

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ МОРСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА «ФІЛОЛОГІЯ»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему:

Подяка в семантико-прагматичному просторі ввічливості

Виконав: здобувач вищої освіти
2 року навчання 1 групи
за другим (магістерським) рівнем
денної форми навчання

ВАСИЛЬЄВ МИКОЛА ОЛЕГОВИЧ

Науковий керівник:

к.філ.н., доцент каф. «Філологія»

КІВЕНКО ІННА ОЛЕКСАНДРІВНА

Рецензент:

д.філ.наук, проф., зав. каф. теор. та приклад. фонетики
англійської мови ОНУ ім. І.І. Мечникова

БІГУНОВА НАТАЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

Допущено до захисту

« 12 » грудня 2023 р. Науковий керівник

Національна шкала 61/90

Кількість балів 92

Оцінка ECTS A

Дата захисту: 22 грудня 2023 р.

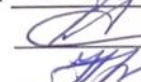


Інна КІВЕНКО

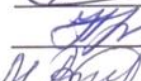
Члени комісії:



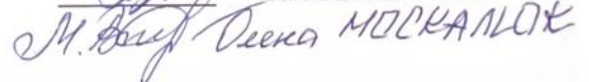
Світлана ЮХИМЕЦЬ



Інна КІВЕНКО



Наталія ЖМАСВА



М.В. МОСКАЛОВ

ЗМІСТ

Summary	3
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
1.1. Ввічливість і мовленнєвий етикет як предмет наукових досліджень	9
1.2. Вираження подяки як тактика реалізації стратегій позитивної та негативної ввічливості	16
1.3. Подяка в розрізі Теорії мовленнєвих актів	25
Висновки до Розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. РІВНЕВА РЕАЛІЗАЦІЯ МОВЛЕННЄВОГО АКТУ ПОДЯКИ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ	
2.1. Реалізація подяки на лексичному та граматичному мовному рівнях	34
2.2. Реалізація подяки стилістичними засобами	45
Висновки до Розділу 2	49
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	57
ДОДАТКИ	63

Summary

The importance of the present paper is determined by the interest of scientists to the pragmalinguistic aspect of the communicative phenomenon *gratitude* and by the need for its studying within the frames of politeness theory.

Gratitude as politeness phenomenon is the *object* of our investigation.

Lingual means of its representation in the literary reproduced discourse serve as the *subject* of our research.

The *aim* of our investigation is to describe Gratitude as a phenomenon within politeness frames.

The following tasks have been set to solve:

- to distinguish such notions as *politeness* and *speech etiquette*;
- to establish pragmatic laws of Gratitude functioning within politeness and speech etiquette context;
- to describe gratitude as a communicative tactic;
- to analyse lexical, syntactic and stylistic means representing gratitude in the English literary reproduced discourse.

The data analysed includes **250** speech episodes containing Gratitude, chosen from the works of English authors of the XXI centuries.

The following general scientific and specific linguistic research *methods* have been applied: the method of Synthesis and Analysis; the method of Observation; the method of Linguistic Description; Statistics method; Contextual and Interpretation Analysis; Component Analysis.

The investigation has proved that gratitude functions as a speech tactics realizing strategies of positive and negative politeness.

Within *positive politeness strategy* Gratitude serves as a tactic realizing *cooperation strategy* aimed at supporting communication harmony as they help the addresser to reveal his kind attitude to the addressee. As a speech tactic realizing *negative politeness* strategies, Gratitude is aimed at bestowing respect to the communication partner. It also serves as a means of *mitigation* in case of refusal, thus, preventing conflicts. Moreover, Gratitude realizes strategy of *mild reproach*. The

paper claims that serving as a negative politeness speech tactic, Gratitude enables the addresser to save his face as well as the addressee's face.

The level organization of Gratitude allows to divide gratitude utterances into *direct* and *indirect ones*. The former ones render the exact semantics of an utterance while the latter ones require the addressee to make a bigger interpretation effort to recognize the disguised Gratitude. Lexical and semantic filling and syntactic structure of direct and indirect gratitude utterances is described in detail. Lexical and syntactical stylistic means have been determined as well. Their function is seen as intensification of the illocutionary aim of gratitude.

Academic importance of the paper consists in establishing positive and negative strategies realized by gratitude as a communicative tactic and in a detailed description of lexical, syntactic and stylistic language means realizing direct and indirect gratitude.

As for *theoretic value* of our investigation, it is a contribution to politeness phenomena studies, gratitude in particular as it presents communicative and pragmatic features of gratitude realization in English Literary Reproduced Discourse. The received data can be applied in courses of English vocabulary, pragmalinguistics, communicative linguistics, etc.

Practical value of the results obtained within the carried out investigation is determined by the possibility of its application in Speech Communication Theory, Politeness Theory, Speech Etiquette.

Key words: communicative strategy, communicative tactics, etiquette, gratitude, politeness.

ВСТУП

Важливість даної роботи зумовлена зростаючим інтересом науковців до прагмалінгвістичного аспекту такого комунікативного явища як подяка та необхідністю його вивчення в рамках теорії ввічливості.

Вибір теми роботи зумовлено пріоритетною направленістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення *антропоцентричної* картини світу. Серед різномаїття явищ у першу чергу виокремлюється людина в сукупності її зовнішніх і внутрішніх властивостей і характеристик. У фокусі представленої роботи перебувають вербальні засоби вираження подяки.

Подяка належить до системи *мовленнєвого етикету*, що базується на сталих формулах спілкування, які використовуються в стандартних ситуаціях при виборі співрозмовниками найбільш доречних засобів з їхнього мовного арсеналу.

Мовленнєвий етикет увійшов до кола зору лінгвістів у другій половині ХХ століття і залишається актуальним для наукового дослідження в силу його необхідності в будь-якому виді людського спілкування. Наразі мовленнєвий етикет входить до сфери інтересів багатьох українських вчених.

В працях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів подяка вивчається як засіб здійснення *ввічливої* комунікації. У теперішній час розроблені різноманітні підходи до вивчення феномену *ввічливості*: її розглядають як соціальну норму (В. Fraser); як форму поведінки в соціумі та дотримання певних правил спілкування, які вважаються гарними манерами (С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова; R. Watts, S. Ide, K. Ehlich; G. Kasper; C. Ferguson); з точки зору розмовних максим (G. Leech; R. Lakoff); у світі теорії збереження «обличчя» (E. Goffman; P. Brown, S. Levinson; S. Levinson); як етичну та прагмалінгвістичну категорію, яка реалізується за допомогою мовленнєвого етикету (Ф. С. Бацевич; О. О. Селіванова; K. Aijmer; F. Coulmas).

В представленій роботі *подяка* розглядається як формула мовленнєвого етикету і як тактика реалізації позитивної та негативної ввічливості. В цьому аспекті

теоретико-методологічну базу дослідження складають роботи Th. Ballmer; K. Bach; D. Marku; D. Wunderlich; G. Leech; J. Austin; J. Searle та ін.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної лінгвістичної літератури показує, що, як правило, досліджуються контексти функціонування подяки в англійській мові, проводиться компаративний аналіз дискурсивної події вираження подяки в різних мовах. Праць, присвячених комплексному вивченню подяки, недостатньо, що зумовлює *актуальність* нашого дослідження.

Вдячність як явище ввічливості є *об'єктом* нашого дослідження. *Предметом* нашого дослідження виступають мовні засоби його репрезентації в літературно відтвореному дискурсі.

Мета нашого дослідження полягає в тому, щоб описати Подяку як явище в рамках ввічливості.

Для вирішення були поставлені наступні *завдання*:

- окреслити різницю між поняттями «ввічливість» і «мовленнєвий етикет»;
- встановити прагматичні закони функціонування подяки в контексті ввічливості та мовленнєвого етикету;
- описати подяку як комунікативну тактику;
- проаналізувати лексичні, синтаксичні та стилістичні засоби репрезентації подяки в англійському літературному дискурсі.

Матеріал дослідження становить 250 мовленнєвих епізодів, що містять подяку, відібраних із творів англійських письменників ХХІ століть.

Застосовано наступні загальнонаукові та конкретно-лінгвістичні методи дослідження: метод синтезу та аналізу; метод спостереження; описовий метод; статистичний метод; контекстуальний та інтерпретаційний аналіз; метод компонентного аналізу.

Проведене дослідження показує, що вдячність функціонує як мовленнєва тактика, реалізуючи стратегії позитивної та негативної ввічливості.

В межах позитивної ввічливості подяка виступає тактикою реалізації стратегії взаємодії, спрямованою на підтримку гармонії спілкування, оскільки допомагає мовцю розкрити своє доброзичливе ставлення до адресата. Як

мовленнєва тактика, що реалізує стратегії негативної ввічливості, подяка спрямована вияв поваги до партнера з комунікації. Вона також служить засобом пом'якшення у випадку відмови, таким чином запобігаючи конфліктам.

Більше того, подяка реалізує стратегію м'якого докору. В такому випадку подяка дозволяє адресату зберегти як своє обличчя, так і обличчя адресата.

Рівнева організація подяки дозволяє розділити висловлювання подяки на прямі та непрямі. Перші передають точну семантику висловлювання, тоді як другі вимагають від адресата більших інтерпретаційних зусиль, щоб розпізнати замасковану подяку. Детально описано лексико-семантичне наповнення та синтаксична структура прямих і непрямих висловлювань подяки. Визначено також лексико-синтаксичні стилістичні засоби. Їх функція розглядається як інтенсифікація мети вдячності.

Академічна важливість роботи полягає у встановленні позитивних і негативних стратегій, реалізованих вдячністю як комунікативною тактикою та в детальному описі лексичних, синтаксичних і стилістичних лінгвальних засобів, реалізації прямої і непрямой подяки.

Щодо *теоретичної цінності* нашого дослідження, то воно є вкладом у дослідження феномена ввічливості, зокрема подяки, оскільки воно представляє комунікативні та прагматичні риси реалізації вдячності в англійському літературному дискурсі. Отримані дані можуть бути застосовані в курсах англійської лексики, прагмалінгвістики, комунікативної лінгвістики тощо.

Практична цінність результатів, отриманих в рамках проведеного дослідження, визначається можливістю його застосування в теорії комунікації, теорії ввічливості, мовленнєвому етикеті.

Кваліфікаційна робота складається зі Вступу, Розділу 1, в якому описано теоретичні передумови дослідження та визначено подяку як мовленнєву тактику реалізації стратегій позитивної та негативної ввічливості, Розділу 2 з детальним аналізом рівневої організації подяки, Висновків до кожного розділу та Загальних висновків, Списку використаних джерел, що містить 76 джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 67 сторінок.

Апробація роботи : міжнародна конференція The Modern Vector of the Development of Science (USA, Philadelphia), 15.12.2023. Тема «Подяка в семантико-прагматичному просторі ввічливості».

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, етикет, вдячність, ввічливість.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розділ 1 кваліфікаційної роботи присвячено вивченню феномену ввічливості та мовленнєвому етикету. Проведена чітка межа між цими поняттями. На нашу думку, ввічливість є функціонально-семантичною категорією, тоді як мовленнєвий етикет представляє собою сукупність мовленнєвих формул, що реалізують ввічливість. Разом вони сприяють гармонійному безконфліктному спілкуванню. Особлива увага приділяється вивченню мовленнєвому акту подяки, без якого ввічлива комунікація неможлива. Досліджуваний мовленнєвий акт розглядається як мовленнєва тактика, необхідна для реалізації стратегій позитивної / негативної ввічливості.

1.1. Ввічливість і мовленнєвий етикет як предмет наукових досліджень

Праці вітчизняних і зарубіжних лінгвістів охоплюють широкий ряд проблем, які присвячені феномену ввічливості. Існують різноманітні підходи, з точки зору яких вивчається ввічливість. Перш за все, її розглядають як соціальну норму (Б. Фрейзер) та як форму поведінки у соціумі та дотримання певних правил спілкування, що вважаються гарними манерами (С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова). Зарубіжні дослідники розглядають ввічливість з точки зору розмовних максим (П. Грайс, Дж. Ліч), у межах теорії збереження «обличчя» (Е. Гоффман, П. Браун, С. Левінсон). Як етична і прагмалінгвістична категорія ввічливість представлена в працях Ф. С. Бацевич та О. О. Селіванової. Просодичним характеристикам феномена ввічливості присвячені роботи О. К. Пеліван і О. І. Артюх.

Б. Фрейзер вказує на те, що ввічливість – це «стан, який має бути присутнім під час кожної взаємодії, оскільки учасники комунікації помічають скоріше не те, що хтось говорить ввічливо (це норма), а те, що мовець порушує прийнятий «контракт розмови» [33, с. 233]. Іншими словами, на погляд Б. Фрейзера ввічливість є соціальною нормою (*the social norm view*), яка допускає, що дії, які

відповідають етикетним нормам, розцінюються як ввічливі; а ті, що не відповідають їм, є неввічливими.

Ввічливість як сукупність певних максим / правил представлена в дослідженнях П. Грайса. Він розглядав ввічливість як стратегічний принцип мовленнєвої поведінки, сформулював його у вигляді постулатів, дотримання яких допомагає досягти мети мовленнєвої взаємодії комунікантів. Він сформулював узагальнений принцип успішної комунікації, який отримав назву *Cooperative Principle*. Цей принцип полягає у певній домовленості комунікантів бути чесними в реалізації своїх комунікативних інтенцій, а також передбачає дотримання *Maxim of Quantity, Quality, Relation* та *Manner*, що регулюють сам процес спілкування. Мета спілкування полягає в максимально ефективній передачі інформації, відповідно до думки вченого [39, с. 222].

Робін Лакофф формулює власні правила ввічливої комунікації, спираючись на максими мовленнєвого спілкування П. Грайса і категорію ввічливості, які називає *pragmatic competence*:

- 1) Be clear.
- 2) Be polite.

Друге правило, що наголошує на тому, що потрібно бути ввічливим, розділяється на три підправила:

- 1) Don't impose.
- 2) Give options.
- 3) Make A feel good – be friendly.

Підправило *Не бути нав'язливим* функціонує у ситуаціях формальної ввічливості, друге – у випадках неформальної ввічливості. Третє підправило стосується інтимної ввічливості, необхідної для того, щоб адресат відчув, що його люблять [8, с. 15]. Р. Лакофф зазначає, що загалом всі правила мають за мету лише одне: «зробити так, щоб А відчував себе добре» (переклад наш – М. В.), тільки досягається ця мета по-різному [43, с. 300].

