

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

Базарова Ірина

УДК 811.111'221'42:821.111-31:791:316.77(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ
СВІТСЬКА БЕСІДА І ПЛІТКАРСТВО ЯК ЖАНРИ ФАТИЧНОГО
СПІЛКУВАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО
ЛІТЕРАТУРНОГО ДИСКУРСУ І КІНОДИСКУРСУ)

03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ І. Базарова

Науковий керівник: **Бігунова Наталя Олександрівна**, доктор філологічних наук,
професор

ОДЕСА – 2024

АНОТАЦІЯ

Базарова І. Світська бесіда і пліткарство як жанри фатичного спілкування (на матеріалі англомовного художнього літературного дискурсу і кінодискурсу). Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії (PhD) за спеціальністю 035 Філологія. Одеський національний університет ім. І.І Мечникова, м. Одеса, 2024.

Рефероване дисертаційне дослідження присвячено встановленню та аналізу прагматично-комунікативних рис світської бесіди і пліткарства як жанрів фатичного спілкування. Феномени світської бесіди і пліткарства розглянуто в зображеному персонажному дискурсі, відтвореному в рамках літературного та кінематографічного твору.

Фатичні мовленнєві жанри посідають важливе місце у соціокультурній практиці як повсякденно здійснювані комунікативні процеси, що розраховані на пошук співчуття, співпереживання, солідаризації з іншими комунікантами. Мовець прагне того, щоб зрозуміли його емоційний стан, поспівчували йому, він охоче вступає в контакт з незнайомими або малознайомими людьми, готовими його вислухати, наприклад, у черзі, у вагоні поїзда тощо. Таке спілкування заради спілкування, яке є інформативно незначущим, виявляється, тим не менш, найважливішим регулятором життя суспільства, засобом наближення до інших, введення їх у коло «своїх».

Теоретичну основу роботи становлять праці з психолінгвістики (Седов, 1997; Alshehri, 2017; Beck, 2010; McCarthy, 2003) соціолінгвістики (Формановская, 2006; Banda, 2005; Cook, 2012; Coupland, 2000, 2003; Ritchie, 2011), комунікативної лінгвістики (Бацевич, 2004; Винокур, 2007; Матюхіна, 2014; Donovan, 2007; Drew, Chilton, 2014; Fine, 2002; Holba, 2008; Laver, 1981), когнітивної лінгвістики (Жуйкова, 2020; Климентова, 2014; Черненко, 2007; Schneider, 1988; Ventola, 1979), лінгвокультурології (Морозова, 2019; Graham, 2013; Lewis, 1995; Maschler, Estlein, 2008; Miller, 2006), теорії мовленнєвих актів (Ківенко, 2018; Кузьменко, 2014; Почепцов, 2001; Приходько, Приходченко, 2023; Padilla, 2005) та ін.

Дефініційний аналіз лексем *світська бесіда* та *плітки* виявляє спільну для обох феноменів сему легкості та дозволяє протипоставити їх за семами ввічливості (*small talk*) та недобррозичливості (*gossip*), банальності і стандартності (*small talk*) vs сема інтимності (*gossip*). Відмінності досліджуваних понять виявляються в тематиці (плітки – приватне життя третьої особи; теми світської бесіда є значно різноманітнішими (світські новини, погода, музика, хобі, спорт, плітки), а також в їхньому обсязі (світська бесіда є тривалішою). Крім того, різними виявляються стосунки між учасниками цих жанрів: світська бесіда можлива між співбесідниками різного ступеня знайомства; плітки розповсюджуються виключно між добре знайомими людьми, та підкреслюють близькі, довірливі стосунки між комунікантами.

Сутність світської бесіди полягає у виявленні інтересу до співрозмовника та пошуку спільних інтересів з ним. Світська бесіда є приємною, етикетно й культурно детермінованою розмовою з жорсткою соціально-культурною регламентацією тематичного репертуару, що має на меті встановлення вербального контакту, його розвиток і розмикання. Найбільш типовими ситуаціями світської бесіди є традиційна етикетна ситуація знайомства та представлення незнайомих осіб; ситуація очікування (на автобусній зупинці, станції, у приймальні лікаря і т.і.); світські прийоми, презентації; випадкова зустріч знайомих.

В дисертаційному дослідженні світська бесіда визначається як гіпержанр художнього дискурсу, ввічлива комунікація на регламентовані етикетом теми, що слугує для зміцнення соціальних зв'язків та набуває варіативних прагматичних рис в залежності від ступеня знайомства учасників комунікації та обставин спілкування. Якщо головним прагматичним наміром малознайомих комунікантів, вимушених проводити час разом, є уникнути незручного мовчання, то спілкування добре знайомих людей на світських закладах надає їм можливість відчутти себе членом вузького, елітарного соціального кола, презентувати себе як досвічену, обізнану, легку у спілкуванні особу, продемонструвати артистизм та навички розважання.

Повний сценарій світської бесіди включає вітання, поздоровлення,

компліменти, або виявлення інтересу до справ співрозмовника; пошук спільних тем (у разі поверхневого знайомства) або презентацію власної особистості шляхом повідомлення цікавої новини, історії, жарту, плітки і т.і. (у разі дружніх стосунків); висловлення задоволення від спілкування або подяка за запрошення; обговорення можливостей наступної зустрічі; прощання. Проте, у художньому дискурсі світська бесіда часто постає у вигляді невеликих фрагментів, вкраплень, оскільки автори художніх творів, як правило, опікуються більше змістовним спілкуванням персонажів та динамічним розвитком сюжету.

Пліткарство визначено в роботі як інформативно-фатичний жанр, який поєднує надання інформації та приємне проведення часу, отримання задоволення від спілкування, почуття причетності до обмеженого соціального кола. Плітки – це зібрана, доповнена або спотворена інформація різного ступеня достовірності про події приватного життя третіх осіб, а також їхня оцінка мовцем. Ці події мають бути незвичайними, прихованими від суспільства, «болючими» та такими, що утворюють емоційний вплив на певних комунікантів. Ця інформаційна складова пліток утворює їхню основну відмінність від жанру світської бесіди.

Пліткарство, як і світська бесіда, має неофіційний характер спілкування, проте, характеризується довірливістю, емоційністю, інтересом до сфери особистих взаємин, оцінюванням поведінки відсутніх осіб. Основними темами пліток є фінанси обговорюваної особи, її вдача, її моральне життя, її спостережувана поведінка, зовнішній вигляд людини та її досягнення або відсутність досягнень. Встановлено, що пліткарство має більш аналітичний та емоційний характер, ніж світська бесіда, оскільки мовець не тільки поширює інформацію, а й аналізує, інтерпретує, додає «пікантні» подробиці. Плітки сприяють зміцненню соціальних зв'язків між пліткарями: критикуючи відсутню особу, пліткарі підтверджують спільні цінності та погляди, зміцнюють дружбу, будують альянси.

Розроблено типовий сценарій плітки: 1) продукування пліток (що включає предикацію, яка випереджає повідомлення інформації про подробиці особистого життя третьої особи та маркує «ексклюзивний» характер цієї інформації (*Have you heard..?, You'll never believe it, but...*); 2) інтерпретація пліток, що може

випереджатися зневажливою характеристикою пліткарства як такого та виключним / вимушеним долученням мовця до нього, та обов'язково включає вираження оцінки поведінці третьої особи та залучення реципієнта(ів) до обговорення плітки; 3) зміна теми як фінал пліткарства (коли тема пліток вже вичерпана або учасники не бажають її обговорювати).

Учасники світської бесіди лавірують між двома головними стратегічними установами: бути ввічливими та гідно репрезентувати себе. Це зумовлює використання двох основних комунікативних стратегій, якими послуговуються учасники художньої світської бесіди: стратегію виявлення інтересу до співрозмовника та стратегію самопрезентації. Першу забезпечують тактики схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові. Другу стратегію в художньому дискурсі забезпечують тактики висловлювання думки, вираження сентенції, поради, тактика повідомлення новин та чуток, плітки, тактика хвастощів, тактика шпильки, жарту, ухилення від прямої відповіді та зміни теми. Таким чином, плітки можуть виступати не тільки окремим фатичним жанром, але й комунікативною тактикою в структурі гіпержанру світської бесіди.

Ключові слова: фатичне мовлення, комунікація, прагматика, літературний персональний діалог, літературний твір, англomовна художня література, художній літературний дискурс, кінодискурс, мовленнєвий жанр, світська бесіда, плітки, пліткарство, соціально-культурні ознаки, інтенція, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, мовленнєвий акт, ілокуція.

ABSTRACT

Bazarova I. Small talk and gossip as genres of phatic communication (on the samples from English-language fictional literary discourse and film discourse). Qualification work on the rights of the manuscript. PhD dissertation manuscript.

Dissertation for Doctor of Philosophy Degree (Ph.D.): Specialty 035 Philology. Odesa I.I. Mechnikov National University, Odesa, 2024.

The dissertation is devoted to the establishment and analysis of pragmatic-communicative features of small talk and gossip as genres of phatic communication. The phenomena of small and gossip have been investigated in the depicted personage discourse, reproduced within the framework of a literary and film work.

Phatic speech genres occupy an important place in sociocultural practice as everyday communicative processes contrived to seek sympathy, empathy, and solidarity with other communicants. The speaker wants his emotional state to be understood and sympathized with, he willingly comes into contact with strangers or unfamiliar people prepared to listen to him, for example, in a queue, on a train, etc. Such communication, which is informatively insignificant, nevertheless turns out to be the most important regulator of social life, a way of getting closer to others, introducing them into the speaker's circle.

The theoretical foundations of the research include the scientific works in psycholinguistics (Sedov, 1997; Alshehre, 2017; Beck, 2010; McCarthy, 2003), sociolinguistics (Formanovskaya, 2006; Banda, 2005; Cook, 2012; Coupland, 2000, 2003; Ritchie, 2011), communicative linguistics (Batsevich, 2004; Vynokur, 2007; Matyukhina, 2014; Donovan, 2007; Drew, Chilton, 2014; Fine, 2002; Holba, 2008; Laver, 1981), cognitive linguistics (Zhuykova, 2020; Klimentova, 2014; Chernenko, 2007; Schneider, 1988; Ventola, 1979), linguistic and cultural studies (Morozova, 2019; Graham, 2013; Lewis, 1995; Maschler, Estlein, 2008; Miller, 2006), Speech act theory (Kivenko, 2018; Kuzmenko, 2014; Pocheptsov, 2001; Prykhodko, Prykhodchenko, 2023; Padilla, 2005) and other fields.

The definitional analysis of the lexemes *small talk* and *gossip* reveals a common for both phenomena seme of lightness and allows us to contrast them according to the seme of politeness (small talk) vs. the seme of unkindness (gossip), triviality and standard (small talk) vs. the seme of intimacy (gossip). The differences in the concepts under analysis are revealed in the topic (gossip discusses the private life of a third person; small talk topics are much more varied (news, weather, music, hobbies, sports, gossip), as well as in their volume (small talk is longer). In addition, the relationships between the participants of these genres are different: small talk occurs between interlocutors of

different degrees of familiarity; gossip is spread exclusively between well-acquainted people, and emphasizes close, trusting relationships between communicants.

The essence of small talk is to show the speaker's interest in the interlocutor and find common interests with him. Small talk is a pleasant, ethically and culturally determined conversation with a strict socio-cultural regulation of the thematic repertoire, which aims to establish a verbal contact, its development and ending. Typical small talk situations involve traditional etiquette situations of meeting and introducing strangers; the situation of waiting (at a bus stop, station, in the surgery, etc.); social events, presentations; accidental encounters with acquaintances.

This paper offers a definition of small talk as a hypergenre of fictional discourse, polite communication on topics regulated by etiquette, which serves to strengthen social bonds and acquires variable pragmatic features depending on the degree of familiarity of the participants with each other in a particular speech situation. While the main pragmatic intention of not well acquainted communicants forced to spend time together is to avoid awkward silence, small talk among well-acquainted people at social events gives them the feeling of belonging to a narrow, elite social circle, to present themselves as an educated, knowledgeable, easy-to-communicate people, demonstrate artistry and entertainment skills.

A complete small talk script includes greetings; congratulations, compliments, or showing interest in the affairs of the interlocutor; searching for common topics (in the case of a light acquaintance) or presenting oneself by reporting interesting news, a story, a joke, a piece of gossip, etc. (in the case of friendly relationship); expressing satisfaction with communication or gratitude for the invitation; discussion of the options for next meeting; farewell. However, in fictional discourse, small talk often appears in the form of small fragments, insertions, since the authors of fiction, as a rule, are more concerned with the meaningful communication of characters and the dynamic development of the plot.

Gossiping has been defined as informative phatic genre that combines informing and having a good time, provides pleasure from communication, as well as feeling of belonging to a limited social circle. Gossip is collected, interpreted or distorted

information that might be reliable or not, about the private life of a third person, including its assessment by the speaker. These events must be unusual, hidden from society, "painful" and have an emotional impact on certain communicant. This information component of gossip forms its main difference from the genre of small talk.

Gossiping, as well as small talk, has an informal character, however, it involves trust, emotionality, interest in the sphere of personal relationships, and evaluation of the behavior of a third person. The main topics of gossip are the finances of a third person, their character, moral life, observed behavior, appearance, as well as their accomplishments or lack of accomplishments. It has been established that gossip has a more analytical and emotional character than small talk, since the speaker not only spreads the information, but also analyzes and interprets it, and adds "spicy" details. Gossip helps to strengthen social bonds between gossipers: by criticizing a third person, gossipers confirm their shared values and views, strengthen friendships, and build up alliances.

A typical scenario of gossiping has been put forward: 1) production of gossip (which includes a predication that precedes the reporting of information about the details of a third person's personal life and marks the "exclusive" nature of this information (*Have you heard..?, You'll never believe it, but...*) 2) the interpretation of gossip, which may be preceded by a derogatory characterization of gossip and the exclusive / forced involvement of the speaker in it, and necessarily includes the expression of evaluation of the behavior of a third person, as well as the involvement of the recipient(s) in discussing the gossip; 3) changing the topic as the finale of gossiping (when the topic of gossip has already been exhausted or the participants do not want to discuss it).

In small talk participants seem to maneuver between two main strategic institutions: to be polite and to represent themselves properly. These two intentions cause two main communicative strategies used by participants in small talk: the strategy of showing interest in the interlocutor and the strategy of self-presentation. The first strategy is manifested by the tactics of showing approval of the chance to speak to the interlocutor, asking about the interlocutor's affairs, asking for the interlocutor's opinion, agreeing with the interlocutor's opinion, complimenting them, sympathizing with the interlocutor. The

second strategy observed in fictional discourse is manifested by the tactics of expressing opinion, expressing a platitude, giving advice, the tactics of reporting news and rumors, gossiping, bragging, tactics of quips, jokes, avoiding of a direct answer, and changing the topic. Thus, gossiping can act not only as a separate phatic genre, but also as a communicative tactic in the structure of the hypergenre of small talk.

Key words: phatic speech, communication, pragmatics, literary personage dialogue, literary work, English-language fiction, fictional literary discourse, film discourse, speech genre, small talk, gossip, gossiping, socio-cultural characteristics, intention, communicative strategy, communicative tactics, speech act, illocution.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації (опубліковані у фахових виданнях України та в колективній монографії):

1. Базарова І. Дефініційний аналіз лексем small talk та gossip. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2023. (89). С. 28-34. URL: <http://novafilolohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/814>
2. Базарова І. Комунікативна тактика подяки в світському мовленні (на матеріалі англomовного художнього дискурсу). *Записки з романо-германської філології*. Одеса, 2023. Вип. 2 (51) С. 20-29. URL: <http://rgnotes.onu.edu.ua/article/view/296817/291861>
3. Базарова І. Комунікативно-прагматичні риси жанру пліткарства. *Мова: науково-теоретичний часопис з мовознавства*. Одеса, Астропринт, 2022. Вип. №37. С. 67-73. URL: <http://mova.onu.edu.ua/article/view/261452>
4. Базарова І.В. Реалізація комунікативної стратегії встановлення контакту в дискурсі світської бесіди. *Інновації ХХ століття* : зб. матеріалів міжнародної інтернет-конференції, м. Вінниця, 10 серпня 2020 р. Вінниця : Наука та практика, 2020. с. 5-8. URL: <http://rgnotes.onu.edu.ua/article/view/210990>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації (опубліковані тези доповідей на наукових конференціях):

1. Базарова І. Дефініційний аналіз лексеми gossip. Матеріали науково-практичної конференції «Розвиток Філології й лінгводидактики в умовах реформування освітньої системи» : зб. матеріалів конференції. м. Київ, 23-24 вересня, 2022 р. Київ, 2022. С. 22-24. URL: <https://molodyivchenyi.ua/omp/index.php/conference/catalog/view/11/180/385-1>
2. Базарова І. Жарт як фатичний засіб, характерний для світської бесіди. *The current state of development of world science: characteristics and features: II International scientific and theoretical conference* : зб. матеріалів конференції. Lisbon: Volume 2, 2021. С. 14-16. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/17201>
3. Базарова І. Комунікативні інтенції учасників світської бесіди. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends* : матеріали I міжнародної дистанційної науково-практичної конференції. Велика Британія : Оксфорд, 2021. С. 232-234.
4. Базарова І. Контакт-встановлююча стратегія як провідна для учасників світської бесіди. II Всеукраїнська міжнародна науково-практична конференція: Сучасні студії з романської та германської філології : зб. матеріалів конференції. Одеса, 2021. С. 6-9.
5. Базарова І. Плітки та чутки в повсякденній комунікації: розмежування понять. Scientific collection “InterConf” №130. Science and education in progress : зб. матеріалів конференції. Dublin, Ireland, 26-28 October, 2022. С. 175-177. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/12944>
6. Базарова І. Різновиди та особливості фатичних мовленнєвих жанрів. *Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference (Vol. 1)* : зб. матеріалів конференції. Кембрідж, 2021. С. 129-130. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/view/15700>
7. Базарова І. Семантична структура лексеми gossip-плітка (на матеріалі

англомовних тлумачних словників). Збірник матеріалів VIII міжнародної науково-практичної конференції присвяченої пам'яті проф. В. Л. Скалкіна : зб. матеріалів конференції. Одеса, 2022. С. 116-120.

URL: https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/rgf/konferenciya_Skalkina_imgf_2022.pdf

8. Базарова І.В. Комунікативна тактика пліток в рамках світської бесіди (на матеріалі художнього англomовного кінодискурсу): Пріоритетні напрями розвитку науки та техніки : матеріали міжнародної інтернет-конференції. Чернігів : Наука та практика, 2021. С. 6-9. URL: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2021/03/%D0%A7%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%86%D0%93%D0%86%D0%92_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf
9. Базарова І.В. Контактвстановлюючи кліше в англomовному дискурсі. 73 професорсько-викладацька науково-технічна конференція : збірник тез доповідей. Одеса : ОНМУ 2020. С. 7-8. URL: https://www.philder.com.ua/downloads/nz/73_prep_konf_2020.pdf
10. Базарова І.В. Реалізація комунікативної стратегії встановлення контакту в дискурсі світської бесіди : Інновації ХХ століття: Матеріали міжнародної інтернет-конференції, м. Вінниця, 10 серпня 2020 р. : Вінниця: Наука та практика, 2020. С. 5-8. URL: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2020/08/%D0%92%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F_10-%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%BF%D0%BD%D1%8F.pdf
11. Базарова І.В. Фатична функція VS контактвстановлююча функція: розмежування термінів. *Мова у світлі класичної спадщини та сучасних парадигм* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2020. С. 66-67.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	14
РОЗДІЛ I.....	22
ДЕФІНІЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСЕМ.....	22
«СВІТСЬКА БЕСІДА» ТА «ПЛІТКИ»	22
1.1. Особливості словникових дефініцій лексеми <i>світська бесіда</i>	22
1.2. Особливості словникових дефініцій лексеми <i>плітки</i>	28
1.3. Співвідношення лексем <i>світська бесіда</i> і <i>плітки</i> : загальні та диференційні	34
Висновки до розділу I	36
РОЗДІЛ II	39
СВІТСЬКА БЕСІДА І ПЛІТКАРСТВО ЯК ЖАНРИ ФАТИЧНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	39
2.1. Мовленнєвий жанр як базова одиниця дискурсу.....	39
2.2. Типологія мовленнєвих жанрів.....	44
2.3. Фатичні мовленнєві жанри.....	47
2.4. Світська бесіда і пліткарство як фатичні мовленнєві жанри.....	60
2.4.1. Гіпержанр світської бесіди	60
2.4.2. Жанр пліткарства.....	66
Висновки до розділу II.....	80
РОЗДІЛ III	84
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ СВІТСЬКОЇ БЕСІДИ ТА ПЛІТКАРСТВА В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ.....	84
3.1. Прагматичні риси гіпержанру світської бесіди та жанру пліткарства в художньому дискурсі.....	84
3.1.1. Світська бесіда.....	84
3.1.2. Пліткарство	101

3.2. Комунікативні стратегії та тактики учасників світської бесіди англomовного художнього дискурсу	113
3.2.1. Стратегія виявлення інтересу до співрозмовника.....	115
3.2.1.1. Тактика схвалення зустрічі.....	116
3.2.1.2. Тактика довідування про справи співбесідника.....	119
3.2.1.3. Тактика довідування про думку співрозмовника.....	123
3.2.1.4. Тактика згоди з думкою співрозмовника.....	125
3.2.1.5. Тактика комплімента.....	131
3.2.1.6. Тактика співчуття співрозмовникові.....	134
3.2.1.7. Тактика поздоровлення.....	137
3.2.1.8. Тактика подяки	139
3.2.2. Стратегія самопрезентації	143
3.2.2.1. Тактика висловлювання думки	144
3.2.2.2. Тактика висловлювання сентенції	146
3.2.2.4. Тактика вихваляння.....	151
3.2.2.5. Тактика жарту	154
3.2.2.6. Тактика шпильки	158
3.2.2.7. Тактика ухилення від прямої відповіді	161
3.2.2.8. Тактика зміна теми	167
3.2.2.9. Тактика повідомлення новин та чуток	171
3.2.2.10. Тактика пліток	177
Висновки до розділу III.....	182
ВИСНОВКИ.....	189
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	195

ВСТУП

Прагматичний підхід до вивчення жанрових утворень художнього дискурсу є одним із актуальних напрямів сучасних лінгвістичних студій.

У пропонованій розвідці фатичні мовленнєві жанри світської бесіди та пліткарства розглянуті на матеріалі англomовного художнього літературного дискурсу та кінодискурсу з урахуванням стратегічного плану комунікантів, що визначає тематику, структуру, мовленнєву організацію світської бесіди та пліткарства.

На відміну від інформативного, фатичне спілкування має основну установку на мовленнєвий контакт, підтримку з співрозмовником мовленнєвих й соціальних відносин. Фатична комунікація розрахована на пошук співчуття, співпереживання, солідаризації з іншими комунікантами. Мовець прагне того, щоб зрозуміли його емоційний стан, поспівчували йому, він охоче вступає в контакт з незнайомими або малознайомими людьми, готовими його вислухати, наприклад, у черзі, у вагоні поїзда тощо. Таке спілкування заради спілкування, яке є інформативно незначущим, виявляється, тим не менш, найважливішим регулятором життя суспільства, наближення до інших, введення їх у коло «своїх».

Фатичні мовленнєві жанри посідають важливе місце у соціокультурній практиці як повсякденно здійснювані комунікативні процеси, що характеризуються високою варіативністю у реалізації конкретних дискурсивних породжень. Вивченням фатичного мовлення займаються дослідники різних наук: таких як психолінгвістика (Седов, 1997; Alshehre, 2017; Beck, 2010; McCarthy, 2003) соціолінгвістика (Формановская, 2006; Banda, 2005; Cook, 2012; Coupland, 2000, 2003; Ritchie, 2011), комунікативна лінгвістика (Бацевич, 2004; Винокур, 2007; Матюхіна, 2014; Donovan, 2007; Drew, Chilton, 2014; Fine, 2002; Holba, 2008; Laver, 1981), когнітивна лінгвістика (Жуйкова, 2020; Климентова, 2014; Черненко, 2007; Schneider, 1988; Ventola, 1979), лінгвокультурологія (Морозова, 2019; Graham, 2013; Lewis, 1995; Maschler, Estlein, 2008; Miller, 2006), теорія мовленнєвих актів (Ківенко, 2018; Кузьменко, 2014; Почепцов, 2001; Приходько, Приходченко, 2023; Padilla, 2005) та ін.

Світська бесіда здавна пригортає увагу зарубіжних дослідників. К.П Шнайдер звернувся до світської бесіди як до фатичного дискурсу [Schneider, 1988], М. Люїс та Д. Файн підходять до світської бесіди як до мистецтва [Lewis, 1995; Fine, 2002], Дж. Холмс та Дж. Купленд вивчають соціальні функції світської бесіди [Holmes 2000, 2003; Coupland, 2003], Р. Бек описує моральні та психологічні складові світської бесіди [Beck R. (2010)], П. Дрю та К. Чілтон звертаються до телефонної розмови як ситуації світського спілкування [Drew, Chilton, 2014], М. Гонзалес розробив комунікативну модель світської бесіди [Gonzalez, 2014]. Українська дослідниця М.М. Жовнір вивчає світську бесіду як українській лінгвокультурний феномен [Жовнір, 2016]. Проте, англомова світська бесіда досі не пригортала уваги українських лінгвістів.

