та вказують на те, що вона корелює із поняттям «мовний етикет» [Човганюк 2017, с. 27]. Під етикетом вчені розуміють «систему стійких формул спілкування, що пропонуються суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримки спілкування у вибраній тональності відповідно до їх ролей і рольових позицій відносно один одного, взаємних відносин в офіційній і неофіційній обстановці» [ЛЭС, с. 413].

Незважаючи на певну схожість термінів «ввічливість» та «етикет», між ними існує певна відмінність у тому сенсі, що ввічливість вважається більш широким поняттям, ніж етикет. Під етикетом розуміють перелік комунікативних норм і правил, тоді як ввічливість вважається системою комунікативних стратегій і тактик, які використовуються у реальному спілкуванні [Ларина 2003, с. 52].

Як конwersаційна максима ввічливість розглядається у роботах П. Грайса [Grice 1989], Р. Лакоффа [Lakoff 1973], Дж. Ліча [Leech 1983]. Так, зокрема, вчені наголошують, що ввічливість є продуктом кооперативної діяльності, яка має на меті підтримання ефективного діалогу та уникнення комунікативних провалів. Ввічливість також має певні прагматичні підвалини, зокрема установку на чіткому та ясному вираженні своїх думок для підтримання здорового перебігу комунікації.

Р. Лакофф виокремлює формальну, неформальну та інтимну ввічливість та формулює такі правила:

- не нав'язуй свої думки;
- надай спірозмовникові право вибору;
- будь доброзичливим [Lakoff 1990, с. 94].

Відзначається, що категорія ввічливості існує у свідомості мовців внаслідок прагнення підтримувати збалансоване існування в суспільстві, що передбачає наявність певної комунікативної дистанції між адресатом та адресантом, певну опосередкованість в спілкуванні, не нав'язування думок, що покликане підтримувати авторитет комунікантів.

Слід також наголосити на тому, що деякі вчені виділяють поняття абсолютної та відносної ввічливості. Сутність абсолютної ввічливості полягає у тому, що її принципи та поведінкові моделі є однаковими та безвідносними відповідно до певної соціокультурної спільноти. Відносна ж ввічливість навпаки включає в себе правила та шаблони поведінки, які є релевантними лише для певної культури [Leech 1983, с. 83].

Дж. Ліч виділяє 6 максим ввічливості:

- максима такту “Maxim of Tact” – «Дотримуйся інтересів інших та не порушуй меж особистої сфери інтересів»;
- максима схвалення – “Maxim of Approbation” – «Схвалюй інших»;
- максима щиросердності “Maxim of Generosity” – «Не ускладнюй життя оточуючих тебе людей»;
- максима скромності “Maxim of Modesty” – «Уникай та відмовляйся від схвалення самого себе»;
- максима згоди “Maxim of Agreement” – «Уникай заперечень»;
- максима співчуття “Maxim of Sympathy” – «Виявляй співчуття та будь уважним до співрозмовника» [Leech 1983, с. 16].
- максима самоосудження “Maxim of Self-Denigration” – «Звинувачуй себе, а не інших» [Gu 1990, с. 246].

Таким чином, максима такту наголошує на важливості дотримання не власних інтересів, а піклування про інтереси співрозмовника. Максима схвалення передбачає уникнення критики та прояв схвалення думок іншої людини, що дозволяє встановити контакт зі співрозмовником. Максима щиросердності закликає бути відвертим та щирим зі співрозмовником та разом з цим не виявляти жадібність, а навпаки проявляти щедрість, пропонуючи щось співбесіднику. Максима скромності зорієнтована на «приниженні» себе у тому сенсі, що мовець не повинен вип’ячувати себе та вказувати на свої чесноти та заслуги, а навпаки применшувати свою рол у чомусь гарному, віддаючи її співрозмовникові.

Під максимою згоди мається на увазі прояв толерантного ставлення до думок інших та відсутність гострих заперечень чи критики. І, нарешті, максима співчуття націлена на орієнтацію мовця на турботливе, дбайливе та співчутливе ставлення до співрозмовників. Максима самоосудження передбачає взяття провини на себе, навіть якщо фактично вона належить співрозмовнику. Імплементация усіх вищезазначених максим під час міжособистісного спілкування дозволяє реалізувати фатичну функцію мови, що передбачає встановлення ефективної комунікації між співрозмовниками, а також реалізацію прагматичних установок мовлення, що досягається за рахунок позитивної атмосфери та взаємної поваги.

Відповідно до кореляції соціальної мети певного мовленнєвого акту та дотримання ввічливості Дж. Ліч виділяє компететив (наказ, вимога, прохання, питання), конвівіал (пропозиція, запрошення, подяка, вітання та привітання), колаборатив (ствердження, повідомлення, оголошення, інформування), конфліктив (погрози, звинувачення) [цит. за: Човганюк 2017, с. 15; Leech 1983].

Особливої уваги заслуговує соціально-психологічна концепція П. Брауна та С. Левінсона [Brown 2014], яка заснована на соціальному «обличчі» комунікантів, яке може бути як позитивним так і негативним. У рамках цієї концепції позитивне «обличчя» визначається як позитивний компонент образу особистості, для якої визначальним є те, щоб її образ цінували та схвалювали [Brown 2014, с. 61]. Негативне «обличчя» визначається як «прагнення захистити свої межі, право на особисту недоторканість, не відчувати відволікання та реалізувати право на свободу дій та свободу від примусу» [Brown 2014, с. 61].

Відповідно до цього виокремлюють комунікативні стратегії позитивної ввічливості, які покликані зберігати позитивне «обличчя» мовця та стратегії негативної ввічливості, що мають зберігати негативне «обличчя». Ця концепція була більш детально розглянута в попередньому підрозділі. Тут, однак слід наголосити на дискусійному характері самого терміна «обличчя».

Так, зокрема, існують лінгвокультури, в яких, на відміну від західних, цінними виступають потреби групи, а не особистості, тому термін «обличчя» не є доречним для вживання у цьому сенсі [Marvell 1967; Mills 2014]. Послідовники реляційної концепції зауважують, що дослідження універсальї ввічливості пов'язане з вивченням культурних особливостей [Kellermann 1992], тому такі універсальї перестають бути «універсальними» відносно різних культур. Р. Мао зазначає, що в незахідних культурах акцент зміщено з індивіда, як це є в західних культурах, на колектив – на групову ідентичність [Мао 1994, с. 452].

Огляд наукової літератури, яка присвячена розгляду проблем ввічливості дозволяє наголосити на тому, що ця проблема має досить гострий інтерес, зумовлений необхідністю дослідження національної специфіки цієї категорії з урахуванням етнокультурного контексту.

Ввічливість також розглядається у працях Б. Фрейзера та В. Ноулена, у яких вона досліджується у рамках підходу «конверсаційний контракт» [Fraser 1981, с. 93]. У рамках цього соціолінгвістичного напрямку ввічливість визначається як «стан, який за очікуванням усіх має бути притаманним будь-якій комунікації» [Fraser 1981, с. 93-94]. Таким чином, під час кожного акту комунікації учасники сподіваються на те, що всі будуть додержуватися певних ustalених правил комунікації. Як зазначає Б. Фрейзер, учасники комунікації не оголошують наміру бути ввічливими, однак у процесі комунікації дотримуються ustalених норм. Отже, вчений визначає ввічливість як «акт оперування наявними сучасними настановами й умовами конверсійного контракту» [Fraser 1990, с. 233]. Така позиція цілком корелює із поглядами Р. Уоттса, який досліджує ввічливість у контексті політичної поведінки [Watts 1992, с. 43], і К. Трейса, який наголошує, що «вибір стратегій індивіда ґрунтується на правах і обов'язках» [Tracy 1990, с. 216]. Огляд вищезазначеної літератури дозволяє дійти висновку, що ввічливість з позицій «конверсаційного контракту» визначається як уживання мовного

матеріалу, який відповідає певній ситуації у процесі спілкування [Watts 1992, с. 80].

У сучасному мовознавстві ввічливість також розглядається на рівні дискурсу [Eelen 2014; Locher 2004; Mills 2011; Mills 2014; Skewis 2003]. У рамках цього підходу ввічливість розуміється як певна комунікативна ситуація, яка відповідає очікуванням усіх комунікантів з погляду вихованості та доброзичливості. На рівні дискурсу ввічливість досягається певним алгоритмом дій, який дозволяє співрозмовникам класифікувати певне висловлювання ввічливим чи неввічливим. І висновок про це комунікант може зробити проаналізувавши весь текст співбесіди, а не окреме речення чи фразу.

Г. Елен розглядаючи аналізовану категорію у рамках дискурсивного підходу пропонує виділяти два типи ввічливості: першого і другого типу (“Politeness One”, “Politeness Two”). “Politeness One” (перший тип ввічливості) є загальноприйнятим поняттям ввічливості, “Politeness Two” (другий тип ввічливості) є її науковим розумінням [Eelen 2014, с. 163-164].

Окрім вищезазначених підходів до вивчення аналізованої категорії слід також звернути увагу на її осмислення крізь призму гендерного аспекту [Brown 1980; Grainger 2011; Lakoff 1975]. На думку дослідниці Р. Лакофф мовленнєва поведінка жінок характеризується більшим ступенем ввічливості, ніж поведінка чоловіків [Lakoff 1975]. На перший погляд може здатися, що дослідниця дійшла таких висновків через гендерну упередженість або жіночу солідарність, але її висновки також підтверджуються наступними емпіричними дослідженнями [Brown 1980; Hobbs 2003; Holmes 1988].

Таким чином, ввічливість це досить складна та різнопланова категорія, яка осмислюється відповідно до різних поглядів та наукових концепцій. Завдяки ввічливості досягається реалізація прагматичного та фатичного мовного потенціалу під час мовлення. У наступному підрозділі ми спробуємо встановити філософські передумови становлення цієї категорії.

1.3 Філософські підвалини становлення категорії ввічливості

Аристотель був першим філософом, який вважав, що ввічливість – це етична моральна характеристика особи, яка є протилежністю удаванню. У своїй праці «Нікомахова етика» він розглядає дискусійне питання щодо диференціації природної та вдової ввічливості. На його думку, якщо людина проявляє ввічливість по відношенню до іншої особи лише з точки зору лицемірства, то вона заслуговує лише на презирство [Аристотель 1997, с. 62]. Питання ввічливості розглядається в таких галузях науки, як педагогіка, психологія, соціальна антропологія, культурологія.

З точки зору філософії ввічливість розглядається, як загальний закон етики та поважливе ставлення до окремої особи або групи людей. На думку Н. Еліаса, ввічливість – це один з елементів раціонального співіснування індивіду в суспільстві та поза його межами, який також дозволяє позбавитися ризику непорозумінь між різними верствами населення одного міста або навіть цілої країни [Еліас 2002, с. 53]. Основним критерієм взаємовідносин між людьми є повага, без якої неможливо уявити нормальний розвиток індивіда в соціумі. З точки зору російської філософської думки ввічливість асоціюється з християнською любов'ю, в той час як у західній філософії ввічливість виступає всеохоплюючим законом етики і проявляється через поважне ставлення до особи [Човганюк 2017, с. 25]. Слід зазначити, що, з одного боку, ввічливість розглядається як чеснота, а з іншого – це своєрідний регулятор спілкування, що призводить до неоднозначного осмислення самого поняття більшістю філософів.

У сучасних дослідженнях ввічливість має суперечливий характер, тому що більшість наук розглядає її лише з позитивної сторони, проте деякі вчені говорять про її негативний вплив на особу. На думку Р. Барта, існує специфічна західна точка зору щодо індивіда, який сприймається як «розщеплений, штучний, удаваний та особистісний». Логіка західної моралі

полягає в тому, що бути неввічливим означає бути правдивим [Барт 2004, с. 82]. Тому і виникає парадокс, що недостатньо бути просто ввічливим, а потрібно бути ввічливим із ввічливості.

Ж. Дерріда пропонує вирішення цієї проблеми «ніколи не діяти лише за правилами, через обов'язок або з ввічливості, тому що це аморально по відношенню до інших» [Деррида 1998, с. 24]. Тобто, якщо людина діє лише через почуття обов'язку, то це ще гірше, ніж вона б нічого не робила.

Підсумовуючи вище сказане, ввічливість – це ті правила та обов'язки, які людина має виконувати по відношенню до інших через її моральний обов'язок.

1.4 Феномен ввічливості у комунікаційній сфері

На сьогоднішній день міжкультурні відносини відіграють важливу роль у суспільстві. Комунікація – це невід'ємна частина сучасних реалій. Безперечним прецедентом вважається в такому випадку й те, що ввічливість складає основу здорової комунікації. Можна сказати, що ввічливість в якійсь мірі становить саме спілкування. Згідно до цього, кожна нація, кожний індивід виявляє прояв ввічливості по-різному. Відповідно, в кожній культурі, а саме в мові, існують різні форми вираження ввічливості. Розуміння поняття ввічливості в англійській мові та його використання становить важливе місце в сфері комунікації XXI століття, адже саме через спілкування відбуваються розвиток взаємовідносин в різних аспектах життєдіяльності, а англійська мова виступає *lingva franca* для більшості населення планети.

Спілкування є безпосередньо пов'язаним з культурою. Саме ефективне використання категорії ввічливості, як певного типу припустимих мовних актів залежно від ситуації спілкування й лінгвістичного контексту є запорукою порозуміння людей в соціумі. Тому, з метою ефективного

розуміння чинників успішної комунікації є необхідність знати як виявляється принцип ввічливості. Слід, однак зазначити, що досить складно дати детальну характеристику поняттю ввічливості, оскільки воно є дуже різноплановим та багатоаспектним. Більш того, на перший погляд так зване універсальне поняття ввічливості, чемності та поваги представляє собою неоднаковий зміст у різних культурах і мовах.