На думку вченої, суспільство розвиває ввічливість з метою зменшення непорозумінь в комунікації [43] та попередження міжособистісних конфліктів.

Тим не менш, вважаємо, що поняття ввічливості не може бути зведено до трьох правил, на думку Р. Воттс, С. Іде і К. Ейліх [56, с. 6].

Дж. Ліч аналізує ввічливість як сукупність стратегій, які допомагають запобігти конфлікт, встановлювати та підтримувати ввічливі взаємовідношення [44, с. 19]. Такий же погляд на ввічливість й у Г. Каспер, яка визначає ввічливість як набір стратегій, необхідний для нейтралізації небезпеки і мінімізації ворожості [41, с. 194].

Як і П. Грайсом і Р. Лакофф, Дж. Ліч пропонує свою систему правил спілкування під назвою *Politeness Principle*, яка включає наступні максими: тактовності (tact), щедрості (generosity), схвалення (approbation), скромності (modesty), згоди (agreement), симпатії (sympathy). Вчений керується тією ж думкою: існує набір постулатів, які люди виокрестовують в процесі спілкування. Дж. Ліч наголошує на тому, що ввічливість є важливим фактором, що регулює гармонійне спілкування [45, с. 132].

Порівнюючи запропонований *Politeness Principle* та *Cooperative Principle*, Дж. Ліч підкреслює, що саме ввічливість, а не кооперація, регулює міжособистісне спілкування: «*Politeness Principle* підтримує соціальну рівновагу і дружелюбні відношення між співрозмовниками та дає зрозуміти, що вони зацікавлені один у одному» [45, с. 82]. Таким чином, головна мета ввічливої комунікації – це соціальна: вона полягає у тому, щоб уникнути конфліктів між комунікантами в їх прагненні досягти своїх інтенцій. Знання вище наведених максимум комунікації входить до загального когнітивного фонду мовців.

Щодо подяки, то вона, відповідно до Дж. Ліча, реалізує Максиму Схвалення, яка говорить: «зменшуйте ступінь засудження інших; схвалюйте інших» [45, с. 133]. Тобто у відповідь на висловлену подяку виконавець діє відповідно до принципів Скромності та Великодушності. Він свідомо зменшує цінність та значимість своєї дії, дотримуючись Максими Скромності, яка відповідає принципу *Менше розхвалюйте себе; більше засуджуйте себе*. Одночасно він спеціально надає менше значення і величі свого вчинку, переконуючи іншу людину, що вчинене нею діяння приносить задоволення і не

призводить до жодних труднощів, дотримуючись Максими Великодушності, яка діє за принципом *Зменшуйте власний зиск, збільшуючи власні витрати; збільшуйте зиск інших*. Ці принципи визначають спосіб відповіді на подяку та створюють враження, що вчинок виконавця був виконаний не заради вигоди, а для задоволення та блага інших.

Р. Воттс поділяє поведінку комунікантів на ввічливу і неввічливу. Ввічливою поведінкою (*politic behaviour*) лінгвіст називає ту, що є соціально й культурно зумовленою, спрямовану на встановлення й / чи підтримку рівноваги особистих відносин між людьми в соціальній відкритій / закритій групі під час процесу комунікативної взаємодії [55, с. 50]. Неввічливу поведінку (*non-politic behaviour*) лінгвіст визначає як ту, що призводить до комунікативних невдач [там само].

Р. Воттс розуміє *ввічливість* як засіб адаптації поведінки до певного типу взаємодії, до якого залучені комуніканти, завдяки чому він відповідає очікуванням [55, с. 52].

Окрім вже проаналізованих та розглянутих теорій, запропонованих П. Грайса, Р. Лакофф, Дж. Ліча, Р. Воттсом, дослідження категорії ввічливості проводиться також в межах так званої теорії «іміджу» або «обличчя».

Термін «обличчя» був введений в мовознавство Е. Гоффманом з метою уточнення поняття ритуалу в повсякденних комунікативних ситуаціях і ввічливих формах спілкування. Термін «обличчя» позначає позитивну соціальну значущість, на яку розраховує людина, коли обирає певну стратегію своєї поведінки під час комунікації [35, с. 5]. Лінгвіст вважає, що в основі ритуалу лежить наступна мета : підтримка рівноваги між обличчями партнерів з комунікації. Е. Гоффман впевнений, ввічлива поведінка є ритуалізованою, оскільки в ній за допомогою вербальних і невербальних актів комунікант виражає своє власне бачення ситуації, свою оцінку учасників комунікації, в особливості самого себе [36]. Іншими словами, коли поведінка комунікантів є ввічливою, вони актуалізують особистісну значущість один одного відносно визнаних якостей, дотримуючись встановленого порядку дій.

П. Браун та С. Левінсон зробили вагомий внесок у розвиток теорії Е. Гоффмана, але при цьому вчені дещо змінили: вони усунули з теорії «обличчя» поняття ритуал та інші соціальні дії. Саме через це на думку Р. Вотса, тлумачення теорії «обличчя», запропонованої саме Е. Гоффманом, П. Браун та С. Левінсоном є вибіркоvim.

В термінології П. Браун і С. Левінсон Під «обличчя» – це певний соціальний образ, який кожна людина стверджує для себе і який має два аспекти, а саме «негативне обличчя» і «позитивне обличчя» [25, с. 61]. *Негативне обличчя* передбачає «небажання кожного компетентного дорослого члена суспільства зустрічати на шляху своїх дій перешкоди з боку інших». *Позитивне обличчя* вбачає, що «кожному учаснику комунікації хотілося б мати подібні потреби хоча б з деякими іншими комунікантами» [25, с. 62].

Вчені зазначають, що в під час спілкування комуніканти співпрацюють один з одним у такий спосіб, щоб зберегти «обличчя» один одного. Фундаментом для такої співпраці є взаємна уразливість їхнього образу через загрозливий для «обличчя» характер деяких мовленнєвих актів [25, с. 61]. Таким чином, збереження *обличчя* вбачається головною умовою нормального перебігу комунікації. З цього приводу Е. Гоффман висловлюється метафорично: «Навчитися зберігати *обличчя* – це все одно, що вивчити правила дорожнього руху соціальної взаємодії» [цит. за 8].

П. Браун та С. Левінсон впевнені, що вже вступаючи в комунікацію, люди зацікавлені у підтримці й збереженні «обличчя» один одного, й тому прибігають до вживання цілою низки комунікативних стратегій та тактик, які дозволяють ним досягти цієї мети [Brown, Levinson 1987].

Щодо поняття *ввічливість*, то її П. Браун та С. Левінсон визначають як раціональну поведінку, що спрямована на стратегічне пом'якшення загрозливого для «обличчя» характеру деяких мовленнєвих актів, й диференціюють її відповідно до поняття «обличчя» як «негативну» і «позитивну» [25 1987].

Негативна ввічливість представляє собою набір конвенціональних стратегій, які спрямовані на те, щоб показати співрозмовнику визнання його

особистої незалежності, а також переконати у відсутності намірів з боку мовця на його свободу дій чи мінімізувати ступінь втручання в його справи. Як правило, до лінгвістичних форм «негативної ввічливості» уналежнюють вибачення, питання, непрямі мовленнєві акти, які дають змогу адресатові відмовитися й при цьому зберегти «негативне обличчя» адресанта, засоби хеджування і мітигації (тобто засоби пом'якшення, які уникають пряmolінійності й категоричності виразу), імперсоналізацію для створення комунікативної дистанції між співрозмовниками. «Негативній ввічливості» є притаманним високий ступінь формальності [25, с. 70], що вважається проявом взаємної поваги. П. Браун і С. Левінсон називають «негативну ввічливість» *social brake* [там само, с. 93].

Позитивна ввічливість підтримує та задовольняє «позитивне обличчя» адресата, тобто його позитивний імідж. Вона передбачає вираження позитивних почуттів, підкреслюючи спільність поглядів комунікантів, свідчить про близькість, взаємність, врахування інтересів й потреб адресата. Загальна мета – підтримати оптимістичний настрій комунікантів й уникнути конфліктів. У такий спосіб скорочується дистанції між комунікантами, відбувається їх зближення, саме тому вчені називають позитивну ввічливість *social accelerator* [25, с. 93].

Отже, західноєвропейська лінгвістика пропонує погляд на ввічливість як на сукупність правил або максим або комунікативних стратегій й тактик, які допомагають встановити та підтримати гармонійний перебіг комунікативної взаємодії, досягти цілей спілкування, зменшити ступінь ворожості й запобігти конфліктів через адаптації поведінки до вже існуючих умов комунікації, так, щоб вона відповідала очікуванням комунікантів. Р. Воттс метафорично порівнює ввічливість із оксамитовою рукавичкою, маючи на увазі те, що ввічливість пом'якшити удар мовленнєвого акту, який може становити загрозу для «обличчя» комунікантів [55, с. 47].

Запропоновані Дж. Лічем, Р. Лакофф, Г. Каспер, П. Браун, С. Левінсоном, Е. Гоффманом, та іншим зарубіжними вченими моделі ввічливості є «*євроцентричними*» [8]. Інакше кажучи, західноєвропейські та американські

дослідники розглядають ввічливості з акцентом на її універсальній стороні та понятті «обличчя».

Якщо в зарубіжній лінгвістиці прийнято розглядати ввічливість переважно з прагматичної точки зору, тобто враховуючи всі екстралінгвальні умови ситуації, то у вітчизняному мовознавстві ввічливість вивчається, перш за все, як етична категорія, яка на комунікативному рівні проявляється у формах *мовленнєвого етикету*, тобто соціально задані й національно специфічні правила, що регулюють мовленнєву поведінку, коли потрібно встановити, підтримати та закінчити комунікацію між співрозмовниками відповідно до статусу, роллю, особистісних відносин, офіційності / неофіційності спілкування.

Мовленнєвий етикет і ввічливість є поняттями, що тісно взаємопов'язані, але вони не є тотожними. Вслід за І. О. Ківенко, вбачаємо ввічливість як *функціонально-семантичну категорію* з прагматичними функціями вираження ставлення мовця до адресата. Мовленнєвий етикет представляє собою *сукупність словесних форм ввічливості*. Разом – ввічливість і мовленнєвий етикет – спрямовані на досягнення спільної мети : забезпечити неконфліктні зони спілкування й попередити конфлікти.

На думку українських вчених, С. Д. Абрамович й М. Ю. Чікарькова, ввічливість – «культурна, побудована за нормами граматики, літературна мова, так само, як і гарний, розбірливий почерк, здавна розглядається, як *ввічливість*, увага до того, з ким ти спілкуєшся» [1, с. 24].

Флорій Бацевич, український мовознавець, втзначає *мовленнєвий етикет* як систему стандартних, стереотипних словесних формул, прийнятих відповідно до соціальних ролей комунікантів і моральних норм поведінки людей у суспільстві, і уживаних у ситуаціях, які повторюються повсякденно: вітання, вибачення, запрошення, прощання, подяка, ін. [4, с. 224].

Етикетні мовленнєві форми, за твердженням лінгвіста, не вносять у комунікативний акт нової логічної інформації; вони є засобами вираження контактної встановлюваної (фатичної) інформації. Подібна інформація може засвідчувати соціальний стан мовця, ставлення до адресату, традиції певного

етносу тощо [там само]. Етикетні формули та фрази є важливою складовою комунікативної компетенції людини; знання їх є показником високого рівня володіння мовою [4, с. 225].

Українська вчена О. О. Селіванова аналізує *мовленнєвий етикет* з огляду до специфіки використання мовних засобів реалізації комунікативного кодексу й стверджує наступне: «реалізація комунікативного кодексу передбачає дотримання мовленнєвого етикету – соціально, культурно й етично зумовлених стереотипних правил мовленнєвої поведінки, що відображаються в певних мовних висловлюваннях і сполуках, паравербальних засобах, передбачених комунікативною стратегією ввічливості у прийнятих суспільством ситуаціях установки, підтримки й завершення контакту комунікантів відповідно до їхніх соціальних і позиційних ролей і відношень в офіційній і неофіційній сферах спілкування. Дотримання мовленнєвого етикету завжди спрямоване на комунікативне співробітництво за умови врахування соціальних, вікових, статевих, освітніх ознак комунікантів» [14, с. 220].

Проведений аналіз робіт українських та зарубіжних вчених, показує наступне: *ввічливість* є універсальною комунікативною категорією. Їй притаманні національно специфічні риси з огляду на її лінгвістичну реалізацію. Це відображається у виборі формул мовленнєвого етикету, а також паралінгвальних засобів, зумовлених певною комунікативною стратегією мовця.

Нашим завданням на наступному етапі дослідження є проведення аналізу функціонування подяки в діалогічній комунікації як тактик реалізації стратегій позитивної та негативної ввічливості.

1.2. Вираження подяки як тактика реалізації стратегій позитивної та негативної ввічливості

Аналіз комунікативних стратегій і тактик, в межах яких реалізується вдячність, перш за все, потребує проведення ревізії словникових дефініцій поняття «подяка» та його похідних.

Це у часи античності *подяку* розцінювали як чесноту, що була пов'язана із справедливістю. Великий філософ Сенека вважав, що подяка є добровільною, вона має не тільки практичну цінність, тобто вираження визнання та підтримки, а й моральну, адже у чеснотах вправляються не заради нагороди; здобуток від правильної дії полягає в її здійсненні [Сенека 2001]. На думку Сенеки, подяка підносить душу, її освідомлення цінніше, ніж отриманий дар.

Інший античний філософ, Марк Тулій Цицерон, вважав подяку «матір'ю» всіх чеснот. Однак, в християнстві *подяка* виявляється не лише чеснотою, але й *боргом*, тобто передбачає обов'язкову вдячність благодійнику, виражену діями. Цю думку розвивав філософ І. Кант. Він розглядав вдячність як моральний борг людини перед самим собою, борг, який не може бути остаточно сплаченим ніякими винагородами, оскільки в дарувальника назавжди залишиться заслуга бути першим в благодіянні [цит. 8].

Далі проаналізуємо дефініції поняття «подяка», запропоновані в провідних англійських тлумачних словниках.

В New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language *подяка* має наступну дефініцію: “*a feeling of appreciation for a kindness or favor received*” [62, с. 417].