Плітки як комунікативний феномен згадуються в працях Г. Почепцова [Почепцов, 2001], В. В. Дементьєва [Дементьев, 1999, 2010], а об'єктом окремого вивчення вони стали в статтях та тезах європейських та американських дослідників. Зокрема Р. Стерлінг та С. Чуа з колегами опікуються психологічними механізмами функціонування пліток [Stirling, 1956; Chua, Uy, 2014]; в статті Д. Ідера та Дж. Енке йдеться про структуру пліток в мовленні підлітків. І.К. Фостер розробляє таксономію та описує методи поширення пліток [Foster, 2004]. Р. Лаверті, а згодом і Д. Круз з колегами розгалужують і описують «світлу» та «темну» сторони пліток [Laverty, 1974; Cruz, et.al, 2019]. Р. Алшер аналізує позитивний ефект пліткарства на роботі [Alshehre, 2017]. Р.Ф. Баумайстер з колегами аналізують плітки як засіб культурного пізнання [Baumeister, et al., 2004], а Б. Бірсма з Г.А. ван Кліфом, а також І. Мартинеску вивчають причини, з яких люди пліткують [Beersma, Van Kleef, 2012; Martinescu E. 2017]. Розвідка С. Де Бекера з колегами присвячена механізмам поширення пліток про знаменитостей [De Backer, et al, 2019]. Р. Данбар вивчає пліткарство в еволюційному вимірі [Dunbar, 1998]. Щодо українських мовознавців, наразі, наскільки нам відомо, ніхто з них не звертався до дослідження пліткарства у сучасному просторі дискурсів.

Вагомість аналізу фатичних жанрів художнього дискурсу підтверджується посиленням зацікавлення проблематикою стратегічного плану художнього

дискурсу (Бехта, 2012; Бігунова, 2017; Деде, 2020; Кондратенко, 2014), зумовленого його багатовимірністю в когнітивній площині. Комунікативні інтенції та стратегії персонажів дискурсу, занурених у фатичне спілкування, наразі потребують комплексного аналізу. Традиційний лінгвістичний аналіз, спрямований на дослідження ізольованої мовної форми, залишає поза увагою контекст, ситуативні умови реалізації та соціально зумовлені особливості, а також не дає змоги визначити комунікативно-прагматичне значення об'єкта дослідження у міжособистісному спілкуванні. Обрання художнього літературного дискурсу та кінодискурсу у якості матеріалу аналізу дозволяє адекватно вивчити комунікативні стратегії й тактики учасників фатичної комунікації, інтерпретовані автором художнього твору та віддзеркалені у внутрішньому мовленні персонажів та в їхній невербальній поведінці.

Комунікативні стратегії й тактики дискурсу викликають інтерес представників різних наукових напрямів: *прагматики* (Н. Борисенко, Т.І. Буяльська, Г. П. Грайс, Н.В. Кондратенко, Дж. Остін, Дж. Сьорл, О.В. Фадеєва), *теорії комунікації* (Дж. Ліч, О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук, І.І. Шахновська), *лінгвістики дискурсу* (І. А. Бехта, В. Ф. Велівченко, М.Ю. Шевченко, М. Човганюк), *психолінгвістики* (В. Теличко, О.С. Шаніна, О.О. Сікорська, А.Чорній), *літературознавства* (М. М. Бахтін), *соціолінгвістики* (Н. Волфсон та Дж. Мане, К.Ф. Сєдов, І.І. Шахновська, Дж.Холмс). Проте, стратегічний план комуніканта – персонажа художнього дискурсу, залученого у фатичне мовлення, наразі не слугував об'єктом комплексного дослідження.

З урахуванням зазначених лінгвістичних лакун **актуальність** пропонованого дослідження обумовлена важливістю фатичного мовлення як засобу встановлення та підтримання соціального контакту; необхідністю поглиблення знань про стратегічні закономірності фатичної міжособистісної комунікації; нагальною потребою у розкритті комунікативно-прагматичних механізмів функціонування фатичних жанрів світської бесіди та пліткарства з позицій антропоцентричної парадигми; необхідністю визначення мовленнєвих особливостей світської бесіди та пліткарства в англomовному художньому дискурсі.

Зв'язок роботи із науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах науково-дослідницької теми кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І.І. Мечникова «Дослідження просодичних характеристик усного англомовного дискурсу» (номер державної реєстрації 0113U000807). Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (протокол № 20 від 20 жовтня 2020 р.).

Метою роботи є комплексний аналіз комунікативно-прагматичної природи фатичних мовленнєвих жанрів світської бесіди та пліткарства в англомовному художньому дискурсі.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

- здійснити дефініційний аналіз лексем світської бесіди та пліткарства, виокремити та порівняти ядерні та інтегральні семи в їхній семантичній структурі;

- встановити місце світської бесіди та пліткарства у типології жанрів фатичної комунікації в англомовній мовній культурі;

- надати власні визначення мовленнєвим фатичним жанрам світської бесіди та пліткарства;

- дослідити лінгвопрагматичні характеристики жанрів світської бесіди та пліткарства;

- визначити ситуативну модель, сценарій, тематику та функції жанрів світської бесіди та пліткарства;

- здійснити контекстуально-інтерпретаційний аналіз світських бесід та пліток, зображених в персонажному художньому мовленні;

- укласти типологію комунікативних стратегій й тактик учасників фатичного спілкування англомовного художнього дискурсу;

- встановити репертуар мовних засобів світської бесіди та пліток у художньому літературному дискурсі та у кінодискурсі.

Об'єктом дослідження є мовленнєві жанри світської бесіди та пліткарства в англомовному художньому літературному дискурсі та кінодискурсі.

Предмет дослідження становлять комунікативно-прагматичні риси жанрів світської бесіди та пліткарства в англomовному художньому літературному дискурсі та кінодискурсі.

Матеріалом дослідження слугували дві вибірки: 420 епізодів світської бесіди та 310 епізодів вираження пліток, виокремлених методом суцільної вибірки із 36 сучасних англomовних романів обсягом 10691 сторінок, а також 155 кіноепізодів світської бесіди та 160 кіноепізодів вираження пліток, виокремлених із 9 сучасних англomовних художніх фільмів і 4 серіалів. У художньому літературному дискурсі зображено внутрішнє мовлення персонажів, авторський опис їхніх думок, відчуттів та невербальної поведінки, а в кінодискурсі унаочнено вияви невербальної поведінки персонажів, які дають змогу судити про їхні прагматичні наміри, інтенції, стратегії й тактики, що в цілому уможливорює отримання комунікативно-прагматичного портрету жанрів світської бесіди та пліток.

Досягнення мети дисертаційної роботи передбачає залучення загальнонаукових та спеціальних лінгвістичних **методів** наукового дослідження. Поміж загальнонаукових методів у роботі використано *метод синтезу й аналізу* – для цілісного дослідження художнього дискурсу з використанням системного підходу в аналізі стратегічного плану мовця-учасника фатичної комунікації; *метод спостереження* уможливив виявлення характерних ознак досліджуваних одиниць; *описовий метод* – для планомірної інвентаризації та виявлення ознак аналізованого фактичного матеріалу. У межах спеціальних мовознавчих методів застосовано *контекстуально-інтерпретаційний* аналіз – для виявлення комунікативних стратегій й тактик, якими послуговуються учасники світської бесіди та пліткарства; *компонентний аналіз* – для вивчення мовленнєвої реалізації стратегічного плану учасників фатичної комунікації.

Наукова новизна дисертації полягає в тому, що в ній уперше в сучасному мовознавстві на матеріалі сучасної англійської мови представлено лінгвопрагматичну характеристику жанрів світської бесіди та пліткарства; здійснено дефініційний аналіз лексем світської бесіди та пліткарства, виокремлено ядерні та інтегральні семи в їхній семантичній структурі; надано власні визначення

мовленнєвим фатичним жанрам світської бесіди та пліткарства; уперше визначено ситуативну модель, сценарій, тематику та соціально-прагматичні функції жанрів світської бесіди та пліткарства; уперше здійснено контекстуально-інтерпретаційний аналіз світських бесід та пліток, зображених в англomовному персонажному художньому мовленні; укладено типологію комунікативних стратегій й тактик учасників фатичного спілкування англomовного художнього дискурсу; уперше встановлено репертуар мовних засобів світської бесіди та пліток у художньому літературному дискурсі та у кінодискурсі.

Теоретичне значення дисертації полягає в системному описі комунікативно-прагматичних рис фатичного спілкування. Результати дослідження поглиблюють уявлення про фатичну функцію мови та сутність фатичної комунікації, уточнюють соціально-прагматичні функції, тематику та сценарій світської бесіди та пліткарства. Висловлені міркування й узагальнення щодо комунікативно-прагматичної природи світської бесіди та пліткарства доповняють теоретико-методологічну базу жанрології. Запропонований алгоритм дослідження фатичної комунікації з огляду на ситуативний контекст й мовця як представника певної соціальної спільноти розширить межі дискурсивного аналізу.

Практичне значення здобутих результатів полягає в можливості їхнього використання в лекційних курсах із когнітивної та комунікативної лінгвістики, лінгвопрагматики (розділи “Жанрологія”, “Комунікативні стратегії і тактики”), у спецкурсах і семінарах, присвячених новітнім лінгвістичним студіям, а також під час написання наукових робіт. Запропонована методика аналізу може бути використана для вивчення споріднених явищ на матеріалі дискурсів інших функційних стилів.

Апробацію результатів дослідження здійснено на засіданнях кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (2020-2023 рр.) і представлено на *одинадцяти* міжнародних науково-практичних та наукових конференціях: «Пріоритетні напрями розвитку науки та техніки» (Чернігів, 2021), «73 професорсько-викладацька науково-технічна конференція»

(Одеса, 2020), «Інновації ХХ століття» (Винниця, 2020), «Мова у світлі класичної спадщини та сучасних парадигм» (Львів, 2020), «Сучасні студії з романської та германської філології» (Одеса, 2021), «Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference» (Кембрідж, 2021), «The current state of development of world science: characteristics and features: II International scientific and theoretical conference» (Lisbon, 2021), «Theoretical and empirical scientific research: concept and trends» (Оксфорд, 2021), «Scientific collection “InterConf” №130. Science and education in progress» (Dublin, 2022), «Розвиток Філології й лінгводидактики в умовах реформування освітньої системи» (Київ, 2022), «Збірник матеріалів VIII міжнародної науково-практичної конференції присвяченої пам'яті проф. В. Л. Скалкіна» (Одеса, 2022).

Публікації та особистий внесок здобувача. Основний зміст дисертації висвітлено в *п'ятнадцяти* одноосібних публікаціях авторки, *чотири* з яких опубліковано у фахових виданнях України. Загальний обсяг публікацій – 4,37 друкованих аркушів.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури. Обсяг тексту дисертації складає 194 сторінок, загальний обсяг дисертації разом зі списком використаної літератури становить 221 сторінок. Список використаних джерел налічує 325 позицій, із них 126 іноземними мовами, 15 джерел довідкової літератури. Список літературних та кінематографічних джерел містить 49 найменування.

У **Вступі** обґрунтовано вибір теми дослідження, її актуальність, окреслено мету й завдання роботи, встановлено її об'єкт і предмет, описано ілюстративний матеріал та методи його дослідження, розкрито новизну і практичне значення отриманих результатів, сформульовано основні положення, що виносяться на захист.

У **першому розділі** «Дефініційні особливості лексем «світська бесіда» та «плітки»» проаналізовано словникові дефініції лексем *світська бесіда* та *плітки* з

сучасних англomовних словників; на основі словникових статей досліджено етимологію, виокремлено ядерні та інтегральні семи досліджуваних феноменів; виявлено спільні риси та відмінності лексем *світська бесіда* та *плітки*; надано дефініції зазначених термінів на основі узагальнення словникових тлумачень.

У другому розділі «Світська бесіда і пліткарство як жанри фатичного спілкування» розглянуто мовленнєвий жанр як базову одиницю дискурсу; проаналізовано наявні класифікації мовленнєвих жанрів; зроблено огляд наявних в лінгвістиці тлумачень фатичних мовленнєвих жанрів; узагальнено здобутки наявних розвідок фатичних жанрів світської бесіди і пліткарства; запропоновано розглядати світську бесіду як *гіпержанр*, а плітки як *жанр*; диференційовано «світлий» та «темний» підход до розуміння пліткарства.

У третьому розділі «Комунікативно-прагматична організація світської бесіди та пліток в художньому дискурсі» розглядаються прагматичні риси світської бесіди як гіпержанру та пліток як жанру в англomовному художньому літературному дискурсі та кінодискурсі; запропоновано власну класифікацію комунікативних стратегій та тактик ведення світської бесіди; встановлено й описано шляхи вербалізації окреслених стратегій і тактик в художньому дискурсі; проаналізовано мовні засоби реалізації пліток як однієї з тактик реалізації стратегій світської бесіди в англomовному художньому літературному дискурсі і кінодискурсі.

У Висновках представлено підсумки та результати дисертаційного дослідження, визначено перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

РОЗДІЛ І

ДЕФІНІЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСЕМ «СВІТСЬКА БЕСІДА» ТА «ПЛІТКИ»

1.1. Особливості словникових дефініцій лексеми *світська бесіда*

Перш ніж проаналізувати дефініції лексеми *світська бесіда* у сучасних тлумачних словниках, звернемося до етимології цього терміну.

У етимологічному словнику Online Etymology Dictionary, перш за все, надані окремі дефініції іменника *talk* та прикметника *small*.

Іменник *talk* виник у кінці 15 ст. і мав значення «промова, дискурс, розмова». З 1859 року лексема набула значення «неофіційна лекція чи звернення». Значення «предмет пліток» походить з 1620-х років (у городській розмові). Середньоанглійське *smal, smale* походить від староанглійського *smæl*, яке означало «тонкий, стрункий, вузький, добрий». Значення «невеликий, маленького розміру, меншого за звичайний розмір» виникло в староанглійській мові.

Виникнення словосполучення *small talk* у значенні «балаканина, дріб'язкова розмова» словник датує 1751 роком, коли воно вперше було зафіксовано в «Листах» Честерфілда [OED].

Звернімося до сучасних англійських словникових трактувань лексеми *small talk* – *світська бесіда*: 1) light unimportant conversation [WEUD]; 2) light trivial social conversation [NWD]; 3) polite conversation about subjects that are ordinary or unimportant, especially at social occasions [OLD]; 4) polite conversation about unimportant or uncontroversial matters, especially as engaged in on social occasions: propriety required that he face these people and make small talk [OL]; 5) small talk – conversation about ordinary or unimportant matters, usually at a social event [OALD]; 6) conversation about things that are not important, often between people who do not know each other well [CD]; 7) polite friendly conversation about unimportant subjects [LD]; 8) polite conversation about unimportant things that people make at social occasions [CD]; 9) informal conversation about things that are not important [MD]; 10) talk concerning trivialities, formal and polite conversation [CDEI] (див. табл. 1).

Словникові дефініції лексеми *small talk*

№	Назва словника	Визначення	Приклад
1	Webster Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language	light unimportant conversation	She is a beautiful girl, but incapable of anything weightier than small talk
2	New Webster's Dictionary of the English Language	light trivial social conversation	-
3	Oxford Learner's Dictionaries	polite conversation about subjects that are ordinary or unimportant, especially at social occasions	They made small talk for half an hour
4	Oxford languages	polite conversation about unimportant or uncontroversial matters, especially as engaged in on social occasions	Propriety required that he face these people and make small talk.
5	Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English	conversation about ordinary or unimportant matters, usually at a social event	He has no small talk, i.e. no good at talking to people about unimportant or ordinary things
6	Cambridge Dictionary	conversation about things that are not important, often between people who do not know each other well	I don't enjoy parties where I have to make small talk with complete strangers.
7	Longman Dictionary of Contemporary English Online	polite friendly conversation about unimportant subjects	I tried to make polite small talk with him although he seemed distinctly taciturn, if not downright moody.
8	Collins English Dictionary	polite conversation about unimportant things that people make at social occasions.	Smiling for the cameras, the two men strained to make small talk
9	Macmillan Dictionary	informal conversation about things that are not important	-
10	American Heritage Dictionary of the English Language	Casual or trivial conversation	-
11	Concise Dictionary of English Idioms	talk concerning trivialities, formal and polite conversation	-
12	Wikipedia	Small talk is an informal type of discourse that does not cover any functional topics of conversation or any transactions that need to be addressed. In essence, it is polite and standard conversation about unimportant things.	Yet for so public a figure, Jackson was socially awkward, inept at small talk and terrified when the distant audience became an adoring mob. 2009 June 10, John Cloud, "Michael Jackson 1958–2009", in Time

13	Vocabulary.com	unimportant social conversation, like the small talk you make with the guy next to you on the bus — about the weather and the traffic.	TJ was the nurse on duty, and we swapped small talk while he signed us in at the front desk before telling us we could find Nana in the community room. <i>We Are the Ants</i>
14	Dictionary.com	light conversation; chitchat.	Finally, they consume the meal while making pleasant <i>small talk</i> in front of an Instagram backdrop meant to evoke Tulum, or a retro diner, or, more abstractly, Lucky Charms cereal. <i>The surprisingly complicated pleasures of cooking with Paris/Judy Berman/August,4/Time</i>

У словнику Webster *small talk* визначається як «light unimportant conversation» [WEUD]. В семантичній структурі значення наявні компоненти «легкість» (*light*) та «незначущість» (*unimportant*), а значення поняття розкривається завдяки синонімічному способу визначення через іменник *conversation* – *бесіда*.

Схоже визначення надає New Webster словник: «light trivial social conversation» [NWD]. Так само, як і в попередній дефініції, вживано синонімічний спосіб визначення поняття через іменник *conversation*. Окрім семи «легкість» (*light*), отримуємо ще дві: «причетність до суспільства» (*social*) та «банальність» (*trivial*).

У словнику Oxford Learner's Dictionaries *small talk* визначається як «polite conversation about subjects that are ordinary or unimportant, especially at social occasions» [OLD]. В наданій дефініції, окрім семи «причетність до суспільства» (*social*), наявні такі компоненти як «ввічливість» (*polite*), «незначущість» (*unimportant*), «звичайність» (*ordinary*). Лексема *talk* знову перифразована через іменник *conversation*.

Словник Oxford languages пропонує наступне визначення: «polite conversation about unimportant or uncontroversial matters, especially as engaged in on social occasions: propriety required that he face these people and make small talk» [OL].

Визначення містить такі семи, як «ввічливість» (*polite*), «незначущість» (*unimportant*), «причетність до суспільства» (*social*) та вперше виокремлену сему «безперечність» (*uncontroversial*).

У визначенні словосполучення *small talk*, запропонованого словником Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English – «conversation about ordinary or unimportant matters, usually at a social event» [OLAD], так само, як і в попередніх дефініціях, вживано синонімічний спосіб визначення поняття через іменник *conversation*. В наданій дефініції знову реєструємо такі компоненти як «незначущість» (*unimportant*), «причетність до суспільства» (*social*) та вперше з'являється сема «звичайність» (*ordinary*).

У словнику Cambridge *small talk* визначається як «conversation about things that are not important, often between people who do not know each other well» [CD]. В семантичній структурі значення знову наявний компонент «незначущість» (*not important*) та вперше з'являється семантичний компонент «поверхнєве знайомство» (*who do not know each other well*).

Словник Longman пропонує наступне визначення: «polite friendly conversation about unimportant subjects» [LD]. Визначення містить такі семи, як «ввічливість» (*polite*), «незначущість» (*unimportant*), проте, на відміну від попереднього визначення присутня сема «дружність» (*friendly*).

Проаналізуємо визначення, надане словником Collins Dictionary: «polite conversation about unimportant things that people make at social occasions» [CD]. Тут, як і в усіх визначеннях, лексема *talk* також перифразована через іменник *conversation*. У семантичній структурі слова знову привертають увагу компоненти «ввічливість» (*polite*), «незначущість» (*unimportant*) та «причетність до суспільства» (*social*).

У словнику Macmillan *small talk* визначається як «informal conversation about things that are not important» [MD]. Виокремлюємо семи «неофіційність» (*informal*) та «незначущість» (*unimportant*).

У словнику American Heritage Dictionary *small talk* визначається як «casual or trivial conversation» [AHD], тобто наявні дві семи: «тривіальність» (*trivial*) та

«безтурботність» (*casual*).

Concise Dictionary of English Idioms надає наступне тлумачення: *talk concerning trivialities, formal and polite conversation* [CDEI]. На початку тлумачення повторюється лексема *talk*, проте в кінці вживано синонімічний спосіб – іменик *conversation* (як в попередніх дефініціях). Звертаємо увагу на такі компоненти як «тривіальність» (*trivial*), «ввічливість» (*polite*) та, на відміну від попередньої дефініції, «офіційність» (*formal*).

У Вікіпедії *small talk* визначається як «Small talk is an informal type of discourse that does not cover any functional topics of conversation or any transactions that need to be addressed. In essence, it is polite and standard conversation about unimportant things» [Wikipedia]. Значення поняття розкривається не тільки завдяки синонімічному способу визначення через іменник *conversation*, як у другій частині дефініції, а уперше як «тип дискурсу». Визначення містить семи «незначущість» (*unimportant, does not cover any functional topics of conversation*), «ввічливість» (*polite*), «неофіційність» (*informal*) та сему «стандартність» (*standard*), яка виокремлена вперше.

У словнику Vocabulary.com *small talk* визначається як: «unimportant social conversation, like the small talk you make with the guy next to you on the bus – a bout the weather and the traffic» [Vocabulary.com]. Тут наявні дві семи «незначущість» (*unimportant*) та «причетність до суспільства» (*social*).

Та наостанок розглянемо тлумачення, надане у словнику Dictionary.com: «light conversation; chitchat» [Dictionary.com]. В семантичній структурі значення наявна сема «легкість» (*light*), а значення поняття розкривається завдяки синонімічному способу визначення через іменник *conversation*, а також уперше – через іменник *chitchat*, який увиразнює сему «незначущість».

Аналізуючи визначення, доходимо висновку, що основним способом тлумачення виступає синонімічний метод, тобто словникова стаття словосполучення *small talk* має посилання до суміжного феномену *conversation* – бесіда, одного разу вживано квазісинонім *chitchat* – балаканина, одного разу маємо метамовний синонім – *type of discourse* – *тип дискурсу*.

Узагальнивши словникові визначення словосполучення *small talk* в англomовних тлумачних словниках, доходимо висновку, що в його значенні виділяються наступні **ядерні**, вербалізовані у словникових статтях, семантичні компоненти: 1) сему **ввічливості**, яка виражається таким елементом дефініції, як *polite*; 2) сему **незначущості**, яка виражається таким елементом дефініції, як *unimportant*; 3) сему **причетності до суспільства**, яка виражається таким елементом дефініції, як *social*, 4) сему **легкості**, яка виражається таким елементом дефініції, як *light*, 5) сему **звичайності**, яка виражається таким елементом дефініції, як *ordinary*, та 6) сему **банальності**, яка виражається прикметником *trivial*.

Семи «безперечність» (*uncontroversial*), «стандартність» (*standard*) та «безтурботність» (*casual*) виокремлені тільки одноразово, тому будемо вважати їх інтегральними.

Семний аналіз виявив цікаву картину стосовно критерієв «офіційність» та «ступінь знайомства». Ми зафіксували у словникових дефініціях дві протилежні характеристики: словники Macmillan та Wikipedia виокремлюють сему «неофіційність» (*informal*), а Concise Dictionary of English Idioms – сему «офіційність» (*formal*). Крім того, словник Longman виокремлює сему «дружність» (*friendly*), а у словнику Cambridge наявний компонент «поверхнєве знайомство» (*who do not know each other well*). Щодо ступеня офіційності світської бесіди, ми вважаємо його змінним параметром, адже вона може варіювати від вкрай офіційної до неофіційної, і звісно, у порівнянні світської бесіди з інституційними видами дискурсів, вона видається неформальною. Якщо брати до уваги п'ять ступенів формальності (*Intimate, Casual, Formal, Frozen, and Consultative*), мабуть світська бесіда відбувається у середніх регістрах (*Casual – Formal*).

Щодо «дружності», світську бесіду важко уявити серед друзів, вона більш характерна для людей, які не дуже добре знайомі і опинилися у ситуації, зумовленій соціальними ритуалами. Слід уточнити, що сема «дружність» передбачає позитивний характер спілкування, намагання мовців вести приємну бесіду, отже, вона, по суті, є синонімічною семі «ввічливості».

Отже, до **інтегральних** сем у семантичній структурі поняття *small talk*

уналежнюємо чотири семи: «безперечність», «офіційність/неофіційність», «поверхнєве знайомство», «стандартність» та «безтурботність».

Таким чином, світська бесіда постає як феномен, оцінюваний, з одного боку, позитивно, як прояв ввічливості, як необхідна соціальна дія, яка має офіційний характер, яка не примушує комунікантів до надмірних зусиль, адже це легка бесіда на теми, які не визивають суперечок (є безперечними); а з іншого боку, цей феномен оцінюється дещо негативно, зневажливо, адже світська бесіда має риси звичайності, банальності, незначущості.

Аналіз визначень світської бесіди, наданих лінгвістами (див. 1.3), та словарних визначень даного феномену дозволив нам згенерувати наступне **визначення світської бесіди** – комунікативний ритуал, вимушена бесіда у певних соціально-обумовлених ситуаціях, структурно і тематично регламентована етикетом, призначена для підтримки соціальних зв'язків та міжособистісних відносин.

1.2. Особливості словникових дефініцій лексеми *плітки*

Перш за все, звернімося до етимології концепту *gossip*.

За даними Online Etymology Dictionary, іменник *gossip* походить від староанглійської *godsibb* – «спонсор, хрещений батько». Однак, в середньоанглійській мові поняття набуло значення «знайомого знайомого, друга, сусіда» (1300 р.), «будь-кого, хто веде фамільярні або пусті розмови» (1560 р.). Після 1811 року тлумачення набуло іншого змісту: «дріб'язкові розмови, безпідставні чутки» [OED].