Розглядаючи категорію ввічливості як феномен комунікаційної сфери треба звернути увагу на поняття комунікаційного кодексу, який розглядається у працях Г. П. Грайса та Дж. Ліча [Grice 1989; Leech 1983]. За означенням вчених комунікаційний кодекс – це система, за якою відбувається побудова діалогу та аналізується мовна поведінка кожної зі сторін (мовців) як продуманого та осмисленого чинника мовленєвого впливу. Він також визначається як встановлена система задля аналізу моделей мовної поведінки, їх успішною або ж неуспішною організацією [Grice 1989; Leech 1983]. Тобто, з аналізу робіт вчених можна дійти висновку, що співрозмовники повинні дотримуватися конкретних основ, правил ведення бесіди, за допомогою яких впроваджується можливість узгоджувати їх дії й висловлювання.

У цьому контексті Г. Грайс розробив принцип кооперації, який він визначає наступним чином: «Роби такий внесок у розмову, якого вимагає конкретний момент у конкретній ситуації, коли йде розмова, з тією метою і в тому напрямку, куди йде розмова, в якій ти залучений» [Grice 1989, с. 234]. Тобто, цей принцип базується на розумінні людиною діалогу як організованої діяльності кожного з його учасників, які роблять свій внесок у конструювання комунікації. Визнаючи спільну мету діалогу, Г. Грайс сформулював свою думку у вигляді чотирьох правил, за допомогою яких відбувається реалізація та дотримання принципу кооперації:

- правило якості інформації: не говорити інформацію в якій сумніваєшся, не маєш доказів щодо її підтвердження та правдивості;

- правило кількості інформації: надавати стільки інформації, скільки потребує дана ситуація, а саме: не менше, не більше;
- правило доцільності / релевантності: не відступати від заданої теми діалогу, а висловлюватися по суті;
- правило чіткості: повідомлення має бути чітким, зрозумілим, послідовним та систематичним, не містити незрозумілих для адресата слів і висловлювань [Грайс 1985, с. 218-220].

Задля збереження уваги й контакту зі співрозмовником учасники комунікації можуть використовувати дані правила, аби досягти успішного ведення діалогу. Вищезазначені принципи склали підвалини для формулювання принципу ввічливості, що було зроблене Дж. Лічем, і в основі якого закладено розуміння спілкування крізь призму етичних норм. Ввічливість, на думку вченого, реалізується завдяки усвідомленню взаємних відносин співрозмовників один до одного під час комунікації.

Р. Лакофф визначає, що вищезазначені правила базуються на засадах раціональності й блага, реалізація яких відбувається внаслідок того, що в процесі комунікації беруть участь освічені люди і кожен з них не прагне завдати шкоду один одному. На відміну від Г. Грайса, М. Клайн зосереджує увагу на прагматичному понятті граматичних правил та їх оформленню. Згідно з цим вона запропонувала два правила прагматичної компетенції: чітке викладання інформації (принцип Г. Грайса) та необхідність бути ввічливим. При цьому, лінгвістка акцентує на тому, що ввічливість займає більше значення ніж чіткість вираження інформації, приводячи приклад неформальної бесіди, де спосіб викладення ідей не відіграє важливої ролі [Slyne 1994]. Центральне місце в цьому посідає підтримка хороших відносин між учасниками бесіди. За словами Г. Грайса: «Коли ясність вираження конфліктує з ввічливістю, в більшості випадків (хоча і не завжди) ввічливість перемагає: в розмові важливіше не образити співрозмовника, ніж висловитися ясно. У неформальній комунікації обмін фактичною

інформацією менш важливий, ніж підтримка і зміцнення взаємин» [Kasper 1990, с. 217-218].

М. Клайн також звернула увагу на проекцію вищезазначених принципів Г. Грайса на реальну комунікацію [Clune 1994]. Згідно з висновками дослідниці стає зрозумілим, що дотримання правила кількості й вимог, які стосуються цього правила, у міжособистісної комунікації не становить проблем. Дотримання правила якості, яке безпосередньо пов'язане з правильністю висловлювання, може призвести до міжкультурних конфліктів. Інше правило – правило доцільності / релевантності важко охарактеризувати щодо процесу його адаптації в специфіці міжкультурної комунікації, адже воно зачіпає саму тематику спілкування. Найбільш культуроспецифічним з усіх принципів постає правило модальності, адже саме нечіткість може призвести до «втрати обличчя» носієм мови.

Згідно з цим, принципи Г. Грайса були скореговані М. Клайном наступним чином:

- правило кількості: висловлювання повинні виражатися по можливості інформативніше й дотримуватись правил мови та норм даної культури;
- правило якості: висловлення повинні бути побудовані відповідно до норм тієї чи іншої культури;
- правило модальності: не слід перенасичувати висловлювання, ускладнюючи при цьому порозуміння індивідів, треба уникати двозначності [Clune 1994].

Отже, всі вищенаведені принципи й постулати характеризують комунікацію з різних боків, до них належать різні етичні норми, моделі мовної поведінки, але перш за все, в основі комунікативних постулатів лежить здоровий глузд. Порушення одного чи кількох правил з вищенаведених принципів призводить до різних наслідків. З одного боку, недотримання правил веде до порушення цілісності діалогу й спричиняє

комунікативну невдачу в міжособистісному спілкуванні. Але водночас, відхилення від деяких постулатів може надавати спілкуванню позитивного впливу. Несподіваний відхил від теми діалогу може бути виправданий комунікативним наміром мовця. Це відбувається в силу психологічних особливостей сприйняття інформації кожною особистістю.

1.5 Реалізація ввічливості в контексті британського етикету

Як вже зазначалось раніше, феномен ввічливості втілюється в комунікації людей по-різному згідно з особливостями тієї чи іншої країни, її культурою та способом усвідомлення навколишнього світу. Задля розуміння особливостей ввічливості, слід брати до уваги те, що кожен культурний звичай народу знаходить свій ексклюзивний відблиск в мові, тому аби дослідити категорію ввічливості в англійській мові слід урахувати національну своєрідність мови. В рамках даної проблематики необхідним аспектом вважається дослідження мовного етикету.

Висвітлюючи поняття про Британський мовний етикет, слід зазначити що це сукупність особливих слів і виразів, які використовуються для надання більш делікатної форми англійській мові, а також критерії, згідно з яким ці слова й вирази використовуються на практиці в різних комунікативних ситуаціях. У різних англійськомовних комунікативних ситуаціях і відповідно в різних питальних пропозиціях по-різному реалізується принцип ввічливості, який є ваговою складовою англійської мовного етикету [Жанэ 1986, с. 75]. Англійський мовний етикет характеризується проявом давніх і дуже авторитетних традицій, саме тому будь-яке відхилення від нього сприймається як прояв невихованості або як вияв навмисної грубості.

Наголошуючи на особливостях англійського етикету, слід зазначити, як один із проявів ввічливості в англійській комунікації, поняття про місце і

важливість часу. Перш за все, це означає потребу пам'ятати, що в англійській культурі приділяється важливе місце усвідомленню часу. Тобто, специфіка реалізації часу в англійськомовній картині світу проявляється, перш за все, в сталому, доцільному підході до організації життєвого розпорядку. Час сприймається індивідом не як спосіб дотримання зумовленого графіком розпорядку дня, а наголос робиться на емоційному характері зустрічі й людських відносинах. Тому потрібно пам'ятати про важливість поняття часу в англійській культурі й не спричиняти незручності спізнюючись. [Кузьменкова 2005, с.188].

Отже, зазначаючи особливості англійського етикету, для кращого його усвідомлення, слід наголосити, що основною передумовою англосаксонської культурної традиції, є егоцентрична особиста автономія. Головну роль в понятті ввічливості в англійській мові відіграє так званий концепт “privacy” – тобто принцип особистісної автономії, незалежності особистості. Англomовна культура реалізується як одна з індивідуалістичних культур, для котрої базовою ціннісною мотивацією спілкування є увага щодо збереження обличчя та їх “privacy”, що базується на основі створення безконфліктної атмосфери, виключно за допомогою компромісу і регламентує суворе дотримання всіх умовностей. А тому, незмінне упорядкування поширюється абсолютно на всі сфери спілкування та його тематику, визначаючи при цьому чітку структурну організацію і правила взаємовідносин учасників комунікації [Жанэ 1986, с. 76]. Таким чином, принцип “privacy” втілюється в специфіці англійської мови, трактується як дотримання дистанції при спілкуванні, а саме: не зачіпати особистих тем, не проявляти інтересу до особистого життя співрозмовника, не приходити без запрошення, не дзвонити в незручний час, не чинити напору на співрозмовника. Вважається, що кожна людина має невід'ємне право на автономію яка не терпить втручання і нав'язування іншими, і проявляє терпимість та повагу до індивідуальної ідентичності. Поняття особистої автономії в англійській мові співвідноситься зі спеціальними поняттями «конфіденційність» і «дистанція».

Таким чином, аналізуючи даний принцип, ми бачимо, що така культурна цінність має яскраве відображення в мові й пояснює багато особливостей англійської комунікативної поведінки. Зближення співрозмовників в англійській комунікації є прийнятним лише до зони “privacy”. А вторгнення в цю зону вважається грубим порушенням норм і правил. Англійська мовна ввічливість характеризується своєрідними особливостями і представлена через власні правила та норми, які часом істотно відрізняють від правил і норм, які характерні для української мовної етики та в комунікаційній сфері загалом [Ларина 2009, с. 342]. Саме тому англійська мовна ввічливість представляє собою важливу роль не тільки для самих англійців, але й для всіх тих, хто вивчає англійську мову як іноземну.

Підсумовуючи вище згадані факти та принципи, можна дійти висновку що ввічливість є одним з найважливіших феноменів в лінгвістичній практиці. Дослідивши поняття та сферу використання концепції ввічливості та етикету, слід зазначити важливість даного питання в сучасному суспільстві. Ввічливість це чітко окреслена система правил та норм мовної поведінки, складова стійких формул коректного спілкування. Це той важливий канон за яким відбувається регулювання поведінки людини в суспільстві. Лінгвістична ввічливість – це термін, який традиційно використовується для позначення різноманітних засобів мовного вираження соціальних відносин між мовцем та слухачем і людьми, про яких йде мова [СУМ 1980, с. 743]. Так як ці соціальні відносини можуть бути різноманітними, не слід зводити їх тільки до ввічливості в повсякденному розумінні цього слова.

Концепція ввічливості перш за все пов’язана з реаліями та змінами, що відбуваються в соціумі, які впливають на всі аспекти життя, включаючи взаємостосунки людей. Тому поняття й вміння використовувати знання з даної сфери дуже важливі. Особливості використання ввічливості зумовлено прагненням до безконфліктного спілкування, нейтралізації грубості та нечемності стосовно співрозмовників, бажання зберегти зону особистого

комфорту і зону комфорту інших учасників комунікації, не пригнічуючи один одного.

1.6 Комунікативні стратегії досягнення ввічливості

1.6.1 Загальний огляд комунікативних стратегій досягнення ввічливості. Термін «стратегія» не є мовознавчою інновацією, а був запозичений із військової сфери, де він визначається як «мистецтво підготовки та ведення війни і великих воєнних операцій» [СІС 1974, с. 751]. Однак, у сучасній мові цей термін зазнав явища детермінологізації та вживається у сполученнях *стратегія гри*, *стратегія ведення бізнесу*, в яких він набуває значення певного плану дій для досягнення відповідних цілей. У цьому сенсі «комунікативна стратегія» у мовознавстві може розглядатися як сукупність певних вербальних, паравербальних та невербальних дій, що мають на меті досягнення бажаного ефекту спілкування між співрозмовниками.

Питання стратегічної організації комунікації великою мірою базується на положеннях теорії мовленнєвої діяльності О. Леонтьєва [Леонтьєв 1999], відповідно до якої мовлення завжди підпорядковується досягненню певної мети. Проблема стратегічності мовлення також висвітлена у роботах наступних вчених [Арутюнова 1985; Винокур 1993; Демьянков 1982; Койт 1988], які вважають стратегічність усвідомленим феноменом для учасників комунікативного акту. Однак існує протилежна думка, відповідно до якої стратегічність мовленнєвої діяльності не усвідомлюється комунікантами [Даниленко 1989; Kellermann 1992]. Згідно з таким поглядом, співрозмовники обирають засоби комунікації інтуїтивно під час ведення бесіди.

Огляд наукової літератури довів, що питання комунікативної стратегії може розглядатися у рамках різних підходів, зокрема комунікативного, когнітивного, дискурсивного та прагматичного [Човганюк 2017, с. 58].

Відповідно до комунікативного підходу стратегія – це використання серії вербальних та невербальних засобів для досягнення комунікативної мети [Борисова 1996]. У рамках когнітивного напрямку [Gumperz 1982] стратегія осмислюється як вибір певних мовних засобів як результат когнітивної діяльності мовця під час якої він співвідносить свої мовленнєві інтенції з контекстом спілкування та своїми фоновими знаннями.

У дискурсивному підході поняття «стратегія» осмислюється як «комунікативний намір мовця, сформований на основі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і мовна об'єктивація цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу через осмислення вербалізованого наміру усіма суб'єктами [Флиер 2000, с. 112]. У межах лінгвопрагматичного підходу стратегія визначається як «сукупність мовних дій» [Труфанова 2001, с. 58], які направлені на реалізацію прагматичної установки комунікації.

Однак, слід зазначити, що на ряду із терміном «стратегія» функціонує також термін «тактика», які мають одне з одним родово-видовий зв'язок, що визначається в роботах ряду вчених [Борисова 1996; Иссерс 2008; Сквородников 2004; Труфанова 2001]. В академічному словнику української мови «тактика» визначається як засоби, прийоми досягнення певної мети; лінія поведінки особи [СІС, с. 25]. У лінгвістичній літературі тактика розуміється як мовленнєвий крок, який уможливорює досягнення поставлених цілей у конкретній ситуації, при цьому вибір мовленнєвих тактик відрізняється в комунікативних ситуаціях побутового або діалогового спілкування. Соціальна гетерогенність тих, хто спілкується, також впливає на вибір відповідних мовленнєвих тактик, жодна з яких не є універсальною та ефективною у всіх ситуаціях [Гойхман 2003, с. 163].