В Longman Dictionary of Contemporary English зафіксоване таке визначення вдячності: “*a feeling of being grateful; feeling that you want to thank someone because of something kind that they have done, or showing this feeling*” [61, с. 708].

Визначення з Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, трохи відрізняється від попереднього: “*the feeling of being grateful and wanting to express your thanks*” [60, с. 519].

Отже, в античні часи вдячність була «матір'ю» чеснот, усвідомлення подяки вважалось набагато ціннішим даром, ніж щось реально отримане. На відміну від античності та її піднесених поглядів на подяку, в християнській традиції вдячність шанували не тільки як чесноту, але й вважали як моральним боргом чоловіка перед бенефіціантом. Згодом ця концепція отримала розвиток у

філософа І. Канта. У визначенні подяки з'явилася та закріпилася сема *боргу* перед адресатом.

Зважаючи на аналіз словникових дефініцій самої *подяки* та огляд лінгвістичної літератури, зроблений раніше, повторимо, що в нашій роботі під ввічливістю розуміється універсальна комунікативна категорія. Її головна мета – забезпечити гармонійний й безконфліктний перебіг спілкування. Ввічливість у мовленні реалізується за допомогою *комунікативних стратегій* і *тактик*, що комуніканти використовують під час реального спілкування для реалізації своїх інтенцій та досягнення максимальної ефективності їхньої комунікативної взаємодії.

Щодо поняття *комунікативної стратегії*, то лінгвісти визначають її з різних точок зору. П. Браун та С. Левінсон аналізують комунікативну стратегію в межах теорії «обличчя» й вважають, що це сукупність логічно обґрунтованих і взаємопов'язаних засобів і цілей, які допомагають зрозуміти наміри мовця з огляду на його дії [25, с. 92]. Українська дослідниця О. О. Селіванова розглядає комунікативну стратегію як складову частину евристичної інтенціональної програми планування дискурсу [Селіванова 2011, с. 207]. Флорій Бацевич вважає в комунікативній стратегії «здійснення контролю за вибором дієвих ходів спілкування та їх гнучкого видозміни в конкретній ситуації» [4, с. 121].

В наведених дефініціях поняття *комунікативна стратегія* є єдиний спільний момент: це вже сформований у свідомості мовця план мовленнєвих дій, які, в свою чергу, реалізуються за допомогою мовленнєвих тактик.

Отже, комунікативні стратегії реалізуються за допомогою комунікативних тактик – підпорядкованих комунікативній стратегії конкретних засобів здійснення інтенційно-стратегічної програми комунікації [58, с. 207]. Комунікативні тактики мають динамічний характер, який забезпечує оперативне реагування на ситуацію, і ґрунтується на мовленнєвих уміннях, комунікативній компетенції, мотиві та інтенції мовця. Кожна тактика спрямована на певну зміну фрагмента свідомості адресата в потрібному для адресанта напрямку [там само, с. 210].

На думку Ф. С. Бацевича, *комунікативна тактика* представляє собою лінію поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямовану на досягнення бажаного ефекту чи запобігання небажаного; її функція – поетапне здійснення стратегії спілкування [4, с. 120].

Бачимо, що поняття *стратегія* є ширшим за поняття *тактика*: стратегія представляє глобальний рівень усвідомлення ситуації в цілому, тоді як тактика – прийоми та лінії мовленнєвої поведінки.

Щодо вдячності, то вважаємо доцільним розглядати її як мовленнєву тактику, що допомагає реалізувати певні комунікативні стратегії. Зважаючи на те, що комунікативна взаємодія представляється досить складним явищем, його багатоаспектність та багаторівневність досі слугують фундаментом для розробки різноманітних типологій комунікативних стратегій. Традиційно, О. О. Селіванова поділяє комунікативні стратегії за типом комунікативної взаємодії на кооперативні; конфліктогенні; маніпулятивні [58, с. 210].

У разі позитивний результату комунікації й досягнення мети спілкування, вважається, що така комунікація регулюється кооперативними стратегіями. Серед *кооперативних* стратегій виділяють наступні : ***стратегія ввічливості, стратегія збереження «обличчя», стратегія пом'якшення, зближення, тощо.***

Якщо комунікативна взаємодія має негативні наслідки, а саме порушено гармонійний перебіг спілкування, його взагалі припинено, виникає дисбаланс та дискомфорт між співрозмовниками, мети не досягнуто, то мають місце *конфліктогенні* стратегії.

Маніпулятивні стратегії спрямовані на зміну свідомості чи поведінки партнера по комунікації в цілях мовця (наприклад, комплімент або лестощі) [Бігунова 2017].

Традиційно прийнятою в лінгвопрагматиці класифікацією комунікативних стратегій є класифікація П. Браун та С. Левінсона. Їхні стратегії ввічливості мають за мету зменшення агресії під час соціальної взаємодії всередині будь-якої соціальної групи, а також й у зовнішніх відносинах із представниками інших

соціальних груп [25, с. 1]. Ці стратегії зберігають «обличчя» комуніканта, уникаючи загрозливих для «обличчя» комунікантів мовленнєвих актів, а це є головною умовою спілкування. Лінгвісти виділяють чотири стратегії вищого порядку:

- 1) *bald on record*, або *пряма стратегія*: мовець не намагається мінімізувати загрозу «обличчю» слухачеві, оскільки не боїться отримати розплату від адресата (наприклад, у надзвичайних ситуаціях чи у випадку, коли мовець має більше влади);
- 2) *off-record*, або *непряма стратегія*: мовець намагається уникнути загрозливих для «обличчя» актів за допомогою натяків та імплікацій з метою змусити слухача самому здогадатися, чого прагне мовець; лінгвістична реалізація непрямих стратегій передбачає застосування метафори та іронії, риторичних питань, зменшення, повторів (тавтології), натяків;
- 3) *positive politeness strategies*: мовець визнає бажання адресата на повагу свого «обличчя», експлікує дружність та взаємність відносин;
- 4) *negative politeness strategies*: мовець визнає «обличчя» співрозмовника, але при цьому враховує, що на це «обличчя» чиниться певний тиск, який загрожує його свободі, тому застосовує такі стратегії, які сприяють зменшенню подібної шкоди [25, с. 69-70; 8, с. 26].

В нашому дослідженні вдячність проаналізовано з позицій комунікативних стратегій, окреслених як стратегії позитивної та негативної ввічливості.

Як було згадано вище, подяка реалізує *Максиму Схвалення*, за Дж. Лічем. Відповідно до цієї максими мовець не має осуджувати інших, він має хвалити співрозмовників. Ця максима пов'язана зі стратегіями *positive politeness*. Таким чином, ми можемо стверджувати, що подяка відноситься до позитивної ввічливості.

Тим не менш, ми не можемо не звернути увагу на твердження П. Браун і С. Левінсона, відповідно до якого подяка є загрозливим для «обличчя»

мовленнєвим актом (*a face-threatening act*). Її експлікація наражає на небезпеку «негативне обличчя» адресанта, приписуючи йому борг за вчинені для нього дії. Тому справедливим вважаємо й те, що вдячність є тактикою реалізації стратегій *negative politeness*. Це підтверджується дослідженням І. О. Ківенко, а також нашими власними спостереженнями.

Подяка в представленому дослідженні вважається тактикою реалізації стратегій як позитивної, так і негативної ввічливості. Назвемо ці стратегії.

Стратегії *позитивної ввічливості* П. Браун і С. Левінсон наступні:

- 1) Notice, attend to Hearer, his interests, wants, needs, goods.
- 2) Exaggerate (interest, approval, sympathy with Hearer).
- 3) Intensify interest to Hearer.
- 4) Claim common point of view, options, attitudes, knowledge, empathy.
- 5) Seek agreement.
- 6) Avoid disagreement.
- 7) Be optimistic.
- 8) Assume and assert reciprocity.
- 9) Include both Speaker and Hearer in the activity.
- 10) Give presents to Hearer – goods, sympathy, understanding, cooperation.
- 11) Use in-group identity markers.
- 12) Use given names and nicknames.
- 13) Use Hearer's language or dialect.
- 14) Be voluble [25].

Стратегії *негативної ввічливості*:

- 1) Be conventionally indirect.
- 2) Question, hedge.
- 3) Give hearer the option not to do the act.
- 4) Make minimal assumptions about hearer's wants.
- 5) Be pessimistic.
- 6) Minimize the imposition.
- 7) Dissociate Speaker/Hearer from the discourse.

- 8) State the FTA (Face Threatening Act) as a general rule.
- 9) Apologize.
- 10) Use family names and titles.
- 11) Be taciturn [там само].

Відповідно до П. Браун та С. Левінсона, вдячність здійснюється мовцем з метою повернути борг адресату за його дії або поведінку в його бік, адже сам адресант визнає себе зобов'язаним, наражаючи на небезпеку своє «негативне обличчя» (тобто своє право на незалежність і невтручання в свої справи) [25, с. 67]. Саме тому подяка вважається загрозливим для «обличчя» актом. Одночасно під загрозою опиняється «обличчя» адресата. Він ризикує порушити максимум скромності, якщо його дія визначається як така, що заслуговує на подяку, й предстати нечемним.

Таким чином, в ситуації вираження подяки й адресант й адресат напружені, відчувають дискомфорт. Вони вимушені відшукати засоби й поновити порушену гармонію спілкування. Саме тоді приходять на допомогу комунікативні стратегії, що є конвенційними. Вони ґрунтуються на презумпціях комунікантів про те, що висловлюючи вдячність адресанту потрібно водночас подбати про збереження свого «негативного обличчя» і «позитивного обличчя» адресата, тоді як адресату має залишатися скромним, не збільшувати цінності свласних дії, проявити повагу до адресанта, допомагаючи йому у збереженні свого «обличчя».

Серед стратегій негативної ввічливості вдячність реалізує *Give deference*, тобто зберігає «обличчя» мовця й задовольняє «обличчя» слухача. В межах цієї стратегії тактика подяка виконує *фатичну* функцію. Це проілюстровано в наступному прикладі: містер Грей повідомляє дівчині, що водій чекає її. Дівчина дякує його за надану інформацію, тим самим виказуючи своє поважливе ставлення до нього:

He is waiting for you.

Thank you, Mister Grey [69 с. 16].

Зауважимо, що фатична функція, яку реалізує вдячність як комунікативна тактика виявляється в стандартизованих моделях мовленнєвої поведінки людей, що прийнято уналежнювати до мовленнєвого етикету. Таким чином розпочинається та підтримується розмова. В таких випадках експлікована подяка є емоційно нейтральною, вона не несе оцінки діям другого співрозмовника. Це просто очікуваний слухачем знак уваги й пошани для нього. Незважаючи на це, така поведінка сприймається з позитивністю. А ось відсутність подяки в стандартизованих ситуаціях сприймається негативно. Інакше кажучи, вдячність – це ритуал, який виконує фатичну функції в комунікації – підтримує гармонійний перебіг спілкування, адже її легко передбачити.

В ситуаціях встановлення комунікативного контакту подяка слугує засобом спілкування. Формульні кліше *Thank you / Thanks* втрачають семантику вдячності, вони є емоційно нейтральними. Як правило, це ситуації, коли пропонується допомога або їжа чи напої, тощо. Наведемо приклад, в якому діалог розпочинається з висловлювання похвали, у відповідь на яку вживається тактика подяки з метою встановлення контакту: один з відвідувачів підходить до організаторів вечірки та висловлює своє захоплення організованим івентом:

This is quite a party. You did a wonderful job.

Thanks [77, с. 24] (praise).

Як тактика, подяки слугує засобом *мітігації*, тобто пом'якшення мовленнєвої поведінки щодо адресата. Мета – зберегти «обличчя» слухача й запобігти конфлікту [26; 33: 34].

Вдячність також реалізує таку стратегія негативної ввічливості, як *Be conventionally indirect*. Ця стратегія говорить про те, що мовець має висловлюватися непрямо. В такому випадку подяка виступає свого роду *м'яким докором*. Тут маємо справу з непрямим мовленнєвим актом, іллокутивна мета якого не відображена прямо в структурі самого виразу [51, с. 67]. Виходить, що адресант подяки начебто не схвалює дій адресата в свій бік. Але знання контексту та екстралінгвальних умов, адресат подяки розшифровує істинну мету м'якого докору, а вона полягає у реалізації щирої подяки, яка одночасно

загрожує «негативному обличчю» адресата та задовольняє його «позитивне обличчя».

За нашими спостереженнями, м'який докір має місце між близькими людьми, чоловіком та дружиною, батьками та дітьми, друзями. Наприклад, м'який докір вживається в ситуаціях, коли один з комунікантів дарує іншому коштовний подарунок. Адресант радий отримати його, але його вербальна реакція може бути наступною *You really shouldn't have*.

В кількісному співвідношенні подяка як тактика реалізації стратегій негативної ввічливості зафіксована у 80 % досліджуваних уривків художнього дискурсу.

Відповідно у 20 % випадках подяки є тактикою, що реалізує стратегій позитивної ввічливості.

Максима Схвалення, яку на практиці реалізує подяка, пов'язана з такими стратегіями позитивної ввічливості як *Avoid disagreement, Notice, attend to Hearer, his interests, wants, needs, goods* і *Give gifts to H: goods, understanding, cooperation*. Таким чином, адресант подяки виявляє свій позитивний стан, переконуючи адресата в гарному ставленні до нього й викликаючи позитивні почуття до себе. Все це призводить до реалізації глобальнішою комунікативною стратегією – стратегією *зближення*, що видно в наведеному прикладі: офісна робітниця надає допомогу своєму керівникові; чоловік дякує їй. Зважаючи на те, що прохання носило особистий характер, то його подяка є щирою, вона супроводжується мовленнєвим актом схвалення. Це все викликає позитивну реакцію у робітниці. Таким чином відбулося зближення:

Thanks again for coming along today. It's always good to have a second option.

No problem [72, с. 167].

Отже, ми приходимо до висновку: подяка слугує тактикою, яка реалізує стратегію позитивної та негативної ввічливості, сприяючи досягненню такою глобальною комунікативною стратегією як *кооперація*, тобто гармонійне й безконфліктне спілкування.