Таким чином, перше староанглійське значення є дуже далеким від сучасних тлумачень лексеми і пояснити зв'язок видається важким. Можливо, значення «батько» символізує авторитет, знання, володіння інформацією. Семи **фамільярності** та **неінформативності**, які, до речі, притаманні і сучасним тлумаченням слова, у значенні лексеми *gossip* з'явилися в середньоанглійській мові, до яких згодом добавилися семи **дріб'язковості** та **недостовірності**.

Звернімося до сучасних словникових дефініцій іменника *gossip* (див. табл.2).

СЛОВНИКОВІ ДЕФІНІЦІЇ ЛЕКСЕМИ *gossip*

№	Назва словника	Визначення	Приклад
1	Webster M. On-line dictionary	rumor or report of an intimate nature: a chatty talk	spreading gossip about their divorce
2	Oxford Learner's Dictionaries	1) informal talk or stories about other people's private lives, which may be unkind or not true; 2) a conversation about other people and their private lives.	Don't believe all the gossip you hear. Tell me all the latest gossip! I love a good gossip.
3	Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English	1) idle, friendly talk or chat about persons or events; also what appears in newspapers about people well known in society or public affairs; 2) ill-natured talk about other people and their affairs.	The gossip column, a gossip-writer. 1) Don't believe all the gossip you hear. She is too fond of gossip
4	Cambridge Dictionary	conversation or reports about other people's private lives that might be unkind, disapproving, or not true	Her letter was full of gossip. I don't like all this idle gossip
5	Longman Dictionary of Contemporary English Online	1) information that is passed from one person to another about other people's behaviour and private lives, often including unkind or untrue remarks; 2) a conversation in which you exchange information with someone about other people's lives and things that have happened;	Here's an interesting piece of gossip about Mrs Smith. What's the latest gossip? Phil's in there, having a gossip with Maggie.
6	Collins English Dictionary	informal conversation, often about other people's private affairs.	He spent the first hour talking gossip. There has been much gossip about the possible reasons for his absence. Don't you like a good gossip?
7	Macmillan Dictionary	conversation about unimportant subjects, especially people's private lives	One day Sam heard an interesting piece of gossip. I never listen to office gossip.
8	American Heritage Dictionary of the English Language	rumor or talk of a personal, sensational, or intimate nature.	
9	Wikipedia	gossip is idle talk or rumour, especially about the personal or private affairs of others; the act is also known as dishing or tattling	I have a juicy piece of gossip to share with you.
10	Vocabulary.com	conversation that's light, informal, and usually about other people's business. It can be fun to gossip about others, but no one likes it when they're	If there was a place like this back in Haiti, everyone would come out and gather on the sidewalk to

		the subject of gossip.	exchange meals and gossip. <i>American Street</i>
11	Dictionary.com	idle talk or rumor, especially about the personal or private affairs of others.	the endless gossip about Hollywood stars.
12	Lexico	casual or unconstrained conversation or reports about other people, typically involving details that are not confirmed as being true.	

Одразу зазначимо, що нас цікавить тільки перше (або перше та друге) словникове тлумачення іменника *gossip* – як соціального явища. Ми не будемо аналізувати його другорядне значення «людини, яка вдається до пліток».

У визначенні іменника *gossip*, запропонованому словником М. Вебстер: «rumor or report of an intimate nature» [WMD], значення лексеми *gossip* розкривається завдяки синонімічному способу визначення через слова *rumor* – чутки і *report* – повідомлення. В семантичній структурі слова наявний компонент «інтимність» – «intimate nature».

В Оксфордському словнику іменник *gossip* має щонайменше два значення. По-перше, він визначається як «informal talk or stories about other people's private lives, that may be unkind or not true» [OLD]. У наведеній дефініції синонімічними іменниками є *talk* (бесіда) та *stories* (історії), і наявні семи «неофіційності» (*informal*), «інтимності», «недоброзичливості» (*unkind*), «недостовірності» (*not true*) та «втручання у справи інших людей» (*about other people's private lives*). Друге значення «ill-natured talk about other people and their affairs» [OLD], окрім семи «втручання у справи інших людей», містить ще одну – «злобність» (*ill-natured*).

У словнику Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English *gossip* визначається як «1) idle, friendly talk or chat about persons or events; also what appears in newspapers about people well known in society or public affairs; 2) ill-natured talk about other people and their affairs» [OALD]. Значення лексеми розкривається завдяки синонімічному способу визначення через іменники *talk* та *chat*. В семантичній структурі першого значення наявні семи «ледарство» (*idle*) та

дружелюбність (*friendly*), а в структурі другого значення, навпаки, – сема «злобність» (*ill-natured*).

Далі наведемо відразу два визначення, які майже не відрізняються одне від іншого:

1) *Gossip – informal conversation, often about other people's private affairs* [Collins].

2) *Gossip – conversation that's light, informal, and usually about other people's business* [Vocabulary.com].

Обидва визначення засновані на використанні синоніма *conversation* і містять такі семи, як «неофіційність» (*informal*) та «втручання у справи інших людей» (*about other people's private lives*). Крім того, у другому з наведених визначень присутня сема «легкості» (*light*).

У словнику Cambridge Dictionary *gossip* визначається як «conversation or reports about other people's private lives that might be unkind, disapproving, or not true» [CD]. Значення поняття розкривається завдяки синонімічному способу визначення через іменники *conversation* та *reports*. В семантичній структурі значення наявні компоненти «втручання у справи інших людей» (*about other people's private lives*), «недоброзичливість» (*unkind*), «недостовірність» (*not true*) та вперше з'являється сема «критичне ставлення до третьої особи» (*disapproving*).

Longman Dictionary of Contemporary English Online надає два значення лексеми *gossip*: «1) information that is passed from one person to another about other people's behaviour and private lives, often including unkind or untrue remarks; 2) a conversation in which you exchange information with someone about other people's lives and things that have happened» [LD]. Значення поняття розкривається завдяки синонімічному способу визначення через іменники *information* – інформація та *conversation* – бесіда. В семантичній структурі значення наявні компоненти «втручання у справи інших людей» (*about other people's private lives*), «недоброзичливість» (*unkind*), «недостовірність» (*not true*).

У словнику Macmillan *gossip* визначається як «conversation about unimportant subjects, especially people's private lives» [MD]. Виокремлюємо семи «незначущість»

(*unimportant*) та «втручання у справи інших людей» (*other people's private lives*).

Проаналізуємо визначення слова *gossip* в словнику American Heritage Dictionary of the English Language: «Rumor or talk of a personal, sensational, or intimate nature». Виокремлюємо використання компонентів «інтимність» (*personal, intimate*) та «сенсаційність» (*sensational*) [AHD].

Проаналізуємо визначення, надане Вікіпедією: «Gossip (n) – idle talk or rumour, especially about the personal or private affairs of others; the act is also known as dishing or tattling» [Wikipedia]. Тут значення лексеми *gossip* також розкривається за допомогою синонімічного способу визначення через слово *rumor* – *чутки* (як і в попередній дефініції), а також через слово *talk* – *бесіда*. У семантичній структурі слова привертає увагу компонент «ледарство» (*idle*). Крім того, в дефініції наводяться повні синоніми іменника *gossip* – *dishing* и *tattling*.

Аналізуючи визначення слова *gossip* ще в одному словнику: «idle talk or rumor, especially about the personal or private affairs of others» (dictionary.com), знову констатуємо використання синонімічної низки *talk* – *бесіда* та *rumor* – *чутки* та виокремлення сем «вторгнення в особисте життя іншої людини» (*about the personal or private affairs of others*) та «інтимність» (*intimate*) [Dictionary.com].

У визначенні, запропонованому словником «Lexico»: «casual or unconstrained conversation or reports about other people, typically involving details that are not confirmed as being true» [Lexico] значення лексеми знову розкривається через іменники *conversation* і *reports*. У цих визначеннях з'являються нові семи у значенні слова: «недбалість» (*casual*), «невимушеність» (*unconstrained*) разом із «популярними» семами «вторгнення в особисте життя іншої людини» (*about other people*) та «недостовірність» (*not confirmed as being true*).

Аналізуючи визначення, доходимо висновку, що основним способом тлумачення виступає синонімічний метод, тобто словникова стаття слова *gossip* має посилання до суміжних феноменів: *rumor* – *чутки*, *report* – *повідомлення*, *talk* (*conversation*) – *бесіда*, *information* – *інформація*, *stories* – *історії*, *chat* – *балаканина*, що виступають квазісинонімами. Крім того, використовуються повні синоніми *dishing* та *tattling*.

Аналіз сучасних дефініцій уможлиблює виокремлення **ядерних** сем лексеми *gossip*: 1) семи **неофіційності**, яка виражається такими елементами дефініціями, як *informal*, 2) сема **інтимності**, яка виражається такими елементами дефініціями, як *private, intimate*; 3) семи **вторгнення в особисте життя іншої людини**, яка виражається такими елементами дефініції, як *talking/conversation about other people's private lives*; 4) сема **недоброзичливості**, яка виражається такими елементами дефініції, як *unkind*; 5) семи **злобності**, яка виражається такими елементами дефініціями, як *ill-natured*; 6) семи **недостовірності**, яка виражається такими елементами дефініції, як *not true, untrue, rumor*; 7) семи **ледарства**, яка виражається такими елементами дефініції, як *idle*.

До інтегральних сем у семантичній структурі лексеми *gossip* уналежнюємо три семи: сему **легкості**, яка виражається прикметником *light*; сему **дружелюбності**, яка виражається прикметником *friendly* та сему **критичного ставлення до третьої особи**, яка виражається прикметником *disapproving*.

Порівнюючи первинне та сучасне визначення лексеми *gossip*, доходимо висновку, що спочатку лексема *gossip* застосовувалася до людини і була дуже далека до сучасного поняття, поступово, лексема набула негативного значення, а у сучасному варіанті вона номінує не тільки людину-плітکارя, а й перш за все сам факт або процес поширення пліток; в семантичній структурі слова виникли нові семи.

Феномен *gossip* оцінюється негативно, про що свідчать семи «втручання у справи інших людей», «ледарство», «злість» та «недостовірність», що називають комунікативні явища, які негативно оцінюються в англійській лінгвокультурі. Узагальнивши словникові визначення лексеми *gossip* в англійських тлумачних словниках, доходимо висновку, що в її значенні виділяються наступні, вербалізовані у словникових статтях, семантичні компоненти: неофіційність, інтимність, вторгнення в особисте життя іншої людини, недоброзичливість, злобність, недостовірність, ледарство, які визнаємо ядерними семами, та семантичні компоненти легкість, дружелюбність та критичне ставлення, які визнаємо інтегральними семами.

Синонімічний ряд зі значенням *gossip* складають іменники *babble, blab, blather, blether, buzz, chatter, chit-chat, hearsay, palaver, slander*.

У центрі феномену *gossip* виявляється *людина, відсутня під час розмови*, і подробиці її особистого життя.

Інформаційна складова пліток завжди містить *хибну* або *неточну інформацію*.

У пропонованому дослідженні вважаємо *gossip* – *плітки* вивчаються як одна з можливих *комунікативних тактик* світської бесіди, яка має *інтимний характер*, оскільки мовець торкається *особистого життя* відсутньої під час бесіди людини. Сам факт звернення до адресата з подібним повідомленням про третю особу свідчить про вкрай довірливе ставлення до адресата; мовець демонструє, що він разом з адресатом належать до *певного вузького кола*. Прагматичним наміром мовця в такому разі слід вважати не тільки повідомлення певної інформації, а й підтримання близьких, довірливих відносин зі свіврозмовником. Іншим важливим фактором пліток є їх певна міра *неправди*: навіть якщо плітки засновані на правдивому факті, вони обов'язково мають неправдиві деталі.

Отже, з огляду на визначення пліток, наданих лінгвістами (див. 1.3), та словарні визначення даного феномену, пропонуємо наступне визначення *пліток* – комунікативна дія, яка являє собою передачу та критичне обговорення «пікантної», часом неправдивої інформації стосовно особистого життя третьої особи, відсутньої в момент бесіди. Адресант пліток прагне підкреслити близькі, інтимні, дружні стосунки з адресатом, належність до однієї соціальної групи.

1.3. Співвідношення лексем *світська бесіда* і *плітки*: загальні та диференційні

Основним способом словникових тлумачень обох лексем виступає синонімічний метод: у дефініціях *small talk* замість іменника *talk* словники пропонують суміжний феномен – *conversation*, або *chitchat*, або метамовний синонім – *type of discourse*. Словникові статті лексеми *gossip* теж посилаються на іменник *besida* (*talk* або *conversation*), а також на іменники *rumor, report,*

information, stories, chat, що позначають **більш інформативний** характер пліток в порівнянні зі світською бесідою, яка витлумачується як щось малоінформативне, банальне (про що свідчать такі ядерні семи, як незначущість, банальність, звичайність).

В значенні словосполучення *small talk* присутні наступні **ядерні** семи: *ввічливість, незначущість, причетність до суспільства, легкість, звичайність, банальність* та **інтегральні** семи: *офіційність/неофіційність, поверхневе знайомство, безперечність, стандартність та безтурботність*. В значенні слова *gossip* присутні наступні **ядерні** семи: *неофіційність, інтимність, вторгнення в особисте життя іншої людини, недобррозичливість, злобність, недостовірність, ледарство* та **інтегральні** семи: *легкість, дружлюбність, критичне ставлення до третьої особи*.

Порівняння семантичних компонентів, присутніх в семантичній структурі значення лексем *світська бесіда* та *плітки*, виявляють одну, **загальну** для обраних феноменів, сему – сему **легкості**, яка є ядерною для феномена *small talk* і інтегральною – для лексеми *gossip*.

Згідно зі словарними визначеннями, феномени світської бесіди і пліток можна **протипоставити** за семами **ввічливості** (світська бесіда) і недобррозичливості (плітки), **банальності** і **стандартності** (світська бесіда) на противагу **інтимності** (плітки).

Отже, **світська бесіда** постає як комунікативний ритуал, як вимушена бесіда у певних соціально-обумовлених ситуаціях, структурно і тематично регламентована етикетом, призначена для підтримки соціальних зв'язків та міжособистісних відносин. **Плітки** є комунікативною дією, яка являє собою передачу та критичне обговорення «пікантної», часом неправдивої інформації стосовно особистого життя третьої особи, відсутньої в момент бесіди. Адресант пліток прагне підкреслити близькі, інтимні, дружні стосунки з адресатом, належність до однієї соціальної групи.

У той час, як темою пліток виступає, як правило, приватне життя однієї чи кількох осіб, **тематика** світської бесіди значно різноманітніша: погода, світські

новини, спільні для комунікантів теми, а також плітки, причому комуніканти під час спілкування переходять із однієї теми на іншу.

У кількісному відношенні світська бесіда перевищує плітки за **обсягом**. Часом плітки виникають як одна з комунікативних тактик світської бесіди, проте їх продукують і в інших комунікативних ситуаціях. Плітки можуть виникати в межах гіпержанру світської бесіди, а можуть функціонувати і як окремий жанр, адресант якого має своєю безпосередньою метою передачу адресату нових і цінних з його погляду даних про третю особу в рамках спеціального візиту або телефонного дзвінка. У будь-якому разі, світська бесіда є тривалішою.

Якщо розглядати плітки як **жанр**, світську бесіду слід трактувати як **гіпержанр**.

До світської бесіди залучаються люди, які не перебувають у близьких чи дружніх стосунках, це, як правило, **малознайомі** люди, які опинилися на деякому світському заході або чекають на когось/щось в одному приміщенні та змушені підтримувати ритуальне спілкування, **легке, банальне, незначуще**. На відміну від світської бесіди, важливою соціопсихологічною складовою жанру плітки є фактор спільності інтересів, **довірливості, інтимності та обраності** адресата. Інформація, яку надає пліткар, має бути **невідомою та цікавою** для адресата. Ця інформація, як мінімум, неперевірена, ґрунтується на чутках та домислах. Тому відмінною когнітивною рисою пліток є **недостовірність** інформації, можливим є також її навмисне спотворення. Крім того, плітки мають більш яскраво виражений **аналітичний** характер, оскільки їх автор не просто поширює деяку новину про третю особу, а й аналізує, інтерпретує її, розглядає причини та пропонує можливі наслідки.

Нарешті, плітки вирізняються більш **емоційним** характером. Приватне життя третіх осіб, його пікантні подробиці викликають у комунікантів більше емоцій, ніж обговорення погоди та світських подій у ситуації вимушеного спілкування.

Висновки до розділу I

Отже, світська бесіда постає як комунікативний ритуал, як вимушена бесіда

у певних соціально-обумовлених ситуаціях, структурно і тематично регламентована етикетом, призначена для підтримки соціальних зв'язків та міжособистісних відносин. Плітки є комунікативною дією, яка являє собою передачу та критичне обговорення «пікантної», часом неправдивої інформації стосовно особистого життя третьої особи, відсутньої в момент бесіди.

Аналіз словникових дефініцій лексем *small talk* та *gossip* уможливив виокремлення ядерних та інтегральних сем досліджуваних понять. Основним способом тлумачення у словникових статтях виступає синонімічний метод.

До синонімічного ряду лексеми *small talk* в англомовних тлумачних словниках належать *conversation, chitchat, type of discourse*.

На основі словникових статей у словосполученні *small talk* виокремлюємо такі ядерні семи: 1) сему ввічливості; 2) сему незначущості; 3) сему причетності до суспільства; 4) сему легкості; 5) сему звичайності; 6) сему банальності; до інтегральних сем відносимо: 1) сему безперечності; 2) сему офіційності/неофіційності; 3) сему поверхневого знайомства; 4) сему стандартності та безтурботності.

Феномен *small talk* – світська бесіда – постає як комунікативний ритуал, ввічлива, легка, невимушена бесіда, яка не примушує співрозмовників до надмірних зусиль та має певну структуру та тематику, що регламентуються етикетом.

Згідно з даними тлумачних словників, синонімами лексеми *gossip* є такі: *rumor, report, talk (conversation), information, stories, chat, dishing, tattling*.

Узагальнення словникових визначень лексеми *gossip* дозволяє виокремити низку ядерних сем: 1) сему неофіційності; 2) сему інтимності; 3) сему вторгнення в особисте життя іншої людини; 4) сему недобррозичливості; 5) сему злості; 6) сему недостовірності; 7) сему ледарства. До інтегральних сем уналежнюємо: 1) сему легкості; 2) сему дружелюбності; 3) сему критичного ставлення до третьої особи.

Феномен *gossip* – плітки – постає як комунікативна дія неофіційного, інтимного характеру, що передбачає вторгнення в особисте життя іншої людини та

містить хибну, неточному, неправдиву інформацію щодо неї.

Порівняння компонентів, присутніх в семантичній структурі значення лексем *світська бесіда* та *плітки* виявляє спільну для обох феноменів сему легкості, яка є ядреною для лексеми *small talk* та інтегральною для лексеми *gossip*. Згідно із словарними статтями, феномени *світської бесіди (small talk)* та *пліток (gossip)* можна протипоставити за такими семами: 1) сема ввічливості (*small talk*) vs сема недоброчливості (*gossip*); 2) сема банальності і стандартності (*small talk*) vs сема інтимності (*gossip*).

Відмінності досліджуваних понять виявляються в тематиці (плітки – приватне життя однієї/декількох осіб; світська бесіда – значно різноманітніша (світські новини, погода, музика, хобі, спорт, плітки), а також в їхньому обсязі (світська бесіда є тривалішою). Крім того, різними є стосунки між учасниками цих жанрів: світська бесіда зазвичай відбувається між незнайомими або малознайомими співбесідниками; плітки, навпаки, розповсюджуються між добре знайомими людьми, та підкреслюють близькі, довірливі стосунки між комунікантами. Плітки мають більш аналітичний та емоційний характер, оскільки мовець не тільки поширює інформацію, а й аналізує, інтерпретує, додає «пікантні» подробиці.

Плітки виокремлюють як жанр, а світську бесіду слід трактувати як гіпержанр. Плітки часом виступають компонентом світської бесіди, однією з її комунікативних тактик, про що буде йтися в наступних розділах пропонованої розвідки.

Результати та положення розділу висвітлено в таких публікаціях автора [4], [5], [13].

РОЗДІЛ II

СВІТСЬКА БЕСІДА І ПЛІТКАРСТВО ЯК ЖАНРИ ФАТИЧНОГО СПІЛКУВАННЯ

2.1. Мовленнєвий жанр як базова одиниця дискурсу

Мовленнєва діяльність людини – це величезний масив різнорідних за формою, протяжністю і будовою висловлювань, зумовлених іллокутивними компонентами, індивідуальними інтенціями і мотивами, які пронизані емоціями суб'єкта [Приходько, Приходченко, 2023, 66].

У сучасних лінгвістичних дослідженнях базовою одиницею аналізу часто слугує мовленнєвий жанр. Як слушно зауважує Ф. С. Бацевич, найважливішими причинами звернення сучасних дослідників до проблем мовленнєвого жанру є загальна прагматизація лінгвістики, відродження риторики, визначення ієрархії виділених функційно-комунікативним підходом категорій і, звичайно, пошук базової одиниці мовленнєвої діяльності, комунікації загалом [Бацевич, 2003].

Мовленнєвий жанр є прагмалінгвістичною категорією, релевантною для дослідження мовного і прагматичного аспектів міжособистісної взаємодії і дозволяє враховувати комунікативні інтенції, стратегії та тактики учасників спілкування, а також екстралінгвістичні фактори, що визначають перебіг комунікації.

Вивчення мовленнєвого жанру, який увів у науковий обіг М.М. Бахтін, оформилося в сучасній лінгвістиці в теорію мовленнєвих жанрів. Чимало сучасних лінгвістичних досліджень [Арутюнова, 1999; Бацевич, 2004; Дементьев 1995, 1997, 1999; Селіванова, 2006; Шмелева, 1997; Федосюк, 1997; Швець, 2016; Давидович, 2016; Боса, 2018; та ін.] спираються одночасно на досягнення теорії мовленнєвих жанрів та теорії мовленнєвих актів [Austin, 1974; Searle, 1979], оскільки ці теорії передбачають прагматичний аналіз різних типів текстів та дискурсів.

Мовленнєвий жанр вивчається як окремий вид комунікації, її типізація; основою мовленнєвого жанру є типізований орієнтуючий вплив, проявом якого є, наприклад, те, що в мовленнєвому жанрі завжди є ініціатор (*Giver*), який визначає тип жанрової поведінки, та послідовник (*Follower*), який приймає той жанр, що

йому «нав'язують» [Swales, 1997; Bakhtin, 1987; Арутюнова, 1992].

Типізація мовленнєвої взаємодії має місце, коли одна й та сама ситуація повторюється багато разів і за нею закріплюється певний тип комунікативної поведінки та мовного оформлення, або «жанрове завершення» у термінології М.М. Бахтіна. Вчений зазначав, що кожна сфера використання мови виробляє свої щодо стійкі типи таких висловлювань – мовленнєві жанри [Bakhtin, 1987]. До типових характеристик мовленнєвого жанру М.М. Бахтін уналежнював комунікативну ситуацію, експресію, експресивну інтонацію, обсяг, а трьома основними складовими мовленнєвого жанру вважав тему, стиль та композицію. Всі ці компоненти вчений запропонував вважати прагматичними, такими, що визначають «завершену цілісність висловлювання». Отже, мовленнєві жанри отримали визначення як композиційні та стилістичні єдності, що визначаються функцією (художні, наукові, побутові висловлювання), умовами спілкування і конкретною ситуацією мовленнєвого спілкування [Bakhtin, 1987].

М.М. Бахтін розумів мовленнєвий жанр як *типову форму висловлювання* з певним задумом з боку мовця, а одним з головних критеріїв виділення даної одиниці він вважав залученість мовленнєвого жанру до *соціальної події* мовленнєвої взаємодії, а також наявність *зміни мовленнєвих суб'єктів* і можливість зайняти щодо висловлювання позицію у відповідь [там само].

Це визначення мовленнєвого жанру отримало подальше осмислення та розвиток у сучасній теорії мовленнєвих жанрів. У працях Дж. Остіна і Дж. Сьорла мовленнєвий жанр розглядається переважно як *монологічне висловлювання*, що містить типову інтенцію мовця (J.L. Austin, J.R. Searle). Мовленнєвий жанр виступає як *тип мовленнєвого акту* (Т.В. Шмельова) або *тип тексту* (М.Ю. Федосюк, О. Компаній, О.А. Черниш). М.Ю. Федосюк виділяє як *монологічні* (повідомлення, прохання, питання), так і *діалогічні* (розмова, дискусія, суперечка, сварка) типи текстів [Федосюк, 1997, 104]. О.А. Черниш визначає мовленнєвий жанр як «конкретний *вид тексту* з характерними специфічними рисами, що відрізняють один жанр від іншого, а також спільністю, зумовленою належністю жанрів до одного функціонального стилю. Дослідниця вважає, що жанр відображає

культурний контекст дискурсу» [Черниш, 2019, 39]. О. Компаній пропонує таке визначення мовленнєвого жанру: «зразок організації *тексту* в певній ситуації спілкування, що може складатися з одного або більше речень (мовленнєвих актів)» [Компаній, 2016, 159].

М.П. Брандес пропонує визначення жанру як «апробованої, закріпленої традицією *форми мовленнєвого здійснення функції* практичного призначення змісту твору, у жанрах реалізується мета висловлювання і, відповідно, практичне призначення мови» [Brandes, 1990, 40].