На відміну від стратегії, тактика є конкретним мовленнєвим ходом (кроком, поворотом, етапом) у процесі імплементації мовленнєвої стратегії, і спрямована на реалізацію конкретних цілей. Таким чином, імплементація мовленнєвої стратегії покликана забезпечити реалізацію загальних інтенцій мовця, що досягається використанням відповідних тактик, які покроково дозволяють досягати менших, але не менш значущих цілей.

Слід зазначити, що загальноприйнятою є концепція стратегій П. Брауна та С. Левінсона, відповідно до якої виокремлюються стратегії позитивної та негативної ввічливості, що буде розглянуте в наступних підрозділах.

1.6.2 Особливості комунікативної стратегії позитивної ввічливості. Стратегія позитивної ввічливості може вважатися глобальною стратегією, оскільки вона включає в себе ряд мікстратегій, які націлені на збереження «позитивного обличчя» комуніканта, що було розглянуте в минулих підрозділах.

Відповідно до концепції П. Брауна та С. Левінсона загальна позитивна стратегія представлена такими мікстратегіями:

1. *“Notice, attend to hearer, his interests, wants, needs and goods”* (Помічай слухача, звертай на нього увагу, зважай на його інтереси, бажання, потреби.)
2. *“Exaggerate interest, approval, sympathy with hearer”* (Перебільшуй інтерес, схвалення, співчуття до слухача).
3. *“Intensify interest to hearer”* (Посилюй інтерес до слухача).
4. *“Use in-group identity markers”* (Використовуй маркери приналежності до групи).
5. *“Seek agreement”* (Намагайся дійти згоди).
6. *“Avoid disagreement”* (Уникай незгоди).
7. *“Presuppose, raise, assert common ground”* (Роби припущення, підвищуй рівень спільності з співбесідником).
8. *“Joke”* (Жартуй).

9. *“Assert, presuppose speaker’s knowledge of and concern for hearer’s wants”* (Бери до уваги знання мовця та його стурбованість стосовно бажань слухача).

10. *“Offer, promise”* (Пропонуй, обіцяй).

11. *“Be optimistic”* (Будь оптимістичним).

12. *“Include both speaker and hearer into activity”* (Залучай до діяльності як мовця так і слухача).

13. *“Assume or assert reciprocity”* (Тримай на увазі взаємність та підвищуй її рівень).

14. *“Give gifts to hearer: goods, sympathy, understanding, cooperation”* (Даруй подарунки слухачеві: матеріальні, а також співчуття, розуміння і кооперацію) [Brown 2014, с. 102].

Усі вищезазначені мікростратегії можна умовно поділити на три групи:

- 1) підкреслення спільності між мовцем та адресатом;
- 2) підкреслення зацікавленості мід мовцем та адресатом
- 3) «підкуп» адресата, або задоволення його матеріальних та нематеріальних потреб.

Так, до першої групи належать надання уваги адресатові, перебільшення товариського ставлення до слухача, підкреслення приналежності до однієї і той самої групи, прагнення дійти згоди та уникати незгоди, демонстрація спільності та жарти. До другої групи належить підсилений інтерес до адресата, надання пропозицій, обіцянок, залучення до кооперації, утвердження оптимізму. Третю групу становлять такі мікростратегії як зацікавленість бажаннями адресата й задоволення його матеріальних та нематеріальних потреб.

Слід однак зазначити, що остання стратегія – «підкуп» адресата, тобто задоволення його матеріальних та нематеріальних потреб, залишається дискусійним моментом. Так, зокрема І. Морозова пропонує наступне формулювання: «Демонструй увагу, розуміння, симпатії до чеснот і потреб адресата» [Морозова 2004, с. 14]. Однак, все ж таки вбачається за доцільне

розглядати намагання задовольнити потреби співбесідника проявом ввічливості, оскільки таким чином мовець намагається всіляко допомогти своєму адресату, що відповідає сутності поняття «ввічливість» взагалі.

Т. Ларіна називає позитивну ввічливість ввічливістю зближення, та наголошує на наступних позиціях:

1. Помічай слухача, приділяй йому увагу.
2. Перебільшуй (інтерес, схвалення, симпатію).
3. Будь оптимістом.
4. Стверджуй спільні точки зору, думки, відношення.
5. Даруй подарунки слухачеві.
6. Використовуй маркери внутрішньогрупової приналежності.
7. Звертайся на ім'я.
8. Використовуй мову, на якій говорить співрозмовник.
9. Шукай згоди.
10. Уникай незгоди.
11. Залучай до спільної дії як мовця так і слухача.
12. Постійно підтримуй спілкування [Ларина 2009, с. 170].

Таким чином, дослідниця виділяє стратегії які є цілком когерентними із стратегіями, які виокремили П. Брайн та С. Левінсон. На це вказують власне формулювання, які в деяких випадках, зокрема 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10 практично співпадають. Дослідниця, однак додає в свою класифікацію стратегію звернення на ім'я та постійне підтримування спілкування, що на нашу думку, є досить резонним, оскільки іменне звернення є цільовим, а отже і більш ввічливим по відношенню до адресата. Підтримання спілкування також є не менш важливим фактором, оскільки воно вказує на те, що мовцю подобається спілкуватися зі слухачем.

Проаналізувавши позитивні стратегії ввічливості перейдемо до аналізу негативних.

1.6.3 Особливості комунікативної стратегії негативної ввічливості. Аналіз наукової літератури довів, що сутність загальної негативної стратегії ввічливості полягає у «захисті обличчя», і включає в себе такі мікростратегії як:

1. *“Be conventionally indirect”* (Будь конвенційно непрямим).
2. *“Question, hedge”* (Став запитання, ухилийся від відповідей).
3. *“Be pessimistic”* (Будь песимістичним).
4. *“Minimize the imposition”* (Якомога менше втручайся).
5. *“Give deference”* (Проявляй повагу).
6. *“Apologize”* (Вибачайся).
7. *“Impersonalize speaker and hearer”* (Деперсоніфікуй мовця та слухача).
8. *“State the face threatening act as a general rule”* (Встановлюй акт загрози «обличчю» як загальне правило).
9. *“Nominalize”* (Використовуй іменну форму замість дієслівної).
10. *“Go on record as incurring a debt, or as not incurring”* (Висловлюйся так, ніби слухач робить послугу мовцю, а не навпаки мовець робить послугу слухачеві) [Brown 1987, с. 131].

Таким чином, стратегії негативної ввічливості мають на меті віддалення мовця від слухача, деяке навмисне приниження мовця перед слухачем. Це передбачає вибачення, використання безособових конструкцій, ухилення від надання прямих фактів (якщо вони можуть образити адресата).

Т. В. Ларіна так само як і у випадку з позитивними стратегіями дещо доповнює вищезазначену класифікацію наступним чином:

1. Висловлюйся непрямо.
2. Уникай прямих запитань
3. Надавай вибір слухачеві, щодо можливості невиконання дії.
4. Мінімізуй ступінь втручання.
5. Будь песимістом.
6. Виводь мовця та слухача з дискурсу.

7. Репрезентуй мовленнєвий акт як загальне правило.
8. Вибачайся.
9. Використовуй прізвища, титули.
10. Будь небагатослівним [Ларина 2009, с. 48-49].

Як бачимо позиції 1, 4, 5, співпадають з класифікацією П. Брайна та С. Левінсона, однак дослідниця робить акцент на деяких власних моментах. Ними є зокрема необхідність вживання титулів, оскільки це дозволяє більш шанобливо звертатися до адресата, підкреслюючи його соціальну вагомість; небагатослівність – дозволяє уникати нав'язування слухачеві зайвої інформації.

Проаналізувавши теоретичні засади комунікативних тактик та стратегій, а також принципи класифікації мовних засобів, що вербалізують категорію ввічливості в англійській мові у другому розділі перейдемо до висвітлення безпосередньо лексичних, граматичних та синтаксичних засобів об'єктивації аналізованої категорії.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ

2.1 Способи вираження ввічливості в англійській мові

Існує три основних способів вираження ввічливості в мові – лексичний, граматичний та синтаксичний. На лексичному рівні ввічливість виражається за допомогою використання стійких виразів і фраз, які класифікуються згідно з їх відповідністю до комунікативної ситуації: привітання та прощання (в офіційному стилі – *“Good morning” / “Good afternoon” / “Good evening”, “Good bye”*, в неофіційному – *“Hi”, “Hello”, “Bye”*); звернення (до одного адресата – *“Sir”, “Madam”, “Mr”, “Miss”*; до декількох – *“Ladies and gentlemen”, “Dear friends, colleagues”*, в неофіційному зверненні – *“Dear John”* на письмі і просто ім’я в усній мові); прохання; вибачення (*“I am sorry”, “excuse me”, “pardon”, “my apologies”, “please accept my sincerest apologies”*); подяка (*“thank you”, “that’s very kind of you”, “thanks a lot”*).

Граматичні засоби вираження ввічливості – це об’єднані в пропозиції моделі і структури, за допомогою яких мовець в процесі комунікації висловлює своє ставлення до якоїсь ситуації спілкування. На граматичному рівні ввічлива комунікація підтримується за допомогою використання форм множини займенників (в англійській мові немає розподілу як «ти» / «Ви», для двох цих слів відповідником є слово *“you”*), використання питальних речень замість наказових.

Синтаксичний рівень мови, як і інші мовні рівні, відображає різноманітну інформацію про культурні цінності, особливості комунікативної поведінки людей, а також специфіку їхнього світогляду й уявлень про навколишній світ. На синтаксичному рівні ввічлива комунікація

пов'язана зі структурою речення, його правильністю, чіткістю та завершеністю.

2.1.1 Вираження ввічливості лексичними засобами. Одним з основних засобів є нормативна лексика, яка вживається в конкретній ситуації та відображає ставлення мовця до безпосереднього адресата його звернення.

Універсальними засобами ввічливості є не тільки шаблоні, стандартні фрази, а й такі позитивно емоційно забарвлені слова, як *“fine”* (*“Oh”, “fine”, “thank you”*), *“nice”* (*“my lady”, “nice to hear you”*), *“good”* (*“O, good sir, let me beg you will not urge me further for feat I forget”* [BNC]), *“please”* (*“Ladies and Gentlemen, please take your seats in the main auditorium”*), *“kind”* (*“Kind lady, give me some broken victuals and I will tell you both your fortunes”* [BNC]), *“happy”* (*“I’m so happy for Kristian!”*), *“very well”* (*“Very well”, “professionally”, “done”*). У деяких випадках емоційно забарвлені слова набувають негативного конотативного значення, якщо людина неправильно вимовляє фразу, не з тією інтонацією. Необхідно зазначити, що лексичні, граматичні та синтаксичні засоби вираження ввічливості в тій чи іншій мірі існують нерозривно в мові, тому наприклад, розглядаючи лексику нам доводиться частково звертатися до граматики.

До лексичних засобів вираження ввічливості відносяться різні форми звернень. Зверненнями, в першу чергу, слугують імена людей (*“Simon, go to the public meeting”*), назви осіб по ступеню споріднення (*“Daddy, look at the dog!”*), положенню в суспільстві (*“And it is important, ladies, to remove all the cleanser, not to leave any on the skin”* [BNC]), професії (*“Good morning, teacher!”*), заняття (*“Carpenter, can you help me with this problem?”*), посади (*“Mayor, we need to solve this problem!”* [BNC]), звання (*“Lieutenant Rojas, can I ask you?”*), національною або віковою ознакою (*“How do you do, Madam?”*), взаємовідносинами людей (*“Dear old chap, I’ve missed you”*). Звернення має

безпосереднє відношення до норм мовного етикету, оскільки невід’ємною властивістю мови виступає її спрямованість та адресний характер. Звернення мають важливу роль в міжособистісному спілкуванні, а саме сприяють взаємодії мовця й адресата і допомагають створити особливий комунікативний простір. У систему лексичних засобів вираження ввічливості входять звернення, які частіше вживаються при спілкуванні з малознайомими людьми або при наявності значної психологічної дистанції між комунікантами. В англійській мові існують такі ввічливі форми звертання, як: “*sir*”, “*madam*”, “*miss*”, “*lady*”, “*gentleman*”, “*father*”, “*doctor*”, різні форми звернень до духовних осіб (“*Your Holiness*”, “*your Beatitude*”, “*your Eminence*”, “*your Excellency*”, “*Your Grace*”).

Найбільш вживаними формами ввічливого звертання до чоловіків та жінок є “*Mr*” – аббревіатура від слова “*mister*” (“*Hand down please, mister Grant*”) та “*Mrs*” – від слова “*missus*”, яке є скороченням від “*mistress*” (“*Mrs. Smith, I don’t know what this word means*”). Проте в сучасній англійській мові вживається повна форма “*mistress*” у значенні «коханки». “*Miss*” – це скорочена форма слова “*mistress*”, яка використовується для незаміжньої жінки та для молодої дівчини з додаванням її прізвища (“*Excuse me, miss Edson, you’ve dropped your umbrella*” [BNC]). Переважно у різних школах Великобританії діти звертаються до чоловіків-вчителів “*Mr.*” і прізвище або “*Sir*”, до викладачки або вчительки “*Miss*” + дівоче прізвище, навіть якщо вона заміжня.

Ввічлива форма звернення до жінки – “*Madam*” «пані» (“*Can I help you, Madam?*”), як правило, ім’я та прізвище не вживаються; до чоловіків, які мають високе соціальне положення в суспільстві, прийнято говорити “*Sir*” (“*Sir, I’ve forgotten my homework*”). Слово “*sir*” «пан» є доволі поширеним зверненням в англійській мові. У багатьох випадках адресант і адресат – чоловік. “*Sir*” і “*Madam*” – загальноновживані ввічливі форми звертання до людини, чие прізвище і соціальний статус невідомі. “*Mr*” + прізвище – звичайна форма звернення до чоловіка незалежно від його сімейного стану.