1.3. Подяка в розрізі Теорії мовленнєвих актів

Теоретичну та методологічну базу для нашого дослідження мовленнєвого акту склали не тільки теорія ввічливості, теорія «обличчя» та етикет. Подяку також проаналізовано в розрізі однієї із сучасних прагмалінгвістичних теорій – Теорії мовленнєвих актів (далі ми до неї звертатимемося за допомогою скорочення ТМА).

Ця ТМА вперше була представлена британським вченим Дж. Остіном в II половині XX століття. Згодом вийшла робота під назвою *How To Do Things With Words*, в яку увійшли всі лекції лінгвіста за цією теорією. Досить стрімко ідеї Дж. Остіна поширилися та отримали розвиток в дослідженнях його зарубіжних колег, найвідомішими з яких є його безпосередній послідовник Дж. Сьорль, Д. Вундерліх, Дж. Ліч, П. Стронсон, К. Бах, Т. Баллмер, Дж. Сейдок, ін.

ТМА швидко стала популярною, її ідеї були провідними в прагмалінгвістиці, зумовивши подальшу еволюцію комунікативної лінгвістики у.

Сутність ТМА полягає в наступному: коли людина, спілкуючись, промовляє речення, вона здійснює ряд дій, розпочинаючи з руху артикуляційного апарату, за допомогою якого співрозмовнику про щось повідомляється, або ж його можуть попросити щось зробити, пообіцяти, здійснюються вибачення, подяка, привітання, тощо. вибачається, дякує тощо. Водночас відбувається триступінчаста мовленнєва операція, яка забезпечує цілісність промовленого речення під час спілкування. Ця триступінчаста операція включає наступні елементи: локуцію, іллокуцію та перлокуцію. Разом вони утворюють одиницю мовленнєвого спілкування, що має назву в ТМА «мовленнєвий акт».

Проаналізуємо визначення понять «локуція», «іллокуція» та «перлокуція».

Відповідно до визначення засновника ТМА Дж. Остіна, *локуція* – це власне говоріння, під час якого мовленнєвий акт отримує фонетичну, лексичну та граматичну оболонку, що наповнює його певним змістом та співвідносить з наміром мовця. Під поняття *іллокуція* розуміється наміром того, хто говорить. Локуція та іллокуція здійснюються одночасно: вимова висловлювання співпадає

з реалізацією наміру того, хто говорить. Щодо *перлокуції*, то вона передбачає певний впливу мовленнєвого акту на поведінку адресата повідомлення, наприклад, обурення, здивування, переляк, тощо [21, с. 93]. Якщо співвідносити перлокуцію з іллокуцією, тоді можливо спостерігати про успіх або неуспіх вимовленого акту та його гарний / поганий вплив.

Незважаючи на корисність та плідність своїх ідей, в рамках ТМА не можливо інтерпретувати живе мовлення, адже не всі аспекти спілкування можна втиснути в приклади, запропоновані власне дослідниками. Тому згодом поняття *мовленнєвий акт*, що протягом довгого часу вважався мінімальною комунікативною одиницею в межах ТМА, перетікає в інші напрямки прагмалінгвістики. Його справедливо вважають мінімальною одиницею *повідомлення* [8, с. 78]. Адже мовленнєвий акт є однією дією того, хто говорить, що здійснюється з метою вираження його намірів. Як правило, МА вивчається ізольовано, тобто Дж. Остін та його послідовники розглядали мовленнєві акти поза живою комунікацією, ігноруючи багато інших факторів, наприклад, учасників спілкування та їхню поведінку під час спілкування.

Еволюція антропоцентричної парадигми дослідницьких розвідок прагмалінгвістики призводить до переосмислення поняття мовленнєвого акту. На сучасному етапі розвитку лінгвістики мовленнєвий акт вивчається з позицій взаємодії *мовця* та *слухача* (*negotiated meaning*), а не обмежується парадигмою мовця тільки. Така тенденція спостерігається в дослідженнях мовленнєвих актах і дискурсі [Шевченко 2005, 106; 2003; 2007].

В нашій кваліфікаційній роботі, ми приймаємо за основу визначення мовленнєвого акту, яке належить українській дослідниці І. С. Шевченко. Вона найширше розкриває це поняття, максимально охоплюючи його аспекти. Отже, І. С. Шевченко під *мовленнєвим актом* розуміє «мовленнєву взаємодію мовця та слухача для досягнення певних перлокутивних цілей мовця шляхом конструювання ними (тобто комунікантами) дискурсивного значення під час спілкування. Мовленнєвий акт складається з аспектів адресанта й адресата (однаково активних в дискурсі), іллокутивного, денотативного, локутивного,

інтенційного, ситуативного, контекстуального (у широкому сенсі), метакомунікативного аспектів і розгортається за певним когнітивним сценарієм з урахуванням прагматичних пресупозицій» [19, с. 113].

Запропонована І. С. Шевченко дефініція поняття «мовленнєвий акт» відповідає вимогам сучасних тенденцій в мовознавстві, адже відповідно до цього визначення процес спілкування враховує того, хто говорить, а також й того, хто слухає. Ця мова є релевантною для подальшого дослідження мовленнєвих актів, оскільки останні розглядаються не ізольовано, а за певних екстралінгвальних [Naumann 1995, с. 281]. Більш того, таке позиціонування є важливим для аналізу понять «іллокуція» та «перлокуція», що складають мовленнєвий акт.

Визначення та окреслення основних понять ТМА та мовленнєвого акту зокрема дозволяє проаналізувати МА вдячності в розрізі запропонованої теорії.

Перш за все, звернемося до класифікацій мовленнєвих актів, що були розроблені Дж. Остіном та його послідовниками. Традиційно, основою для складання таксономій мовленнєвих актів слугує іллокуція.

Засновник ТМА Дж. Остін пропонує п'ять класів мовленнєвих актів:

- 1) *вердиктиви* – передбачають вирок;
- 2) *екзерситиви* – мовленнєві акти, що мають місце в сфері влади;
- 3) *комісиви* – обіцяння та обов'язки;
- 4) *бехабітиви* – мовленнєвий етикет;
- 5) *експозитиви* – аргументація під час суперечок, припущання, доводи, тощо [22].

Власне досліджувана подяка є етикетним кліше, що належить до класу *бехабітивів*. В назві цього класу мовленнєвих актів поєднано два слова *behave* та *habit*, оскільки бехабітиви передбачають звичну, відповідну до суспільних очікувань поведінку людей під час спілкування. На думку Дж. Остіна, бехабітиви також є реакцією на поведінку інших людей. Це свого роду експліцитне вираження ставлення людей один до одного. Серед бехабітивів виділяють мовленнєві акти привітання, вибачення, прощання. Досліджуваний нами МА *подяки* також належить до класу бехабітивів [22].

Зауважимо, що поняття «бехабітив» є загальноуживаним в англомовній літературі, тоді як в українському мовознавстві надається перевага формулам мовленнєвого етикету, що і є реакцією на вчинку інших людей.

Послідовник Дж. Остіна, Дж. Сьорль, піддає критиці таксономію засновника ТМА. Й пропонує свою класифікацію мовленнєвих актів, підгрунтям для якої слугує ціла низка параметрів. Назвемо їх:

- мета іллокутивного акту;
- співвіднесення фрази та реальності;
- внутрішній стан того, хто говорить;
- пропозиційний зміст мовленнєвого акту;
- зв'язок мовленнєвого акту й нелінгвальних установ.

Враховуючи вище зазначене, Дж. Сьорль також пропонує 5 класів іллокутивних актів:

- 1) *репрезентативи* передають стан речей й правдиву оцінку;
- 2) *директиви* спонукають до дій;
- 3) *комісиви* – це зобов'язання щось зробити;
- 4) *експресиви* передають психологічний стан мовця;
- 5) *декларативи* – оголошення зміни статусу певної особи [49, с.180].

Вдячність належить до класу *експресивів*. Мета останніх полягає у тому, щоб передати психологічний стан комуніканта, завданий умовою щирості відносно до стану речей, визначеного в межах пропозиційного змісту [Ківенко 2018, с. 89]. Ідеальними дієловами для вираження експресивів, з точки зору вченого, є: *thank, congratulate, apologize, condole, deplore, welcome* [50, с. 15].

В класифікації мовленнєвих актів Д. Вундерліх, що базується на функціях МА, подяка належить до класу *сатисфактивів*. Останні дещо нагадують експресиви Дж. Сьорля, адже їх іллокуція схожа й полягає у вираженні психологічний стану комунікантів. Д. Вундерліх також виділяє інші класи мовленнєвих актів:

- 1) директиви,
- 2) комісиви,

- 3) еротетиви (тобто питання),
- 3) репрезентативи,
- 4) ретрактиви,
- 5) декларації,
- 6) вокативи (або звертання) [57].

Дж. Ліч також пропонує свою класифікація мовленнєвих актів. Однак вчений буде її, орієнтуючись на соціальні цілі комунікації, які спрямовані на регулювання спілкування за допомогою ввічливості. На відміну від своїх колег, Дж. Ліч виділяє всього чотири класи мовленнєвих актів, а саме:

- 1) компетитиви;
- 2) конвівіали;
- 3) колаборативи;
- 4) конфліктиви [45, с. 104].

Компетитиви включають розпорядження, прохання, накази, тощо, соціальна мета яких протиставлена іллокутивній меті. *Конвівіали*, до яких уналежнюємо запрошення, вітання, привітання, ін. мають однакові соціальну та іллокутивні цілі. *Колаборативи* передбачають співробітництво, тоді як *конфліктиви*, виходячи з їх назви, передбачають суперечливу розбіжність із соціальною метою (погрози, звинувачення, прокляття).

В цій класифікації МА вдячності відноситься до *конвівіалів*. Це пояснюється тим, що іллокуція подяки дорівнює її соціальній меті, тобто виразити подяку.

Класифікація мовленнєвих актів К. Баха базується на дієсловах, які ці акти реалізують в мовленні та експлікують ставлення комунікантів до самого процесу спілкування [Bach]. Вчений пропонує наступні групи мовленнєвих актів:

- 1) констатив;
- 2) директив;
- 3) комісив;
- 4) визнання.

Відповідно до цієї класифікації вдячність належить до групи мовленнєвих актів *визнання*, а отже, головна мета подяки полягає у тому, щоб визнати дії адресата сприятливими для себе та в належній мірі оцінити їх, тобто подякувати.

Американець Т. Баллмер класифікує мовленнєві акти виходячи з наслідків впливу висловлювання. Так, мовленнєвий акт може викликати зміни у фізичному / ментальному / мовленнєвому контексті й у соціальному стані [24, с. 173]. Подяку ж він відносить до таких мовленнєвих актів, що викликають зміни в соціальному стані. І це дійсно так: коли один з комунікантів висловлює подяку іншому за його дії в свій бік, то це не може не заохотити до продовження інтеракції улюб'язній обстановці.

Ми проаналізували класифікації мовленнєвих актів виключно зарубіжних вчених. В роботах вітчизняних мовознавців подібні таксономії відсутні. Засновник ТМА Дж. Остін уналежнює вдячність до класу *бехабітив*, наголошуючи на тому, що в цьому випадку вона є експлікативною реакцією на вчинки інших людей. Його послідовник Дж. Сьорль вважає подяку *експресивом*, яка виражає стан мовця. Д. Вундерліх вважає подяку *сатисфактивом*, що дорівнює експресиву Дж. Сьорля. На думку Дж. Ліча, вдячність є конвівіальним мовленнєвим актом. З точки зору К. Баха, подяка є мовленнєвим актом визнання, а американець Т. Баллмер підкреслює неймовірну іллокутивну силу подяки, яка може змінити соціальний стан мовців, заохочуючи їх до спілкування.

Займаючи власне місце в таксономіях різних лінгвістів, подяка, тим не менш, є реакцією мовця на дії та вчинки адресата в свій бік, таким чином, проявляючи свою бехабітивну сутність. Як засіб для встановлення та гармонійного перебігу комунікації відповідно до прийнятих в певному суспільстві норм та стандартів, подяка реалізує свою експресивну сутність. Одночасна реалізація кількох іллокутивних цілей робить досліджуваний МА синкретичним, як зазначено в працях Н. О. Бігунової та І. О. Ківенко [Бігунова 2017; Ківенко 2018].

Синкретична природа мовленнєвого акту подяки є його постійною характеристикою. А от експлікація певної іллокутивної мети залежить від

істинних інтенцій мовця та умов комунікації. Дотримання прийнятого соціального ритуалу актуалізує експресивну сутність подяки, тоді як прагнення висловити свій психологічний стан, позитивно оцінивши дії іншого комуніканта, реалізують емпатичний характер подяки.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Проведена наукова розвідка показує, що ввічливість представляє собою сукупність певних правил, максим або стратегій комунікативної взаємодії між людьми. Головна мета полягає у тому, щоб досягти цілей спілкування, а головною умовою для цього є рівний та гармонійний перебіг комунікації. Окрім цього, ввічливість допомагає знизити рівень ворожості між комунікантами та попередити конфлікти шляхом пристосування поведінки комунікантів до екстралінгвальних умов. Ввічливість зменшує загрозливий для «обличчя» характер мовленнєвого акту, дозволяючи учасникам комунікації зберегти свої «обличчя».

Ми розглянули теорії, запропоновані зарубіжними лінгвістами, а саме: теорію «обличчя» Е. Гоффмана, П. Браун та С. Левінсона, теорію ввічливості Дж. Ліча, Р. Лакофф, Г. Каспер та ін. Вслід за І. О. Ківенко, вбачаємо в їх розвідках *евроцентричну* спрямованість моделей ввічливості та акцентують увагу на універсальній стороні ввічливості, яка притаманна будь-якому народові й має власне національно-специфічні особливості.

На відміну від зарубіжних вчених, українські дослідники С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова, Ф. С. Бацевич, О. О. Селіванова та ін. зосереджують увагу на мовленнєвому етикеті. Форми мовленнєвого етикету слугують лінгвальними засобами реалізації категорії ввічливості.

Поняття «мовленнєвий етикет» і «ввічливість» пов'язані, але не тотожні. В цілому, ввічливість – це функціонально-семантична категорія, яка виконує ряд важливих прагматичних функцій, найголовніша з яких – показати справжнє, як правило, шанобливе, ставлення мовця до слухача. Мовленнєвий етикет – це набір лінгвальних формул, що вживаються для вираження ввічливості на

комунікативному рівні. Що ввічливість, що етикет запобігають конфліктам під час спілкування та забезпечують його гармонійний перебіг.