На думку О.О. Селіваної, мовленнєвий жанр – це *одиниця мовлення* як системно організованої мови, дискурсивний інваріант, зразок ідеальної природи, що характеризується певним тематичним змістом, композиційною структурою, відбором фонетичних, лексико-фразеологічних, граматичних, стилістичних засобів й інтенційно-прагматичними особливостями [Селіванова, 2006].

В такому ж ключі Т. Кітаєва визначає мовленнєвий жанр як тематично і композиційно оформлену *одиницю мовлення*, що характеризується певним змістом та інтенційно-прагматичними особливостями; це складова структура дискурсу, його найважливіша категорія, яка об'єднує інтенції учасників спілкування, тематику їх розмов [Кітаєва, 2006, 116].

В.В. Дементьєв пропонує розуміти мовленнєві жанри як «засіб формалізації соціальної взаємодії», тобто як засіб упорядкування комунікації, внесення до неї відносної системності та подолання хаотичності, «непрямоти» [Дементьєв, 2002, 30]. Таке розуміння дозволяє не лише розглядати мовленнєвий жанр як базову *одиницю дискурсу*, а й враховувати співвідношення між мовленнєвими жанрами та мовленнєвими актами, первинними та вторинними жанрами, непрямими та прямими, риторичними та нериторичними, фатичними та інформативними, жанрами дискурсів. Системність у такому розумінні охоплює інтенційні стани дискурсу, побудову сценарію або фрейму комунікативної взаємодії та її остаточне комунікативно-мовленнєве оформлення.

Ф.С. Бацевич теж аналізує співвідношення мовленнєвого акту та мовленнєвого жанру та визначає мовленнєвий жанр як тематично, композиційно й

стилістично усталені *типи повідомлень* – носіїв мовленнєвих актів, об'єднаних метою спілкування, задумом мовця з урахуванням особистості адресата, контексту і ситуації спілкування [Бацевич, 2004].

На думку В.О. Самохіної, мовленнєві жанри є «відносно стійкими тематичними, композиційними та стилістичними *типами тексту*, які характеризуються такими основними властивостями: вони є об'єктивними по відношенню до індивіда і нормативними, історичними: створюються людьми в певну епоху у відповідності з конкретними умовами соціального життя; характеризуються особливим оціночним ставленням до дійсності; виконують функцію інтеграції індивідів в соціум; різноманітними і різнорідними, диференційованими за сферами людської діяльності і суспільства; є опорою для творчості» [Самохіна, 2010, 45]. Таке комунікативно-прагматичне трактування дозволяє не тільки диференціювати жанри, інтенції та іллокуції, тематичний зміст, стильове та композиційне оформлення, а й вивчати мовленнєві жанри з урахуванням таких прагматичних критеріїв, як ситуація спілкування, партнери комунікації (відносини між ними, а також їх прочитання одержувачем, типи мовних особистостей), просторово-часові характеристики протікання комунікації, галузі громадського життя, до яких належить акт мовленнєвої комунікації, канал і спосіб зв'язку, ступінь офіційності.

Інші вчені трактують мовленнєвий жанр як *комунікативну модель* або *категорію*, наприклад, Л.М. Матусевич вважає, що мовленнєвий жанр є «комунікативною *категорією* організації мовного коду, певною типізованою моделлю, що включає лінгвальні та екстралінгвальні чинники розгортання комунікативної взаємодії учасників дискурсивної спільноти, які реалізують певні комунікативні наміри у межах типової комунікативної ситуації» [Матусевич, 2017, 157].

С.С. Давидович доходить висновку про те, що «жанр є багатоаспектним феноменом, який вивчається в рамках багатьох провідних лінгвістичних тенденцій, зокрема, в теорії комунікації, в когнітивному світлі, з огляду на лінгвокультурні особливості» [Давидович, 2016, 24]. Науковець теж стверджує, що в понятті жанру

тісно переплітається і взаємодіє ціла низка компонентів, обумовлені ситуацією мовлення, комунікативною метою та культурними особливостями користувачів певних жанрів [там само].

Ми пропонуємо вважати мовленнєвий жанр не типом висловлювання, а *типом дискурсу*. Такий підхід дозволяє вивчати мовленнєвий жанр та дискурс в одній площині, як явища одного порядку, що знаходяться між собою в ієрархічних відносинах: дискурс складається із жанрів.

Жанровий рівень постає основним у ієрархічній систематизації дискурсів. На думку С. Гайди, верхній шар систем жанрів замикається з відповідними системами, що стоять вище, – текстами, пов'язаними з суспільно-комунікативними ситуаціями. Між цим «родовим» рівнем та жанровим виділяються також підрівні, блоки та жанрові мікросистеми. Їх існування С. Гайда пояснює тим, що «жанри не становлять абсолютно самостійних та незалежних один від одного явищ, а виростають та розвиваються у спільному вживанні разом з іншими жанрами, конкурують та доповнюють один одного» [Гайда, 1999, 105-106].

Д.М. Свейлз зазначає соціокомунікативну природу жанрів і головним критерієм визначення жанрів вважає комунікативну мету [Swales, 1998]. Згідно з Д. Свейлзом, жанр має наступні ознаки: (1) жанр – це клас комунікативних подій; (2) важливою рисою, яка перетворює ряд комунікативних подій на власне жанр, є певний набір комунікативних цілей; (3) жанр характеризується структурною і змістовною подібністю, обмеженнями синтаксичного, лексичного, стилістичного планів і розрахований на певну аудиторію; (4) жанр визначається і використовується дискурсивним співтовариством; (5) жанр може поступово змінювати свої ознаки [там само].

Парадигмальними ознаками мовленнєвого жанру Т. В. Радзієвська вважає специфіку композиції, стилю, цілеспрямування, статус адресата тексту, статус суб'єкта текстопородження, характер суб'єктно-адресатних відносин [Радзієвська, 1998, 5].

Деякі дослідники ототожнюють мовленнєві жанри й мовленнєві акти. Т.С. Боса вважає, що мовленнєві жанри є діалогічним явищем і їх слід розуміти як

моделі інваріантно-варіантного типу. Вони досліджуються з урахуванням синтагматичних і парадигматичних відношень системи. Щодо мовленнєвих жанрів, вони, на думку дослідниці, розглядаються в основному з точки зору мовця, його інтенцій [Боса, 2018, 12].

Поділяючи думку Т.В. Шмельової про те, що критерієм диференціації жанрів є мета спілкування, ми дозволимо собі не погодитися з тим, що мовленнєві жанри пов'язані з типами висловлювань. Саме ця помилкова теза призвела до виділення, поряд з інформативними та етикетними жанрами, оцінних та імперативних – які, на наш погляд, мають відношення до окремих висловлювань та досліджуються наразі як мовленнєві акти. Зрозуміло, що жанр є феноменом ширшим, ніж мовленнєвий акт, і має стилістичне забарвлення. У будь-якому жанрі функціонують висловлювання, що містять оцінку та імперативи.

Наразі поширеною є думка про те, що жанри мовлення є одиницями більшими за мовленнєві акти. Вони характеризуються складнішою будовою, можуть містити кілька іллокутивних сил та тематичних напрямів [Боса, 2018; Давидович, 2016; Кітаєва, 2012; Компаній, 2016].

Як зазначає О.Ю. Кузьменко, загальним в теорії мовленнєвих актів і мовленнєвих жанрів є чинник «мовець – слухач», тобто зміна комунікативних ролей, розгляд інтенційної структури мовленнєвого твору, а також розгляд контексту вживання, тобто екстралінгвальної ситуації. І мовленнєвий акт, і мовленнєвий жанр претендують на статус мінімальної значущої одиниці спілкування (дискурсу). Однак, як наголошує О.Ю. Кузьменко, мовленнєвий акт – це окрема репліка в діалозі, що наділена певною іллокутивною силою і що передбачає певний перлокутивний ефект (за Сьорлем), тобто це дія, що має певний вплив, а мовленнєвий жанр – це завжди взаємодія, це завжди більш розгорнута мовленнєва побудова, що складається з кількох мовленнєвих актів [Кузьменко, 2014, 82].

2.2. Типологія мовленнєвих жанрів

Представники Теорії мовленнєвих жанрів висувають численні класифікації

мовленнєвих жанрів за різними критеріями. Насамперед, засновник теорії М.М. Бахтін увів поняття *первинних* (простих) і *вторинних* (складних) мовленнєвих жанрів. До перших він уналежнює жанри, які склалися в умовах безпосереднього мовленнєвого спілкування, до других – жанри, що склалися в умовах складного й високорозвиненого культурного спілкування (переважно писемного). У процесі свого формування вторинні жанри вбирають у себе й переробляють первинні (прості) жанри [Bakhtin, 1987].

М. Ю. Федосюк розрізняє з-поміж загального жанрового спектра *елементарні*, тобто ті, у складі яких немає інших жанрів (повідомлення, похвала, вітання, прохання), і *комплексні*, основу яких складають мовленнєво-жанрові утворення монологічного (утішання, переконання, умовляння) та діалогічного (бесіда, дискусія, суперечка, сварка) плану. Субжанрами дослідник вважає «мінімальні одиниці типології, що корелюють з мовленнєвим актом» [Федосюк, 1997, 104].

Як справедливо зазначає Н.В. Кондратенко, «проблема типології мовленнєвих жанрів залишається нерозв'язаною через відсутність єдиних критеріїв їх кваліфікації» [Кондратенко, 2017, 19]. Більшість дослідників схиляється до врахування характеру поданої інформації, а саме *інтенції* мовця. Аналіз інтенції як комунікативної мети висловлювання уможливив протиставлення *фатики* й *інформатики*, сформульоване та найповніше описане Т.Г. Винокур. *Інформативне* спілкування передбачає вступ у спілкування мовця для отримання нових знань про зовнішній і внутрішній світ. Головною метою *фатичного* спілкування є встановлення, підтримання та регулювання із співрозмовником мовленнєвих та соціальних відносин [Винокур, 1993, 5; Винокур, 2007, 139].

Т.В. Шмельова виокремлює чотири види мовленнєвих жанрів: 1) *інформативні*, що мають на меті подачу, запит, підтвердження чи спростування інформації; 2) *імперативні* – такі, що спонукають до здійснення / нездійснення необхідного, бажаного для когось із учасників спілкування; 3) *етикетні* (перформативні) – жанри мовлення, передбачені етикетом конкретного соціуму (вибачення, подяка, поздоровлення, співчуття та ін.); 4) *оцінні* – такі, що

регулюють зміни самопочуття учасників спілкування, їхні вчинки, якості й усі інші словесні маніфестації внутрішнього стану за ціннісною шкалою» [Шмелева, 1997, 23].

Більш виправданою видається типологія жанрів Н.Д. Арутюнової, яка також заснована на цілеорієнтованості, яка «визначає не тільки зв'язок між собою окремих реплік, а й типи, або жанри, людського спілкування, в рамках яких формуються характерні для комунікації рольові структури та види модальностей» [Арутюнова, 1992, 52]. Н.Д. Арутюнова виділяє такі види жанрів спілкування: 1) інформативний діалог; 2) прескриптивний діалог; 3) обмін думками з метою ухвалення рішення чи з'ясування істини; 4) діалог, що має на меті встановлення та регулювання міжособистісних відносин; 5) празномовленнєві жанри, серед яких виділяються: а) емоційні, що дають вихід емоційним навантаженням (співчуття, скарга, хвастощі, захоплення, побоювання, страхи); б) артистичні, розраховані на естетичне сприйняття (жарти, гостроти, анекдот); в) інтелектуальні, які вчать правильно орієнтуватися у житті, оцінювати той чи інший стан справ [Арутюнова, 1992]. Отже, жанри Н.Д. Арутюнова пов'язує з діалогічним спілкуванням з будь-якою метою, а не з єдиним висловлюванням.

У цій типології інтерес для нашого дослідження представляють два останніх типи, які, на наш погляд, не можуть існувати окремо один від іншого. Фатичні або празномовленнєві жанри, такі як світська бесіда та плітки, служать для регулювання міжособистісних відносин, але, з іншого боку, вони часом дають вихід емоційним навантаженням та створюють сприятливі умови для вияву артистичності.

Іншим критерієм класифікування жанрів мовлення є протиставлення жорсткості та свободи системної організації» [Дементьев, 2010]. Така дихотомія ґрунтується на ідеї М.М. Бахтіна «розмежовувати стандартизовані, позбавлені інтерпретації жанри, зокрема вітання і привітання та більш-менш вільні жанри» [Бахтин 1996, 181]. Таким чином, типи мовленнєвих жанрів розрізняють за ступенем їхньої регламентованості [Кожевникова, 1979; Сиротинина, 1999].

Для систематизації мовленнєвих жанрів пропонується «анкета»

мовленнєвого жанру. Ця анкета містить сім пунктів: комунікативна мета жанру; концепція автора; концепція адресата; подієвий зміст; фактор комунікативного минулого; фактор комунікативного майбутнього та мовне втілення [Шмелева, 1997, 56]. На думку М.Ю. Федосюка, «анкета» мовленнєвого жанру допомагає типологічно розрізнати жанри, що збігаються за комунікативною метою [Федосюк, 1997, 68].

Таким чином, мовленнєвий жанр є основною одиницею дискурсу, що передбачає соціальну мовленнєву взаємодію адресанта та адресата. Мовленнєвий жанр – це складний синтез мовленнєвих актів, об'єднаних комунікативною тематикою адресанта, моделлю адресанта і адресата, комунікативною метою, комунікативним смислом, специфічною жанровою тональністю. Аналіз комунікативної ситуації дозволяє виявити прагматичні аспекти мовленнєвих одиниць та їх відповідність цілям мовця. Мовленнєвий жанр формують прагматичні, композиційні, концептуальні та дискурсивні категорії, такі як комунікативні інтенції, комунікативні стратегії та тактики, комунікативні теми, комунікативні цінності та стереотипи, комунікативні партнери, комунікативні ситуації, тональність спілкування, які визначають зовнішню форму і зміст дискурсу. Наразі вибудовування типології мовленнєвих жанрів потребує структурного і прагматичного підходів до жанрової диференціації.

2.3. Фатичні мовленнєві жанри

Загальновідомою є теза про те, що певні типи жанрових завершень у повсякденному мовленні існують лише там, де є хоч скільки-небудь стійкі, закріплені обставинами та побутом форми життєвого спілкування [Bakhtin, 1987]. Зокрема, виділяють особливий тип жанрового завершення в легкій, ненав'язливій салонній балаканині, де всі свої і де основна диференціація аудиторії: чоловіки та жінки. Такий тип комунікативної поведінки, на думку М.М. Бахтіна, формують слова-натяки, недомовленості, ремінісценції маленьких і свідомо несерйозних оповідань та ін [там само]. Такою є природа фатичної комунікації.

Як різновид мовленнєвого спілкування фатика привертає увагу численних

дослідників тим, що в ній інформація про об'єктивну реальність відіграє допоміжну роль і головною її метою виявляється не передача цієї інформації, а **прагнення до контакту**, до відчуття комунікантами соціальної та психологічної спільності.

Термін **фатичний (phatic)** запропонував мовознавець Б. Малиновський для характеристики фатичного спілкування, яке за словами науковця, не є результатом роздумів і не слугує засобом передачі думок, а засобом поєднання мовця та слухача. На думку дослідника, для нормальної людини мовчання іншої людини не є заспокійливим фактором, а, навпаки, чимось тривожним і небезпечним. Порухення мовчання, обмін словами є першим актом встановлення зв'язків товариства, яке можливо лише завдяки фатичному спілкуванню. Після формули «Приємний день сьогодні», яка потрібна, щоб подолати неприємну напругу, яку відчувають люди, коли стоять поряд в мовчанні, виникає потік мовлення: безцільні вислови уподобань чи відрази, розповідей про незначні події, коментарі того, що є цілком очевидним [Malinowski, 1974].

Отже, Б. Малиновський встановив новий тип лінгвістичного використання мовлення – **фатичне мовлення (phatic communion)**, в якому зв'язок між людьми утворюється шляхом простого обміну словами, які він назвав фатичними. Головною метою вживання фатичних слів, на думку дослідника, є **соціальна функція**, «вони не є результатом інтелектуальної рефлексії і не обов'язково викликають рефлексію у слухача. Кожне висловлювання є актом, який служить прямій меті поєднати слухача з мовцем через вираз соціальних почуттів» [Malinowski, 1974, 314-316].

Поширеність фатичного мовлення Б. Малиновський пояснює тим, що люди зустрічаються часто, і тому бесіда є справою загальної ввічливості; доводиться розмовляти, коли взагалі немає що сказати. Отже, на думку вченого, метою фатичного спілкування є **соціальна взаємодія** комунікантів, прагнення встановити контакт, а фатичне спілкування він витлумачує як **безцільову** розмову про вже відоме або очевидне, як проявлення **етикету** та **ввічливості**, обмін словами і контактними мовленнєвими формулами, що є характерним для перебування людей разом і не має на меті жодної іншої практичної цілі [Malinowski, 1974].

Таким чином, фатичне мовлення постає не як інструмент рефлексії, а як спосіб дії. Б. Малиновський вбачає у фатичній комунікації глибинний прояв людської природи, а саме: споконвічне прагнення єднання. І це прагнення первинне по відношенню до інших інстинктів: бажання влади, честолюбства, страху [там само].

Фатичну функцію мови першим виокремив Р. Якобсон. Визначення цієї функції, на його думку, ґрунтується на кодовій моделі мови, зумовленій наступними факторами: контекст, адресант, адресат, повідомлення, контакт, код. Кожному з наведених факторів відповідає певна функція мови. Так, орієнтація на контакт або канал зв'язку реалізує *фатичну* функцію, протиставлену *поетичній* функції мови – спрямованості на повідомленні як такому, зосередження уваги на повідомленні заради нього самого. А основне призначення фатичної функції Р. Якобсон вбачає в підтримці комунікації, здійсненні *психологічного зв'язку* між адресатом та адресантом [Jakobson, 1960, 362-365].

Дж. Ліч зараховує до комунікативних максимів і *фатичну максиму* (*Phatic Maxim*), вважаючи її факультативною по відношенню до основних вважаючи її факультативною по відношенню до основних максим Ввічливості – такту, великодушності, злагоди, симпатії, скромності. Дж. Ліч формулює фатичну максиму наступним чином: «Уникай мовчання» (негативне формулювання); «Підтримуй розмову» (позитивне формулювання). У фокусі фатичного висловлювання перебуває якийсь факт, про який мовець повідомляє, а скоріш виражає до нього ставлення, у зв'язку з чим Дж. Ліч вважає, що фатична максима – це частина максим згоди і симпатії [Leech, 1983].

Ф. Гонзалес наголошує на тому, що фатичне спілкування слугує «для підтримки та встановлення соціальних зв'язків, щоб допомогти нам взаємодіяти, зменшити потенційну тривогу соціальних зв'язків, яка може виникнути, коли зв'язок під загрозою, а також полегшити розгортання початкових фаз взаємодії» [Gonzalez, 2014, 67].

Наразі науковці єдині у тому, що фатичне спілкування є засобом організації інтеракції, тобто використанням у процесі взаємодії мовних засобів для *початку*,

підтримки та *припинення контакту*, зумовленим фокусуванням уваги на контактному елементі повідомлення [Jakobson, 1960; Почепцов 1981; Павлик, 2015]. У цьому сенсі Ю.В. Матюхіна зауважує, що в фатичній комунікації не відбувається передача суттєвої інформації, а здійснюються певні соціальні акти, такі як: вітання, прощання, уявлення та інші [Матюхіна, 2014, 65]. Серед численних трактувань фатичного спілкування Г.С. Поваляєва найбільш прийнятним вважає його розуміння як засобу організації інтеракції, тобто використання в процесі комунікації мовних засобів для початку, підтримки та припинення контакту [Поваляєва, 214,104].

Основою фатичної інтенції є бажання виявити ввічливість підтримки чи створення психологічного комфорту. Зокрема, Ю.В. Косенко зазначає, що фатична комунікація спрямована на досягнення міжособистісної згоди. Якщо комунікантам було зручно під час розмови, якщо міжособистісні стосунки учасників спілкування у процесі інтеракції були психологічно комфортні, якщо мовленнєвий акт пройшов успішно, тобто був розпочатий, продовжений та припинений ініціатором спілкування при усвідомленні слухачем, який мовленнєвий акт був здійснений, можна говорити про позитивний ефект фатичної комунікації [Косенко, 2011, 112].

У свою чергу, О. Стасюк і А. Іванова додають, що «фатичне мовлення найчастіше використовується у побутових ситуаціях, а також для підтримки мовленнєвого етикету. Використання стандартних формул ввічливості допомагає співрозмовникам установити контакт, порозумітися одне з одним, створити приємний психологічний клімат та підтримати спілкування у тональності, що буде прийнятною для обох сторін комунікації» [Стасюк, Іванова, 2021, 121]. Проте, Н.В. Павлик слушно зазначає, що фатична комунікація може бути спрямована не тільки на підтримку, покращення взаємовідносин між співрозмовниками, а й на віддалення, бажання не продовжувати контакт [Павлик, 2015, 81].

Отже, фатичне мовлення розглядають як *соціальну взаємодію* мовця та слухача (Б. Малиновський, J. Coupland, J.Alqinai, F.Banda, A. A. Holba, J. Holmes), як різновид *непрямої комунікації* (В.В. Дементьєв, V. Miller, M. E. Placencia, A. Lower, 2013); як *ритуалізоване спілкування* (E. Benveniste; J.R. Firth, P.Drew & K.

Chilton, I. Shevchenko, Y. Matyukhina & M. Drazdauskienė), як складову *мовленнєвого етикету* (Н.І. Формановська, J. Laver, M. McCarthy, M. Padilla).

Висувають та описують **фатичні функції** (R.O. Jakobson, 1960; K.P. Schneider, 1988; О.В. Климентова, 2014) та **фатичні стратегії** (Т. J. Sheff, 1990; Форманова С.В., О.С. Шаніна, 2009; Т.Я. Малахівська, 2019); активно досліджують співвідношення *фатичного* та *конвенціонального* мовлення (І.А. Стернін, 1996; Т.І. Буяльська, 2016); **фатичне** мовлення протиставляють **інформативному** мовленню (Т.Г. Винокур 1993; Демєнтьєв, 1997; Формановська, 2006).

Фатичне мовлення вивчається у контексті різних **дискурсів**: *художнього* (Н.В. Павлик, 2018; М.В. Жуйкова, 2020), *масмедійного* (Ю.В. Косенко, 2011), в *інтернет-комунікації* (Г.С. Поваляєва, 2014; М. Е. Placencia, A. Lower, 2013) та на матеріалі різних **мов**: в *українській* мові (М.М. Жовнір, 2016; Н.В. Павлик, 2018;), *англійській* (Ю.В. Матюхіна, 2014; Грабовська, 2018; J. Coupland, 2003; J. Holmes, 2003 та ін.) та ін.

І.В. Грабовська наголошує, що фатичний дискурс – це обмін знаками приналежності до суспільства, нагадування про себе як члена цього суспільства, що здійснюється за допомогою стереотипних моделей поведінки [Грабовська, 2018, 37].

Представник соціолінгвістичного напрямку Е. Бенвеніст, наголошуючи на необхідності вивчення різних сторін діалогу, вказує на важливість його вивчення в соціальній ситуації, і розглядає фатичне спілкування як приклад такої ситуації. Фатичне спілкування, на думку дослідника, є спілкуванням у формі діалогу, який закладає фундамент зв'язків між людьми. Такий зв'язок не потребує ні об'єкта, ні цілі, ні повідомлення інформації, тобто нічого, окрім вимовляння певних традиційних фраз. Таким чином, фатичне спілкування є *ритуалізованим, традиційно зумовленим*, нерозривно пов'язаним з *соціальним середовищем*, воно не має інформативного навантаження [Benveniste, 1971].

Прихильники дискурс-аналізу розглядають фатичне спілкування як *конвенційне* використання мови для початку та завершення бесіди і вказують на те, що повсякденна взаємодія людей характеризується більше *міжособистісним*

використанням мови, аніж трансакційним, націленим на передачу інформації [Brown, Yule, 1983]. Згідно з І. Гоффманом, коли людина долучається до спілкування інших людей, вони зазвичай прагнуть отримати інформацію про неї або використати ту інформацію про неї, якою вони вже володіють. Їх цікавить загальний соціально-економічний статус, її сприйняття себе, її ставлення до них, її компетентність, надійність тощо [Goffman, 1959, 13].

Як зауважує М.Ф. Гонзалес, фатична комунікація іноді розглядається як *зайва* або *нерелевантна*, але її функціональність розкриває складну культурну, нормативну, когнітивну та мовну структуру, якою вона характеризується, що свідчить про її важливість в *комунікативному* та *соціологічному* плані. Вчений доходить висновку, що фатична комунікація є соціальним ритуалом, який пропонує готові поведінкові коди для запобігання загрози втрати соціального зв'язку [Gonzalez, 2014, 28].

На думку М.Ф. Гонзалес, причини для розгляду фатичної комунікації як релевантного дискурсивного механізму є різноманітними: важливість основної *референційної* функції, яку вона виконує, *компетентність*, яку передбачає її успішне використання, *інформація*, яку можна вивести з неї, і здатність віддзеркалювати в одному комунікативному інструменті все суспільство [Gonzalez, 2014, 65].

І. Гоффман наголошує, що соціальні відносини регулюються мовчазною соціальною чутливістю, яка передбачає визнання «обличчя» комунікантів та сприяє оптимальним комунікативним обмінам, наприклад, маленьким церемоніям *вітання* та *прощання*. На думку вченого, привітання є способом показати, що стосунки все ще залишаються такими, якими вони були на момент припинення попередньої комунікативної взаємодії, і що вони передбачають стримання ворожесті [Goffman, 1972, 343].