“Mrs” + прізвище чоловіка – загальноприйнята форма звернення до заміжньої жінки. “Miss” + ім’я / прізвище – звичайна форма звернення до дівчини або незаміжньою жінці в Англії [Формановська 1989, с. 13]. Необхідно зазначити, що форми “Mr” і “Mrs” не вживаються без імені або прізвища адресата.

Ввічливим в англійській культурі вважається звернення до членів родини (матері, батька, бабусі, дідуся та інших) у звичайній формі, або ж іноді в зменшувально-пестливій. Наприклад: звернення “father” залишається в початковій формі, або може бути змінено на більш розмовну таку, як “dad”, “daddy”, “pa”, “papa” (“Daddy, come with me!”). Лексема “mother” має багато розмовних варіантів: “ma”, “mam”, “mum”, “mamma”, “mom”, “mummy” (“Mom, where’s my bag?”). Лексична одиниця “grandmother” має такі форми, як: “grandma”, “gran”, “nanny” (“Can I have a drink, Nanny?”), у той час як лексема “grandfather” використовується в наступних розмовних формах – “grandpa”, “granddaddy”, “grandad” (“I love you, Grandpa!”).

Слово “sister” має лише одну розмовну форму – “sis” (“Sis, can I take your jumper?” [BNC]) і лексема “brother” – “bro” (“What’s the matter, bro?”). У сучасній мові лексична одиниця *bro* вживається по відношенню до найкращого друга.

У церквах прийнято звертатися ввічливо до духовних осіб, відносно до їх чину. Наприклад: “your Holiness” (“Yes, Your Holiness. I’ll do it”), “your Beatitude” (“Your Beatitude, you have visitors”), “your Eminence” (“Let me understand this, your eminence”), “your Excellency” (“Your Excellency, this young lady wants to see you”), “Your Grace” (“It may rain again, Your Grace”) [BNC].

У сучасній англійській мові дуже популярними й широкоживаними є численні форми звернень, які виражають позитивне ставлення мовця до адресата. Це такі лексичні одиниці, як: “baby” (“Oh baby, I love you”), “boy” (“All right, boys and girls, settle down!” [BNC]), “dear” (“My dear Gina, how nice to see you!”), “angel” (“What’s the matter, angel?”), “dearest” (“Come, my

dearest, it's getting late”), “*friend*” (“*Well, friends, I think it's time to go*”), “*honey*” (“*Hi, honey, I'm home!*”), “*love*” (“*You look tired, love*” [BNC]), “*sweet*” (“*My sweet, it's time to go*”), “*sweetheart*” (“*Happy birthday, sweetheart, he said*”). В англійській мові також є зменшувальні суфікси, які використовуються в розмовному стилі та мають позитивне емоційне забарвлення. Наприклад: “*Elizabeth*” – “*Lisa*”, “*Elsie*”, “*Libby*”, “*Beth*”, “*Bet*”, “*Betty*”, “*Betsy*”, “*Bess*”, “*Bessie*” (“*Elsie, are you at home?*”); “*William*” – “*Will*”, “*Willie*”, “*Willy*”, “*Bill*”, “*Billy*” (“*Billy, I'm here*”). Ще одним ефективним засобом для ввічливого вираження своїх думок є використання евфемізмів (пом'якшувальні або маскувальні слова, вислови). Як правило, у цю групу входять слова і вирази, за допомогою яких можна замаскувати натяк на вікову, расову, фізичну або етнічну дискримінацію. Замість слова “*old*” «старий», використовуються поширені такі, евфемізми як: “*senior*” (“*Senior, is this seat free?*”), “*mature*” (“*Laura is very mature for her age*”) і “*seasoned*” (“*Few seasoned observers believe the Grumman scheme has a chance*” [The Guardian]), замість “*bald*” «лисий» вживається евфемізм “*hair-disadvantaged*” (“*Hair-disadvantaged man was sitting on the beach*” [The Guardian]), слово “*cripple*” «каліка» замінюють евфемізми “*differently abled*” (“*Differently abled girl has a good mood*”), “*physically different*” (“*Physically different child found a good friend*” [The Times]).

Значного поширення в якості засобу пом'якшення категоричності висловлювання мають дієслова: “*like*”, “*justify*”, “*suppose*”, “*expect*”, “*allow*”, “*attract*”, “*guess*”, “*introduce*”, “*thank*”, “*welcome*”, “*think*”, “*believe*”, “*imagin*”, “*confess*”, “*admit*”, “*agree*”, “*trust*”, “*admire*”, “*love*”, “*let*”, “*appreciate*”, *enjoy*. Дієслова наміру – “*to be inclined, to tend, to intend*”. Адресант замість “*He criticizes everyone lately*” використовує більш ввічливий варіант “*He tends to be rather critically-minded lately*”. В імперативних реченнях можна зустріти такі дієслова: “*to come*”, “*go*”, “*look*”, “*tell*”, “*take*”, “*give*”, “*get*”, “*listen*”, “*see*”, “*sit*”. Найчастіше в цьому типі речення використовуються дієслова руху та чуттєвого сприйняття “*Tell me*

what is the matter?”, *“Tell me, are you a real writer?”*, *“Look at the houses”*, *“Come to the match with us tonight”* [BNC].

2.1.2 Граматичні засоби вираження ввічливості в англійській мові. Граматичні засоби вираження ввічливості – це об’єднані в речення моделі і структури, за допомогою яких відбувається процес комунікації, також особа може висловити своє ставлення до якоїсь ситуації спілкування. Граматичні обороти в мові характеризуються так званими формами: форма запитання й відповіді, форма згоди та заперечення, а також висловлювання мовного етикету. Граматичний рівень мовної системи характеризується стабільністю, у цьому і є головна відмінність граматики від лексики, як елементу мовної системи, адже лексика легше піддається змінам під впливом як власне мовних, так і позамовних чинників. Необхідно зазначити, зв’язок граматики має безпосередній зв’язок зі словниковим складом. На граматичному рівні використовуються повні, закінчені пропозиції. Неділимі складові частини лексичного значення, тобто семи ввічливості реалізуються за рахунок граматичної форми умовного способу, питальних і негативних конструкцій, часових фор і модальних дієслів.

Імперативний тип речення – найбільш поширений спосіб передачі ввічливого прохання. Імперативні речення – це такі синтаксичні утворення, що виражають значення інструкції, вказівки, розпорядження одного або декількох комунікантів для реалізації вказаної дії, для здійснення якої існує величезна кількість мовних досліджень. Зазвичай речення цього типу використовуються в ситуаціях діалогічного характеру спілкування. Група дієслів, які можуть використовуватися в імперативних реченнях, фактично обмежена і лексичне значення таких дієслів повинно бути сумісним з граматичним значенням спонукання. Така сумісність по-різному проявляється в стверджувальних та заперечних наказових реченнях

(прохання або відмова). Наказовий тон, виражений наказовим способом, в англійській мові, вживається доволі нечасто (Please + Inf), наприклад *“Please say so ...”*. Також можна зустріти такий варіант як *“Do please go with me”*. Більш ввічливе забарвлення мають вирази з дієсловом *would*: *“Would you mind help me, please?”*, *“Would you pass the salt, please”*, *“Would you like a drink?”* [BNC]. Неформальні прохання в англійській мові можуть також виражатися за допомогою додаткового інфінітивного обороту: *“I want you to visit me”*. Однак це висловлювання буде відноситися до низького рівня ввічливості.

Також категорія ввічливості може бути виражена такими граматичними формами:

- використання допоміжного дієслова задля вираження зацікавленості тим, про що говорить співрозмовник *“Oh, do you”*;
- вживання конструкції *“I can not agree with...”* для вираження ввічливої форми незгоди *“I can not agree with you”*, *“I can not agree with some of the reasoning in the judgments”*.
- негативна мовна конструкція, яка виражає згоду з думкою співрозмовника: *“Is not that great!”*;
- використання загальних питань, що починаються з модальних дієслів *can, could* як важливого способу отримання інформації: *“Could not you help me?”*.

Модальність відіграє дуже важливу роль у мовній реалізації і є індикатором ступеня ввічливості. Для реалізації тактичного спілкування англійці вживають: модальні дієслова для вираження обов’язку, необхідності; питальні конструкції з дієсловами *“would”, “should”, “could”*; іншим засобом пом’якшення висловлювань є зміщення часового плану; вживання пасивного стану; використання умовного способу за допомогою словосполучень з *would*. Перш за все, існує система таких модальних дієслів, як: *“can”, “could”, “may”, “might”, “must”, “ought to”, “will”, “would”*,

“*shall*”, “*should*” та квазімодальні дієслова (“quasi-modal verbs”): “*have (got) to*”, “*need to*”, “*had better*”.

В англійській мові найчастіше використовується умовний спосіб і модальні дієслова. Умовний спосіб найчастіше застосовується саме для реалізації прохання “*I wish you could reply to my emails!*”, “*I wish you could do it for me!*”, “*I wish you could stay longer!*”; “*I wish you could answer me!*” [BNC].

Задля здійснення запиту, що стосується дозволу що-небудь зробити, використовується такі модальні дієслова, як “*can*”, “*could*”, “*may*”: “*Can I speak to you, please?*”; “*Could you give me this newspaper?*”; “*May I come in*”.

“*Could*”, “*might*”, “*would*” надають питальним конструкціям більш ввічливого тону і використовуються для того, щоб робити запити, пропозиції чи критичні зауваження, внаслідок чого вони здаються менш обов’язковими і прямими: “*Could you please bring me...*”, “*Would you do that for me?*”, “*How would you feel about doing... whatever?*” [BNC]. Ці модальні дієслова використовуються в англійській мові в міжособистісному спілкуванні, щоб більш ввічливо виразити своє прохання адресату. Модальне дієслово *would* є більш ввічливим на відміну від *can*: “*Can I help you?*”, “*Would you like to start?*”. Якщо порівняти два речення “*Would you like a cup of tea?*” і “*Do you want a cup of tea?*”, перше буде виражати ввічливу пропозицію і продемонструє адресату рівень культури його співрозмовника.

Модальне дієслово *may* вживається завжди від першої особи, виражаючи прохання, яке має отримати дозвіл або згоду співрозмовника: “*May I show you my latest projects?*”. Модальне дієслово *may* в англійській мові є більш формальним і менш поширеним, тому частіше використовується ніж *can* або *could*. У той же час, форма *might*, з одного боку, надає проханням відтінок легкого роздратування або невдоволення: “*You might switch the radio off while I’m writing the letter*” [BNC]. З іншого боку, може висловлювати прохання у ввічливій формі: “*Might I keep your book for a day or two?*” [BNC]. Модальне

дієслово *should* означає припущення, засноване на очікуваності певної події: *“He should be easy to talk to”*.

Модальним дієсловом часто передують різні обмежувачі (*“I don’t know”*) або ментальні дієслова (*“to love”, “to see”, “to be”* та ін.), за допомогою яких запит стає більш первинним і ввічливим, за яким слідує підрядна частина: *“I wanted to see if it would be possible to miss tomorrow night because there’s going to be a concert”* [BNC]. Наступним приклад є використання виразу *“would”* + *“say”, “call”, “think”* (*“I’d say...”, “I’d think...”*), чи *“would”* + *“like”, “prefer”* (*“I’d like to...”, “I’d prefer...”*), котрі використовуються як у письмовому, так і в усному стилі мови для вираження побажання або пропозиції.

Модальні дієслова використовуються в умовних конструкціях з *“if”*, які дуже часто можна зустріти в запитах, порадах і пропозиціях: *“I wonder if you might be interested in...”, “If I were you, I’d...”, “It would be better if...”, “It would be good / nice if you could do...”*. Умовні конструкції допомагають адресанту виразити свою думку відносно різних речей і попросити про послугу, ненав’язуючись при цьому співрозмовникові: *“It would be really nice if you could, but don’t worry if you don’t have the opportunity”* [BNC].

Деякі дослідники пропонують додати до складу лінгвістичних елементів, що виражають модальність, модальні висловлювання: *“be able”* (*“Will she be able to cope with the work?”*), *“be going to”* (*“She’s going to have a baby”*); модальні прикметники і прислівники: *“necessary” / “necessarily”* (*“If necessary, we can always change the date of our trip”*), *“probable” / “probably”* (*“I’ll probably be home by midnight”*), *“possible” / “possibly”* (*“He may possibly decide not to come, in which case there’s no problem”* [BNC]), *“presumably”* (*“Presumably they can’t afford a new car, or they’d have bought one by now”* [BNC]), *definitely* (*“Can you help me?” Definitely*), *“perhaps”* (*“I thought I saw someone hiding in the bushes – perhaps we should call the police”*) і деякі вставні слова: *“I think”* (*“I think I’ll go swimming after lunch”*), *“I believe”* (*“I believe her to be the finest violinist in the world”*), *“I’m sure”* (*“I’m sure my views on*

marriage are coloured by my parents' divorce” [BNC]). Використання модальних слів та умовних речень в англійській мові дозволяє отримати ті результати, які співрозмовник хоче. Відмовити ввічливій людині, яка просить про послугу або має пропозицію, неможливо.

Одним з найдієвіших способів вираження ввічливості є часова форма. Якщо промовець не хоче бути нав'язливим або дуже наполегливим, він використовує форми дієслова минулого та майбутнього часів. і таким чином, в адресата з'являється більше свободи вибору відповідей. Наприклад, замість *“Leave the room”*; *“Join us in five minutes”* коректніше буде скористатися наступною формою *“You will need to leave the room”*; *“Will you join us in five minutes?”* чи звернутися до такого варіанту *“I was wondering if I could talk to you...”*; *“I was really hoping if I could have the weekend free”* [BNC].