Так як ввічливість є категорією універсальною, вона, тим не менш, вибирає ряд національно-специфічних стратегій, які в тій чи іншій мірі орієнтовані на рівний перебіг комунікативної взаємодії.

У мовленні ввічливість реалізується за допомогою комунікативних стратегій і тактик. Комуніканти вживають їх з метою реалізації своїх власних інтенцій й досягнення максимальної ефективності соціальної інтеракції.

Аналіз дефініцій дозволяє стверджувати, що *комунікативна стратегія* – це вже сформований у свідомості мовця план мовленнєвих дій, які, в свою чергу, реалізуються за допомогою мовленнєвих тактик. Останні, в свою чергу, підпорядковані комунікативним стратегіям й представляють собою конкретні засоби здійснення інтенційно-стратегічної програми комунікації.

Мовленнєвий акт подяки є тактикою реалізації стратегій позитивної (20 %) і негативної (80 %) ввічливості.

Як стверджують П. Браун та С. Левінсон, вдячність є загрозливим для «обличчя» мовленнєвим актом. Коли висловлюється подяка, адресант визнає себе боржником перед адресатом, тим самим наражаючи на небезпеку своє «негативне обличчя». Одночасно, в зону ризику опиняється й «позитивне обличчя» адресата, адже він може здатися нечемним. Щоб зберегти «обличчя» обох співрозмовників, адресант вдячності використовує стратегію негативної ввічливості, яка закликає до прояву поваги – *Give deference*.

Інша стратегія негативної ввічливості, що реалізується в мовленні за допомогою подяки – *mitigation*. Пом'якшення запобігає виникненню та розвитку конфлікту між співрозмовниками.

Тактика *м'якого докору* реалізує стратегію непрямого висловлювання. В такій ситуації має місце непрямий мовленнєвий акт, який, як відомо, має певне лігвальне оформлення, що не співпадає з його іллокутивною метою. Інакше кажучи, висловлювання має форму докору, але фонові знання адресата у

сукупності з певним ступінем близькості з адресантом допомагають йому розшифрувати повідомлення та впізнати щиру подяку.

Щодо стратегій позитивної ввічливості, то подяка, що зумовлена максимою схвалення, має за мету схвалення слухача. За допомогою вдячності мовець експлікує своє позитивне ставлення до слухача, поділяючи його інтереси та потреби адресата. У останнього виникають приємні почуття та емоції. Таким чином, реалізується така глобальна стратегія позитивної ввічливості – *стратегія зближення*.

Реалізуючи стратегії позитивної та негативної ввічливості, подяка спряє сприятливій комунікації та ефективному спілкуванню між людьми.

В розрізі ТМА виявлено, що подяка належить до класу бехабітивів у класифікації Дж. Остіна, до класу експресивів за Дж. Сьорлем, до класу сатисфактивів за Д. Вундерліхом, до класу конвівіалів – за Дж. Лічем, т.д. Подяка одночасно реалізує кілька іллокутивних цілей: як бехабітив, вона є реакцією адресант на поведінку чи дії адресата, як експресив, вона допомагає експлікувати доброзичливість адресанта до адресата, тощо.

Одночасна реалізація кількох іллокутивних цілей робить досліджуваний МА синкретичним, як зазначено в працях Н. О. Бігунової та І. О. Ківенко.

Синкретична природа мовленнєвого акту подяки є його постійною характеристикою. А от експлікація певної іллокутивної мети залежить від істинних інтенцій мовця та умов комунікації. Дотримання прийнятого соціального ритуалу актуалізує експресивну сутність подяки, тоді як прагнення висловити свій психологічний стан, позитивно оцінивши дії іншого комуніканта, реалізують емпатичний характер подяки.

РОЗДІЛ 2

РІВНЕВА РЕАЛІЗАЦІЯ МОВЛЕННЄВОГО АКТУ ПОДЯКИ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Розділ 2 представляє собою спробу детального опису рівневих засобів реалізації двох форми вираження подяки, а саме – прямої та непрямой. Теоретичним підґрунтям для здійснення цієї наукової розвідки стали праці українських (Н. О. Бігунова, І. О. Ківенко, В. А. Кухаренко 2000; Непийвода 1997, ін.) та іноземних лінгвістів (К. Aijmer 1996; F. Coulmas 1980, 1981; С. А. Ferguson 1976, ін.).

2.1. Реалізація подяки на лексичному та граматичному мовному рівнях

Відповідно до наших спостережень, лінгвальна реалізація досліджуваного мовленнєвого акту подяки відбувається за допомогою стандартних мовленнєвих кліше. Тим не менш, в дослідницькому матеріалі є низка небанальних висловів, зумовлених ступенем щирості й формальності адресант вдячності, а також його особистим лексичним словником й наміром. Останній впливає на форму вираження подяки, яка може бути прямою та непрямую. Проаналізуємо ці форми.

Прямий мовленнєвий акт – це такий мовленнєвий акт, коли його лексико-граматична форма співпадає з іллокутивною силою [51, с. 194]. Він прямо «передає» семантику висловлювання. *Непрямий* мовленнєвий акт передбачає ситуації, коли один мовленнєвий акт здійснюється шляхом реалізації іншого мовленнєвого акту. В таких мовленнєвих актах передається більше інформації, однак, її розуміння залежить від загальних фонових знань слухача [51, с. 196].

Погоджуємося з О. О. Селівановою, яка пише про те, що непрямий мовленнєвий акт будується на імплікаціях, тобто, з одного боку, експлікується один зміст, з іншого – імпліцитно закладено зовсім інший [58, с. 66]. Ситуації непрямой реалізації вдячності потребують більше зусиль для того, щоб розкрити справжній зміст висловлювання.

Подяка виражається прямо у більшості випадків досліджуваного матеріалу й складає 92 %. Як правило, він реалізується у мовленні рядом дієслів, іменників та прикметників, частота вживання яких представлена в таблиці 2.1.

Таблиця № 2.1

Кількісна представленість лексем із семантикою подяки

№	Лексема	Середня частота, %
1.	thank (дієслово)	94
2.	appreciate (дієслово)	3
3.	grateful (прикметник)	2
4.	owe (дієслово)	1
5.	thanks (іменник)	
6.	gratitude (іменник)	
7.	thankful (прикметник)	
8.	obliged (дієприкметник)	
9.	appreciative (прикметник)	
ВСЬОГО		100

Виходячи з даних таблиці 2.1., доходимо наступних висновків. Переважно пряма форма реалізації вдячності здійснюється за допомогою дієслова *to thank* – дякувати (94 %). Дієслово *to appreciate* – оцінювати – зафіксовано лише у 3 % проаналізованих ситуацій подяки. Третє місце за частотністю вживання посідає прикметник *grateful* – вдячний, що складає 2 %. Всі інші лексичні засоби прямої форми реалізації подяки сумарно становлять 1 %, до якого ходять дієслово *to owe* – бути винним, іменники *thanks* та *gratitude* (подяка), прикметники *grateful*, *thankful*, *obliged*, *appreciative*. Проілюструємо рядом прикладів, в яких вживано виявлені лексичні засоби вираження прямої форми вдячності:

1) *Welcome back.*

Thank you [70, с. 472].

2) *I appreciate that* [77, с. 385].

3) *I'm so grateful ...* [71, с. 408].

4) *Much obliged* [72, с. 313].

Непряма форма реалізації мовленнєвого акту вдячності складає 8 % дослідницького матеріалу. Проведена розвідка показує, що, як правило, непряма подяка виражається за допомогою позитивно-оцінних мовленнєвих актів, до яких належать схвалення, похвала, комплімент [6, с. 89]. В таких мовленнєвих актах переважно вживаються оцінні та афективні прикметники. В останніх оцінка комбінується з інтенсифікацією. Прикметники, вживання яких є притаманним для позитивно-оцінних мовленнєвих актів, наступні : *funny, amazing, good, wonderful, great, fantastic, lovely, nice, sweet, fabulous, thoughtful, perfect, beautiful, generous*. Іменники, зафіксовані в позитивно-оцінних мовленнєвих актах: *angel, helper, lifesaver, rescuer*.

Досить оригінальною непрямою формою реалізації подяки вважаємо поєднання дієслова *deserve* в заперечливій формі з іменником *kindness* : *I don't deserve such kindness*. За нашими спостереженнями, така форма вираження подяки є емоційною та експресивною, адже інтерпретуємо подяку через самоприниження.

Ще одна оригінальна непряма форма вираження подяки пов'язана із іменником *kindness* : *to do somebody great kindness*. В якості прикладу наведемо ситуацію, коли молодому чоловікові радять повернутися до маєтку, де на нього чекає наречена. У відповідь на цю пораду чоловік висловлює свою подяку у такий оригінальний спосіб:

You do me great kindness [67, с. 275].

Серед лексичних засобів реалізації непрямої подяки зафіксовано вживання **фразеологізмів**, які формують оцінність виразу. Фразеологізми допомагають мовцю сформулювати своє оцінне судження через вдячність адресату. Більш того, саме фразеологізми (ідіоми) викликають бажаний перлокутивний ефект : вони заохочують адресата такої подяки до подальшої співпраці. Для ілюстрації цього положення наведемо приклад: молода жінка звертається за допомогою для організації власного весілля. Все проходить ідеально. Вона дякує помічниці за організацію свята. Її подяка непряма, в мовленні виражена ідіомою:

I think you're worth every penny [73, с. 375].

Зауважимо, що оцінні та афективні прикметники, так само як й позитивно-оцінні іменники, вживані в непрямій формі реалізації подяки дозволяють мовцю підкреслити риси людини чи описати її дії, які й стали приводом для вираження вдячності.

Далі проаналізуємо синтаксичні моделі реалізації прямої та непрямой форми вираження досліджуваного мовленнєвого акту подяки. Перш за все, розглянемо синтаксичні моделі прямої вдячності.

Пряма подяка реалізується у мовленні за допомогою цілої низки синтаксичних структур, які представлені в таблиці 2.2.

Таблиця № 2.2

Синтаксичні моделі реалізації прямої форми МА подяки

№	Синтаксична модель	%
1.	Thanks / Thanks for + герундій / іменник / займенник	50
2.	Thank you / Thank you for + герундій / іменник / займенник / підрядний додаток	40
3.	Займенник + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція	4
4.	Займенник + дієслово to be + (прислівник) + прикметник	3
5.	I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник	2
6.	thanks to / for	1
7.	I thank you	
8.	not to thank enough	
9.	I + cannot + find the words + to thank you	
10.	I + owe + a (прислівник) thank you	
11.	I + just want + to say thank you	100
	ВСЬОГО	

Отже, відповідно до таблиці 2.2 найпоширенішими синтаксичними структурами реалізації прямої форми подяки є сталі кліше з дієсловом *to thank*, а саме: *Thanks / Thanks for* та *Thank you / Thank you for*, які складають 50 та 40 % експериментального матеріалу відповідно. Інші синтаксичні структури вживаються вкрай рідко й становлять від 1 до 4 % вибірки.

Опишемо детальніше кожен з заявлених синтаксичних моделей прямої форми реалізації вдячності.

Найбільш уживаною є модель *Thanks* та *Thanks for*, яка складає 50 % всіх синтаксичних структур. *Thanks* виражає так звану аргументовану подяку, тоді як *Thanks for* передбачає продовження, в якому, як правило, зазначається причина подяки. Аргументація після прийменника *for* може бути виражена герундієм, іменником, займенником. Наведемо ряд прикладів:

- 1) *You look beautiful.*
Thanks [68, с. 214].
- 2) *Thanks for dropping by* [76, с. 23].
- 3) *Thanks for the gift* [75, с. 58].
- 4) *Thanks for everything* [77, с. 257].

Друге місце за чисельністю посідає синтаксична конструкція *Thank you* та *Thank you for*, які складають 40 % досліджуваного матеріалу.

Так само як і у випадку з *Thanks*, *Thank you* виражає неаргументовану вдячність. Вислів *Thank you for* виражає аргументовану подяку, вводячи за допомогою прийменника *for* причину, що спричинила подяку. На відміну від попередньої моделі аргументованої подяки, після *Thank you for* може йти не тільки герундій, іменник або займенник, але й ціле підрядне додаткове речення. Нижче наведено ряд прикладів, в яких показано вживання цієї синтаксичної моделі для вираження прямої подяки:

- 1) *Thank you, madame* [71, с. 243].
- 2) *Thank you for finding me* [73, с. 80].
- 3) *Thank you so much for the flowers!* [74, с. 175]
- 4) *Thank you for this...* [64, с. 334].

5) ***Thank you for what you've done*** [66, с. 426].

Взагалі, з огляду на історію походження, синтаксичні структури *Thanks / Thank you* є неповними еліптованими реченнями. Згідно *Online Etymology Dictionary*, вислів *Thank you* походить від *I thank you*, що з 1400 рр. вживається як скорочена ввічлива форма, яка втратила свій дійктичний актант *I* [OED]. Вислів *Thanks* походить від *I give you thanks*. З 1580х рр. *I give you thanks* вживається у скороченій формі – *Thanks*, тобто цей вислів втрачає два дійктичних актанта (*I, you*) і предикат (*give*), але зберігає пропозицію іменної частини предикату (*thanks*) [цит. за 8, с. 87].

Наступна синтаксична модель прямої форми реалізації подяки складає 4 % матеріалу дослідження. Вона є наступною: *займенник + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція*:

- 1) ***We appreciate it*** [75, с. 86].
- 2) ***I appreciate your punctiliousness*** [67, с. 207].
- 3) ***I appreciate you coming here*** [76, с. 138].

Часто ця синтаксична модель прямої форми реалізації вдячності поєднується з *Thank you* та *Thanks* в одній репліці адресанта. Таке поєднання, по-перше, передає ступінь хвилювання та емоційної напруги адресанта подяки, що робить її експресивною, по-друге, посилює її можливий перлокутивний вплив. В англійській мові існує безліч формул, де подяка посилена різними інтенсифікаторами: *I am very (so) appreciative / I really appreciate it / I can't tell you how much I appreciate this / I don't know how I can thank you enough / I have no words to express my gratitude / I can't find words to express my thanks* тощо [цит. за Ківенко 2018, с. 101].