У цьому ж руслі Дж. Лейвер виділяє у фатичній комунікації дві **фази**: *ініціацію* та *завершення контакту*. Основними функціями ініціальних фатичних висловлювань Дж. Лейвер вважає функцію примирення та розвідувальну функцію. Заключні фатичні висловлювання, на думку Дж. Лейвера, покликані пом'якшити

можливість відхилення та зміцнити взаємовідносини між партнерами [Laver, 1975].

Дж. Р. Фьорс теж вивчає формальну ритуальну поведінку під час вітання та прощання, і надає цікаві визначення цих крайніх фаз взаємодії: «**вітання** – це визнання зустрічі з іншою людиною *соціально прийнятною*. **Розставання**, у соціальному сенсі, - це визнання того, що зустріч була *соціально прийнятною* [Firth, 1972, 1]. Як вважає М.Ф. Гонзалес, ці крайні фази взаємодії мають першорядне значення у фатичному спілкуванні тому, що вони є центральними в управлінні зв'язками та в оцінці самої взаємодії та зв'язку зі співрозмовником [Gonzalez, 2014, 78-79].

Фатичну комунікацію вважають *механізмом шанобливості*, про що Т.Дж. Шефф зазначає: «гордість породжує солідарність. Сором породжує відчуження» [Sheff, 1990, 74]. М.Ф. Гонзалес доходить висновку, що фатична комунікація сприяє *солідарності*, а ігнорування важливості цього дискурсивного механізму може призвести до відчуження [Gonzalez, 2014]. М.Ф. Гонзалес вважає фатичну комунікацію не тільки релевантним соціальним інструментом для встановлення та підтримки контакту, але і, як наслідок, механізмом, який забезпечує встановлення *єднання* [там само, 92].

П.Л. Бергер і Т. Лакман вважають, що існують *когнітивні типізації*, які мають місце під час взаємодії з іншими людьми: мовці класифікують характер розмови та дотримуються відповідного *рівня «занурення»* відповідно до загального змісту: якщо говорять лише про погоду, мовці не дуже переймаються; якщо хтось розповідає душевну історію, вони переймаються більше і вживають певні лінвальні сигнали або фрази для участі в бесіді та формування взаємодії [Berger, Luckmann, 1967, 28-34]. Цей процес відбувається в повсякденній комунікації без свідомої оцінки ситуації, тому мовці зазвичай накоплюють завдяки власному соціальному досвідові навички, необхідні для обрання підходу для кожного комунікативного обміну. *Стандартизація* та *конвенціоналізація* надають комунікантам *впевненості* та зменшують *тривожність*, яка може виникнути при деяких взаємодіях. В термінології Т.Дж. Шеффа, ритуалізоване спілкування пом'якшує тривожність через страх втратити зв'язок з певною

людиною і забезпечує основу для більш комфортного управління соціальними зв'язками [Scheff, 1990].

Дослідниця теорії мовленнєвого етикету Н.І. Формановська зазначає, що фатичне спілкування, з одного боку, допомагає *зняти стрес*, продукує «погладжування» мовців, з іншого – є *знаком розпочатого контакту*, після якого можливе більш інформативне спілкування. Під час фатичного спілкування передається інформація про *емоційне, оцінне* ставлення до предмета розмови та до адресата, а також інформація щодо *характеру взаємовідносин* мовців. Побутова бесіда, розмова з подругою по телефону, мовленнєвий етикет виступають, на думку дослідниці, різновидами фатичного спілкування, коли відбувається не тільки «пuste» спілкування, а «розуміння, співчуття, співпереживання, приєднання до співрозмовника» [Формановская, 2006]. В цьому сенсі Т. Г. Винокур наголошує на *аксіологічній цінності* фатичного мовлення [Винокур, 1993b, 11].

М.В. Жуйкова вважає фатичне спілкування особливим видом вербальної комунікації, метою якого є встановлення та підтримку соціальних контактів, демонстрацію готовності мовця до взаємодії з іншими членами соціуму [Жуйкова, 2020, 47].

Т.Г. Винокур вважає, що «свобода особистого змістовно-стилістичного виявлення» фатичної комунікації не обмежується «інформативним обсягом вербалізованої референтної ситуації», оскільки в ній «референтна ситуація є, у певному сенсі, похідною від комунікативної ситуації» [Винокур 1993,136; 1993, 6]. Цим обумовлені такі *рис* всіх різновидів фатичного мовлення, як *десемантизація лексики, тривіальність тем, численність мовленнєвих наповнювачів, рихлість структури, наявність строго регламентованих кліше і формул*, що постійно відтворюються [Drazdauskienė, 1970, 3; Дементьев, 1995, 15].

На нашу думку, засоби фатичної комунікації мають не мовний, а мовленнєвий, мовленнєво-жанровий характер, адже фатичними засобами є *мовленнєві стереотипи, формули мовленнєвого етикету*, спеціальні типи іллокутивних актів – *перформативи*.

Фатична комунікація постає як механізм дискурсу, який допомагає в

соціальної взаємодії досягати очікуваного результату відповідно до *культурної системи* [Gonzalez, 2014]. М. Паділла зазначає, що «прагматика фатичного спілкування варіює в різних культурах відповідно до системи цінностей» [Padilla, 2013, 132].

У сучасній теорії мовленнєвої комунікації фатичне спілкування розглядається українськими дослідниками О.А. Семенюк та В.Ю. Паращук як таке, що має на меті лише *підтримку соціального контакту* (розмови про погоду, за святковим столом, різні етикетні бесіди), а не передавання інформації. Мовознавці називають фатичне спілкування тактикою комунікативного «розігріву», контактом між співрозмовниками [Семенюк, Паращук, 2010, 144].

Загалом лінгвісти виокремлюють п'ять основних характеристик фатичної комунікації:

1) *встановлення соціальних зв'язків*: основною функцією фатичної комунікації вважають встановлення та підтримку соціальних контактів (Coupland et al., 1992; Coupland, 2013; Graham, 2013; Holba, 2008; Holmes & Fillary, 2000; Jakobson, 1960; Laver, 1974/1975; McCarthy, 2003; Malinowski, 1974; Miller, 2008, 2011; Padilla, 2001, 2005, 2013; Pullin, 2010; Schneider, 1988; Ventola, 1979; Арутюнова, 1999; Винокур, 1993а, 1993б; Drazdauskienė, 1970; Якобсон, 1975 та ін.).

2) *соціальне мастило*: фатичне спілкування часто розглядається як інструмент для полегшення незручності, уникнення мовчання та допомоги у вступі до розмови, зміни теми та завершенні (Coupland et al., 1992; Laver, 1975; Padilla, 2013; Schneider, 1988), оскільки фатичне мовлення не має на меті передачу інформації. Фатичне мовлення часто виступає засобом мітігації фраз, які можуть завдати шкоди «обличчю» (Caffi, 2007; Brown, Levinson, 1987; Деде, 2020).

3) *шаблонність* та *конвенціональність*: певні навички (соціальні, когнітивні) потрібні для розуміння і можливості брати участь у фатичній комунікації. Деякі автори (Coupland, 2000, 2003; Coupland et al., 1992; Drazdauskiene, 2012; Holmes & Fillary, 2000; Hunter, 2011; Laver, 1975, 1981; Padilla, 2001, 2005, 2013; Schneider, 1988; Ventola, 1979; Vigara, 1990) наголошують на

складності цього типу спілкування, враховуючи, що він вимагає прагматичної компетентності. На їх думку, цей вид спілкування передає інформацію, яку можна отримати, лише розглянувши багато різних змінних, які мають місце в кожній комунікативній взаємодії.

4) **надмірність**: фатичне спілкування часом вважають тривіальним, нерелевантним, простим, безглуздим, неважливим, складеним з пустих слів і вставних фраз, незацікавленим, неформальним, безцільним буденним соціальним спілкуванням (e.g.: Beck, 2010; Cook, 2012; Holba, 2008; Jensen & Scott, 2013; Jones, 2011; Malinowski, 1974; McCarthy, 2003; Miller, 2008).

5) **культурна обумовленість**: як і будь-який тип комунікативної взаємодії, фатична комунікація існує в нормативній системі відповідно до певної соціальної структури; це включає поняття ввічливості, яке також є частиною відповідних соціальних культурних норм (e.g.: Alquinaí, 2010; Banda, 2005; Coupland, 2000; Desalles, 2009; Drazdauskiene, 2012; Haugh & Schneider, 2012; Holmes & Fillary, 2000; Laver, 1975, 1981; Malinowski, 1946; Padilla, 2001, 2005, 2013; Placencia, 2005, 2007; Schneider, 1988, 2011; Ventola, 1979; Vigara, 1990).

Інші риси фатичного спілкування, на яких наголошують окремі дослідники, видаються дискусійними або факультативними, властивими тільки певним ситуаціям. Наприклад, М.Ф. Гонзалес наголошує на такій рисі фатичного мовлення, як **інтимність** [Gonzalez, 2014, 32], що видається виправданим у ситуаціях світського спілкування добре знайомих людей. Дж. Лейвер викремлює таку властивість фатичного спілкування, як спроможність надавати інформацію про учасників, тобто виконувати **номінативну функцію** [Laver, 1981]. К.П. Шнайдер, до речі, використовує термінологію Р.О. Якобсона для позначення цієї функції як **«референтної» функції** комунікації [Schneider, 1988].

За Л.М. Мурзіним, фатична комунікація вимагає **додаткових інтерпретативних зусиль**, це власне зміст висловлювання, це сприйняття невимовного – аури спілкування. Вона може здійснюватися за допомогою прийомів **мовної гри**, включення до тексту **прецедентних феноменів**, звернення до **алюзій і ремінісценцій**, використання **іностилевої лексики**, що створює необхідний

контактовстановлюючий ефект, звернень, вокативів, особистих займенників та ін. [Мурзін, 1998]. До мовних засобів, які передають фатичні комунікативні смисли, Л.М. Мурзін уналежнює: а) *лексичні засоби*: найменування всіх компонентів ситуації спілкування – мовця, слухача, комунікативних відносин та ролей – соціальних та міжособистісних; найменування ситуацій (сфер, стилів) та жанрів фатичної комунікації; б) *граматичні засоби*: це категорія спрямованості мови та вокативи, комунікативні частки, займенники ввічливості [там само].

Дж. Купланд називає фатичне спілкування «прототипом світської розмови» [Coupland, 2003, 5].

За словами К.П. Шнейдера, для передачі згоди між комунікантами використовують кілька розмовних технік. Він пояснює, що в світській бесіді активно вживаються емпатичні лексеми та такі реакції, як підтвердження або вдячність, які є значно слабшими у звичайній розмові. Отже, К.П. Шнейдер наголошує на таких специфічних техніках для висловлювання згоди, як: фонетична варіація, комбінація, додавання та повторення [Schneider, 1988, 160].

Поверхневий характер спілкування, який раніше сприймався як компонент дуалістичного сприйняття природи фатичної комунікації, спонукав В. Міллера ввести термін *фатична культура* [Miller, 2008, 387]. Він посилається на «розгладження соціальних зв'язків при переході до «мережевої соціальності» в онлайн-світі, де «спілкування, яке має виключно соціально-мережеву, а не інформаційну або діалогічну спрямованість», є характерною реляційною парадигмою [Miller, 2008, 388].

На думку М.Ф. Гонзалес, «фатична комунікація, безсумнівно, може бути загальним терміном для багатьох інших комунікативних стратегій, які, окрім власних специфічних ознак, обов'язково характеризуються фатичністю з точки зору контексту, відносин або ситуації (плітки, компліменти, ідіоми, привітання, жарти, розмовні та стандартизовані фрази тощо)» [Gonzalez, 2014, 113].

Звернемося до різновидів усередині фатичного жанру. Серед фатичних мовленнєвих жанрів Н.Д. Арутюнова виокремлює *дві групи*: фатичні жанри, що *не мають безпосередньої мети*, та жанри, що мають на меті *встановлення або*

регулювання міжособистісних відносин, розподілені за шкалою А.Р. Балаяна від унісона, або щирих зізнань та компліментів, до дисонансу, або сварок та з'ясування відносин [Арутюнова, 1992, 52; Балаян, 1971]. В.В. Дементьєв звертає увагу на те, що у цих двох жанрів є багато спільного, адже і праздномовленнєві жанри, і жанри, які мають на меті встановити контакт і відрегулювати спілкування, спрямовані однаковою мірою на міжособистісні відносини: вони зберігають досягнуту близькість [Дементьєв, 2010, 212].

Поширеною основою типологій фатичних мовленнєвих жанрів є *ступінь міжособистісної близькості* та *ступінь непрямості* мовлення. Зокрема, Т.Г. Винокур аналізує функції фатичного мовлення залежно від опозиції «близькі – неблизькі відносини»: «...між незнайомими людьми – зав'язати знайомство, скоротати час за умов вимушеного спільного перебування (у транспорті, в черзі), між малознайомими людьми – зміцнити знайомство; при випадковому знайомстві – дотримуватися правил ввічливої поведінки, коли мовчати ніяково, між добре знайомими людьми – зберегти тип відносин, що склався...» [Винокур, 1993а, 139-140].

У цьому ж руслі основою типології жанрів фатичного мовлення В.В. Дементьєв пропонує вважати *шкалу міжособистісних відносин*: покращення/погіршення/збереження міжособистісних відносин, а також ступінь непрямості комунікативних засобів. На підставі цих критеріїв вчений виділяє п'ять основних фатичних жанрів: 1) фатичні жанри, що погіршують міжособистісні відносини у прямій формі: прямі звинувачення, образи, з'ясування стосунків, сварки; 2) фатичні жанри, що покращують міжособистісні стосунки у прямій формі: доброзичливі розмови до душі, визнання, компліменти, сповіді/проповіді; 3) фатичні жанри, що погіршують відносини у непрямій формі: розіграші, глузування, похвала, деякі різновиди іронії; 4) фатичні жанри, що покращують відносини у непрямій формі: флірт, жарт; 5) праздномовленнєві жанри [Дементьєв, 1997, 116].

Зазначимо, що ні в реальній, ні в художній комунікації виявити «чисті» прояви такої жанрової комунікації навряд чи можливі, адже, як справедливо

ззначав М.М. Бахтін, «мовленнєві жанри взагалі досить легко піддаються переакцентуації, сумне можна зробити жартівливо-веселим, але в результаті виходить щось нове (наприклад, жанр жартівливої епітафії)» [Бахтин, 1996, 192]. Сварка може закінчитися доброзичливим з'ясуванням стосунків, а іронія може перерости у флірт; праздномовленнєве спілкування може включати жарти, зізнання та компліменти.

Безумовним позитивним аспектом запропонованої класифікації В.В. Дементьєва є *фактор стратегічного впливу* на адресата: прямого чи опосередкованого. Зауважимо, що будь-яке спілкування стратегічно за своєю суттю і якщо метою не є повідомлення інформації, як у фатичному мовленні, то ціль так чи інакше є – це регулювання відносин, а саме спрямованість на контакт та співпрацю.

Ф. Гонзалез Манзо, зокрема, впевнена в тому, що «фатична комунікація може бути загальним терміном для багатьох інших комунікативних стратегій, які, незважаючи на свої специфічні характеристики, усі поділяють фатичність їх використання з точки зору контексту, стосунків або ситуації» і як приклади наводить плітки, компліменти, ідіоми, привітання, жарти, розмовні та стандартизовані словосполучення тощо [Gonzalez, 2014, 113].

Отже, фатичне спілкування не має інформативного навантаження, воно слугує засобом встановлення соціальних зв'язків та досягнення контакту між учасниками комунікації, попередження конфліктних ситуацій. Шаблонність та ритуалізованість фатичного мовлення потребують певних соціально-культурних навичок, яких комуніканти набувають в процесі власного соціального досвіду. Критеріями виділення різновидів усередині фатичного жанру є чинники стратегічного впливу та міжособистісних відносин комунікантів.

У пропонованій розвідці звернімося до *фатичних* жанрів світської бесіди і пліткарства.

2.4. Світська бесіда і пліткарство як фатичні мовленнєві жанри

2.4.1. Гіпержанр світської бесіди

Прийнято вважати, що світська бесіда (*small talk*) була вперше описана Б. Малиновським, який виокремив щось схоже на фатичний мовленнєвий жанр у мові тубільців (тривіальні розмови біля багаття, плітки, балаканина за роботою). Проте, М. Драздаускене дотримується іншої думки і наголошує, що *small talk* як різновид фатичного мовлення був зафіксований ще в 1751 р. в «Листах» лорда Честера, де він виокремив «монологи матері, яка доглядає дитину, розмови закоханих, легку балаканина за чайним столом, мовленнєве спілкування учасників різних ритуальних заходів, войовничих збіговиськ, спортивних змагань та ін. [Drazdauskienė, 2012].

О. Вежбицька описує кілька типів жанрів фатичного мовлення: *розмова, сварка, жарт, флірт, похвальба*, проте, вона не виділяє їх у особливу групу [Wierzbicka, 1992, 104-108].

Р. Браун і С. Левінсон відносять світську бесіду до стратегій «позитивної ввічливості», для них сутність *small talk* полягає у виявленні *інтересу до співрозмовника* та пошуку *спільних інтересів* з ним [Brown, Levinson, 1978].

Першим системним дослідженням світської розмови як мовленнєвого жанру прийнято вважати монографію німецького лінгвіста К. Шнайдера. Він досліджував *small talk* в ситуаціях повсякденного спілкування на матеріалі англійської та американської мови. Спираючись на положення Б. Малиновського, К. Шнайдер виділяє дві типові комунікативні ситуації для світської бесіди, які відповідають двом основним функціям даного жанру: 1) заповнення комунікативної лакуни при зустрічі незнайомих або малознайомих людей, змушених перебувати разом якийсь час в одному просторі; 2) навмисне зав'язування соціальних контактів із розрахунком на майбутні соціальні взаємодії. К. Шнайдер пов'язує першу функцію *small talk* з реалізацією максими ввічливості та зняттям загрози «негативній особі», а другу функцію – з реалізацією максими дружелюбності і взаємним задоволенням «позитивної особи», ці максими диктують і вибір теми мовленнєвого жанру у відповідних ситуаціях [Schneider, 1988].

К.П. Шнайдер називає фатичну комунікацію «компанійською розмовою», цей термін, можливо, пов'язаний з його припущенням про передбачуваність мовної поведінки в певних ситуаціях. Він також використовує термін «розмова про погоду», оскільки він виявив у своєму дослідженні, що погода є переважною темою для світської бесіди». Він також дуже детально описує теми, які обговорюють люди у рамках світської бесіди під час подорожей; цей різновид він назвав «бесіда в дорозі», яку можна класифікувати на «бесіду в ліфті» або «бесіду коло кулера з водою» [Schneider, 1988, 1; 15].

Окрім терміну *small talk*, який ми будемо вважати англomовним синонімом терміну *світська бесіда*, існують і інші, суміжні феномени, такі як *casual conversation* – неформальна, невимушена (легковажна) бесіда (Firth, 1972; Ritchie, 2011; Ventola, 1979; Maschler, Estlein, 2008; Sturtz, Sreetharan, 2006; Cook, 2012), *chit chat* – балаканина (Beck, 2010; Jones, 2011), який має дещо зневажливе трактування. В іспанській мові також використовується термін *contact conversation* – «контактна розмова» (*conversación de contacto*) [Placencia, 2005, 2007; Sternström, Jørgensen, 2008].

Жанр світської бесіди активно вивчається сучасними європейськими та американськими лінгвістами, які співвідносять *small talk* із комунікативними принципами: Принципом Кооперації Г.П. Грайса [Grice, 1975], Принципом Ввічливості Дж. Ліча [Leech, 1983], поняттями про «позитивну» і «негативну особу» П. Браун та С. Левінсона [Brown, Levinson, 1987], фреймом розмовного діалогу І. Гоффмана [Goffman, 1972].

Як слушно зауважує В.В. Дементьєв, такі фатичні жанри, як *флірт, жарт, іронія, розіграш*, в яких мету і намір спілкування потрібно приховувати, припускають єдину інтерпретацію – «говорю одне, маю на увазі інше і при цьому знаю, що саме». Світську бесіду лінгвіст визначає як «спілкування *поверхове, нещире*» [Дементьєв, 2010, 319].

У типології мовленнєвих жанрів В.В. Дементьєва цікавий для нас жанр *small talk* відноситься до групи праздномовленнєвих жанрів, в яких міжособистісні відносини не покращуються і не погіршуються, а зберігаються, а ступінь

опосередкованості є вкрай високим. Ці жанри «найбільш фатичні» з погляду висловлювання, передачі й прочитання комунікативних смислів [Винокур, 1993б]: як і фатиці загалом, їх семантичність впливає переважно із самого факту виголошення висловлювання і майже спирається на власне мовні, тобто семіотичні, механізми трансляції значень. Як зазначає В.В. Дементьєв, назване явище призводить до того, що в цих жанрах панує особлива – непланована – непрямая комунікація [Дементьєв, 2000, 184], що робить їх надзвичайно складним об'єктом лінгвістичного дослідження.

В.В. Дементьєв звертає увагу на важливість непрямой комунікації для *small talk*, тому що будь-якій світській бесіді існує низка вимог до форми та змісту мовлення, які не можна ігнорувати. Дослідник виділяє низку тем, які вважаються недоречними для світської бесіди (інтимне життя, розмір заробітної плати), а також нагадує про існування суворих вимог до форми мови. Всі ці вимоги обґрунтовуються соціальними обставинами щодо спонукання світської бесіди [Дементьєв, 2010]. І.І. Морозова підкреслює, що для того, щоб не виникало незручного мовчання, співбесідники змушені звертатися до **тривіальних** тем, не зачіпаючи гострих. Дослідниця виокремлює сприятливі теми світської бесіди вікторіанських часів, які є актуальними і в теперішній час: «світське проведення часу, здоров'я, прогулянки / подорожі, природа, мистецтво, поведінка оточуючих, їжа, предмети побуту, релігія, одяг», а також погода, яка, як зазначає дослідниця є «класичною» темою для світського спілкування [Морозова, 2019, 14].

І.А. Стернін визначає світську бесіду як взаємно приємну розмову на загальні теми, яка ні до чого формально не зобов'язує, основна мета якої – **провести час із співрозмовником**, залишаючись з ним у вербальному контакті [Стернін, 1996, 3].

М.В. Жуйкова наголошує, що основною метою світської бесіди є створення **позитивної емоційної тональності** «без торкання особистісних сфер мовців» і наполягає, що це дає можливість співбесідникам «за приємною, малозначущою бесідою гарно провести час у певному товаристві» [Жуйкова, 2020, 48].

До ключових жанротвірних рис світської бесіди, окрім високого рівня стандартизації, жорсткого тематичного добору та дотримання етичних норм

соціальної взаємодії, М.М. Жовнір слушно уналежнює також елементи *змагання* й *концертної основи*, полілогічність, публічність та офіційність ситуації спілкування [Жовнір, 2016, 56].

Когнітивісти розглядають *small talk* як комунікативний та лінгвокультурний фрейм. Так, наприклад, Г. Шредер порівнює фрейм *small talk* у спілкуванні американських і японських бізнесменів [Schroder, 2000, 31].

І.І. Морозова звернулася до історичного аспекту світської бесіди. Дослідниця зазначає, що у вікторіанську епоху світська бесіда відбувалася не тільки в салонах, а й також в приватній сфері сім'ї, але при цьому структурні елементи *small talk* (засіб, спосіб спілкування і адресант) залишилися незмінними [Морозова, 2019, 14]. Дослідниця доводить, що світська бесіда може характеризуватися такими рисами, як референціальна неповноцінність, інформативна беззмістовність, нещирість, тривіальність тем [Морозова, 2019, 14].

У свою чергу, М. М. Полюжин уточнює, що світське спілкування включає знакові повідомлення, що виконують фатичні та метамовні функції, формуючи відносини між людьми [Полюжин, 2002, 56].

Наприкінці 90-х – 2000-ті рр. формується соціолінгвістичний підхід до вивчення світської бесіди. Соціолінгвістів цікавлять не стільки мовні показники жанру, скільки комунікативна ситуація та ефективність використання. Визнається умовність маркерів та кордонів світської бесіди, розширюються уявлення про можливі функції *small talk* (К. Chilton, 2014; J. Coupland, 2000; P. Drew, 2014; J. Holmes, 2003; K. Fox, 2005; M. McCarthy, 2003; K. Tracy, 2014).

Соціолінгвісти бачать основне призначення світської бесіди у забезпеченні соціальних зв'язків, міжособистісних відносин. Так, Дж. Холмс досліджує *small talk* з погляду *набуття людиною соціального статусу* у колективі. Примітно, що люди з розумовими відхиленнями («workers with an intellectual disability») практично не усвідомлюють функції *small talk*: вони або взагалі не вступають у *small talk*, або починають *small talk* неадекватно ситуації (наприклад, під час виконання завдання, що потребує зосередженої уваги). У результаті такі люди важко адаптуються в робочому колективі незважаючи на те, що мають достатні

професійні навички [Holmes, 2003].

Дж. Холмс виділяє два типи *small talk*: 1) ритуалізований (зазвичай на початку робочого дня як продовження формул вітання); 2) соціальний («social talk») (у перервах протягом робочого дня) - це більш індивідуалізований, конкретний і розгорнутий за тематикою тип розмови, що включає елементи пліткарства, балаканини [Holmes, 2000].

На думку К. Фокс, варіантами *small talk* є образні назви: **розмова про погоду** (*weather-talk*) та **розмова-погладжування** (*grooming-talk*), що включає такі жанри, як *gossip*, *bonding-talk*, *pub-talk*. Вони мають спеціальні тематичні, гендерні, стилістичні, конситуативні властивості. Англійська бесіда про погоду, на думку дослідниці, є формою *grooming talk* – людського еквівалента «соціального погладжування», коли люди годинами доглядають за «вовною» один одного, навіть коли вони ідеально чисті, підтримуючи таким чином соціальний зв'язок [Фох, 2005, 11].