Використання форм минулого неозначеного та тривалого часу (*past indefinite i past continuous*) допомагає пом'якшити прохання чи запит менш і зробити його не таким очевидним. Форми тривалого часу (*continuous tense*) виражають питання як випадкові зауваження, а наміри або пропозиції, як правило, стають менш вимогливими. Наприклад: *“Will you be leaving this afternoon?”* – запит про плани, *“Are you going to leave this afternoon?”* – потреба в прийнятті рішення, *“Will you leave this afternoon?”* – запит чи наказ. Конструкції в пасивному стані *“you are (not) supposed”* (*“You aren't supposed to go there”*), *“you are requested”* (*“You are requested to help this man”*) дозволяють пом'якшити категоричність заборони і часто використовуються в правилах поведінки в громадських місцях. *“You are not supposed to smoke here”*, *“You are not supposed to park your car here”* [BNC].

Отже, для того щоб звучати ввічливіше в англійській мові використовується:

- минулий час замість теперішнього часу: *“I wondered if you could show me where the post office is”*, *“How many days did you plan to stay?”*;

- форми дієслів тривалого часу (*progressive verb forms*): “*I am hoping you can tell me*”, “*I was wondering if you could lend me some money*”;
- майбутні часи: “*I will have to ask you to leave*”.

Таким чином, вербалізація категорії ввічливості на граматичному рівні здійснюється через ряд конструкцій, які спрямовані на вираження інформації у ненав’язливій та м’якій формі.

2.1.3 Синтаксичні засоби вираження ввічливості в англійській мові. Синтаксичні засоби – це правильно побудовні речення, конструкції, які маскують негативне значення звернення, прохання або відмови і допомагають адресанту досягти поставленої цілі – «нав’язати» власну думку адресату так, щоб його не образити. За допомогою синтаксису в лінгвістиці відбувається вивчення номінативних та комунікативних мовних одиниць. Базовою й найголовнішою синтаксичною одиницею є речення. У нашій роботі ми будемо розглядати класифікацію за метою висловлення. До неї відносяться: розповідні, питальні, окличні і спонукальні речення використання яких уможливило реалізацію категорії ввічливості в англійській мові. Розповідне речення – це тип речення, яке містить повідомлення і характеризується відповідною інтонацією. За предикативними ознаками воно поділяється на: стверджувальне і заперечне. Перший тип виражає згоду особи виконати певну дію (“*Can you give me a hand with this box? Sure*”), а другий – відмову від виконання (“*Thank you for your invitation but I can’t come*” [BNC]). У заперечному реченні основною задачею є ввічливо не погодитися на те, що пропонується і не образити співрозмовника під час бесіди. Тому негативне значення набуває позитивної конотації, нейтральне зовсім не використовується, тому що кожен вислів є емоційно забарвленим.

Питальне речення – це тип речення, яке містить настанову мовця на отримання відповіді, створюється за допомогою питальної інтонації. За модальною ознакою поділяються на: власне питальні – питання, які передбачають обов’язкову відповідь (“*Would you like to go with me?*”); риторично-питальні – не потребують відповіді (“*You haven’t eaten all day. Aren’t you hungry?*” [BNC]). У першому прикладі ввічливість виражається за допомогою питального речення, що надає співбесіднику право вибору, а не нав’язує думку мовця, як наприклад, у реченні “*Go with me?*”, де адресат має підкоритися волі іншого. Категорія ввічливості виражається за допомогою синтаксичних засобів в поєднанні з модальною лексичною одиницею “*would*”. У прикладі “*You haven’t eaten all day. Aren’t you hungry?*” адресант піклується про співрозмовника. За допомогою інтонації в питальному реченні мовець ввічливо цікавиться про фізичні потреби адресата.

Навіть у стійких лексичних одиницях вітання англійської мови простежується присутність таких питальних конструкцій, як: “*How are you doing?*”, “*How are you?*”. Ці фрази використовуються при неформальній зустрічі, наведена конструкція сприймається не як питання, а як вітання і найкращою відповіддю на нього буде повтор тієї ж лексичної одиниці (“*Fine. How are you?*”).

Спонукальне речення – тип речення, яке виражає пораду, побажання, наказ або заклик. Хоча спонукальне речення і відноситься до синтаксичних засобів, проте не може виражати категорію ввічливості без кооперації з відповідними лексичними одиницями. Однією з таких є лексема “*please*” (“*Please tell me what’s wrong with me. I am very worried*” [BNC]), як ми бачимо, мовець ввічливо звертається до співрозмовника з проханням допомогти йому.

До синтаксичних засобів вираження також відноситься транспозиція – вживання синтаксичних структур у невластивих для них випадках із додатковими значеннями мовних одиниць. Тобто, це використання однієї й тієї ж мовної конфігурації в функції іншої форми. Риторичне питання не

передбачає відповіді і задається для того, щоб заохотити слухача повідомити якусь невідому інформацію для мовця. Головними функціями риторичного запитання є привернення уваги, підвищення емоційного тону, створення піднесеності та посилення загального враження. Відповідь на нього вже наведена і тому риторичне запитання тільки залучає читача в міркування або переживання, роблячи його більш активним, і підштовхує адресата зробити висновок. Риторичне питання зустрічається у всіх стилях мови.

У питальних реченнях процес транспозиції можливий лише за участі переходу речення у спонукальну або окличну форми й обов'язково повинен бути виразнішим, ніж у реченнях без транспозиції. Задля побудови ввічливого прохання у спонукальним реченнях доцільно використовувати питальну конструкцію: *“Would you mind closing the door?”* або ж у непрямому запитанні: *“I wonder whether you would mind closing the door?”* [BNC].

Як один із способів прояву імперативу, ввічливе прохання поєднує в собі і граматичні, і синтаксичні, і лексичні засоби вираження ввічливості. Тоді, як повне речення виступає основним синтаксичним показником ввічливого прохання. Але якщо розподіляти речення за ступенем формальності, то повні речення зустрічаються як і в формальних, так і в неформальних проханнях (*“Could we add mosques as well to the churches, please? Could you give any helpful advice in this situation?”* [BNC]). Якщо ми звертаємося до процесу залучення уваги, то завжди маємо на увазі якесь питання або прохання, а саме тому тут з'являється додаткове значення мовної одиниці (конотація). Синтаксичні конструкції в стверджувальних і питальних реченнях також підпадають під транспозицію. *“I am sorry to trouble you, but could you help me?”*.

Ввічлива пропозиція також може здійснюватися за допомогою вираження в питальних синтаксичних конструкціях *“Will you go to the shopping mall?”*, *“Would you mind if we go to the hopping mall?”*. Питальна

синтаксична конструкція реалізується в ролі пропозиції й містить додаткове значення, тому тут також спостерігається процес транспозиції.

У концепції визначення ввічливості в англійській мові, транспозиція відіграє важливу роль. Адже саме контраст між формою і змістом, поява додаткового значення мовних одиниць надають реченню ще більшого значення ввічливості.

Ввічливий контакт є однією з необхідних і важливих складових процесу спілкування, який відбувається між комунікантами. Принцип ввічливості в мові реалізується на рівні слова, словосполучення і контексту. Використання певних засобів етикету передусім залежить від стратегій і тактик, які мовець обирає в залежності від свого комунікативного наміру здійснити мовний акт. Етикет і ввічливість у сучасній англійській мові реалізується за допомогою використання комплексу вербальних і поведінкових засобів.

Проаналізувавши лексичні, граматичні та синтаксичні засоби вираження феномену ввічливості в англійській мові, можна дійти висновку, що представлені засоби вираження ввічливості в тій чи іншій мірі існують нерозривно один від одного. А комунікативні одиниці, що беруть участь у виконанні фактичної функції, є стійкими шаблонами комплексами, які забезпечують успішність протікання процесу комунікації. На лексичному рівні перевага надається нормативній лексиці. Універсальними засобами ввічливості є:

- клішовані, стандартні фрази;
- позитивно емоційного забарвленні слова, що не несуть ввічливу семантику;
- мовні конструкції;
- прислівники, які посилюють ввічливість;
- інтонація.

На граматичному рівні для вираження ввічливості використовуються повні, закінчені речення, побудовані згідно з стандартами правильної

граматичної форми. Ввічливість реалізуються за рахунок граматичних форм умовного способу, питальних і негативних конструкцій, а також модальних дієслів. Причому модальні дієслова найчастіше вживаються в проханнях, зверненнях, подяках, а для вираження ввічливих пропозицій більш доцільним буде вживання умовного способу. З синтаксичної точки зору, ввічливість виражається за допомогою вживання питальних, спонукальних і окличник синтаксичних конструкцій, особливе значення в яких надається через смислову трансформацію питальних речень – транспозицію.

Отже, підсумовуючи вищесказане, усі мовні засоби вираження ввічливості тісно взаємодіють один з одним і не існують поза ситуацією та мовним простором. Таким чином, категорія ввічливості залежить від структури і культури мови, і при недоцільному використанні засобів її вираження, мовець руйнує чітке формулювання висловлювань і не досягає необхідної мети.

РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ВВІЧЛИВОСТІ У МОВЛЕННІ

3.1 Мовленнєва реалізація стратегії позитивної ввічливості

Як було зазначено в першому розділі, комунікативна стратегія позитивної ввічливості ґрунтується на інтенції зближення мовця з адресатом. У рамках неї відбувається демонстрація взаємної єдності та солідарності між мовцем та слухачем. В основу такої стратегії покладено прагнення до згоди та взаєморозуміння, врахування бажань співрозмовників, а також прагнення до кооперації та взаємної допомоги. Така стратегія є досить загальною та багатоаспектною, тому в її межах можна виділити ряд мікростратегій. Базуючи свої погляди на роботах П. Брауна, С. Левінсона [Brown 1987], Т. В. Ларіної [Ларина 2009], М. М. Човганюк [Човганюк 2017], а також на основі власних наукових спостережень ми пропонуємо до розгляду наступні комунікативні стратегії в рамках реалізації загальної стратегії позитивної ввічливості, у межах яких ми також виділяємо певні комунікативні тактики:

1. Приділення уваги адресату:
 - 1) тактика компліментарності;
 - 2) тактика перебільшеного інтересу, симпатії та схвалення;
 - 3) тактика підтримання розмови;
 - 4) тактика виявлення турботи щодо потреб адресата.
2. Утвердження спільності між мовцем та адресатом:
 - 1) тактика згоди та уникнення незгоди;
 - 2) тактика оптимізму;
 - 3) тактика підкреслення до приналежності до однієї групи (соціальної, культурної, професійної тощо);

4) тактика апелювання до спільних фонових знань і цінностей;

5) тактика інтимізації спілкування.

3. Кооперація між мовцем та адресатом:

1) тактика залучення до спільних дій, висловлювання пропозицій;

2) тактика надання обіцянок;

3) тактика задоволення потреб адресата.

Виділення тактик у межах мікростратегій вбачається доцільним, оскільки комунікативна тактика виступає більш конкретним проявом реалізації мовленнєвих інтенцій мовця шляхом вибору відповідних лінгвальних засобів. Стратегія є більш широким поняттям та включає у себе ряд схожих між собою за направленістю, однак відмінних за способом досягнення мети, тактик. Сутність застосування окремої тактики полягає у тому, що при цьому змінюється конфігурація вихідних комунікативних параметрів у необхідному напрямі для того, хто говорить та трансформація фактів, які пов'язані з подією в оцінне судження [Човганюк 2017, с. 60]. Іншими словами, кожна комунікативна стратегія характеризується набором певних комунікативних тактик, які використовуються для забезпечення досягнення мети спілкування.

3.1.1 Мовленнєва реалізація мікростратегії «Приділення уваги адресату». Як зазначалося вище, мікростратегія «Приділення уваги адресату» досягається шляхом використання тактик компліментарності; перебільшеного інтересу, симпатії та схвалення; виявлення турботи щодо потреб адресата; підтримання розмови;

Почнемо з тактики **компліментарності**. «Комплімент» (з французької “*compliment*” («вітання»)) – люб'язний, приємний вислів з похвалою та схваленням» [СІС 1974, с. 346]) визначається як «мовленнєвий акт, що експліцитно чи імпліцитно висловлює схвалення адресату за будь-яку

чесноту (власність, якість, здібність), яка позитивно оцінюється мовцем і адресатом [Holmes 1988, с. 456].

На думку дослідників ілокутивна сила компліменту полягає у тому, що він реалізує додаткові ілокутивні цілі: 1) висловлення власних позитивних інтенцій; 2) висловлення наміру або бажання принести задоволення адресату; 3) вираження позитивного ставлення до адресата.

Так, зокрема звернення *“You are an extremely gifted person, you are strong, brave and clever”* [BNC] є класичним прикладом реалізації тактики компліментарності, коли мовець схвалює адресата та підкреслює його позитивні риси, що є безперечно проявом чемності у контексті реалізації позитивної стратегії ввічливості за допомогою мікростратегії «приділення уваги адресату».

Компліменти покликані створювати неформальну довірливу атмосферу між комунікантами, тому вони іноді визначаються дослідниками як *“verbal gifts”* («вербальні подарунки») [Kerbrat-Orecchioni 1987, с. 15] та допомагають підтримувати комфортне відчуття у реципієнта.

Psychiatric nurse Hubert gasped: “She’s gorgeous.” [BNC].

На матеріалі наведеного прикладу бачимо вживання лексеми *“gorgeous”*, яка характеризується високим ступенем схвалення, що передбачає потенційне полегшення встановлення контакту із співбесідником.

Загалом компліменти можуть відноситися до розумових здібностей адресата, зовнішності (як в двох попередніх прикладах), одягу / іміджу, навичок тощо.

“Oh he’s got a nice shirt on” [BNC] – компліментарність по відношенню до одягу.

“Where did you get that beautiful make-up?” [BNC] – компліментарність стосовно макіяжу.

“You are an excellent swimmer” [BNC] – компліментарність по відношенню до навичок.

Окрему групу компліментів становлять компліменти по відношенню до особистих якостей індивіда:

“You are an interesting person to talk to” [BNC] – компліментарність по відношенню до соціокомунікативних навичок особистості.

“It’s very generous of you” [BNC] – комплімент щодо щедрості співрозмовника.

“Only a wise man like you can tell me” [BNC] – комплімент щодо мудрості.