Синтаксична структура *Займенник + дієслово to be + (прислівник) + прикметник* зафіксована в 3 % всіх випадків. Відповідно до наших спостережень, в ній вживаються прикметники із семантикою вдячності, а саме *thankful, grateful, appreciative, obliged*.

Суфікси *-ful* та *-ive* в складі прикметників *grateful, thankful, appreciative* інтенсифікують оцінку похідної основи, наявність якої зумовлено оцінними

семами в семантичній структурі початкової лексеми. Таким чином, застосування прикметників *thankful*, *grateful*, *appreciative* в даній синтаксичній моделі не лише експлікує подяку, але й вказує на позитивну оцінку вчинків адресата [Ківенко 2018, с. 122]. Приклади:

- 1) *I'm incredibly grateful to you* [72, с. 196].
- 2) *I'm thankful ...* [76, с. 482].
- 3) *I'm very appreciative* [64, с. 193].

Синтаксична конструкція з прикметником *obliged* є «застарілою ввічливою розмовною формулою вираження подяки» [61, с. 1130], що підтверджується її етимологією: «бути пов'язаним узами подяки з 1540х» [63]. Ця синтаксична модель вживається, як правило, в еліптованій формі: вона втрачає два дійктичних актанта (*I*, *you*) і дієслівну (*am*), але зберігає предикатив, який супроводжується прислівником способу дії (*much obliged*) [цит. за Ківенко 2018, с. 122].

Щодо виразу *Much obliged*, то зауважимо, що воно є притаманним людям похилого віку, надаючи їхньому мовленню витонченого старомодного шарму.

Звернемо увагу на посилювачі в цій синтаксичній конструкції, що роблять її експресивною. Такими інтенсифікаторами виступають прислівників *very*, *most*, *really*, *so*, *incredibly*, *much*, які передують прикметникам із семантикою вдячності: *I am most grateful* [FJF, с. 134].

2 % складає синтаксична формула прямої подяки *I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник*, де *to thank* є інфінітивом в синтаксичній функції прямого додатку після ряду дієслів *to know*, *to want*, *to wish* і *would like*. Приклади:

- 1) *I want to thank you all for coming* [64, с. 23].
- 2) *I wished to thank you for your help* [67, с. 145].
- 3) *I would like to thank Rebecca whose brainchild this collaboration was* [73, с. 200].
- 4) *I don't know how to thank you* [72, с. 67].

Інші синтаксичні структури, що реалізують пряму подяку, складають 1 % досліджуваного матеріалу. Вони є небанальними та досить оригінальними засобами висловити свою подяку у відповідь на дії слухача. За нашими спостереженнями, такі синтаксичні формули слугують для вираження щирої подяки. Вони передають глибину почуттів та емоцій адресанта. Серед таких моделей виокремлюємо наступні:

- 1) I cannot find the words to thank you
- 2) I thank you (повна не еліптована форма)
- 3) I can't thank you enough
- 4) Many thanks to / My thanks for
- 5) I + owe + a (прислівник) thank you
- 6) I + just want + to say thank you

На особливу увагу заслуговує повна та не еліптована формула *I thank you*. Вище ми описали її еліптовані варіанти *Thanks / Thank you*, але на відміну від них ця синтаксична модель є застарілою і майже не вживається на сучасному етапі становлення мови. Використання *I thank you* може бути зумовлено серйозністю та надмірною важливістю ситуації, коли йдеться про життя чи смерть, наприклад: *I thank you* [ВВТР, с. 459].

Далі опишемо рідковживані синтаксичні моделі вираження подяки.

Синтаксична структура *I can't thank you enough* містить модальне дієслово в негативній формі *can't*, що посилене прислівником *enough*. Разом вони утворюють стилістичний троп – гіперболу, що, звичайно, надає подяці експресивності й свідчить про бурхливі емоції адресанта подяки: *I can't thank you enough. It's great!* [77, с. 191].

Приклади з виразами, що містять іменник *thanks* – *Many thanks to* та *My thanks for*:

- 1) *Many thanks to our expert* [72, с. 288].
- 2) *So once again, my thanks for being kind* [65, с. 198].

Вживання іменника *thank you* зафіксовано у наступних прикладах:

- 1) *We (do) owe you a great big (a very big) thank-you*

2) *(I) just want to say . . . thank you.*

В першому прикладі *a thank you* може бути посилено оцінним прикметником *big*. Останній, в свою чергу, посилено афективним прикметником *great* або прислівником *very*. Окрім цього, може бути присутнім емфатичне *do*. Подвійна інтенсифікація та емфатична конструкція свідчать про неймовірну щирість висловленої вдячності.

Щодо другого прикладу, то особливість цієї синтаксичної моделі вбачаємо в тому, що вона може вживатися як в повній, так і в еліптованій формах.

Тепер перейдемо до інвентаризації синтаксичних структур, що здійснюють реалізацію *непрямої* форми вдячності.

Здійснена наукова розвідка показує, що 60 % досліджених прикладів непрямої подяки представляють собою позитивно-оцінні висловлювання: комплімент, схвалення, похвала. Їх мета полягає в тому, щоб дозволити адресанту висловити, перш за все, свої емоції.

Такі висловлювання, як правило, реалізуються за допомогою наступної моделі: *займенник + дієслово to be + іменник / прикметник*.

Для цієї синтаксичної моделі є притаманним вживання оцінних та афективних прикметників: *good, kind, great, amazing, nice, thoughtful, helpful*:

That was thoughtful of you, Christopher [65, с. 55].

Може також бути зафіксовано вживання прикметника *delicious* для опису їжі:

It was delicious [71, с. 20].

Зауважимо, аналізована синтаксична конструкція часто трапляється в еліптованій формі, тоді підмет та дієслівна частина складеного присудку, як правило, відсутні, але їх легко встановити, виходячи з контексту:

... very kind of you [68, с. 49].

Серед еліптованих синтаксичних конструкцій також зафіксовані у кількості 1-2 прикладів формули *How + прикметник*. *How* – це свого роду сигнал, після якого подається повноцінна інформація, як правило, позитивна оцінка поведінки або дій адресата подяки:

How sweet of you [66, с. 105].

Іменники з позитивно-оцінною семантикою – *angel, helper, rescuer, lifesaver* допомагають реалізувати непряму вдячність за допомогою синтаксичної моделі *займенник + дієслово to be + прикметник + іменник*. У такий нетривіальний спосіб мовець висловлює щире подяку:

You're an angel [72, с. 280].

Ще одна синтаксична модель, що реалізує непряму подяку, містить дієслово *to owe*. Таким чином мовець не просто висловлює подяку непрямо, він визнає себе боржником, а отже дії адресата подяки для нього мають велику цінність:

1) ***I owe you big-time*** [66, с. 209].

2) ***I owe a lot to you*** [72, с. 389].

Реалізація непрямої форми подяки може здійснюватися за допомогою третього типу *умовного способу*. В цьому випадку подяка має форму м'якого докору, що реалізує стратегію мітігації. Вдячність, висловлена таким чином, безперечно є щирою:

1) ***You shouldn't have*** [77, с. 206].

2) ***I never would have done it if it weren't for you*** [72, с. 143].

3) ***I couldn't have done it without you*** [76, с. 30].

Часто мовленнєві акти подяки прямої та непрямої форми реалізації можуть комбінуватися з метою посилення щирих намірів адресанта вдячності:

I couldn't have done it without you and I'm grateful [74, с. 107].

У наведеному прикладі подяка виражена за допомогою прямої форми *I'm grateful*, однак, їй передуює синтаксична конструкція, що реалізує непряму форму подяки за допомогою умовного способу *I couldn't have done it without you*.

Отже, проведена інвентаризація лінгвального інструментарю, необхідного для вираження подяки, показує, що перш за все, мовленнєвий акт подяки має дві форми реалізації – пряму та непряму.

Пряма форма реалізації подяки значно переважає й становить 92 % досліджуваного матеріалу. Непряма форма реалізації подяки складає відповідно 8 %.

Лексичне наповнення **прямою** форми реалізації подяки складає за дієслово *to thank* (94 %). Чисельність інших лексем, серед яких зафіксовані дієслова *to appreciate* та *to owe*, прикметники *grateful*, *thankful*, *obliged* та *appreciative*, іменники *thanks* та *gratitude* складають від 1 до 3 %.

Синтаксичний рівень пропонує більше розмаїття структур та моделей для реалізації **прямої** форми подяки:

1. *Thanks / Thanks for + герундій / іменник / займенник*
2. *Thank you / Thank you for + герундій / іменник / займенник / підрядний додаток*
3. *Займенник + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція*
4. *Займенник + дієслово to be + (прислівник) + прикметник*
5. *I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник*
6. *thanks to / for*
7. *I thank you*
8. *not to thank enough*
9. *I + cannot + find the words + to thank you*
10. *I + owe + a (прислівник) thank you*
11. *I + just want + to say thank you*

Найбільш вживаними моделями є *Thanks / Thanks for* та *Thank you / Thank you for*. Сумарно вони складають 90 % досліджуваного матеріалу. Всі інші синтаксичні моделі, зазначені вище, вживають в 1-4 % випадках висловлювання прямої подяки. Зауважимо, що такі формули не є банальними. Вони є досить незвичними й слугують для експлікації щирої подяки.

Щодо непрямої форми реалізації подяки, то на *лексичному* рівні вона здійснюється за допомогою оцінних й афективних прикметниками, що позначають певні риси слухача або ж його дії, що послуговували приводом для

подяки. Також зафіксовані іменники з позитивно-оцінною семантикою. Зазвичай, синтаксичні моделі реалізації непрямой форми вдячності характеризуються еліптованістю: в них відсутні підмет та частина присудка, які легко відновити (займенник *it* + дієслово *to be*). Зафіксовані фразеологізми.

Реалізація непрямой форми подяки на *синтаксичному* рівні відбувається за допомогою схвалення, похвали і компліменту тощо. Синтаксичними моделями, які використовуються для непрямого вираження МА подяки, є наступні:

- 1) *займенник + дієслово to be + інтенсифікатор + прикметник*;
- 2) *займенник + дієслово to be + (прикметник) + іменник*;
- 3) *How + прикметник*;
- 4) *займенник + дієслово to owe + займенник*.

Окрім вище зазначених моделей реалізація непрямой форми подяки може здійснюватися за допомогою третього типу умовного способу.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати наступне: ніж оригінальнішою є формула вираження подяки, тим вище ступінь її ширості.

2.2. Реалізація подяки стилістичними засобами

Як слушно зауважує М. Оуен, формули вираження подяки *Thank you* і *Thanks* є десемантизованими, тобто насправді вони не передають значення вдячності, а виконують лише фатичну функцію, задовольняючи потреби комунікантів у дотриманні прийнятій соціальних етикетних норм. Щоб висловлювана подяка була дійсно щирою, співрозмовники вдаються до лінгвальних засобів її посилення [Owen 1983, с. 119]. Звідси впливає характерна особливість не тільки подяки в англійській мові, а мови взагалі – експресивність та гіперболізованість.

Спостереження над нашим експериментальним матеріалом показують, що МА подяки інтенсифікуються за допомогою різних стилістичних засобів.

Перш за все, окреслимо та проаналізуємо лексичні стилістичні засоби посилення подяки.

Нами зафіксовано два протилежні тропи – *зменшення* та *перебільшення* (або *гіпербола*).

Зменшення не скільки привертає увагу до цінності дій адресата в бік адресанта, як вказує на бурхливі емоції адресанта, який не може навіть дібрати слова, що в повній мірі висловити свою вдячність. Яскравим прикладом стилістичного зменшення слугує фраза *'Thank you' doesn't even come close* [KSA, с. 326]. В такому випадку адресант дещо нівелює свою подяку, посилюючи почуття провини перед адресатом подяки.

Гіпербола притаманна англійській вдячності, як ми зазначали вище. Вона зустрічається в ситуаціях, коли адресанта охоплюють сильні емоції, але на відміну від зменшення, він занадто перебільшує стимул подяки, надаючи йому більшої значущості, ніж вона є насправді. Як правило, гуперболізована подяка поєднується з іншими, частіше репрезентативними, мовленнєвими актами в репліці комуніканта:

It's changed my whole life! Thank you very much for what you did [72, с. 178].

Далі окреслимо та проаналізуємо синтаксичні стилістичні засоби вираження подяки. Відповідно до наших спостережень, найвживанішим є повтор та його різновиди. Як і лексичні стилістичні засоби, синтаксичні – допомагають висловити мовцю свої емоції з приводу дій, що передували подяці. Більш того, надзвичайно емоційне мовлення мовця може бути переривчастим й сповненим повторами якихось частин висловлювання. Наведемо ряд прикладів, в яких подяка реалізується різними видами повторів, інколи – в комбінації з парантезою:

1) простий повтор:

- *I'm keeping you, Beth. We will be okay. **Thanks!***

- ***Thanks!** echoes Hary.*

<...>

Thanks again, Beth [72, с. 183].

2) анафоричний повтор:

I want to thank Cliff for coming in tonight <...> And I want to thank all the colleagues ... [75, с. 36]

3) обрамлювальний повтор:

“Thank you,” she’d said. “Oh dear. Thank you” [76, с. 217].

4) послідовний повтор:

Thank you, thank you, thank you [77, с. 95].

5) синонімічний повтор:

“Thank you,” he says. “I’m very grateful, Becky.” [72, с. 178].

Вище проаналізовані повтори утворюють так звані паралельні конструкції, що також посилюють ілюктивну силу висловлюваної подяки. Окрім цього, за допомогою паралельних конструкцій досягається ритмічність та динамічність експресивного мовлення адресанта подяки, як це відтворено в наведеному нижче прикладі:

Thanks for helping me. Thanks for staying with me [72, 343].

Як бачимо, у висловлюванні вживається повтор, а однаковість синтаксичних моделей утворює паралельну конструкції з вживанням герундіального звороту.

Ще один синтаксичний стилістичний засіб, що ґрунтується на поступовому збільшенні подяки, є емотивна градація, що, як і інші стилістичні засоби, інтенсифікує подяку: *Thank you, thank you very much* [64, с. 67].