Поширена думка про те, що англійці весь час говорять про погоду, що це національна одержимість або нав'язлива ідея, але К. Фокс вважає це перебільшенням і виокремлює три конкретні ситуації, в яких доречно говорити про погоду. Бесіда про погоду, на думку дослідниці, використовується: 1) як просте привітання, 2) як *ice-breaker* – засіб розслаблення мовців на початку спілкування, який переводить бесіду в інше русло, 3) як порятунк, заповнювач або переключення, коли розмова на інші теми не вдалася і виникає незручне мовчання [Фох, 2005, 12].

Вибір теми погоди як універсальної обумовлений, по-перше, тим, що це найбільш нейтральний предмет для зав'язування соціальних контактів, отже, вона допомагає уникнути соціального дискомфорту, по-друге, це той предмет, який англійці вважають значною частиною свого повсякденного життя. Погода, як стверджує К. Фокс, – єдина безпечна тема для англійців, решта тем, залежно від ситуації, потенційно здатні порушити автономію особистості. Подібні репліки про погоду виконують функцію привітання, витісняючи традиційні 'How do you do?' та 'How are you?'; вони прийнятні як у розмові зі знайомими, і з незнайомими людьми,

так і у неформальних, і ділових і робочих контактах. Дослідниця справедливо вказує на непрямий характер таких висловлювань: фраза 'Nice day, isn't it?' означає 'I'd like to talk to you – would you talk to me?' [Fox, 2005, 26].

Правилами, що діють у *weather-talk*, К. Фокс називає запитальну інтонацію ініціальної репліки як знак запрошення до розмови і обов'язкову згоду з боку співрозмовника. Незгода є серйозним порушенням етикету, оскільки фактично це означає, що людина відмовляється вступати у спілкування, таким чином створюється почуття соціального дискомфорту [Fox, 2005, 29].

До типових ситуацій, у яких виправдано застосування жанру світської розмови, відносять традиційну етикетну ситуацію *знайомства та представлення* незнайомих осіб. Вчені зазначають, що ситуації вступу в мовленнєвий контакт і створення тональності взаємної поваги утворюються низкою мовленнєвих кроків, серед яких найбільш частотними ланцюжками є такі: перший крок – вітання, другий – представлення, третій – поінформування про стан справ, здоров'я, четвертий – комплімент. До можливих ситуацій вступу у світську бесіду відносить також ситуацію очікування [Laver, 1981; Schneider, 1988; Ventola, 1979].

Роль комунікативного стимулятора виконують різні «соціальні», корпоративні заходи. Під час *відвідування світських прийомів* прийнято спілкуватися з великою кількістю людей, як правило, незнайомих (*mingling* – змішане спілкування). Шаблонні фрази типу: *So, how do you know Justin?; Have you tried the cabbage rolls that Sandy made?; Are you enjoying yourself?; Pretty nice place, huh?* - не зобов'язують до продовження розмови [Lewis, 1995].

Приводом для обміну кількома фразами, які можуть перерости в цікаве обговорення тієї чи іншої теми, може бути *випадкова зустріч знайомих* на вулиці, в театрі, музеї, кіно та інших громадських місцях.

Ситуація ділового спілкування також не обходиться без елементів світської бесіди. Наразі багатьма зарубіжними дослідниками визнається важливість включення принципів і тем, характерних для світської розмови, у процес ділової комунікації [Lampton, 2005; Fine, 2002; Roane, 1988]. Діловий партнер, який розпочинає тему обговорення без попередньої «загальної» розмови (*common*

conversation), може бути неадекватно розцінений співрозмовником [Lampton, 2005].

На думку М. Льюїс, яка описує правила ведення світської бесіди в умовах «соціального спілкування» (*mingling*), доцільним часом, що відводиться на одного партнера з комунікації, вважається 8-10 хвилин [Lewis, 1995].

Щодо гомогенності світської бесіди відомо, що вона може виступати як самостійний мовленнєвий жанр. В даному випадку вона має всі ознаки жанру, серед яких можуть бути також названі ізольованість і самодостатність. З іншого боку, елементи жанру *small-talk* можуть бути органічно вплетені в загальну структуру розмови, у свою чергу, як окремих «вступних» елементів, з обмеженим обсягом виразу. «Вступні» елементи в таких випадках часто межують з мовленнєво-етикетними формулами, і фактично є їх пролонгованими ситуативно обумовленими аналогами [Holmes, 2000].

Таким чином, світська бесіда є етикетно детермінованою розмовою з жорсткою соціально-культурною регламентацією тематичного репертуару, головною метою якої є встановлення та розвиток соціального контакту.

2.4.2. Жанр пліткарства

Люди не можуть жити без пліток. Майже всі пліткують або коли-небудь пліткували про когось або на якісь цікаві теми. Більше того, як вважає С. Бенке, від пліток неможливо захиститися [Behnke, 2007]. Однак, багато людей вважають плітки негативним явищем, яке погано впливає на їх життя. З давніх часів пліткарів карали за їхні чутки і навіть позначали якимись знаками чи іншими предметами, щоб усі знали, що вони поширюють плітки. Наприклад, в Англії такі люди повинні були носити на голові великі залізні маски, які були зроблені для того, щоб ці люди не відкривати рота і не вдавалися до пліток. Сьогодні ситуація інша, і пліткарів ніхто не маркує як таких. Тим не менш, більшість людей їх не любить – ніхто не хоче бути предметом обговорення інших індивідів, особливо якщо такі обговорення є неправдивим наклепом [Alshehre, 2017].

400 років тому Д. Донн сказав: «Жодна людина не є самостійним островом»

– люди потрібні одне одному. Як вважають Лі з колегами, «без інших людей рівень наших знань і досягнень обмежується нашим власним досвідом і здібностями. Обмін знаннями включає інформацію один про одного. Тобто, щоб вести переговори в нашому багатолюдному світі, ми повинні правильно розуміти та передбачати дії інших, що, у свою чергу, вимагає точного, актуального знання про них; і оскільки так багато соціальної активності відбувається за нашої відсутності, передача цієї соціальної інформації є необхідною. Дійсно, навіть без передбачення соціальна комунікація може започаткувати засоби суспільства для моніторингу, навчання, регулювання та обмеження шкідливих наслідків неправильної поведінки та соціальної взаємодії» [Lee et al., 2022].

Як вказують Дж. Лі з колегами, приблизно дві третини щоденних розмов пов'язані з обміном соціальною інформацією, причому більшість таких вільних розмов про людей, які не присутні під час розмови. Коли ми повідомляємо іншим (тобто відправник – одержувачу) про відсутню людину, ми називаємо це плітками. Вважається, що плітки – це тривіальна, так звана «балаканина з жовтої преси», суцільна розвага або балаканина зі злим наміром (наприклад, погані відгуки про конкурентів). Крім того, плітки часто вважається небажаною поведінкою, яка порушує норми солідарності через «розмови за спиною» замість прямої конфронтації [Lee et al., 2022].

Відповідно до п'ятичленної типології мовленнєвих жанрів, заснованої на іллокутивному критерії, до праздномовленнєвих жанрів відносять також *плітки* [Арутюнова, 1992].

Ми будемо вживати термін *плітки* як зафіксовану у дискурсі або тексті одиницю мовлення, як висловлювання, а *пліткарство* – як мовленнєвий жанр продукування пліток, як процес.

Плітки (*суди, пересуди, чутки, chitchat, gossiping*) – це висловлювання у типових ситуаціях побутового, повсякденного спілкування, що характеризуються неофіційним характером спілкування, довірливістю, емоційністю, інтересом до сфери особистих взаємин. Згідно з Дж. Купландом та А. Яворські, «плітки дозволяють учасникам обговорювати аспекти членства в групі, а також включення

та виключення інших, виробляючи спільні цінності» [Jaworsky, Coupland 2005, 668], а Р. Напп вважає, що плітки є «закликом повірити в актуальні теми або історії, що розповсюджуються без офіційного підтвердження» [Knapp, 2004, 22].

Дж. Купланд відносить плітки до рутинних бесід, які він протиставляє ритуальним бесідам. Рутинна, тобто заведений порядок (routine), на його думку, є більш загальним терміном: будь-яка повторювана діяльність є рутинною. Ритуал (ritual), який теж по суті є заведеним порядком, на відміну від рутини, набуває специфічного соціокультурного значення. Тому чимало структурних, референційних і стилістичних особливостей світської бесіди є рутинними (звичайні розмови, розмови про погоду), але вони не обов'язково наділені культурним значенням як ритуали. При цьому, Купланд зазначає, що деякі події світської бесіди можуть бути культурно ідентифікованими, і як приклад згадує плітки, учасники яких обираються дуже ретельно [Coupland, 2000, 58-59].

Д. Едер та Дж. Л. Енке визначають плітки як «оцінну розмову про людину, яка відсутня» [Eder, Enke, 1991], а М. Нун та Р. Делбрідж – як «процес неофіційного передачі ціннісної інформації про членів соціального середовища» [Noon, Delbridge, 1993].

На думку К. Фокс, плітки – це не тривіальна розвага: вони важливі для соціального, психологічного та навіть фізичного благополуччя людини. «Плітки – це людський еквівалент «соціального догляду» серед приматів, який стимулює вироблення ендорфінів, знімає стрес і зміцнює імунну систему. Дві третини всіх людських розмов – це плітки, тому що цей «вербальний догляд» є важливим для нашого соціального, психологічного та фізичного благополуччя» [Fox, 2001].

У дослідженні Р. Лаверті плітки визначаються як усна комунікація про приватні та інтимні деталі характеру та поведінки певних осіб і обмежуються невеликими локальними групами, члени яких знаходяться в особистісних контактах та стосунках. За Р. Лаверті, плітки – це не обов'язково неперевірені або недостовірні повідомлення. Сама людина, а не ситуація, є важливою в плітках [Laverty, 1974, 32-33].

Ф.С. Седов розглядає плітки як одну з тактик балаканини, що становить

«тільки частину (притому не найзначнішу) цього жанрового утворення» [Седов, 1999, 21]. На думку лінгвіста, плітка – один із ядерних субжанрів балаканини, як і всі жанри повсякденного спілкування, розташовується «в просторі, координати якого складають інформатика та фатика» [там само].

Поширена думка про те, що плітки мають недостовірний характер, вони розраховані на певну аудиторію та зазнають змін залежно від того, хто поширює плітки або мовця, який їх поширює [Андрушків et. all, 2019, 28]. Плітки визначають як «повідомлення, яке виходить від однієї або більше осіб, про деякі події, що не мають офіційного підтвердження, усно і передається в масі людей від однієї людини до іншої» [там само, 24].

Р. Віттек та Р. Вілерс дають таке визначення плітки як «надання інформації однією особою (*ego*) іншій особі (*alter*) про відсутню третю особу (*tertius*)» [Wittek, Wielers 1998, 189].

На думку Р. Данбара, пліткувати означає погано говорити про своїх ближніх, заважати безперебійному функціонуванню соціальних стосунків, підривати саму структуру суспільства. Психолінгвіст вважає, що плітки – це те, що взагалі робить можливим людське суспільство, яким ми його знаємо. Він стверджує, що мова від самого початку її еволюції розвивалася як механізм для об'єднання великих соціальних груп, оскільки вона дозволяє комунікантам обмінюватися інформацією про стан наших соціальних зв'язків [Dunbar, 2004, 100]. Все, що необхідно під час пліткарства - це передати повідомлення про соціальну симпатію («Я вважаю важливішим стояти тут і розмовляти з вами, ніж бути там з [... будь-ким іншим]») [Dunbar, 2004, 102].

Р.Ф. Баумайстер та його колеги підкреслюють, що об'єктом пліток, як правило, є знайомий, а не знаменитість [Baumeister et al., 2007]. Плітки про своє соціальне коло надають більше інформації про соціальні норми, ніж плітки про знаменитостей, тоді як плітки про знаменитостей, можливо, виконують більше розважальну функцію [Robbins, Karan, 2020, 193].

Плітки породжують плітки. Реципієнт пліток може бути задоволений, відчувати себе особливим або може просто побажати, щоб автор плітки припинив

говорити [Behnke, 2007]. Науковці визначають, що у плітках існує набір *агенсів*, кожен з яких має певну приватну інформацію, яка називається *секретом* агенса. Той агенс, який знає секрети кожного агенса, називається *експертом*. Мета агенсів – обмінюватися інформацією таким чином, щоб усі вони стали експертами, і робити це як можна ефективніше. Для досягнення цієї мети агенси спілкуються за допомогою взаємодії «тет-а-тет»: через телефонні дзвінки або візити. Важливо, що коли агенси спілкуються, вони передають не лише свій власний секрет, а й усі інші секрети, про які вони дізналися. Отже, якщо під час першого візиту агенс А повідомив агенту В свій секрет, то під час наступного візиту між В та С, В повідомляє с секрети як А, так і В [Ditmarsch et al., 2020].

Р.А. Лаверті пропонує класифікацію мовців відповідно до їх участі в групі. Особи, які вигадують та поширюють плітки, складають *ядро* групи. Особи, які поширюють плітки, та особи, яким плітки повідомлюють, є *проміжною ланкою* групи. Особи, які не поширюють плітки і яким плітки не повідомлюють, знаходяться на *периферії* групи [Laverty, 1974, 29].

Вчені, які займаються визначенням пліток, також зосереджуються на оцінній складовій пліток, яка відрізняє їх від інших форм неформальної балаканини.

М.Л. Робінс та А. Каран визначають плітки як соціальну та нейтрально-валентну інформацію про знайомих. Їх доробок свідчить про те, що серед оцінних пліток негативні більш поширені, ніж позитивні [Robbins, Karan, 2020, 192].

Численні розвідки вказують на те, що пліткувати не є благородним, соціально-значущим вчинком і що плітки можуть мати згубні наслідки для почуттів і членів групи і їхнього відношення. Вчені доводять, що плітки можуть бути використані для егоїстичного підвищення свого статусу, завдаючи шкоди репутації суперників, наприклад, коли людина ділиться інформацією, яка робить суперника менш бажаним у змаганні за партнерів [Wilson et al., 2000; Foster, 2004; Does Cruz et al., 2019]. Наприклад, Д. Вілсон та С. Фостер та визначають плітки як інформацію оцінного характеру про відсутніх третіх осіб, якою обмінюються у неформальній обстановці, і яка вважається ганебною і засуджується як порушення норм майже в усіх культурах [Wilson et al., 2000; Foster, 2004].

Крім того, як зазначають Т.Д. Дорес Круз з колегами, пліткарство в реальному організаційному контексті можуть мати згубні наслідки як для груп, так і для окремих членів груп. Зокрема, було виявлено, що плітки в групах пов'язані зі зниженням довіри всередині команди, психологічної безпеки та життєздатності, посиленням негативних усвідомлюваних емоцій, таких як страх, зниженням працездатності, зниженням організаційної громадянської поведінки та емоційного виснаження. [Dores Cruz et al., 2019]. Цей доробок відповідає негативному погляду людей на плітки та доводить існування «темної» сторони пліток у групах.

Незважаючи на це негативне сприйняття, деякі лінгвісти стверджують, що люди особливо зацікавлені в обміні та отриманні пліток і витрачають значну частину своїх розмов на плітки [Wilson et al., 2000; Foster, 2004]. Дійсно, плітки часто спостерігаються в різних типах груп, починаючи від невеликих товариств мисливців і збирачів до команд в сучасних організаціях. Таким чином, плітки видаються парадоксальним явищем: їх засуджують, але вони широко поширені [Dores Cruz et al., 2019].

Проте, деякі вчені стверджують, що ідея пліткарства полягає в розмові з натхненням і емоціями, це говорити критично та зневажливо про людей, які не присутні [Swari, 2020, 185]. І. Ісмаїл теж поділяє думку про те, що плітки можуть викликати ентузіазм, а ентузіазм дослідник вважає не просто фігурою мовлення, а життєвою силою, яку люди можуть вживати з користю [Ismail, 2017].

Р. Лаверті наголошує, що плітки можуть бути корисними, оскільки вони служать джерелом інформації, а також є розважальним «балаканням» [Laverty, 1974, 31].

Більше того, не всі плітки передбачають критику або зневагу інших. Існують свідчення про те, що на критику та негативну оцінку припадає лише п'ять відсотків часу, приділеного пліткам, а ще п'ять відсотків присвячується тому, щоб попросити або дати пораду щодо вирішення соціальних ситуацій, проте основна частина розмов зосереджена на тому, «хто що з ким робить» та на особистісному соціальному досвіді [Fox, 2001].

К. Фокс зазначає, що люди багато пліткують і людська компетенція

ускладнення мови реалізується здебільшого у пліткарстві. Вона зазначає, що останні розвідки свідчать про те, що близько двох третин часу розмов, як правило, присвячують соціальним темам: обговоренню особистісних стосунків й досвіду; хто з ким що робить; хто «залучений», а хто «ні» і чому; як вирішувати складні соціальні ситуації; поведінці та стосункам друзів, родини та знаменитостей; власним проблемам з коханцями, родиною, друзями, колегами та сусідами; дрібниці повсякденного суспільного життя – одним словом, пліткам [Fox, 2001]. Дослідниця зазначає, що «хоча більшість пліток насправді є відносно нешкідливими (розвідки показали, наприклад, що критика та негативні оцінки становлять лише п'ять відсотків часу для пліток), це все одно розмови про «приватне» життя людей, і як такі розмови включають відчуття бешкетування або табуйованої поведінки» [там само, 2001]. «Цей елемент «втручання в приватне життя» є особливо актуальним для природно стриманих і розсудливих англійців, для яких приватне життя є особливо серйозною справою. Наші домівки – це наші замки, нас вчать займатися своїми справами, триматися осторонь, не влаштовувати сцен і не привертати до себе уваги, ніколи «не прати брудну білизну» на людях. У результаті – завдяки неминучому «ефекту забороненого плоду» – ми є нацією, яка «вглядається через занавіски», нескінченно зачаровані «табуйованим» приватним життям наших сусідів, друзів, родини та колег» [Fox, 2001].

Щодо негативних пліток, К. Фокс впевнена, що вони також сприяють зміцненню соціальних зв'язків між пліткарями: «критикуючи когось іншого, ми підтверджуємо цінності та погляди, які поділяємо один з одним – підкреслюємо те, що у нас є спільного, зміцнюємо нашу дружбу, будуємо альянси. Спільні цінності та думки не обов'язково стосуються глобальних питань: взаємне віддання переваги певному стилю одягу чи моделі автомобіля (і зневажливе ставлення до людей, чий смак не збігається з нашим) є цілком достатнім, щоб встановити чи зміцнити союз» [там само, 2001].

Крім того, люди не завжди правдиво пліткують про третіх осіб, брехливі плітки можуть мати згубні наслідки, такі як посилення цинізму і агресивні відповіді з боку об'єкта. Хоча сучасне наукове уявлення про плітки як про ефективну та

економну форму покарання за відмову від співпраці в групах, фальшиві плітки можуть діяти так само, як фальшиве покарання. Розвідки щодо покарання кооперативних індивідів (антисоціальне покарання) показує, що фальшиве покарання зменшує співпрацю об'єкта після покарання [Dores Cruz et al., 2019].

Р.Б. Чіалдіні з колегами встановили, що такі плітки (темна сторона пліток) здебільшого мотивовані виплеском емоцій, який можна вважати егоїстичним мотивом для зменшення власного негативного впливу [Cialdini et al., 1987]. У випадку, коли одержувачі пліток правильно розуміють, що плітки викликані більш егоїстичними мотивами, вони можуть оцінити це несприятливо, а це, у свою чергу, може мати негативні наслідки для згуртованості та функціонування групи [Dores et al., 2019].

Однією з причин, чому плітки набули негативного відтінку, є те, що розмова іноді використовується для коментарів щодо поведінки або кастової наклепи на характер тих, кого ми не схвалюємо [Dunbar, 2004, 106].

Поняття пліткарства традиційно супроводжується такими характеристиками, як «брехливість» або навіть «зловмисність», про що свідчить і дефініційний аналіз цієї лексеми (див. розділ 1.2). Проте, наразі соціальний осуд пліткарства послаблюється. В сучасній психології пліткарство розглядається не як пусте проведення часу, наповнене проекцією внутрішньої ворожості і безцеремонним вторгненням в приватне життя, а як прагнення його учасників прийти до спільного розуміння проблемної ситуації, як спосіб осмислення ними подій і оцінювання вчинків.

В цьому сенсі Р.І.М. Данбар стверджує, що плітки на соціальні та особистісні теми, є фундаментальною передумовою існування людини: «якби ми не могли брати участь в обговоренні цих питань, ми б не зберегли суспільство у тому виді, в якому воно зараз існує. Плітки у широкому значенні відіграють різні ролі у підтримці соціальних функціональних груп у різні часи; хоча прості соціальні зв'язки є, можливо, найважливішою з цих ролей (і, можливо, були первісним поштовхом до еволюції мови), мова допускає інші соціальні функції. Плітки визивають чималий інтерес, який ми від природи маємо до вчинків інших. Те, що

його можна довести до крайнощів, досить прикро, але це не повинно відволікати нас від головного питання про те, що плітки (у найширшому значенні) є центральною опорою, на якій ґрунтується соціальність. Данбар наголошує на когнітивній потребі пліткувати» [Dunbar, 2004, 109].

Емі Р. Кренцмен та Лорен К. Гласс вважають, що пліткарство має позитивні соціальні і психологічні цілі, що ставить під сумнів розуміння пліток як незначущих і морально осуджуваних. Пліткарство не тільки сприяє інтимності, слугуючи способом налагодити стосунки з іншими, воно допомагає людям визначити, чи вони «в гармонії» з членами тієї ж групи. Плітки транслюють культурні норми (Dunbar, 2004; Foster, 2004), дозволяють людям вчитися на успіхах і невдачах інших і можуть бути використані, щоб люди почували себе краще у «низхідному соціальному порівнянні».

Емі Р. Кренцмен та Лорен К. Гласс наголошують, що пліткарство є фундаментальним аспектом життя в сільських громадах [Krentzman, Glass, 2021, 2581]. Дослідження сільських пліток показало, що плітки використовують для обміну інформацією, розваги, зміцнення соціальних зв'язків вирішення конфліктів і зміцнення безпеки спільноти. Пліткарство також діє як форма соціального контролю, оскільки плітки визначають соціально-прийнятну поведінку (Baumeister et al., 2004; Dunbar, 2004; Foster, 2004) і моделюють процес формування репутації людини і поширення його між членами спільноти. [Krentzman, Glass, 2021, 2581].

Р. Лаверті наголошує, що пліткарство може бути *позитивною* або *негативною* силою в групі. Якщо сила в групі позитивна, то група демонструє згуртованість. Члени такої групи не займаються плітками про своїх членів, перебуваючи в інших групах. Таким чином, якщо плітки є позитивною силою в групі, то вони встановлюють *лояльність* між членами групи. Якщо ж навпаки, члени групи плітують про членів своєї групи, то це свідчить про відсутність згуртованості і *відсутність лояльності*. Якщо плітки є *негативною* силою всередині групи, то в результаті виникає *конфлікт* [Laverty, 1974, 29].

Інші розвідки фокусувалися на *темах* пліток. Аналіз опитування щодо схильності до пліток М. Робінс та А. Карана свідчить про те, що *зовнішній вигляд*,

досягнення та соціальна інформація (наприклад, стосунки з іншими) є найпоширенішими темами пліток. Більшість інших визначених тем пліток загалом відповідають цим категоріям, включаючи інформацію, розвагу та дружбу; особистісні риси, наслідки соціально неприйнятної поведінки, невдачі. Загалом отримані дослідниками дані показують, що плітки, як правило, мають негативних характер, в них йдеться про знайомих і обговорюють одну з кількох визначених тем [Robbins, Karan, 2020, 186].

Р.А. Лаверті виокремлює шість тем пліток: 1) фінанси, 2) вдача людини, 3) моральне життя людини, 4) спостережувана поведінка людини, 5) зовнішній вигляд людини та 6) досягнення або відсутність досягнень людини. Тема моралі морального життя людини (с) включає плітки, що стосуються шлюбних стосунків, дошлюбних сексуальних стосунків, цивільного шлюбу та розлучення, крадіжок, підпалів та алкогольних проблем. Плітки про вагітність або осіб, які не можуть мати дітей, включені в пункт 6 (досягнення або відсутність досягнень людини). Інші плітки, включені до цього підпункту, стосуються успішності або неуспішності людини в її покликанні та способі життя [Laverty, 1974, 55]. Дослідниця зазначає, що кровні і шлюбні зв'язки не завжди на заваді пліткам, час від часу студенти пліткують про своїх близьких друзів і родичів, всупереч поширеним очікуванням [там само, 71-73].

Згідно з теорією пліток Р.Б. Стірлінга, існують різні *мотиваційні категорії пліткарства*. Дослідник класифікує плітки відповідно до мотиваційної сили, що обумовлює продукування пліток. До таких мотиваційних категорій пліток, вчений відносить: *розважальну chitchat* – балаканину, бажання *ідентифікувати себе з групою, проєкцію своїх бажань, агресію та ворожість* [Stirling, 1956]. Таким чином, передача пліток сприяє груповій ідентифікації та визначає статус індивіда в групі.

М. Л. Роббинс та А. Каран доходять до висновку, що дослідження *причин*, чому люди пліткують, доводить просоціальні функції пліток, включаючи встановлення або підтримку дружби і сигналізацію про довіру та симпатію іншим. Ці функції пліткарства можуть вказувати на те, що люди, які пліткують більше, ніж

інші, мають тенденцію до високої екстровертності та зговірливості [Robbins, Karan, 2020, 185].