“I appreciate your honesty” [BNC] – комплімент щодо чесності.

Таким чином, компліменти відіграють важливу роль у реалізації ввічливості під час комунікації, оскільки вони з одного боку покликані приділити увагу слухачеві, а з іншого підкреслюють його чесноти, що потенційно підвищує самооцінку адресата та створює позитивну атмосферу для спілкування між співрозмовниками.

Наступною розглянемо тактику **перебільшеного інтересу, симпатії та схвалення**. Ця тактика є схожою на тактику компліментарності, однак її відмінність полягає у тому, що вона не виражає комплімент відкрито, а націлена на імпліцитне схвалення особистості або висловлення турботи по відношенню до адресата шляхом перебільшення.

“You must be extremely tired, my friend” [BNC] – мовець акцентує увагу на тому, що адресат надто втопився, навіть, якщо це не є цілком правдою, таким чином через перебільшення передається стурбоване ставлення мовця, що безперечно є проявом чемності.

“... I think you are right that you’ve decided to talk to me about it now...” [BNC] – є прикладом реалізації тактики схвалення. Мовець не виражає ніякого комплімента експліцитно, але імпліцитно вказує на те, що схвалює поведінку адресата.

“What a nice idea you’ve come up with, Maryline...” [BNC] – мовець симпатизує думці співбесідника, що є латентним компліментом у контексті ведення ввічливої розмови.

Таким чином, стратегія перебільшеного інтересу, схвалення та симпатії є варіацією стратегії компліментарності, при чому схвалення та симпатія передбачає імпліцитний, непрямий комплімент, тоді як тактика перебільшення більш спрямована на вираження турботи, що буде розглянуте далі.

Тактика **виявлення турботи щодо потреб адресата** зазвичай реалізується за рахунок обізнаності мовця щодо потреб свого співбесідника. Мовець, таким чином, намагається донести до слухача ідею про свою готовність допомогти йому у задоволенні його потреб або вирішенні його проблем. Така тактика спрямована на встановлення та підтримку дружніх стосунків між учасниками діалогу.

“I know that this is a very sensitive topic for you, but I still want to ask you some questions” [BNC] – мовець підкреслює свою обізнаність стосовно делікатності питання, але все ж не відмовляється від його обговорення, тим самим проявляючи певну чемність по відношенню до слухача. Якщо б теоретично прибрати першу частину речення, то фраза б звучала надто наполегливо, та могла б образити адресата.

До цієї тактики також відносяться питальні побутові фрази такі, як:

“How can I help you?”

“Do you want to eat anything?”

“Are you thirsty?”

“Is it cold? Shall I close the window? I don't want you to lie down with a flue”.

Вищеперелічені фрази є прикладами прояву турботливого, а отже ввічливого ставлення до слухача, що відповідає більш загальній стратегії позитивного ставлення. Це, в свою чергу, сприяє покращенню комунікативного контакту між спірозмовниками через мікростратегію «приділення уваги адресату».

Останньою тактикою у межах аналізованої мікростратегії є тактика **підтримання розмови**.

Ця мовленнєва тактика направлена на підтримання приділеної раніше уваги адресату. Таким чином, за її допомогою забезпечується сталий розвиток мовленнєвого акту, і слухач не відчуває себе покинутим, самотнім чи знехтуваним, що підвищує рівень доброзичливості та покращує атмосферу спілкування.

“*So, Mr. Conghon, you’ve said you are from York*”. Фраза такого роду апелює до інформації, яка раніше була представлена у розмові одним із співбесідником, і може бути використана як заповнювача паузи у розмові (“*ice breaker*”), або приводом поговорити про особисте, наприклад про домівку, чи рідне місто тощо.

Ця тактика реалізується також через ставлення певних конвенційних питань у відповідь таких, як “*and you? What about you?*”:

“*How are you?*” – “*I am fine, and you?*”

“*Did you enjoy the game?*” – “*Yes. What about you?*”

Такі зустрічні питання дозволяють підтримувати комунікативний акт, і заохочують співрозмовника до продовження ведення бесіди. Отже, мікстратегія «приділення уваги до адресата» спрямована на залучення адресата до комунікації та створення комфортного мікроклімату через обрання відповідних мовних засобів, які націлені на проголошення компліментарності та схвалення рис адресата, перебільшенні його важливості або його проблем з ціллю їх вирішення, а також засобів, які направлені на підтримання розмови між учасниками комунікативного акту.

3.1.2 Мовленнєва реалізація мікстратегії «Утвердження спільності між мовцем та адресатом». У рамках зазначеної мікстратегії ми виділяємо наступні тактики: тактика згоди та уникнення незгоди; тактика оптимізму; тактика підкреслення до приналежності до однієї групи (соціальної, культурної, професійної тощо);

тактика апелювання до спільних фонових знань і цінностей; тактика інтимізації спілкування. Тепер розглянемо кожен з них докладніше.

Тактика згоди та уникнення незгоди дозволяє мовцю акцентувати увагу на тому, що його думка співпадає із точкою зору співрозмовника. Найпростішими прикладами реалізації цієї тактики є побутові конвенційні розмови, як наприклад, про погоду, загальний стан справ.

“The weather is really nice for a barbecue, isn't it?” [BNC].

Як правило мовець констатує реальний стан речей, тому досягнення згоди не видається складним завданням, а, отже, це допомагає налагодити комунікативний контакт. Часто ця тактика реалізується на основі невдоволення мовцями стану справ, як наприклад, критика уряду країни, керівництва, оточуючих, що є досить частим явищем у наш час.

“These politicians never care about the folk like we are” [BNC].

Таким чином, мовець намагається виголосити своє бачання, яке на його думку має бути суголосним із думкою адресата, що сприятиме їх комунікативному зближенню.

До лексем, які використовуються для вираження згоди в контексті аналізовано тактики відносимо *“of course”, “surely”, “exactly”, “certainly”, “right”, “absolutely”*.

“I think we need to take into account logistic expenses if we want to count a fair price. – Yes, you are right. Good point” [BNC].

Досить поширеним інструментом у межах цієї тактики виступає питально-заперечне речення, яке передбачає позитивну відповідь.

“Don't you think that it's a little weird? [BNC] – Yes, you are right”.

У рамках тактики пошуку згоду слід також розглянути тактику уникнення незгоди, яка є її іншою стороною. Така тактика передбачає використання фраз *“yes”, “but I mean”, “I don't know”, “but I think”* тощо.

“Yes, but I think you need to double check that” [BNC].

Така фраза має пом'якшувальний ефект, і не виражає різкої незгоди співрозмовника, але навпаки, вказує на те, що думка співрозмовника може бути вірна, однак її треба ще раз верифікувати.

Такий пом'якшувальний ефект у лінгвістиці має назву «хеджинг». Дж. Голмс виокремлює дві функції хеджингу: пом'якшувальну та полегшувальну [Hermann 2010, с. 454]. Пом'якшувальна функція направлена на пом'якшення директивних висловлювань, наприклад

“Prepare the report before 10, if it doesn't bother you too much” [BNC].

Фраза після коми саме і є хеджингом, який направлений на пом'якшенні імперативу.

Полегшувальна функція реалізується через висловлення солідарності до адресата [Hermann 2010, с. 447].

“That's absolutely incredible”. [BNC] – *“Well, you are right in a way...”*

Фрази на зразок *“in a way”*, *“sort of”*, *“kind of”* виражають згоду, однак в той же час натякають, що співрозмовник не повністю погоджується. Проте вони допомагають уникнути повної незгоди і як результата здатись грубим чи неввічливим.

Наступною є тактика **оптимізму**. Ця тактика виражається переважним чином через висловлення впевненості, що все буде гаразд.

“I am sure, that your brither will recover soon. – Oh, thanks a lot!”

Ця фраза вдихає надію адресату, що з його близькою людиною все буде гаразд, а отже адресант таким чином заслуговує повагу та гарне ставлення. Часто реакцією на це є подяка адресата. Висловлення оптимізму стосовно майбутнього адресата та усього, що йому дороге є дієвою тактикою для встановлення позитивного мовленнєвого контакту між співрозмовниками, оскільки позитивне налаштування адресанта на підсвідомому рівні впливає на адресата, який починає розцінювати свого співрозмовника як добру й чуйну людину. Слова підтримки, таким чином, є реалізацією чемності та запорукою вдалого комунікативного акту.

До тактики позитиву також можна віднести жарти. Слід, однак зазначити, що жарти не завжди є ввічливими, а іноді навпаки, вони можуть нести образу, тому до стратегії ввічливості можна віднести виключно «нейтральні» жарти, які нікого не ображають, а направлені скоріше на зменшення напруженості атмосфери з метою продовження спілкування. Часто задля уникнення образи співрозмовника жарт може стосуватися самого адресанта.

“I couldn’t catch a bus yesterday... but I managed to catch a cold instead” [BNC].

Такий стилістичний прийом зевгми допомагає розрядити атмосферу, та внести нотку гумору у бесіду, що є невід’ємним компонентом тактики позитиву.

Тактика підкреслення приналежності до однієї групи є дієвим механізмом утвердження спільності між мовцем та адресатом. Спільна приналежність до певної соціальної групи зменшує психологічно відстань між співрозмовниками та допомагає подолати комунікативний бар’єр.

“We drivers know how to behave in such situation, uh?”

Твердження такого типу дозволяють адресанту акцентувати увагу на його спільності зі слухачем в плані професії, етнічної, релігійної, культурної приналежності, що, в свою чергу, засвідчує повагу мовця, оскільки він і сам є таким.

Сюди, на нашу думку, також слід віднести фамільярні звернення, та зменшувано-пестливу лексику. В контексті розмови з співрозмовниками старшими за рангом чи віком вживання таких одиниць є неприйнятним в контексті ввічливості, однак їх вживання між людьми, які належать до однієї групи може виявитися дієвим для зменшення соціально-статусної дистанції, що безперечно вказує на дружні стосунки.

“How are you doing, dear?” – “Oh honey, thanks for asking” [BNC].

У зазначеному прикладі ввічливість проявляється через вживання пестливих слів у якості звертання до співбесідника.

Похідною тактикою виступає тактика **інтимізації спілкування**. Ця тактика передбачає використання сленгу, діалектних слів, жаргону та є свого роду продовженням тактики спільної приналежності. П. Браун та С. Левінсон називають таку мову “*in-group code language*”. Уживання жаргонних слів та діалекту, що є зрозумілим для співрозмовників, слугує засобом усунення інтерперсональної межі між комунікантами, демонструє їх рівність і створює ефект приналежності до однієї групи [Човганюк 2017, с. 123]. Інтимізація спілкування досягається також через розповіді адресату якоїсь приватної інформації, історій з життя, що дозволяє комунікантам краще познайомитися та встановити відносини довіри.

Ця тактика є тісно пов’язаною з тактикою **апелювання до спільних фонових знань і цінностей**. Тактика такого роду є засобом зближення співрозмовників і реалізується через світські бесіди та розмови на загальні теми. Її метою є підкреслити спільність мовця та адресата, вказати на те, що вони поділяють погляди чи інтереси. І. А. Стернін визначає світську бесіду як «взаємно приємну формальну розмову на загальні теми, яка ні до чого не зобов’язує, її основна мета – провести час зі співрозмовником, залишаючись з ним у вербальному контакті» [Стернін 2001, с. 13].

“Why do you fancy it? – It’s about design. – Right. The composition and graphics, you know, they are outstanding...”

У наведеному прикладі, який є фрагментом діалогу видно, що мовці розмовляють на тему, в якій вони обидва обізнані, і така розмова нічого не передбачає окрім вербального контакту та уникнення незручного мовчання.

Таким чином, стратегія утвердження спільності між мовцем та адресатом направлена на виявлення спільності між співрозмовниками та досягнення порозуміння і взаємної поваги на основі таких спільних рис, що ґрунтується на принципі самоповаги. Тобто, якщо людина поважає себе, вона поважатиме і співрозмовника, який має спільні погляди, переконання, інтереси тощо, на що саме і направлені всі вищезазначені тактики.

3.1.3 Стратегія кооперації між мовцем та адресатом. Аналізована стратегія включає в себе три тактики: тактика залучення до спільних дій, висловлювання пропозицій; тактика надання обіцянок; тактика задоволення потреб адресата.

Тактика залучення до дій на практиці часто реалізується за допомогою форм “*let us (let’s)*”, “*shall we*”, “*why don’t we*”, що передбачає спільне виконання певного виду діяльності.

“*Let’s ask Fernando if it is possible to have him with us tomorrow*” [BNC].

Фраза “*shall we*” вживається у питальних реченнях та дає співрозмовникові право вибору. Таким чином переклоуція в такій фразі виражена дещо пом’якшено.

“*Shall we ask Fernando if it is possible to have him with us tomorrow*”.

У порівнянні з першим прикладом конструкція з “*shall*” звучить менш нав’язливо.

Синонімічна їй конструкція “*why don’t we ask Fernando if it is possible to have him with us tomorrow*” звучить так само не нав’язливо як і попередньо, а отже характеризується високим ступенем чемності, оскільки сутність ввічливості є саме ненав’язування чогось комусь.

Не менш важливою при вираженні ввічливості є **тактика надання обіцянок**. Вона передбачає прагнення мовця зробити щось приємне адресату в майбутньому, а отже, направлена на встановлення більш тісного та тривалого контакту. Її результатом є висловлювання добровільного зобов’язання зробити щось для співрозмовника.

У мовленні ця тактика зазвичай реалізується через вживання граматичного часу Future Simple.

“*I will forward you the papers as soon as I get them myself*” [BNC].

Що стосується намірів, то для їх вираження часто вживається конструкція “*to be going to*”.

“*I am going to meet you at the Bank Square*” [BNC].

Щодо лексичних засобів в рамках реалізації аналізованої тактики застосовуються слова “*promise*”, “*swear*”, “*pledge*”, “*guarantee*”, “*assert*” тощо.