Так як часто мовця охоплюють сильні емоції при вираженні подяки, що зумовлено високою оцінкою дій адресата в свій бік, то його мовлення може перериватися, наприклад. В художньому дискурсі таким чином відтворюється аутентичність та спонтанність живого мовлення. А отже і мають місце такі синтаксичні стилістичні засоби як *приєднання* та *уособлення*. Після вираження подяки, мовець замовкає, а потім, наче навздогін, продовжує свою подяку, уточнюючи за що саме, дякує, тобто у фокус уваги розміщує стимул, що передував його подяці. В художньому дискурсі це має наступний вигляд:

1) *Thanks... thank you. And for lunch <...>* [72, с. 331].

2) *Thank you. For everything* [68, с. 217].

Зміна порядку слів при вираженні подяки утворює стилістичний засіб *інверсії*, яка дозволяє помістити у фокус уваги привід подяки, як у наведеному прикладі: *I know you've got my back, and for that I'm grateful* [64, с. 386].

Різновидом інверсії є синтаксичні конструкції з емпатичним *do*. Вони також слугують для посилення ступеню щирості висловлюваної подяки, адже мовець високо цінить те, що зробив для нього адресат:

1) *I really **do appreciate** it* [72 с. 257].

2) *I **do owe** you a big thank you* [64, с. 275].

Сигналом спонтанного усного мовлення в художньому дискурсі є *еліпсис*. Це синтаксичний стилістичний засіб, який передбачає опущення якого елементу мову, який легко відновити, спираючись на загальний контекст. Еліпсис робить мовлення виразним та емоційним, а отже створює ефект аутентичності художньої комунікації.

Як показують результати проведеного дослідження, еліпсис зустрічається у непрямих формах реалізації подяки, а саме за допомогою наступної синтаксичної моделі: *займенник + дієслово to be + прислівник + прикметник*. Тоді підмет *it* та дієслово-зв'язка *to be* відсутні, залишається тільки оцінний прикметник, що вказує на якусь рису, притаманну адресатові подяки (*kindness, generosity, helpfulness*):

Very thoughtful of you [77, с. 242].

Еліпсис також має місце у такій синтаксичній конструкції вираження непрямої подяки як *How + прикметник*. Знову опускається підмет *it* та дієслово-зв'язка *to be*, залишається лише тільки оцінний прикметник:

How kind of you ...

Всі стилістичні засоби, які вживаються для вираження прямої та непрямої подяки, можуть комбінуватися та утворювати оригінальні формули реалізації досліджуваного мовленнєвого акту. У такий спосіб в зображеному художньому дискурсі відтворюється ефект справжності, або аутентичності, живого мовлення, й особливо високого ступеню щирості висловлюваної подяки. В наведеному

нижче прикладі в репліці адресанта подяки поєднано паралельні конструкції, інверсію, приєднання:

I'm very grateful. Really I am. I don't know what I'd have done without you. Or where I would have gone [65, с. 75].

Отже, реалізація подяки стилістичними засобами має місце в художньому дискурсі. Лексичні та синтаксичні стилістичні засоби посилюють ілюкцію подяки. Лексичні тропи та синтаксичні фігури надають їй експресивності, виразності, відтворюючи ефект аутентичності та спонтанності живого мовлення в художньому дискурсі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

В Розділі 2 нами проведена інвентаризація лінгвального інструментарю, необхідного для вираження подяки. Вона показала, що мовленнєвий акт подяки має дві форми реалізації – пряму та непряму.

Пряма форма реалізації подяки значно переважає й становить 92 % досліджуваного матеріалу. Непряма форма реалізації подяки складає відповідно 8 %.

Лексичне наповнення *прямою* форми реалізації подяки складає за дієслово *to thank* (94 %). Чисельність інших лексем, серед яких зафіксовані дієслова *to appreciate* та *to owe*, прикметники *grateful*, *thankful*, *obliged* та *appreciative*, іменники *thanks* та *gratitude* складають від 1 до 3 %.

Синтаксичний рівень пропонує більше розмаїття структур та моделей для реалізації *прямої* форми подяки:

12. *Thanks / Thanks for + герундій / іменник / займенник*
13. *Thank you / Thank you for + герундій / іменник / займенник / підрядний додаток*
14. *Займенник + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція*
15. *Займенник + дієслово to be + (прислівник) + прикметник*
16. *I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник*

17. *thanks to / for*

18. *I thank you*

19. *not to thank enough*

20. *I + cannot + find the words + to thank you*

21. *I + owe + a (прислівник) thank you*

22. *I + just want + to say thank you*

Найбільш вживаними моделями є *Thanks / Thanks for* та *Thank you / Thank you for*. Сумарно вони складають 90 % досліджуваного матеріалу. Всі інші синтаксичні моделі, зазначені вище, вживають в 1-4 % випадках висловлювання прямої подяки. Зауважимо, що такі формули не є банальними. Вони є досить незвичними й слугують для експлікації щирої подяки.

Щодо непрямой форми реалізації подяки, то на *лексичному* рівні вона здійснюється за допомогою оцінних й афективних прикметниками, що позначають певні риси слухача або ж його дії, що послугували приводом для подяки. Також зафіксовані іменники з позитивно-оцінною семантикою. Зазвичай, синтаксичні моделі реалізації непрямой форми вдячності характеризуються еліптованістю: в них відсутні підмет та частина присудка, які легко відновити (займенник *it* + дієслово *to be*). Зафіксовані фразеологізми.

Реалізація непрямой форми подяки на *синтаксичному* рівні відбувається за допомогою схвалення, похвали і компліменту тощо. Синтаксичними моделями, які використовуються для непрямой вираження МА подяки, є наступні:

- 1) *займенник + дієслово to be + інтенсифікатор + прикметник;*
- 2) *займенник + дієслово to be + (прикметник) + іменник;*
- 3) *How + прикметник;*
- 4) *займенник + дієслово to owe + займенник.*

Окрім вище зазначених моделей реалізація непрямой форми подяки може здійснюватися за допомогою третього типу умовного способу.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати наступне: ніж оригінальнішою є формула вираження подяки, тим вище ступінь її щирості.

Реалізація подяки стилістичними засобами має місце в художньому дискурсі. Лексичні та синтаксичні стилістичні засоби посилюють іллокуцію подяки. Лексичні тропи та синтаксичні фігури надають їй експресивності, виразності, відтворюючи ефект аутентичності та спонтанності живого мовлення в художньому дискурсі.

До лексичних стилістичних засобів посилення подяки відносимо зменшення та перебільшення. *Зменшення* звертає увагу на неспроможність мовця дібрати слова для експлікації охоплюючих його емоцій. *Гіпербола* має місце в дуже емоційних ситуаціях, тоді коли перебільшується значимість дій адресата.

Серед синтаксичних стилістичних засобів вираження подяки нами зафіксовано різні види повторів, паралельні конструкції, градацію, еліпсис, відокремлення, інверсію та її різновид з емпатичним *do*, приєднання.

ВИСНОВКИ

Проведена наукова розвідка показує, що ввічливість представляє собою сукупність певних правил, максим або стратегій комунікативної взаємодії між людьми. Головна мета полягає у тому, щоб досягти цілей спілкування, а головною умовою для цього є рівний та гармонійний перебіг комунікації. Окрім цього, ввічливість допомагає знизити рівень ворожості між комунікантами та попередити конфлікти шляхом пристосування поведінки комунікантів до екстралінгвальних умов. Ввічливість зменшує загрозливий для «обличчя» характер мовленнєвого акту, дозволяючи учасникам комунікації зберегти свої «обличчя».

Ми розглянули теорії, запропоновані зарубіжними лінгвістами, а саме: теорію «обличчя» Е. Гоффмана, П. Браун та С. Левінсона, теорію ввічливості Дж. Ліча, Р. Лакофф, Г. Каспер та ін. Вслід за І. О. Ківенко, вбачаємо в їх розвідках *евроцентричну* спрямованість моделей ввічливості та акцентують увагу на універсальній стороні ввічливості, яка притаманна будь-якому народові й має власне національно-специфічні особливості.

На відміну від зарубіжних вчених, українські дослідники С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова, Ф. С. Бацевич, О. О. Селіванова та ін. зосереджують увагу на мовленнєвому етикеті, форми якого слугують лінгвальними засобами реалізації категорії ввічливості.

Поняття «мовленнєвий етикет» і «ввічливість» пов'язані, але не тотожні. В цілому, ввічливість – це функціонально-семантична категорія, яка виконує ряд важливих прагматичних функцій, найголовніша з яких – показати справжнє, як правило, шанобливе, ставлення мовця до слухача. Мовленнєвий етикет – це набір лінгвальних формул, що вживаються для вираження ввічливості на комунікативному рівні. Що ввічливість, що етикет запобігають конфліктам під час спілкування та забезпечують його гармонійний перебіг.

Так як ввічливість є категорією універсальною, вона, тим не менш, вбирає ряд національно-специфічних стратегій, які в тій чи іншій мірі орієнтовані на рівний перебіг комунікативної взаємодії.

У мовленні ввічливість реалізується за допомогою комунікативних стратегій і тактик. Комуніканти вживають їх з метою реалізації своїх власних інтенцій й досягнення максимальної ефективності соціальної інтеракції.

Аналіз дефініцій дозволяє стверджувати, що *комунікативна стратегія* – це вже сформований у свідомості мовця план мовленнєвих дій, які, в свою чергу, реалізуються за допомогою мовленнєвих тактик. Останні, в свою чергу, підпорядковані комунікативним стратегіям й представляють собою конкретні засоби здійснення інтенційно-стратегічної програми комунікації.

Мовленнєвий акт подяки є тактикою реалізації стратегій позитивної (20 %) і негативної (80 %) ввічливості.

Як стверджують П. Браун та С. Левінсон, вдячність є загрозливим для «обличчя» мовленнєвим актом. Коли висловлюється подяка, адресант визнає себе боржником перед адресатом, тим самим наражаючи на небезпеку своє «негативне обличчя». Одночасно, в зону ризику опиняється й «позитивне обличчя» адресата, адже він може здатися нечемним. Щоб зберегти «обличчя» обох співрозмовників, адресант вдячності використовує стратегію негативної ввічливості, яка закликає до прояву поваги – *Give deference*.

Інша стратегія негативної ввічливості, що реалізується в мовленні за допомогою подяки – *mitigation*. Пом'якшення запобігає виникненню та розвитку конфлікту між співрозмовниками.

Тактика *м'якого докору* реалізує стратегію непрямого висловлювання. В такій ситуації має місце непрямий мовленнєвий акт, який, як відомо, має певне лігвальне оформлення, що не співпадає з його іллокутивною метою. Інакше кажучи, висловлювання має форму докору, але фонові знання адресата у сукупності з певним ступінем близькості з адресантом допомагають йому розшифрувати повідомлення та впізнати щиру подяку.

Щодо стратегій позитивної ввічливості, то подяка, що зумовлена максимою схвалення, має за мету схвалення слухача. За допомогою вдячності мовець експлікує своє позитивне ставлення до слухача, поділяючи його інтереси та потреби адресата. У останнього виникають приємні почуття та емоції. Таким

чином, реалізується така глобальна стратегія позитивної ввічливості – *стратегія зближення*.

Реалізуючи стратегії позитивної та негативної ввічливості, подяка спряє сприятливій комунікації та ефективному спілкуванню між людьми.

В розрізі ТМА виявлено, що подяка належить до класу бехабітивів у класифікації Дж. Остіна, до класу експресивів за Дж. Сьорлем, до класу сатисфактивів за Д. Вундерліхом, до класу конвівіалів – за Дж. Лічем, т.д. Подяка одночасно реалізує кілька іллокутивних цілей: як бехабітив, вона є реакцією адресанта на поведінку чи дії адресата, як експресив, вона допомагає експлікувати доброзичливість адресанта до адресата, тощо.

Одночасна реалізація кількох іллокутивних цілей робить досліджуваний МА синкретичним, як зазначено в працях Н. О. Бігунової та І. О. Ківенко.

Синкретична природа мовленнєвого акту подяки є його постійною характеристикою. А от експлікація певної іллокутивної мети залежить від істинних інтенцій мовця та умов комунікації. Дотримання прийнятого соціального ритуалу актуалізує експресивну сутність подяки, тоді як прагнення висловити свій психологічний стан, позитивно оцінивши дії іншого комуніканта, реалізують емпатичний характер подяки.

В Розділі 2 нами проведена інвентаризація лінгвального інструментарю, необхідного для вираження подяки. Вона показала, що мовленнєвий акт подяки має дві форми реалізації – пряму та непряму.

Пряма форма реалізації подяки значно переважає й становить 92 % досліджуваного матеріалу. Непряма форма реалізації подяки складає відповідно 8 %.

Лексичне наповнення *прямою* форми реалізації подяки складає за дієслово *to thank* (94 %). Чисельність інших лексем, серед яких зафіксовані дієслова *to appreciate* та *to owe*, прикметники *grateful*, *thankful*, *obliged* та *appreciative*, іменники *thanks* та *gratitude* складають від 1 до 3 %.

Ситаксичний рівень пропонує більше розмаїття структур та моделей для реалізації *прямої* форми подяки:

23. *Thanks / Thanks for + герундій / іменник / займенник*
24. *Thank you / Thank you for + герундій / іменник / займенник / підрядний додаток*
25. *Займенник + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція*
26. *Займенник + дієслово to be + (прислівник) + прикметник*
27. *I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник*
28. *thanks to / for*
29. *I thank you*
30. *not to thank enough*
31. *I + cannot + find the words + to thank you*
32. *I + owe + a (прислівник) thank you*
33. *I + just want + to say thank you*

Найбільш вживаними моделями є *Thanks / Thanks for* та *Thank you / Thank you for*. Сумарно вони складають 90 % досліджуваного матеріалу. Всі інші синтаксичні моделі, зазначені вище, вживають в 1-4 % випадках висловлювання прямої подяки. Зауважимо, що такі формули не є банальними. Вони є досить незвичними й слугують для експлікації щирої подяки.

Щодо непрямой форми реалізації подяки, то на *лексичному* рівні вона здійснюється за допомогою оцінних й афективних прикметниками, що позначають певні риси слухача або ж його дії, що послугували приводом для подяки. Також зафіксовані іменники з позитивно-оцінною семантикою. Зазвичай, синтаксичні моделі реалізації непрямой форми вдячності характеризуються еліптованістю: в них відсутні підмет та частина присудка, які легко відновити (займенник *it* + дієслово *to be*). Зафіксовані фразеологізми.