До причин пліткарства психологи відносять наступні: зростання людини в середовищі, де плітки та чутки є нормою; завдання шкоди іншим, бажання їм зла; занурення в брехню та пікантні, марні розмови як привід для розслаблення; налагодження суспільних зв'язків з іншими, за рахунок скривдження інших людей; ставлення до пліток у суспільстві, яке не передбачає покарання та публічні докори пліткарям, а, навпаки, смакування їхніх пліток і залучання до них; надмірна кількість вільного часу, який заповнюють поганими відгуками про інших; гнів і мстивість проти певної людини, бажання зіпсувати її репутацію; професійне слідкування за особистісними справами людей, робота в сумнівних організаціях; слабка віра в Бога, відсутність страху перед Богом; нерозуміння пліткарем злих наслідків, які він завдає людям і суспільству [Summary of ethics. Gossiping].

Б. Бірсма та Дж.А. Ван Кліф пропонують чотири *мотиви пліток*: добір і підтвердження інформації, захист групи (зосередження на попередженні інших), негативний вплив і соціальне задоволення. Дослідники наголошують, що плітки використовують і для навмисного очорнення інших, наприклад, своїх суперників. [Beersma B, Van Kleef GA, 2012].

Поряд з основними мотивами пліткувати, інші *контекстуальні фактори* також впливають на плітки, такі як стосунки між об'єктом пліток, пліткарем і реципієнтом. Оглядаючи літературу про плітки, Р. Віттек та його колеги зокрема встановили взаємозалежність усередині тріади пліткарів (тобто пліткар, реципієнт і об'єкт пліток) як вирішальний соціальний контекст, який обумовлює поведінку пліткарів [Wittek, Wielers, 1998; Wittek et al., 2000].

Ф. Джардіні та Р. Віттек пропонують ще один важливий фактор – соціально-структурний, який включає статусне співвідношення, що зокрема можна спостерігати у плітках про знаменитостей, які мають славу та вплив [Giardini, Wittek, 2019]. Іншими важливими контекстуальними факторами Ф. Джардіні та Р. Віттек вважають індивідуальні характеристики трьох сторін (наприклад, особистісні риси) та культурно-інституційні, такі як фон (об'єкт пліток і обговорювані події)

(наприклад, робоче місце, школа, будинок, громадське місце) або групове членство між сторонами (наприклад: спільнота, організація, культура та суспільство) [Giardini, Wittek, 2019].

Ф. Джардіні та Р. Віттек пропонують теорію формування цілей, згідно з якою є **три цільові фрейми**, в яких тільки одна ціль безпосередньо експлікується у певній ситуації – **гедоністична** ціль, тобто бажання «відчути себе добре» в момент прийняття рішення; ціль **прибутку**, яка спрямована на закріплення існуючих та отримання нових ресурсів; і, нарешті, **нормативна** ціль, яка відповідає за відповідність конкретним соціальним нормам. Ці три фрейми розташовані ієрархічно, причому гедоністична ціль є провідною, ціль прибутку є другою за важливістю, а нормативна – останньою. Головний аргумент Ф. Джардіні та Р. Віттека полягає в тому, що плітки всюдисущі в нашому повсякденному житті головним чином тому, що вони надають нам гедоністичне задоволення, вони за своєю суттю приємні [Giardini, Wittek, 2019]. Дж. Лі та його колеги вважають, що тим не менш, люди також пліткують для досягнення **прибуткової** та **нормативної** цілей, які часом випереджують гедоністичну [Lee et al., 2022].

Виокремлена Ф. Джардіні та Р. Віттеком гедоністична ціль перекликається з терміном «**ризик-терапія**», який пропонує К. Фокс. Дослідниця вважає, що «насолота плітками також пов'язана із насолодою від ризикування, бешкетування, обговорення «приватного» життя людей – це особливо важливо для розсудливих і стриманих англійців, але всі люди мають внутрішню потребу ризикувати» [Fox, 2001].

Як вважає К. Фокс, ми плітуємо, тому що плітки допомагають нам встановлювати, розвивати та підтримувати стосунки з іншими членами нашого соціального кола; з'ясувати своє соціальний статус; оцінювати та керувати репутацією; навчитися соціальних навичок; вивчати та зміцнювати спільні цінності; вирішувати конфлікти; будувати мережі підтримки; завойовувати друзів та впливати на людей [Fox, 2001].

Три основні **функції** пліток, підтвержені численними розвідками [Lavery, 1974; De Backer CJS et al., 2019; Lee et al., 2022 та ін.], є наступними: 1) поширення

інформації, 2) захист групи та соціальний контроль і 3) встановлення соціальних зв'язків. Для поширення інформації К. Дж. С. Де Бакер з колегами, наприклад, запропонував два загальні типи пліток відповідно до інформації, яку вони надають: стратегічні та репутаційні [De Backer CJS et al., 2019]. Для першого, стратегічного підтипу, люди беруть участь у пліткарстві (діляться та отримують), щоб дізнатися необхідну для успішного існування інформацію, таку як соціальні норми (які показують, як правильно поводитися в групі), стратегії пошука партнера (тобто інформацію про парування та виховання дітей), а також стратегії виживання. Цей тип інформації базується на змісті події, про яку пліткують (тобто те, у чому був замішаний об'єкт пліток), і не залежить від об'єкта пліток. Інформаційно-керовані репутаційні плітки, навпаки, зосереджуються на особі, на яку ведуться плітки, і ґрунтуючись на епізоді, який обговорюється, містять висновки про риси, характерні для об'єкта пліток (чи є він/вона достойними довіри). Такий тип інформації буде вважатися більш цінним, якщо об'єктом пліток є хтось близький до пліткаря та/або одержувача інформації, ніж, наприклад, незнайомец. Численні інші розвідки також підтверджують важливість збору інформації, а отже пізнання, в процесі поширення пліток [Lee et al., 2022].

Друга з найважливіших функцій пліток пов'язана з інформацією про репутацію, це її використання або оновлення (на основі певної події) для впровадження соціальних норм, співпраці та, за необхідності, реагування на неналежну поведінку шляхом попередження інших та/або схвалення поведінки [там само, 2022].

Щодо третьої суттєвої функції, плітки слугують важливим інструментом встановлення соціальних зв'язків між людьми, які їх обговорюють (тобто пліткар і реципієнт) [Lee et al., 2022].

Х. ван Дітсмарк та інші науковці диференціюють плітки з огляду на три параметри. По-перше, це рівень *конфіденційності* спілкування. По-друге, це *напрямок* спілкування. Дзвінки можуть бути типу *push*, коли абонент розповідає свої секрети тому, кому телефонує, типу *pull*, коли той, кому телефонують розповідає свої секрети тому, хто телефонує, або типу *push-pull*, коли обидва агенти

повідомляють один одному свої секрети. Нарешті, дослідники розрізняють комунікативні ситуації, коли агенти розповідають своєму партнеру всі секрети, і ситуації, де агенти розповідають лише ті секрети, про які їхній партнер ще не знає, і цей кінцевий параметр вчені називають рівнем *спостереження* [Ditmarsch et al., 2020].

На думку Х. Дітмарха та його колег, аналіз пліток надає чудовий алгоритм вивчення розповсюдження інформації в певних колах. Має місце безліч варіацій, включаючи різні комунікаційні примітиви (наприклад, трансляція замість індивідуального повідомлення), а також структури комунікації (мережі), несправні канали зв'язку та імовірнісну передачу інформації, де поширення пліток використовується для моделювання поширення епідемій [Ditmarsch et al., 2020].

Огляд *гендерних досліджень* пліток, зроблений Е. Фостер, показує, що незважаючи на стереотипи, «немає емпіричних доказів того, що жінки пліткують частіше, ніж чоловіки» [Foster, 2004, 79]. Цю тезу поділяють М. Робінс та А.Каран, які встановили, що молодші жінки, порівняно з жінками старшими за віком, повідомили, що більше пліткують про суперницю, проте, ця різниця зникла, коли обговорювався партнер [Robbins, Karan, 2020, 185]. Проте, К. Фокс помітила, що жінкам краще вдається, ніж чоловікам, зробити плітки розважальними – вони роблять це більш жвавим тоном голосу, великою кількістю деталей і жвавим реагуванням на сказане співрозмовником [Fox, 2001].

Щодо інших особистісних характеристик пліткарів, таких як соціальний клас і вік, наразі даних небагато. Як зазначають М. Робінс та А.Каран, «є стереотипне уявлення про те, що вищі класи пліткують менше, ніж нижчі, але емпіричні докази відсутні [Robbins, Karan, 2020, 185].

Останнім часом вчені звертають увагу на те, як люди *реагують* на плітки, особливо в тих випадках, коли вони невинуваті. Л.З. Ву з колегами звертають увагу на те, що бути мішенню для негативних пліток пов'язано з менш активною поведінкою та підвищеним емоційним виснаженням [Wu et al., 2018]; спостерігається також намір відновити соціальні стосунки шляхом самонаправленого звинувачення [Martinescu, 2017].

Таким чином, пліткарство посідає особливе місце в жанровій структурі повсякденної комунікації, воно є інформаційно-фатичним жанром усного побутового спілкування, властивим певній групі осіб, що володіє деякою системою колективних знань і уявлень, і включає елементи засудження третьої особи.

Слід ще раз наголосити, що у пліткарства є і «*світла сторона*», воно не мають однозначної негативної маркованості [Chua, Uy, 2014; Jaworsky, Coupland, 2005; Laverty, 1974]. На нашу думку, розповсюдження пліток не завжди є результатом низької етичної культури: пліткарство як комунікативне явище слугує джерелом пізнання, засобом встановлення та підтримання соціального контакту, засобом самовираження. Пліткарство видається багатоцільовим соціальним інструментом, оцінно- та емоційно-забарвленим засобом задоволення певної інформаційної потреби. Плітки містять специфічну інформацію інтимного характеру, передача якої маркує реципієнта як члена якоїсь спільноти.

З урахуванням всього сказаного, визначаємо пліткарство як специфічний жанр, що поєднує в собі фатичну та інформаційну комунікацію, оскільки вгамування «інформаційного голоду» поєднується з приємним проведенням часу, отриманням задоволення, почуттям причетності до обмеженого соціального кола. Плітки – це зібрана і часом доповнена або спотворена інформація різного ступеня достовірності про події приватного життя. Ці події мають бути незвичайними, прихованими від суспільства, «болючими» та такими, що утворюють емоційний вплив на певних комунікантів. Плітки розважають, надають задоволення комунікантам, підтверджують спільні цінності та погляди, зміцнюють альянси.

Висновки до розділу II

Мовленнєвий жанр виступає прагмалінгвістичною категорією, релевантною для дослідження мовленнєвого і прагматичного аспектів міжособистісної взаємодії. Мовленнєвий жанр розглядається як складник дискурсу, його найважливіша категорія, що об'єднує певні комунікативні ситуації, інтенції учасників спілкування в дискурсі, тематику спілкування, і слугує для передачі комунікативного смислу. З урахуванням сучасних досягнень теорії мовленнєвої

комунікації аналіз мовленнєвого жанру потребує врахування екстралінгвальних факторів, зокрема комунікативних інтенцій, стратегій й тактик учасників спілкування.

Виокремлюють первинні (які склалися в умовах безпосереднього мовленнєвого спілкування) й вторинні (що склалися в умовах складного й високорозвиненого культурного спілкування) мовленнєві жанри. З огляду на інтенцію комуніканта протиставляють інформативні (що надають нові знання про зовнішній і внутрішній світ) й фатичні (що мають на меті встановлення, підтримання та регулювання мовленнєвих та соціальних відносин зі співрозмовником) жанри. Жанри також поділяють на стандартизовані, позбавлені інтерпретації жанри, та більш-менш вільні жанри.

Більшість наявних класифікацій мовленнєвих жанрів враховують параметр інтенції як комунікативної мети висловлювання і протиставляють фатичне та інформативне спілкування. Інформативне спілкування має на меті отримання нових знань, а фатичне – встановлення та підтримання мовленнєвих та соціальних відносин із співбесідником.

Фатичну комунікацію вважають механізмом шанобливості. Це ритуалізоване, традиційно зумовлене, нерозривно пов'язане з соціальним середовищем спілкування, воно не має інформативного навантаження, а сприяє солідарності мовців як членів певної соціальної групи. Фатичне мовленнєве спілкування представляє собою соціальну взаємодію мовця та слухача, непряму, ритуалізовану комунікацію, складову мовленнєвого етикету, що характеризується тривіальністю тем, десемантизацією лексики, численністю мовленнєвих наповнювачів, наявністю строго регламентованих кліше і формул, рихлістю структури. Основними ознаками фатичної комунікації є шаблонність та конвенціональність, надмірність та культурна обумовленість. Функціями фатичної комунікації є прояв шанобливості, встановлення та підтримка соціальних контактів між співрозмовниками.

До фатичних жанрів належать світська бесіда та пліткарство. Основна мета світської бесіди – провести час із співрозмовником, залишаючись з ним у

вербальному контакті. Сутність світської бесіди полягає у виявленні інтересу до співрозмовника та пошуку спільних інтересів з ним. Це спілкування, яке описується як поверхове, нещире. Світську бесіду визначаємо як гіпержанр, утворений мовними вкрапленнями, що виконують роль зачину та/або завершення комунікативного акту, що включають звернення, вітання, фрази знайомства, компліменти, висловлювання подяки, запрошення, прощання. Світська бесіда є приємною, етикетно й культурно детермінованою розмовою з жорсткою соціально-культурною регламентацією тематичного репертуару, що має на меті встановлення вербального контакту, його розвиток і розмикання.

Світська бесіда характеризується високим рівнем стандартизації, інформативною беззмістовністю, нещирістю, жорстким тематичним доббором, що зумовлює її тривіальність; дотриманням етичних норм соціальної взаємодії, а також елементами змагання, артистичності, концертності. Сприятливими темами світської бесіди є погода, природа, здоров'я, зовнішній вигляд учасників бесіди, світські новини, світське проведення часу, подорожі, мистецтво, їжа, поведінка оточуючих.

Дослідження світської бесіди як пустого, нещирого мовленнєвого спілкування нашою думкою є на думку про те, що світська мова наразі є дещо недооціненою і її «позитивна» сторона, така як, наприклад, усвідомлення учасниками належності до спільного соціального кола, відчуття «причетності», «елітарності», певна інтимність, потребує висвітлення.

В нашому дослідженні під терміном *плітки* розуміємо зафіксовану у дискурсі / тексті одиницю мовлення, а під *пліткарством* – мовленнєвий жанр продукування пліток, процес. Жанр пліткарства поєднує в собі фатичну та інформаційну комунікацію, оскільки вгамування «інформаційного голоду» поєднується з приємним проведенням часу, отриманням задоволення, почуттям причетності до обмеженого соціального кола. Плітки – це зібрана, доповнена або спотворена інформація різного ступеня достовірності про події приватного життя третіх осіб, а також їхня оцінка мовцем. Ці події мають бути незвичайними, прихованими від суспільства, «болючими» та такими, що утворюють емоційний вплив на певних

комунікантів.

Пліткарство, як і світська бесіда, характеризується неофіційним характером спілкування, проте, визначається довірливістю, емоційністю, інтересом до сфери особистих взаємин, оцінюванням поведінки відсутніх осіб. Пліткарство передбачає експліцитне або імпліцитне урахування включення до групи або виключення з групи інших, тобто продукування спільних цінностей. Пліткарство сприяє зміцненню соціальних зв'язків між пліткарями: критикуючи відсутню особи, пліткарі підтверджують спільні цінності та погляди, зміцнюють дружбу, будують альянси.

Основними темами пліток є фінанси обговорюваної особи, її вдача, її моральне життя, її спостережувана поведінка, її зовнішній вигляд людини та її досягнення або відсутність досягнень. Функціями пліток виступають: поширення та отримання інформації, розважання, емоційне задоволення, захист групи та соціальний контроль, встановлення соціальних зв'язків.

Пліткарство має «темну» та «світлу» сторону. З одного боку, пліткувати означає погано говорити про своїх ближніх, плітки часто визначають як обмін інформацію негативно-оцінного характеру про відсутніх третіх осіб, яка вважається ганебною і засуджується як порушення норм; пліткам притаманна «брехливість» або навіть «зловмисність»; плітки можуть бути використані для егоїстичного підвищення свого статусу, завдаючи шкоди репутації суперників. З іншого боку, плітки служать джерелом інформації, а також є розважальним «балаканням», вони мають позитивні соціальні і психологічні цілі, адже зміцнюють дружбу, утворюють інтимний, довірливий характер спілкування, викликають ентузіазм, надають гедоністичне задоволення, слугують способом налагодити стосунки з членами певної групи, вирішити конфлікти і зміцнити безпеку спільноти. Наразі деякі дослідники навіть вважають пліткарство центральною опорою, на якій ґрунтується соціальність, трансляторами культурних норм.

Результати та положення розділу висвітлено в таких публікаціях автора [8], [9], [11], [16], [18].

РОЗДІЛ III

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ СВІТСЬКОЇ БЕСІДИ ТА ПЛІТКАРСТВА В ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

3.1. Прагматичні риси гіпержанру світської бесіди та жанру пліткарства в художньому дискурсі

3.1.1. Світська бесіда

При описі мовленнєвого жанру сучасні дослідники виходять з того, що аналіз як висловлювання, так і дискурсу потребує урахування комунікативної ситуації, що дозволяє виявити прагматичні аспекти мовленнєвих одиниць та їх відповідність цілям мовця.

Мовленнєві акти, що входять до складу певного жанру, визначаються ситуативним контекстом художньої комунікації. Співвідношення мовленнєвих актів та мовленнєвих жанрів можна вважати ієрархічним, оскільки кожен мовленнєвий жанр складається з сукупності певним чином організованих мовленнєвих актів [Дементьев, 1997; Wierzbicka, 1992].

Вивчення мовленнєво-актової композиції жанру ґрунтується на аналізі ситуативного контексту та функцій мовленнєвого висловлювання.

Визначення повного переліку ситуацій, у яких застосування жанру світської розмови є виправданим й необхідним, видається практично неможливим. Це пов'язано з універсальною природою даного типу розмови. Пропонуємо виділити лише деякі з них, найбільш типові ситуацій. Насамперед, слід назвати традиційну етикетну ситуацію знайомства та представлення незнайомих осіб, коли одразу після представлення, учасники розмови традиційно виражають позитивну оцінку факту знайомства:

Standing waiting for her were two smartly dressed people she didn't recognise and one she most definitely did.

'Morning, sis,' he said, surprised by and a little awkward from the length of the hug she was giving him.

When the hug was over, he introduced the other two people he was standing with.

'This is Priya from Gulliver Research, the people organising the conference obviously, and this is Rory, obviously, from Celebrity Speakers'.

'Hi Priya!' said Nora. 'Hi Rory. So nice to meet you.'

'Yes, it is,' said Priya, smiling. 'We're so pleased to have you.' [Haig, 2023, 75].

Характерною ознакою ситуації вступу в мовленнєвий контакт і створення тональності взаємної поваги є багатокроковість. Найбільш частотними є наступні ланцюжки мовленнєвих кроків: вітання, висловлення позитивної оцінки факту знайомства, поінформування про стан справ, здоров'я, роботу. Майже завжди мовці вдаються до компліментів один одному, або дитині співрозмовника, як можна спостерігати у наступному прикладі:

Lisa: Hi.

Sofia: Hi. I was so glad you called. Come in.

Lisa: Thanks.

Sofia: I, um, thought we could catch up on the patio. I made lemonade. Would you like some? I have tea. I have one of those Jarritos. You used to love those.

Lisa: Oh. Um, I think water is fine. Thanks.

Sofia: How are you, Lisa?

Lisa: Good.

Sofia: Still working at the museum?

Lisa: Yeah. Yeah, it's been busy, but it's been really good.

Sofia: Good.

Lisa: How are you?

Sofia: Busy. Busy with Morgan. This is Morgan.

Lisa: Oh, let me see. Oh, she's so cute!

Sofia: She's like Cassie in a lot of ways.

Lisa: Yeah, look, she's got that same mischievous grin [AP, 01:11:46 - 01:12:48].

Якщо до світської комунікації долучається незнайома для одного з мовців особа, послідовність складових ланцюга доповнюється представленням особи та вираженням її позитивної оцінки. Ця позитивна характеристика партнера з комунікації експлікується з а допомогою оцінної лексики, наприклад:

At that moment, the crowds part and Perpetua arrives, still stuffing her face with canapes...

Perpetua: Anyone going to introduce me?

Bridget finally has an opportunity to put Jude's book, 'Making Parties Work for You', into practice.

Bridget: (As in book) Perpetua, this is Mark Darcy. Mark this is Perpetua...

DISSOLVE TO WHAT BRIDGET WANTS TO SAY:

Bridget (CONT'D): ...Mark is a prematurely middle-aged prick with a cruel-raced ex-wife. Perpetua is the old fart arse bag who spends her time bossing me around.

DISSOLVE TO WHAT BRIDGET REALLY SAYS:

Bridget (CONT'D): Mark is a top barrister... who comes from Grafton Underwood. (To Mark) Perpetua is one of my work colleagues, and... she's just been gazumped.

Perpetua: (Obsequiously) Oh, Mark. I know you by reputation, of course.

Bridget looks at him in a new light. She thought he was a nerd. She didn't know he was famous.

At this point, Natasha Glenville arrives. She is sleek and beautiful and not kind. Mark's very intelligent fellow lawyer.

Mark: (Playing the game, straight-faced) Ah, Natasha – you know Perpetua – this is Bridget Jones – Bridget, this is Natasha. Natasha is a top attorney and specialises in family law. Bridget works in publishing and keeps her mobile phone in the dustbin [BJD, 19:00-20:30].

Наданий приклад цікавий тим, що зображене внутрішнє мовлення демонструє неспівпадіння реальної оцінки Бріджит комунікантів (що є негативною) та висловленої (позитивної) оцінки на їхню адресу, що підкреслює дотримання мовцем етикетних вимог ввічливості. Щодо Марка, він представляє Наташу як того вимагає етикет, а представляючи Бріджит, вдається до іронії, тому що небайдужий до неї.

До ситуацій можливого вступу у світську бесіду належить також ситуація очікування. У зв'язку з цим необхідно визначити *місця очікування*, під час

перебування в яких людина налаштована на пусте, бездіяльне проведення часу: автобусна зупинка, станція, аеропорт, приймальня лікаря, черга в магазині. В наступному прикладі світська бесіда відбувається у поїзді, який запізнюється через непогоду. Як свідчить авторський опис думок персонажа, незначуща бесіда з незнайомою літньою жінкою, має відволікти його від власних проблем:

Glancing at the older woman in the seat next to him, he decided some conversation might help distract him.

“Are you catching a flight in Boston?”

*“Oh, no,” she said, tugging on the red yarn. “My daughter and her family live in Boston. I’m joining them for Christmas. **Where are you headed?**”*

“Rawhide, Texas,” Len said, letting his pride in his state show through his words.

“Texas,” she repeated, not missing a stitch. “Ron and I visited Texas once. Ron wanted to see the Alamo. He’s my husband...was my husband. He died this October.”

“I’m sorry.”

*“So am I,” she murmured with such utter sadness that Len had to look away. She recovered quickly and continued. **“It’s mind-boggling that people can fly across this country in only a few hours, isn’t it?”***

It was a fact that impressed Len, too, but he was more grateful than astonished. He felt even more appreciative when the whistle pierced the chatter going on about him. Almost immediately the train started to move, then quickly gained speed. Everyone aboard seemed to give a collective sigh of relief.

Len and the widow chatted amicably for several minutes and eventually exchanged names. Cathy asked him a couple of questions, about Texas and the navy, and he asked her a few. After a while, their conversation died down and they returned to their own thoughts [Macomber, 2018, 28-31].

Початок бесіди був не дуже вдалим, оскільки жінка згадала про недавню смерть свого чоловіка і Лену довелося співчувати, але потім Кеті змінила тему за допомогою сентенції (*It’s mind-boggling that people can fly across this country in only a few hours, isn’t it?*) і світська бесіда повернулася у звичайне русло, жінка виявила

інтерес до справ Лена; отже, як бачимо з авторського коментаря, сусіди по купе приємно провели час поїздки.

Розглянемо приклад світської бесіди в тамбурі поїзду. Знайомство між співрозмовниками відбувається вже після обміну декількома репліками:

“Your first kid?” Matt asked, bored and miserable. A few minutes of conversation might help pass the time. The answer was fairly obvious. He was no expert when it came to infants, but it was clear to him that this couple was far too high-strung about parenthood. To his way of thinking, once these two relaxed, their baby would, too.

The man nodded, then sat down abruptly. “I had no idea it would be like this.”

“Nothing’s the same after you have kids,” Matt said. The train, now that it’d shut down, wasn’t heated, and the piercing cold had quickly permeated the interior.

“Do you have kids?”

“Two,” Matt said, and despite his mood, he grinned. “Matt McHugh.” He held out his hand.

“Nick Berry.”

“This isn’t exactly how I expected to spend Christmas Eve.”

“Me, neither,” Nick said. He lifted his shoulders and rubbed his bare hands. “If it was up to me, we’d never have left Bangor, but Kelly’s parents haven’t seen the baby yet.”

Matt grunted in understanding.

“I’d better get back inside,” Nick said. “Kelly’s waiting.”

“I might as well go in with you.” It was obvious that he wouldn’t be able to stay on the train much longer [Macomber, 2018, 48-49].