Як зазначають дослідники головними умовами успішної реалізації актів обіцянки є:

- 1) мовець впевнений в тому, що може здійснити бажану для співрозмовника дію;
- 2) він щирий у своїй готовності зв'язати себе зобов'язанням;
- 3) обидва знають, що недотримання обіцянки засуджується;
- 4) адресат хоче, щоб адресант виконав обіцяну дію;
- 5) при невиконанні умов адресат має право вдатися до запобіжних заходів: нагадати, вимагати, притягнути до відповідальності тощо [Дедушно 2011, с. 148].

Сутність обіцянки в плані реалізації ввічливого вектору спілкування полягає в тому, що адресант прагне зробити щось позитивне для адресата і це є безпосередньо пов'язаним з його комунікативною інтенцією.

Тактика задоволення потреб адресата передбачає виявлення мовцем симпатії та любові, що має на меті турботливе ставлення. Ця тактика є схожою на тактику виявлення турботи щодо потреб адресата, яка розглядалась у рамках першої мікростратегії «Приділення уваги адресату». Різниця в тому, що виявлення турботи про потреби передбачає власне фокусування уваги на адресаті, тоді як задоволення потреб передбачає більш глибоке спілкування співрозмовником і реалізується вже у рамках стратегії «Кооперація між мовцем та адресатом».

Точніше кажучи аналізована тактика на практиці є комбінація тактики піклування з тактикою обіцянки (за умови, якщо обіцянка виконана). Слід зазначити, що задоволення потреб може бути як духовних так і матеріальних; до духовних відносимо надання інформації, естетичної насолоди. Сфера задоволення матеріальних потреб включає в себе подарунки та послуги, яких потребує адресат. Що стосується матеріальних потреб, то зловживання цією

тактикою може призвести до непорозуміння, якщо вона буде розцінена як хабар.

Таким чином, імплементація аналізованої тактики передбачає як мовленнєву так і екстралінгвальну складову.

3.2 Мовна реалізація стратегії негативної ввічливості

Як було зазначено в першому розділі комунікативна стратегія негативної ввічливості базується на інтенції віддалення мовця від адресата. За означенням вчених негативна ввічливість – це «корекція, спрямована на негативне обличчя адресата: його бажання, щоб не виникало перешкод його свободі дії, а його увагу не займали» [Brown 1987, с. 123]. Стратегія такого роду має на меті по можливості уникнути, або хоча б пом'якшити мовні акти, які загрожують «негативному обличчю» індивідуума, як наприклад зауваження, критика, різкі накази. Така стратегія підкреслює інтенцію мовця соціально дистанціювати себе від слухача, надати адресату право вибору та право прийняття остаточних рішень, не нав'язувати нічого слухачеві.

Ця стратегія, як і стратегія позитивної ввічливості, є досить загальною та багатоаспектною, тому в її межах можна виділити ряд мікростратегій. Грунтуючи наші погляди на роботах П. Брауна, С. Левінсона [Brown 2014], Т. В. Ларіної [Ларина 2009], М. М. Човганюк [Човганюк 2017], а також на основі власних наукових спостережень ми пропонуємо до розгляду наступні комунікативні мікростратегії в рамках реалізації загальної стратегії негативної ввічливості, у межах яких ми також виділяємо ряд комунікативних тактик:

1. Мікростратегія відмежування мовця від адресата:
 - 1) тактика непрямо висловлювати власну думку;
 - 2) тактика песимізму;

3) тактика апелювання до норми;

4) тактика прояву надмірної поваги.

2. Мікростратегія пом'якшення висловлювання:

1) тактика вживання імменних форм замість дієслівних;

2) тактика деперсоніфікації (через вживання пасивного стану);

3) тактика вибачення;

4) тактика надання адресату права вибору щодо виконання / невиконання дії;

5) тактика непрямого прохання;

6) тактика мінімалізації втручання.

У наступних пунктах розглянемо кожну з цих стратегій більш детально.

3.2.1 Стратегія відмежування мовця від адресата.

Стратегія відмежування включає в себе такі тактики як тактика непрямо висловлювати власну думку; тактика песимізму; тактика апелювання до норми. Почнемо з тактики **непрямого вираження думки**. Яскравим прикладом прояву цієї тактики є трансформація прямого запитання в непряме, яке демонструє делікатне ставлення до автономії співрозмовника, невтручання в його особисту сферу та передбачає використання маркерів невпевненості (хеджів) [ТСОПІВ 2006, с. 51]. К. Хайленд визначає хеджі як будь-які мовні засоби, які використовуються з метою демонстрації бажання адресанта не висловлювати категорично впевненість відносно істинності змісту свого висловлювання.

“It would be nice to know about your future plans”. Замість вживання прямого питального речення *“What are your future plans?”* Вживання хеджу дозволяє більш опосередковано поцікавитися тією самою інформацією з меншим втручанням в особистий простір слухача.

“It occurs to me to think that it would probably be a big mistake” [BNC].

Речення такого типу починається з фрази “*it occurs to me*”, що вже пом’якшує висловлення, плюс до неї додається лексема “*probably*”, яка зменшує впевненість та реалізує тактичний прийом припущення.

Тактика ухилення також може здійснюватися на прозодичному рівні організації усного мовлення через прийом паузації перед вираженням незручної або неприємної інформації.

Іншим засобом є слово “*well*”, яке виступає у ролі хеджу та дає мовцю додатковий час для планування висловлювання.

“Well, it’s quite a difficult thing to do” [BNC].

Цей хедж відіграє роль вступної фрази і одночасно виражає певну незгоду, занепокоєність чи труднощі.

Наступною тактикою є **прояв песимізму**. Її суть полягає у вираженні сумніву у висловлюванні, яке виголошується адресантом. Ця тактика зорієнтована на підкреслення того, що можливий стан речей, який висловлений адресантом та який може потенційно обмежити свободу дій адресата або нашкодити йому є малоімовірний і це сприяє пом’якшенню категоричності інформації мовця [Човганюк 2017, с. 153]. Тактика песимізму, як зазначають дослідники [Човганюк 2017] пов’язана з теорією можливих світів, які визначаються як вірогідний стан справ відносно суб’єкта, що знаходиться в реальному світі, або хід подій [Хинтикка 1981, с. 42]. Суть такої комунікативної тактики полягає у тому, що мовець наголошує на тому, що в певному можливому світі його висловлювання було б доречним, але цей можливий світ є дуже віддаленим від реального.

На граматичному рівні ця тактика часто реалізується вживанням умовного способу (Subjunctive Mood).

“If we were more lucky, we wouldn’t be here” [BNC].

Таким чином, тактика песимізму реалізовується через вживання умовного способу, який виражає дію, яка є маловірогідною або недосяжною.

Тактика **апелювання до норми** виражає інтенцію мовця зняти з себе відповідальність за виконання дії, яка загрожує «обличчю», посилаючись на

усталені суспільні норми. Часто на мовному рівні речення вживаються в пасивному стані

“Sorry, but it is forbidden to smoke on board, sir” [BNC].

Таким чином, мовець знімає з себе відповідальність за принесення незручностей адресату, та перекладає її на існуючу норму. Таким чином, ілокутивним смислом мовленнєвих актів у рамках цієї стратегії є апеляція до норми та прагнення мовця донести до слухача думку, що самі правила та діючі обмеження накладають на адресата певні незручності, а не сам мовець.

Отже, стратегія відмежування має на меті дистанціювати мовця від адресата вживанням відповідних мовних засобів та висловити намір, що загроза «обличчю» адресата йде не від мовця, а від самих обставин.

3.2.2 Стратегія пом'якшення висловлювання. Стратегія пом'якшення висловлювання досягається через тактику вживання іменних форм замість дієслівних; тактику деперсоніфікації; тактика вибачення; тактику надання адресату права вибору щодо виконання / невиконання дії; тактику непрямого прохання; тактику мінімалізації втручання.

Першою тактикою є **вживання іменних форм замість дієслівних**. Вона передбачає додержування іменникового стилю. На думку О. Малая «іменниковий стиль з його абстрактністю, узагальненістю і об'єктивністю веде до ефекту відсторонення мовця і адресата від змісту висловлювання» [Малая 2008, с. 171].

“Because of the urgent necessity of coming back we will have to cut down on our expenses” [BNC].

Якщо б фраза звучала *“It is necessary to urgently come back, so we will have to cut down on our expenses”*, то вимога повернутися звучала б більш вимоглива. Однак, тактика номіналізації дозволяє уникнути такого небажаного примусу тим самим роблячи висловлювання більш ввічливим. Таким чином, тактика номіналізації реалізується шляхом формалізації

висловлювання та висловлює намір адресата зняти з себе провину за обмеження свободи слухача.

Тактика деперсоніфікації також спрямована на уникнення прямої загрози негативному «обличчю» адресата внаслідок відмови від особистісного спілкування та переходу на більш відсторонене, абстрактне. Ця тактика залучає механізми залучення певних сторонніх авторитетів, маскування своєї власної думки.

“Most people say that it is practically impossible to carry out that...”

Так, фраза *“most people”* апелює до думки більшості, до домінуючої у суспільстві ідеї і покликана зняти з адресата право авторства щодо висловлюваного погляду.

У рамках імплементації даної стратегії часто вживаються лексеми *“majority”, “most of”, “the bigger part of”*. Деперсоніфікація реалізується також через посилання на третіх осіб.

“One analyst said that the interest rate should ultimately decrease...”

Таким чином, мовець перекладає авторство експлікованої ідеї на іншу особу, тим самим знімаючи з себе відповідальність за передану інформацію.

Тактика вибачення визначається вченими як усвідомлення факту вторгнення в приватну зону співрозмовника [Brown 1987, с. 186]. Структурна реалізація мовленнєвих актів вибачення передбачає наявність таких компонентів як особа, що спричинила якусь шкоду (як правило це мовець), особа, що зазнала шкоди (як правило це адресат), та сама заподіяна шкода [Ратмайр 2003, с. 43].

На практиці ця тактика реалізується через вживання лексем *“sorry”, “apologise”, “pardon”*.

“I apologize to all women and some of the men” [BNC].

Також вибачення може стосуватися чого, що мовець має зробити в силу певних обставин.

“Hate to interrupt you, but we must go forward” [BNC].

Отже, тактика вибачання є ефективно, коли мовець бажає заглибити свою провину за певні дії, які нашкодили, або могли потенційно нашкодити мовцю.

Тактика надання адресату права вибору щодо виконання / невиконання дії реалізується через використання фраз *“if you want”, “if you wish”, “if it’s possible”, “if it doesn’t bother you”* тощо.

“Can you repeat it once again [BNC], if it doesn’t bother you?”

Фрази подібного типу націлені на надання адресату права вибору щодо виконання або невиконання дії на свій розсуд, тобто ця тактика передбачає невтручання в особистий простір мовця та ненав’язування власних прохань.

Тактика непрямого прохання полягає в зменшенні ступеня комунікативного тиску на адресата, що реалізується переважним чином в імпліцитних мовленнєвих актах.

“Do you mind answering a few questions for me?”

Таким чином, відбувається опосередковане заохочення адресата до виконання дії, на відміну від фрази *“Answer so of my questions”*, де імператив звучить більш наполегливо та грубо.

Синонімічними конструкціями виступають *“what about”, “could you”, “will you”, “would you”*.

“Could you spend some more time with us?”

Отже, ця тактика націлена на мінімізацію ступеня втручання в свободу дій адресата та надання йому права вибору погоджуватися чи відмовлятися від запропонованого.

Тактика мінімізації втручання полягає у спробі донести адресату думку про недовготривалість відволікання чи відвернення його уваги [Човганюк 2017, с. 150], при цьому мовець намагається якнайбільш лаконічно сформулювати своє висловлювання, щоб не відбирати зайвий час у співрозмовника. Реалізується через вживання фраз *“just a second”, “just a bit”, “a couple of”* тощо.

“Just a couple of more questions” [BNC].

Таким чином, мовець має на меті підкреслити, що кількість питань буде незначною, а, отже, він не відволікатиме слухача більше, ніж цього вимагають обставини.

Отже, тактика негативної ввічливості спрямована на дистанціювання мовця від адресата, що має на меті надання йому більше вільного простору та свободи дій. Ця тактика застосовується у комунікативних актах, які характеризуються необхідністю дотримуватися офіційного стилю та субординації.

ВИСНОВКИ

Категорія ввічливості визначається як сукупність загальнопринятих норм та правил поведінки у суспільстві, які допомагають регулювати взаємовідносини та уникати непорозумінь і конфліктів. Сутність ввічливості як лінгвістичного феномена полягає в тому, щоб за допомогою використання мовних засобів, послабити загрозу соціальному обличчю співрозмовника, тобто послабити вірогідність того, що співрозмовник образиться чи обуриться.

Виділяються два типи ввічливості: позитивна та негативна. Позитивна ввічливість уособлює собою процес використання мовних засобів, за допомогою яких знижується або маскується загроза позитивному обличчю співрозмовника. Ця форма ввічливості реалізується для зближення й прояву солідарності однієї особи до іншої. Стратегія позитивної ввічливості покликана уникати образ, і, навпаки, підкреслити дружелюбність. На противагу цьому, негативна ввічливість зорієнтована на повагу «негативного обличчя» і базується, в першу чергу, на дотриманні дистанції, вона характеризується формальністю та стриманістю.

Існує три основних способів вираження ввічливості в мові – лексичний, граматичний та синтаксичний. На лексичному рівні ввічливість виражається за допомогою використання стійких виразів і фраз, які класифікуються згідно з їх відповідністю до комунікативної ситуації: привітання та прощання (“*hello*”, “*good morning*”); звернення (“*Sir*”, “*Madam*”, “*John*”), прохання (“*could you please*”); вибачення (“*sorry*”, “*excuse me*”); подяка “*thank you*”). Значного поширення в якості засобу пом’якшення категоричності висловлювання мають дієслова: “*like*”, “*justify*”, “*suppose*”, “*expect*”.