Реалізація непрямой форми подяки на *синтаксичному* рівні відбувається за допомогою схвалення, похвали і компліменту тощо. Синтаксичними моделями, які використовуються для непрямого вираження МА подяки, є наступні:

- 1) *займенник + дієслово to be + інтенсифікатор + прикметник;*
- 2) *займенник + дієслово to be + (прикметник) + іменник;*

3) *How* + *прикметник*;

4) *займенник* + *дієслово to owe* + *займенник*.

Окрім вище зазначених моделей реалізація непрямої форми подяки може здійснюватися за допомогою третього типу умовного способу.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати наступне: ніж оригінальнішою є формула вираження подяки, тим вище ступінь її щирості.

Реалізація подяки стилістичними засобами має місце в художньому дискурсі. Лексичні та синтаксичні стилістичні засоби посилюють ілюкцію подяки. Лексичні тропи та синтаксичні фігури надають їй експресивності, виразності, відтворюючи ефект аутентичності та спонтанності живого мовлення в художньому дискурсі.

До лексичних стилістичних засобів посилення подяки відносимо зменшення та перебільшення. *Зменшення* звертає увагу на неспроможність мовця дібрати слова для експлікації охоплюючих його емоцій. *Гіпербола* має місце в дуже емоційних ситуаціях, тоді коли перебільшується значимість дій адресата.

Серед синтаксичних стилістичних засобів вираження подяки нами зафіксовано різні види повторів, паралельні конструкції, градацію, еліпсис, відокремлення, інверсію та її різновид з емпатичним *do*, приєднання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович С. Д., М. Ю. Чікарькова. Мовленнєва комунікація. Чернівці : «Зелена Буковина», 2004. 500 с.
2. Багмут А. Й. Інтонація як засіб мовної комунікації. К. : Наук. думка, 1980. 244 с.
3. Багмут А. Й. Типологія інтонації мовлення. К. : Наукова думка, 1977. 495 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
5. Безугла Л. Р. Перлокуція у дискурсі (на матеріалі німецького діалогічного дискурсу). *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен* / під загальн. ред. Шевченко І. С.: монографія. Харків: Константа, 2005. С. 118-144.
6. Бігунова Н. О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання. Одеса : КП ОМД, 2017. 580 с.
7. Ківенко І. О. Критерій прямої / непрямої форми реалізації мовленнєвого акту подяки. *«Сучасний вимір філологічних наук»: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: м. Львів, 30-31 травня 2014 р. Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2014 р. Ч. II. С. 49-53.*
8. Ківенко І. О. Мовленнєвий акт подяки : прагмалінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2018. 226 с.
9. Ківенко І. О. Рівневі характеристики МА вдячності в англійському художньому дискурсі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2013. № 19. С. 156 – 159.
10. Кухаренко В.А. Практикум з стилістики англійської мови: Підручник. Вінниця: «Нова книга», 2000. 160 с.
11. Непийвода Н. Ф. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). К. : Міжнародна фінансова агенція, 1997. 303 с.
12. Малая О. Ю. Лінгвістичні моделі реалізації стратегій невічливості у дискурсі. *Записки з романо-германської філології*. 2011. № 27. С. 143–150.

13. Пеліван О. К. Просодичні засоби реалізації ввічливості / неввічливості в англomовному конфліктному діалогічному дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі англomовних фільмів) [Текст]: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2010. 23 с.
14. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси : Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
15. Сергієнко К. П. Ввічливість як предмет лінгвістичних досліджень. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2013. № 9 (2). С. 75–80.
16. Терещенко Т. В. Мовленнєві акти з перформативними виразами в сучасній німецькій мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук. К., 2001. 18 с.
17. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конститuent вербально-соціальної інтеракції. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. № 3. Київ : Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов, 2009. С. 242-249.
18. Човганюк М. М. Аспекти вивчення семантики ввічливості у сучасній лінгвістиці. *Проблеми зіставної семантики*. 2013. Вип. 11. С. 156–162.
19. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: моногр.* Х.: Константа, 2005. С. 105-117.
20. Aijmer K. *Conversational Routines in English: Convention and Creativity*. UK : Longman Group, 1996. 251 p.
21. Austin J. L. *How to do things with words*. Oxford : Oxford University Press, 1962. 167 p.
22. Austin P. *Politeness revisited – the dark side*. *New Zealand ways of speaking English*. Philadelphia : Multilingual Matters, 1990. P. 277–293.
23. Bach K., Harnish R. M. *Linguistic Communication and Speech Acts*. Cambridge: The MIT Press, 1979. 96 p.

24. Ballmer Th., Brennenstuhl W. *Speech Act Classification*. Berlin etc.: Mouton de Gruyter, 1981. 274 p.
25. Brown P., Levinson S. *Politeness: Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
26. Caffi C. On mitigation. *Journal of Pragmatics*. Vol. 31, № 4. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 1999. P. 881-911.
27. Carlson L. *Dialogue Games: An approach to discourse analysis*. Boston: Reidel, 1983. P. 295-333.
28. Coulmas F. *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situation and Prepatterned Speech*. The Hague: Mouton, 1980. 343 p.
29. Coulmas F. Poison to your soul: Thanks and apologies contrastively viewed. *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*. The Hague, the Netherlands: Mouton Publishers, 1981. P. 71-80.
30. Coulthard M. *An Introduction to Discourse Analysis*. London: Longman Group Limited, 1977. 215 p.
31. Ferguson C. A. The Structure and Use of Politeness Formulas. *Language in Society*, vol. 5. London: CUP, 1976. P. 137-151.
32. Ferguson C. A. *Language structure and language use*. CA, Stanford: Stanford University Press, 1971. 356 p.
33. Fraser B. Perspectives on Politeness. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 1990. № 14. P. 219-236.
34. Fraser B. Conversational mitigation. *Journal of Pragmatics*. Vol. 4. Issue 4. Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 1980. P. 341-350.
35. Goffman E. *Interaction ritual: Essays on face-to-face behaviour*. New York: Anchor, 1967. 288 p.
36. Goffman E. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction *Communication in face-to-face interaction*. Harmondsworth: Penguin, 1972. P. 319-346.
37. Goffman E. *Relations in Public*. New York: Harper and Row, 1971. 396 p.

38. Goffman E. Replies and responses. *Language in Society*. № 5. 1976. P. 257-313.
39. Grice H. P. Logic and conversation. *Syntax and Semantics*. NY : Academic Press, 1975. P. 41–58.
40. Jule G. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press, 1996. 137 p.
41. Kasper G. Linguistic politeness: Current research issues. *Journal of Pragmatics*. № 14 (2). Amsterdam, Netherlands: Elsevier, 1990. P. 193-218.
42. Kivenko I. A., Smagliy V. M. Prosodic features of gratitude speech act (Based on the English film discourse). *Science and Education. A New Dimension*. Philology, IV (27). Budapest: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe, 2016. Issue 107. P. 39 – 43.
43. Lakoff R. The logic of politeness, or, minding your p's and q's. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*. Chicago, 1973. P. 292-305.
44. Leech G. *Explorations in semantics and pragmatics*. Amsterdam: Benjamins, 1980. 133 p.
45. Leech G. *Principles of Pragmatics*. London & New York: Longman, 1983. 250 p.
46. Levinson S. *Pragmatik*. Niemeyer-Verlag, Tübingen, 2000. 476 p.
47. Mey J. L. *Pragmatics. An Introduction*. Oxford: Blackwell, 2001. 390 p.
48. Owen M. *Apologies and Remedial Interchanges: A Study of Language Use in Social Interaction*. Berlin : Mouton, 1983. 192 p.
49. Searle J.R. *Expression and Meaning. Studies in the theory of speech acts*. New York: Cambridge University Press, 1979. 187 p.
50. Searle J. R. How Performatives Work? *Linguistics and Philosophy*. 12. Cambridge: Cambridge University Press 1989. P. 535-558.
51. Searle J. R. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. 199 p.
52. Sinclair J. M., Coulthard M. *Towards an analysis of discourse*. London: Oxford University Press, 1975. 163 p.
53. Stubbs M. *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Oxford: Blackwell, 1983. 288 p.

54. Turner K. The principal principles of pragmatic inference: Politeness. *Language Teaching*. 1996. № 29 (1). P. 1–13.
55. Watts R. Linguistic Politeness and politic verbal behaviour: Reconsidering claims for universality / Watts R., Ide S., Ehlich K. Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1992. P. 43-69.
56. Watts R., Ide S., Ehlich K. Politeness in Language. Studies in its History, Theory and Practice. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1992. 404 p.
57. Wunderlich D. Methodological remarks on speech act theory. *Speech Act Theory and Pragmatics*. Dordrecht; Boston, 1980. P. 291-312.

ДОВІДНИКОВА ЛІТЕРАТУРА

58. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
59. Garner B. A. A Dictionary of Modern American Usage. UK: Oxford University Press, 1998. 723 p.
60. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A. S. Hornby. Oxford: Oxford University Press, 1995. 1428 p.
61. Longman Dictionary of Contemporary English. The Living Dictionary. UK: Pearson Longman, 2003. 1949 p.
62. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. USA: Lexicon Publications, Inc., 1993. 1149 p.
63. Online etymology dictionary [Электронный ресурс] : <http://www.etymonline.com/index.php>

ІЛЮСТРАТИВНІ ДЖЕРЕЛА

64. Bradford B. Being Her. London, 2010. 447 p.
65. Bradford B. The Game. London, 2011. 470 p.
66. Coden H. Promise. London, 2007. 454 p.
67. Fowels J. The French Lieutenant's Woman. London, 2005. 445 p.

68. French N. *Killing Me Softly*. UK, 2008. 359 p.
69. James EL. *50 Shades Darker*. UK, 2012. 532 p.
70. James EL. *50 Shades Freed*. UK, 2012. 579 p.
71. James EL. *50 Shades of Grey*. London, 2012. 514 p.
72. Kinsella S. *Confessions of a Shopaholic*. London, 2000. 320 p.
73. Mansfield K. *Selected stories*. London, 2002. 224 p.
74. Parsans T. *Man and Boy*. UK, 2001. 343 p.
75. Parsans T. *Men from the Boys*. London, 2013. 329 p.
76. Salinger J. D. *Nine Stories*. UK, 2001. 240 p.
77. Weisberger L. *The Devil Wears Prada.*, 2005. 392 p.

STRATEGIES OF NEGATIVE POLITENESS

	Strategies	Examples
1	Be conventionally indirect	<p><i>May I ask</i> who's calling?</p> <p><i>I'm wondering</i> whether the library will be opened this Saturday?</p> <p><i>I don't think</i> you're right.</p>
2	Question, hedge	<p>Would you hold on, <i>please</i>?</p> <p><i>Do you think</i> you could help me?</p>
3	Give hearer the option not to do the act	<p>Can you help me? – <i>Sure/Sorry</i>, I'm busy at the moment</p>
4	Make minimal assumptions about hearer's wants	<p><i>Could</i> you <i>possibly</i> do that?</p> <p><i>Would</i> you mind closing the door?</p>
5	Be pessimistic	<p><i>I don't suppose</i> you'd know the time, would you?</p>
6	Minimize the imposition	
7	Dissociate Speaker/Hearer from the discourse	<p>Would <i>you</i> like to come to my party?</p> <p>Could <i>I</i> borrow your book?</p>
8	State the FTA (Face Threatening Act) as a general rule	<p>Seats are not for feet. (Passive Voice)</p> <p>You're <i>supposed</i> to do your homework every day.</p>
9	Apologize	<p><i>I know this is a bore, but...</i></p> <p><i>I hate to bother you...</i></p> <p><i>I can think of nobody else who could...</i></p> <p><i>Excuse me, but... I'm sorry to bother you...</i></p>

10	Use family names and titles	<i>Mr. Lee</i> , there is a phone call for you.
11	Be taciturn	

STRATEGIES OF POSITIVE POLITENESS

	Strategies	Examples
1	Notice, attend to Hearer, his interests, wants, needs, goods	<i><u>Thank you very much</u> for your presents.</i> <i>That's <u>very kind and thoughtful</u> of you.</i>
2	Exaggerate (interest, approval, sympathy with Hearer)	<i>It's absolutely fantastic!</i> (лексична гіпербола)
3	Intensify interest to Hearer	
4	Claim common point of view, options, attitudes, knowledge, empathy	1) – <i>Are you OK?</i> – <i>Yes, I'm fine.</i> – <i>Are you sure?</i> 2) tag-questions 3) repetitions : <i>I love you. – I love you, too.</i>
5	Seek agreement	
6	Avoid disagreement	
7	Be optimistic	A woman has fallen in the street: – <i>Are you hurt?</i> – <i>I'm perfectly fine.</i>
8	Assume and assert reciprocity	
9	Include both Speaker and Hearer in the activity	
10	Give presents to Hearer – goods, sympathy, understanding, cooperation	
11	Use in-group identity markers	
12	Use given names and nicknames	<i>Bring me your dirty clothes to wash, <u>honey</u>.</i>
13	Use Hearer's language or dialect	
14	Be voluble	

**КІЛЬКІСНА ПРЕДСТАВЛЕНІСТЬ ЛЕКСЕМ
ІЗ СЕМАНТИКОЮ ПОДЯКИ**

№	Лексема	Середня частота, %
1.	thank (дієслово)	94
2.	appreciate (дієслово)	3
3.	grateful (прикметник)	2
4.	owe (дієслово)	1
5.	thanks (іменник)	
6.	gratitude (іменник)	
7.	thankful (прикметник)	
8.	obliged (дієприкметник)	
9.	appreciative (прикметник)	
ВСЬОГО		100

ДОДАТОК Г

СИНТАКСИЧНІ МОДЕЛІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРЯМОГО МА ПОДЯКИ

№	Синтаксична модель	%
1.	Thanks / Thanks for + герундій / іменник / займенник	50
2.	Thank you / Thank you for + герундій / іменник / займенник / What-clause	40
3.	I / we + (really) + appreciate + займенник / іменник / дієприкметник / дієприкметникова конструкція	4
4.	I + дієслово to be + (прислівник) + прикметник	3
5.	I + don't know / want / wish / would like to thank + іменник / займенник	2
6.	I + cannot + find the words + to thank you	1
7.	I thank you	
8.	I can't thank you enough	
9.	Many thanks to / My thanks for	
10.	I + owe + a (прислівник) thank you	
11.	I + just want + to say thank you	100
	ВСЬОГО	