Граматичні засоби вираження ввічливості – це об’єднані в пропозиції моделі і структури, за допомогою яких мовець в процесі комунікації висловлює своє ставлення до якоїсь ситуації спілкування. На граматичному

рівні ввічлива комунікація підтримується за допомогою використання форм множини займенників (“*we*” замість “*I*”), використання питальних речень замість наказових (“*can you bring me something*” замість “*bring me something*”), вживання пасивного стану для дистанціювання та вживання умовного способу.

Одним з ефективних способів досягнення ввічливості є часова форма. Якщо промовець не хоче бути нав’язливим або дуже наполегливим, він використовує форми дієслова минулого та майбутнього часів, і таким чином, в адресата з’являється більше свободи вибору щодо відповіді. Наприклад, замість “*Leave the room*” більш коректною виступає фраза “*You will need to leave the room*”. Окрему увагу заслуговують модальні дієслова “*would*”, “*should*”, “*could*”, “*may*”, які зменшують категоричність висловлювання.

На синтаксичному рівні ввічлива комунікація пов’язана зі структурою речення, його правильністю, чіткістю та завершеністю. Окремим випадком є розширення синтаксичної структури: замість “*Would you mind closing the door? I wonder whether you would mind closing the door*”.

Окрім цього, вираження ввічливості в англійській мові можна розглядати у контексті реалізації комунікативних стратегій і тактик. Двома основними стратегіями є стратегія позитивної та негативної ввічливості. В рамках стратегії позитивної ввічливості виділяється 3 мікростратегії, які включають в себе 11 тактик, зокрема мікростратегія «Приділення уваги адресату» (тактика компліментарності, тактика перебільшеного інтересу, симпатії та схвалення, тактика підтримання розмови, тактика виявлення турботи щодо потреб адресата; мікростратегія «Утвердження спільності між мовцем та адресатом» (тактика згоди та уникнення незгоди, тактика оптимізму, тактика підкреслення до приналежності до однієї групи – соціальної, культурної, професійної тощо, тактика апелювання до спільних фонових знань і цінностей, тактика інтимізації спілкування; мікростратегія «Кооперація між мовцем та адресатом» (тактика залучення до спільних дій,

висловлювання пропозицій, тактика надання обіцянок, тактика задоволення потреб адресата).

Комунікативна стратегія негативної ввічливості базується на інтенції віддалення мовця від адресата. Вона включає в себе 2 мікростратегії, які об'єднують в собі 10 тактик, зокрема «Мікростратегія відмежування мовця від адресата (тактика непрямо висловлювати власну думку, тактика песимізму, тактика апелювання до норми, тактика прояву надмірної поваги; «Мікростратегія пом'якшення висловлювання (тактика вживання ім'єних форм замість дієслівних, тактика деперсоніфікації (через вживання пасивного стану, тактика вибачення, тактика надання адресату права вибору щодо виконання / невиконання дії, тактика непрямого прохання, тактика мінімалізації втручання.

Отже, вербалізація ввічливості в англійській мові може бути досліджена відносно мовних засобів, які безпосередньо реалізують аналізовану категорію у мовленні, а з іншого – в контексті функціонування комунікативних тактик та стратегій позитивної та негативної ввічливості.

Перспективою подальшого дослідження може бути аналіз об'єктивації категорії ввічливості в англійській мові із застосуванням лінгвокогнітивної методології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аристотель. Никомахова етика / пер. с древнегр. Н. В. Брагинской. Москва : ЭКСМО-Пресс, 1997. 158 с.
2. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1985. Вып. 16. С. 3–43.
3. Барт Р. Империя знаков. Москва : Праксис, 2004. 144 с.
4. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. *Русская разговорная речь как явление городской культуры*. Екатеринбург, 1996. С. 21–48.
5. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. Москва : Наука, 1993. 172 с.
6. Воротнікова І. Г. Загальнолінгвістичні аспекти феномену етикету у сучасній міждисциплінарній науковій парадигмі. *Новітня філологія*. Миколаїв, 2006. № 4 (24). С. 6–12.
7. Германова Н. Н. Коммуникативная стратегия комплимента и проблемы типологии речевых этикетов. *Язык и модель мира* : сб. науч. трудов. Москва, 1993. № 416. С. 27–39.
8. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация. Москва : ИНФРА-М, 2003. 272 с.
9. Гольдин В. Е. Речь и этикет. Москва : Просвещение, 1983. 110 с.
10. Грайс Г. П. Логика и речевое общение. *Лингвистическая прагматика*. Москва, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
11. Даниленко О. И. Культура общения и ее воспитание. Ленинград : ЛГИК, 1989. 98 с.

12. Дедухо А. В. Комунікативно-прагматичні та структурно-семантичні характеристики перформативного акту прохання. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. Кривий ріг, 2011. Вип. 6. С. 145–152.
13. Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения. *Известия Академии наук СССР*. Москва, 1982. № 4. С. 327–337.
14. Деррида Ж. Эссе об имени / пер. с фр. Н. А. Шматко. Москва: Институт экспериментальной социологии, 1998. 192 с.
15. Жанэ Д. К. Социальный подтекст языкового общения. Образные и экспрессивные средства языка (английского, немецкого, французского). Ростов-на-Дону : РГПИ, 1986. С. 75–80.
16. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
17. Койт М. Э. Понятие коммуникативной стратегии в модели общения. *Ученые записки Тартского университета*. Тарту, 1988. № 793. С. 97–110.
18. Кузьменкова Ю. Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. Москва : ГУ ВШЭ, 2005. 315 с.
19. Ларина Т. В. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория. *Коммуникативное поведение*. Воронеж, 2003. С. 48–57.
20. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. Москва : Языки славянских культур, 2009. 512 с.
21. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. Москва : Смысл, 1999. 234 с.
22. Малая О. Ю. Реалізація мовленнєвих стратегій ввічливості у дискурсі німецькомовних інтернет-форумів : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 180 с.

23. Морозова І. І. Комунікативні стратегії ввічливості у стереотипній мовленнєвій поведінці вікторіанської жінки : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2004. 20 с.
24. Ратмайр Р. Прагматика извинения : сравнительное исследование на материале русского языка и русской литературы. Москва : Языки славянской культуры, 2003. 272 с.
25. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии. *Лингвистика* : сборник статей. Смоленск, 2004. Вып. 5. С. 5–12.
26. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Истоки, 2001. 266 с.
27. Труфанова И. В. О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. *Филологические науки*. Москва, 2001. № 3. С. 56–65.
28. Флиер А. Я. Культурология для культурологов. Москва : Академический проект, 2000. 460 с.
29. Формановская Н. И. Речевое общение : коммуникативно-прагматический подход. Москва : Рус. язык, 2002. 216 с.
30. Хинтиikka Я. Виды модальности. *Семантика модальных и интенциональных логик*. Москва, 1981. С. 41–59.
31. Човганюк М. М. Вербалізація стратегій і тактик ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі ток-шоу (на матеріалі програми Larry King Live) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2017. 224 с.
32. Элиас Н. Придворное общество : исследование по социологии короля и придворной аристократии. Москва : Языки славянской культуры, 2002. 368 с.
33. Adegbiya E. A. comparative study of politeness phenomena in Nigerian English, Yoruba and Ogori. *Multilingua*. Berlin, 1989. № 8 (1). P.57-80.

34. Brown P. How and why are women more polite : some evidence from a Mayan community. *Women and Language in Literature and Society*. New York, 1980. P. 111–136.
35. Brown P., Levinson S. Politeness : some universals in language usage. Cambridge : Cambridge University Press, 2014. c. 345.
36. Chodorowska M. On the polite function of “me entiendes” in Spanish. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1997. № 28. P. 355–371.
37. Clyne M. Intercultural communication at work : Cultural values in discourse. Cambridge : Cambridge University Press, 1994. 250 p.
38. Eelen G. A Critique of Politeness Theory. London : Routledge, 2014. 299 p.
39. Fraser B. Perspectives on Politeness. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1990. № 14. P. 219–236.
40. Fraser B., Nolen W. The association of deference with linguistic form. *International Journal of the Sociology of Language*. Berlin, 1981. № 27. P.93–109.
41. Goffman E. Interaction Ritual : Essays on Face-To-Face Behavior. New York : Pantheon, 1982. 288 p.
42. Grainger K. First order and second order politeness : Institutional and intercultural contexts. *Discursive approaches to politeness*. Berlin, 2011. P.167-188.
43. Grice G. P. Studies in the Way of Words. Harvard : Harvard University Press, 1989. 394 p.
44. Gu Y. Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1990. № 14. P. 237–257.
45. Gumperz J. Discourse Strategies. Cambridge : CUP, 1982. 402 p.
46. Hermann P. Principles of Language. Whitefish : Kessinger Publishing, 2010. 511 p.
47. Hobbs P. The medium is the message : politeness strategies in men’s and women’s voice mail messages. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 2003. №35. P. 243–262.

48. Holmes J. Paying Compliments : A Sex-Preferential Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1988. № 12. P. 445–465.
49. Ide S. Formal forms and discernment: two neglected aspects of linguistic politeness. *Multilingua*. Berlin, 1989. № 8 (1). P. 223–248.
50. Kasper G. Linguistic Politeness : Current Research Issues. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1990. № 14. P. 193–218.
51. Kellermann K. Communication : inherently strategic and primarily automatic. *Communication Monographs*. London, 1992. № 59. P. 288–300.
52. Kerbrat-Orecchioni C. La description des échanges en analyse conversationnelle: L'exemple du compliment. *Documentation et Recherche en Linguistique Allemande Vincennes*. Paris, 1987. № 36-37. P. 1–53.
53. Lakoff R. Language and Woman's Place. New York : Harper and Row, 1975. 187 p.
54. Lakoff R. Talking Power. The Politics of language in our lives. New York : Harper and Row, 1990. 324 p.
55. Lakoff R. The logic of politeness or minding your p's and q's. *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago, 1973. P. 292–305.
56. Leech G. Principles of Pragmatics. London : Routledge, 1983. 250 p.
57. Locher M. Power and Politeness in Action : Disagreements in Oral Communication. Berlin : Walter de Gruyter, 2004. 216 p.
58. Mao R. Beyond politeness theory : "face" revisited and renewed. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1994. № 21. P. 451–486.
59. Marvell G., Schmitt D. Dimensions of compliance-gaining behavior : An empirical analysis. *Sociometry*. New York, 1967. №. 30. P. 350–364.
60. Mills S. Discursive Approaches to Politeness and Impoliteness. *Discursive approaches to politeness*. Berlin, 2011. P. 19–57.
61. Mills S. Language, Culture and Politeness / *Handbook of Language and Culture* / ed. by F. Sharifian. London, "Routledge", 2014. P. 129–140.

62. Mills S. Rethinking Discernment. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 2013. № 9 (2). P. 133–158.
63. Nwoye O. Linguistic politeness and socia-cultural variations of the notion of face. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 1992. № 18. P. 309–328.
64. Skewis M. Mitigated directness in Honglou men : directive speech acts and politeness in eighteenth century Chinese. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 2003. № 35. P. 161–189.
65. Tracy K. The many faces of facework. *Handbook of Language and Social Psychology* / ed. by H. Giles, W. Robinson. Wiley, 1990. P. 209–226.
66. Upadhyay S. R. Nepali requestive acts : Linguistic indirectness and politeness reconsidered. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, 2003. № 35. P.1651-1677.
67. Watts R. Linguistic politeness and politic verbal behavior. *Politeness in language : studies in its history, theory and practice* / ed. by R. Watts, S. Ide, K. Ehlich. Berlin, 1992. P. 43–70.
68. Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt : Suhrkamp, 1976. 416 s.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

69. ЛЭС – Лингвистический Энциклопедический Словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
70. СУМ – Словник Української Мови / редкол. : І. К. Білодід та ін. Київ: Наукова думка, 1980. Т. 4. 840 с.
71. СІС – Словник Іншомовних Слів / за ред. О. С. Мельничук. Київ : Головна редакція УРЕ, 1974. 776 с.

72. ТСОПВ – Термінологічний Словник Основних Понять і Виразів : телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо / укл. І. Г. Мащенко. Запоріжжя : Дике поле, 2006. 512 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

73. BNC – British National Corpus. URL : <https://www.english-corpora.org/bnc/> (дата звернення: 25.04.2020).

74. The Guardian. URL : <https://www.theguardian.com/media/thetimes> (дата звернення: 10.05.2020).

75. The Times. URL : <https://www.thetimes.co.uk> (дата звернення: 28.04.2020).

SUMMARY

The paper deals with the research of verbalization of politeness in the English language. The object of the work is reflection of the category “politeness” in the English language.

The aim of the dissertation is study of verbal language means that are used to achieve politeness in the English language. The aim presupposes accomplishment of the following objectives:

- to systematize theoretical material on the researched problem;
- to establish linguophilosophic and etiquette premises of the arising of the category “politeness”;
- to characterize politeness phenomenon in the communication sphere;
- to determine lingual means of expressing politeness on lexical, grammatical and syntactical levels;
- to highlight communicative strategies of verbalization of politeness.

In the course of research it was concluded that the verbalization of the category politeness can be viewed from 2 angles: lingual and pragmatical. From lingual perspective politeness is realized on lexical grammatical and syntactical language levels. From the pragmatic perspective politeness is achieved by means of two strategies: strategy of positive politeness and strategy of negative politeness. Every strategy encompasses microstrategies, which in their own turn comprise communicative tactics. Strategy of positive politeness includes microstrategies “Drawing attention to the addressee”, “Affirmation of commonness between addressee and the speaker”, “Cooperation between the speaker and addressee”. Strategy of negative politeness incorporates microstrategy “Speaker’s distancing from the addressee” and “Softening of utterance”.

Key words: addressee, politeness, communicative strategy, communicative tactics, pragmatical impact

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Сербінович Діана Геннадіївна, студентка 2 курсу, форми навчання заочна, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти dianaserbinovich@ukr.net,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Вербальні засоби вираження ввічливості в англійській мові» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____