Як свідчить опис думок Мета, він перебуває в поганому настрою і сподівається, що невимушена бесіда з незнайомою людиною допоможе йому скоротати час. Спостерігаючи за Ніком та його сім’єю в поїзді, Мет обирає тему дітей для короткої розмови на актуальну для обох тему, адже у Ніка одна дитина, а у Мета вже двоє.

Роль комунікативного стимулятора виконують різні соціальні, корпоративні заходи. Під час відвідування світських прийомів прийнято спілкуватися з великою

кількістю, як правило, незнайомих людей. Це явище отримало назву «mingling» – змішане спілкування. Таке світське спілкування рясніє шаблонними фразами типу «*So, how do you know Sylvia?*», «*Pretty nice place, isn't it?*», «*Have you tried the muffins?*», «*Are you enjoying yourself?*», які підштовхують учасників заходу до малозначущого спілкування.

Приводом для обміну кількома фразами, які можуть перерости в цікаве обговорення тієї чи іншої теми, може бути випадкова зустріч знайомих на вулиці, в театрі, музеї, кіно та інших громадських місцях. До цього переліку слід додати й спортивні заходи (скачки, полювання, гра в гольф, крикет і т.д.).

Ситуація ділового спілкування також не обходиться без елементів світської бесіди. Нині чимало зарубіжних дослідників визнають важливість включення норм, постулатів й тем, характерних для світської розмови, у процес ділової комунікації [Fine, 2005; Roane, 2005; Roberts, 2004]. Діловий партнер, який розпочинає тему обговорення без попередньої світської розмови-прелюдії (*common conversation*), може бути неадекватно розцінений співрозмовником. Фраза: «Давайте залишимо порожні розмови і приступимо до справи» не сприяє встановленню контакту. Імідж людини, яка дорожчає кожною хвилиною свого часу (*make-every-second-count individual*) в сучасних умовах спілкування не завжди викликає позитивне ставлення [Lampton, 2005]. Регламентованість ділової взаємодії передбачає обов'язкове дотримання мовного етикету. Типові готові «формули» використовуються в етикетних ситуаціях вітання, прохання, подяки і обираються з урахуванням соціальних, вікових, психологічних характеристик. Спілкування як взаємодія передбачає, що люди встановлюють контакти один з одним, обмінюються певною інформацією для того, щоб будувати спільну діяльність, співпрацю.

У процесі аналізу жанру світської бесіди релевантним чинником виступає адекватність вибору *часу* вступу у розмову. Вважають, що світська бесіда доречна при першій зустрічі знайомих протягом дня. І тут допускається обмін кількома репліками на вибрану тему. При наступних зустрічах цілком достатнім визнається кивок чи посмішка. При вступі до випадкової, безтурботної (*casual*) розмови необхідно враховувати зовнішні умови протікання акту комунікації: він можливий

за відсутності надмірного шуму навколо. Як правило, світській розмові передують невербальний візуальний контакт потенційних комунікантів. Ініціація світської розмови, якщо адресант, наприклад, зайнятий читанням книги або написанням листа, вважається недоречною.

Ситуативно прийнятною є бесіда під час перерви на зустрічі або презентації. Однак, розглядаючи питання про своєчасність початку *small-talk*, необхідно згадати загальноприйнятий принцип невтручання у розмову співрозмовників, які вже беруть участь у процесі комунікації, з метою «обговорення погоди». Цей мовленнєвий акт може бути сприйнятий як порушення основних етикетних правил, оскільки може порушити загальний перебіг розмови. Неприпустимим є також втручання у розмову незнайомих людей – це сприймається як порушення особистої автономії.

Дослідники мовленнєвого етикету аналізують часові рамки перебігу світської бесіди. Оптимальний час світської бесіди на рауті, на думку дослідників, складає 5-20 хвилин [Fine, 2005; Roane, 2005; Roberts, 2004]. На думку М. Л'юїс, яка описує правила ведення світської бесіди в умовах «соціального спілкування» (*mingling*), доцільним часом, що відводиться на одного партнера з комунікації, вважається 8-10 хвилин [Lewis, 1995].

Для фатичної, світської комунікації випадкових знайомих характерним є досить швидкий обмін мовленням, стислість реплік, відсутність їх компонентної заданості, оскільки обмін відбувається без попереднього обмірковування і в побудові реплік немає жодної навмисної пов'язаності.

На нашу думку, повний сценарій світської бесіди включає вітання; поздоровлення, компліменти, або виявлення інтересу до справ співрозмовника; пошук спільних тем (у разі поверхневого знайомства) або презентацію власної особистості шляхом повідомлення цікавої новини, історії, шутки, плітки і т.і. (у разі дружніх стосунків); висловлення задоволення від спілкування або подяка за запрошення; обговорення можливостей наступної зустрічі; прощання. Проте, у художньому дискурсі світська бесіда часто постає у вигляді невеликих фрагментів,

вкраплень, оскільки авторів художніх творів, як правило, цікавить більш змістовне спілкування персонажів та динамічний розвиток сюжету.

Розмірковуючи про позиційний аспект світської бесіди, необхідно підкреслити універсальність розташування конверсаційних елементів жанру *small-talk*. Принцип універсальності жанру відбивається не тільки у широті тематичної організації, а й у варіативості його місцеположення.

З одного боку, світська бесіда може виступати як самостійний, автономний мовленнєвий жанр. В даному випадку вона має всі ознаки жанру, серед яких можуть бути також названі ізольованість і самодостатність. Наведемо приклад автономної світської бесіди, що має місце серед малознайомих персонажів художнього дискурсу (хазяйка помешкання та потенційний квартиронаймач):

‘So this is the cottage,’ he said, looking round the bare little room. It seemed very dark with its small windows.

‘The room needs more furniture,’ she said. ‘I’ve only brought a few things of my own.’

He wondered which they could possibly be.

‘This lamp,’ she said nervously.

He glanced at the converted wine bottle as if it were beneath comment. ‘You could easily get a few pieces – there are lots of sales round here,’ he suggested.

‘I might get landed with a case of stuffed birds.’

‘And very nice too,’ he retorted, slightly on the defensive. ‘Victoriana are still quite desirable.’

There was a silence after this rather prim statement. Perhaps feeling that he did not find her as desirable even as a case of stuffed birds, Phoebe began desperately to offer him coffee or a drink but he refused both. ‘Would you like to see the garden?’ she asked at last.

They strolled out into the overgrown garden. James remarked on the vine which sprawled over the back of the cottage.

‘Yes, that’s why it’s called Vine Cottage, I imagine. Is it all right, do you think, with those woolly grey buds?’

'Of course – don't you know the poem about the red turning gray?'

'No,' she said brusquely, obviously feeling that she ought to have known.

'It's Browning, but perhaps he isn't thought much of now.' James was about to quote the lines when he remembered that it was one of Leonora's favourite poems – that was how he had come to know it – and some kind of natural delicacy held him back.

'Are you any good at gardening?' she asked. 'No,' he said quickly, seeing himself having to mow the lawn, 'but my mother was a great gardener.' [Pym, 2002, 29].

Ознаками світської бесіди в наведеному фрагменті є сентенції, до яких вдаються мовці, щоб уникнути незручного мовчання, та інтерес до звичок та смаків співбесідника, передбачуваний етикетними правилами. Наведемо фрагмент тривалої світської бесіди на прийомі, який демонструє зусилля учасників бесіди подолати незручне мовчання (про що свідчить авторський коментар):

I went over to the table where the drinks were and came back with a glass of orange squash.

There was a rather awkward silence, the vicar just standing, his wife sipping her drink.

'I hope to be coming to your church tomorrow,' I said brightly. 'How do you like being in the country?'

'Well, it's very different,' said the vicar. 'We were in London before.'

'Yes, near Shepherd's Bush,' added his wife eagerly.

'What a contrast!' I exclaimed. 'Though of course there is the green there – I mean Shepherd's Bush Green itself.'

They both laughed rather nervously.

'We are just about to have a new assistant priest at the church I go to,' I said, babbling on rather since they did not venture any further remarks, 'with a rather promising name – Marius Lovejoy Ran some. I looked him up in Crockford.'

'Oh yes? I think I have met him – third in theology at Oxford; Ely Theological College; Curate at St Mark's, Wapping; then St Gabriel's, North Kensington,' recited the vicar in rather Crockfordian style.

I wondered if he himself had got a better class in theology. 'What is he like?' I asked.

'An excellent fellow,' said the vicar dutifully, and looking at his gentle face I realized that he would probably have said the same about anybody.

'Which church do you go to?' he asked.

I had almost expected him to say worship at, and was relieved that he did not. I told him where I went.

'Ah, St Luke's. You would get full Catholic privileges there' he said rather wistfully.

We talked for a little, though in a guarded manner, about Father Thames, and had just reached another conversational pause when I heard the front doorbell ring [Pym, 2009, 39].

Учасники наведеної бесіди виявляють інтерес один до одного та до світських новин, які торкаються усієї спільноти.

З іншого боку, світська бесіда часом виникає у вигляді невеликих «вкраплень» фатичного характеру: елементи жанру *small-talk* можуть бути органічно вплетені в загальну структуру будь-якої розмови як окремі вступні або завершальні елементи, з обмеженим обсягом вираження, наприклад:

*'My name's Renee by the way, in case we ever bump into each other again, although I doubt we inhabit the same endroits, as they say.' She took the proffered hand – hard and warm as if the girl were running a temperature – and said, **'Pleased to meet you, I'm Ursula.'***

The girl – Renee – gave herself one last look of approval in the mirror and said, 'Au revoir then,' and was off [Atkinson, 2013, 150].

«Вступні» елементи в даних випадках часто межують з мовленнєво-етикетними формулами, і фактично є їх пролонгованими ситуативно зумовленими аналогами.

Щодо тематики світської бесіди, як вже було зазначено у попередньому розділі, вона лімітована певними етикетними правилами. Крім конвенційних тематичних обмежень – релігії, політики, сексу – можна виділити ситуативно-

обумовлені теми, небажані для обговорення: це теми, які з тих чи інших причин неприємні співрозмовнику або не цікаві йому.

Універсальною темою бесіди є обговорення погоди як найнейтральнішого та найбезпечнішого предмета обговорення. Розмови про погоду є важливим засобом підтримки світської бесіди, уникнення незручного мовчання.

До обговорення погоди як до найбільш доречної теми вдаються у разі поверхневого знайомства з співбесідником, розбіжності інтересів співбесідників та відсутності у них загальних фонових культурних знань. Подібні випадки, як правило, трапляються за великої різниці в соціальному статусі або віці учасників комунікації. Основним принципом в основі бесіди про погоду є принцип згоди з співрозмовником, що можна спостерігати в наступному, дещо іронічному прикладі:

‘And this afternoon we’re having our hair done,’ I reminded her, for we were going together to my hairdresser who was to create elegant new hairstyles for us.

‘Oh this weather,’ Rowena sighed, pulling off her pale yellow gloves. ‘It makes one so unsettled. One ought to be in Venice with a lover!’

‘Of course,’ I agreed. ‘Whom would you choose?’ [Pym, 2009, 129].

Однією з найпоширеніших тем можна назвати обговорення актуальних чи прогнозування майбутніх соціальних подій: *Have you heard the latest news today? Do you think the boss will open the proceedings?.* Проілюструємо прикладом з художнього англомовного дискурсу. Місіс Кендрік починає розмову зі згадування майбутньої соціальної події, а саме, День Селфі в одному з музеїв міста.

Then she turns to me.

‘Sylvie,’ she says. ‘Have you heard of “Museum Selfie Day”?’ She utters the words with care, as though they’re a foreign language.

‘Yes,’ I say warily. ‘I have. Why?’

‘Oh, just that Robert mentioned it. He thinks we should participate.’

‘Well.’ I shrug. ‘We could. But I’m not sure the patrons would really go for it, do you? I think it’s for a certain demographic. I think, to be honest, taking selfies might put some of our patrons off’ [Kinsella, 2018, 71].

Темою для світської бесіди може бути практично будь-який спільний для комунікативних партнерів фактор. У переповненому автобусі обговорюють причини скупчення великої кількості людей, на званому обіді темою світської мовленнєвої взаємодії може бути новий дизайн помешкання, новий предмет інтер'єру, подана страва чи напої, або як в наступному епізоді, темою світської бесіди є новий дизайн невеличкого сімейного ресторану:

Dana Sue: What are you two doing here together?

Helen: We came to inspect the new curtains.

Cal: Yeah, and the fancy new, uh, entrance, both great additions.

Dana Sue: Well, I wanted to spruce the place up before I have an appraiser come in, and Skeeter gave me a great deal [SM, S2 S2 00:23:28 - 00:24:47].

Жанр світської бесіди передбачає виявлення інтересу до співрозмовника, тому темою бесіди часто виступає сам співрозмовник: його робота, сім'я, подорожі і т.д. Це підкреслюється у всіх сучасних дослідженнях, присвячених вивченню жанру світської бесіди. Психолінгвісти пояснюють цей факт тим, що люди люблять говорити про себе [Fine, 2005; Roane, 2005; Roberts, 2004] Теми, що показують зацікавленість співрозмовника в партнері з комунікації, сприяють розвитку бесіди.

Наприклад, в ході світського спілкування Леонора цікавиться справами Джеймса, її чоловік Хамфрі позитивно оцінює сам факт знайомства з Джеймсом; обмін люб'язностями завершується запрошенням завітати до книжкового магазину, яким володіє дядько Джеймса:

'And you . . . ' Leonora turned her gaze upon James. 'You assist your uncle in his business?'

'I'm trying to learn it,' said James.

'Yes, I thought a book sale might be useful experience for him,' said Humphrey. 'One sometimes comes across books at country house sales. What a fortunate accident it was, our coming here today!'

'You must come and see the shop,' James suggested. 'It's quite near Sloane Square.'

'Indeed, yes, if you happen to find yourself near Sloane Square,' Humphrey joined in, 'and really one quite often does, don't you think?' 'Certainly,' Leonora said, smiling. 'One does try to arrange one's days so that one visits as many agreeable places as possible and avoids those one dislikes' [Pym, 2002, 6].

Початком світської бесіди часто слугує такий вияв інтересу до співрозмовника, як комплімент щодо його одягу, зачіски, як в наступних епізодах:

1) *'Lovely outfit, Sylvie,' says Sue as I slip on my powder-blue jacket. 'Really super. And your hair ...' She shakes her head admiringly. 'Your dad would be proud, love. I know he always loved your hair. Your "glory".'*

The thing about Sue is, when she's talking to anyone but her spouse, she's charming. Neville, too.

'Thanks, Sue,' I say gratefully. 'You look gorgeous, too.' I stroke her creamy silk shirtsleeve. 'This is pretty' [Kinsella, 2018, 167].

2) *'Hi Lon!' I salute him. 'How are you? Nice boots! Sorry about all the security and stuff.'*

'No, that's fine!' says Lon breathlessly. 'Your bodyguard is so cool.'

I nod. 'He's really sweet' [Kinsella, 2015, 325].

Темою світської бесіди знайомих осіб можуть бути родинні стосунки, розповіді про предків, обговорення сімейних новин. У запропонованому прикладі Леонард та Шелдон згадують своє дитинство та стосунки з матерями:

Sheldon: What a remarkable woman.

Leonard: Yeah, I-I thought you guys might hit it off.

Sheldon: I envy you your childhood.

Leonard: I hate to tell you, but the only warm memories I have of my childhood are of my Uncle Floyd.

Sheldon: You're clearly misremembering. Your mother is brilliant, analytical, insightful. And I'm betting she never hit you with a Bible because you wouldn't eat your Brussels sprouts.

Leonard: Sheldon, you don't give your mother enough credit. She's warm, she's loving, she doesn't glue electrodes to your head to measure your brain waves while potty training.

Sheldon: You were lucky. When I was a kid, if I wanted an EEG, I had to attach my own electrodes [BBTh, S2 E15 00:07:23 - 00:08:04].

Правила етикету передбачають, що з незнайомцем не рекомендується обговорювати питання особистого плану: проблеми шлюбу, сім'ї, здоров'я. Подібні теми оцінюються як приватні, їх обговорення є нетактовним. Такі питання є знаком поваги знайомих або дружніх людей та належності до вузького, особливого кола:

“How’s your daughter, Joe?”

“Oh, she seems to get better and then she fades off. It’s killing me.”

“Too bad. I’m sorry.”

“If there was anything to do—”

“I know—poor kid. Here’s a bag. Just drop the flounders in it. Give her my love, Joe.”

He looked me long in the eyes as though he hoped to draw something out of me, some medicine. “I’ll do that, Eth,” he said. “I’ll tell her” [Steinbeck, 2001, 77].

У процесі спілкування людей, які перебувають у ближчих відносинах, важлива роль відводиться розмовам про роботу. Розпитують взагалі про справи та новини на роботі, про проект, над яким працює співрозмовник, про проблеми, які відомі співрозмовнику. Подібне обговорення є маркером ввічливої зацікавленості у житті співрозмовника.

‘Wilmet, how very nice to see you, and looking as beautiful and elegant as ever. You really must bring old Rodney with you next time.’

‘Yes, he’d love to come, but work wouldn’t allow it this weekend.’

‘A shocking life—I don’t know how these civil servants stand it!’

‘How are things in Mincing Lane?’ I asked, unable to keep a hint of mockery out of my tone.

‘Not too bad, thanks. In fact, business is pretty good. But I won’t bore you with details.’ [Pym, 2009, 33].

Наступна світська бесіда на прийомі теж віддзеркалює вияв ввічливого інтересу до справ співбесідниці та її чоловіка:

'Now,' said Rowena comfortably, 'what have you been doing? Tell me all.'

'Well, not much really,' I admitted [Рум, 2009, 31].

Благотворним підґрунтям для подальшого розвитку світської бесіди є обговорення планів співрозмовника, питання про його недавнє минуле, про новини, що стосуються його професійної діяльності. Для підтримки світського спілкування або за бажання змінити тему, можливі питання про подорожі, здійснені співрозмовником. Отже, виражається зацікавленість учасників комунікації один у одному, для чого використовуються такі кліше: *"Going anywhere this weekend?"*, *"Where are you off to next?"*, *"Hope you get a chance to see some sights"* і т.і., наприклад:

'Are you really going to do Modern Languages? Your father says Latin might be more useful.'

'How can it be useful? Nobody speaks it,' Ursula said reasonably. This was an argument that had been rumbling genteelly all summer. She stretched her arms above her head. 'I shall go and live in Paris for a year and speak nothing but French. That will be very useful there.' [Atkinson, 2013, 113].

Незважаючи на традиційне визнання політичної теми забороненою, судячи з художнього світського мовлення, припустимим є обговорення деяких нейтральних питань, виключаючи особливо гострі питання. Тим не менш, наступний епізод свідчить про небажання мовця розмовляти про політику – Урсула взагалі покидає зібрання:

'We're going up to London to help out with the strike,' Maurice said. Hugh expressed surprise. He hadn't realized, he said, that Maurice's politics put him on the side of the workers and Maurice in turn expressed surprise that his father could even think this was the case. They were going to drive buses and trains, and whatever else it took 'to keep the country running'.

'I didn't know you knew how to drive a train, Maurice,' Teddy said, suddenly finding his brother interesting.

'Well, a stoker, then,' Maurice said irritably, 'it can't be that difficult.'

'They're not called stokers, they're called firemen,' Pamela said, 'and it's a very skilled job. Ask your friend Smithy.' A remark which for some reason got Maurice even hotter under the collar.

'You're trying to shore up a civilization that's in its death throes,' Hugh said, as casually as if he were remarking on the weather. 'There's really no point.'

Ursula left the room at this juncture, if there was one thing she found more tedious than thinking about politics it was talking about politics [Atkinson, 2013, 59].

Таким чином, контекстуально-інтерпретаційний аналіз світського персонажного мовлення у художньому дискурсі показує, що теми світської бесіди є досить лімітованими та тривіальними, зумовленими ступенем близькості комунікантів (малознайомі учасники світської бесіди обирають погоду, добре знайомі учасники – робочі та сімейні новини). Існують негласні тематичні обмеження (гострі політичні питання, питання релігії, сексу), небажаними вважаються теми, що можуть бути неприємними для співрозмовника або нецікавими йому.

До основних тем світської бесіди відносимо:

1) теми загального характеру: погода, «випадкові» теми, пов'язані з обставинами зустрічі;

2) теми соціального характеру: поточні чи майбутні події, спорт, політичні питання, обговорення спільних знайомих, плітки;

3) теми особистого характеру: компліменти, сім'я, робота, навчання, плани на майбутнє, здійснені подорожі тощо.

Обговорення спільних знайомих є універсальним засобом підтримки світської бесіди, але головне правило співрозмовників можна сформулювати наступним чином: «Про відсутні або відгукуватися добре, або не говорити взагалі», як це можна спостерігати на церковному урочистому зібранні, коли мова йде про Отця Темза, якому довелося переїхати на нове місце:

Mary came running up to me through the crowds, full of her usual eagerness and enthusiasm. 'Wilmet, how lovely to see you! I'm so glad you were able to come. And so many of our friends from St Luke's, too. Two coachloads. We never imagined ...'

'How pleased Father Thames looks,' I said, 'in spite of everything. He must see that it was all for the best.'

'Yes, I think he has come round to the idea of Marius being married. He sent us a very pretty piece of china as a wedding present – Dresden or something, you know, like those bits he has in his study.' [Pym, 2009, 217].

Вираження негативних, критичних зауважень на адресу відсутніх вважають дурним тоном і певною необережністю, оскільки не можна бути впевненим у тому, що співрозмовник не полягає у добрих, дружніх стосунках із згаданою персоною. Проте, якщо у світську бесіду занурені добре знайомі комуніканти, вони часто вдаються до пліток, що надає світській бесіді емоційності, інтимності та «пікантності». В такому разі, незважаючи на одну з основних вимог постулатів ввічливості говорити про відсутніх тільки позитивно, учасники світської бесіди вдаються до обговорення спільних знайомих і світська бесіда переростає в *плітки*:

'I saw Piers at St Luke's, as I told you when I wrote. That was rather surprising.'

'Yes, poor Piers. I suppose nothing is really surprising about him now. Let's hope that this time ...' Rowena raised her hand and let it fall in a helpless gesture.

'He seems to have two quite steady jobs,' I said, 'proofreading for a very good press and then the evening classes in French and Portuguese.'

'Well yes, the proof-reading may be all right if he doesn't get bored with it; but he's really not much good as a teacher, though he speaks the languages very well. He's the kind of person who ought to have a steady unearned income.' [Pym, 2009, 31].

Обговорення соціальних новин та пліток про знайомих повністю відповідають вимогам ведення *small-talk*, оскільки є малообов'язковими, нейтральними стосовно самих співрозмовників, не торкаються можливих спірних питань і є актуальними та надають комунікантам гедоністичне задоволення та відчуття належності до одного соціального кола.

Спостереження над світським персонажним мовленням у художньому дискурсі показує, що теми світської бесіди є досить лімітованими та тривіальними, зумовленими ступенем близькості комунікантів (малознайомі учасники світської бесіди обирають погоду, добре знайомі учасники – робочі та сімейні новини). Існують негласні тематичні обмеження (гострі політичні питання, питання релігії, сексу), небажаними вважаються теми, що можуть бути неприємними для співрозмовника або нецікавими йому.

Отже, світська бесіда постає як гіпержанр художнього дискурсу, ввічлива комунікація на регламентовані етикетом теми, що слугує для зміцнення соціальних зв'язків та набуває варіативних прагматичних рис в залежності від ступеня знайомства учасників комунікації та обставин спілкування. Якщо головним прагматичним наміром малознайомих комунікантів, вимушених проводити час разом, є уникнути незручного мовчання, то світська бесіда добре знайомих людей на світських закладах надає їм можливість відчувати себе членом вузького, елітарного соціального кола, презентувати себе як досвічену, обізнану, легку у спілкуванні особу, продемонструвати артистизм та навички розважання.

3.1.2. Пліткарство

Прагматичні риси пліткарства як окремого жанра описані в розділі 2.4.2. Розглянемо реалізацію фатичного жанру пліток, який слугує модифікатором дійсності й інструментом впливу на людей, в художньому літературному дискурсі і в кінодискурсі. Як вже було сказано, жанр пліток належить до неформальної усномовленнєвої комунікації та вирізняється неоднорідністю, оскільки охоплює складний комплекс різних комунікативних інтенцій, ситуацій, тем. Основою пліткарства, з одного боку, є бажання розважитися, презентувати себе як особу яка володіє «ексклюзивною» інформацією, зміцнити дружні стосунки зі співрозмовником, а з другого, негативного боку, плітки є ознакою допитливості, безцеремонності, бажання пустувати, нехтуванням постулатами ввічливості.

Контекстуально-інтерпретаційний аналіз жанру пліток у художньому дискурсі дозволив дійти висновків про типову тематично-змістовну сторону даного

жанру, про комунікативну ситуацію пліткарства з точки зору набору учасників, роль учасників у процесі обговорення третьої особи, оцінку діяльності третьої особи та її мовної реалізації.

Плітки виникають у діалозі чи полілозі, учасники пліткарства знайомі один з одним та об'єктом пліток. У центрі феномену пліткарства опиняється людина, відсутня під час розмови, і подробиці її особистого життя. Учасники пліток формують наступні ланцюги: відправник – одержувач – відправник – одержувач. В ланцюжку осіб, задіяних в інформаційному контакті, вони постійно змінюють свій статус. Щодо кількісної характеристики аудиторії, плітки поширюються у малих групах, найчастіше в ході дружньої балачки або світської бесіди.

В плані предмету повідомлення, тематичний аналіз вибірки показує, що плітки спрямовані на людину, відсутню в момент комунікації, на її риси, здібності, спосіб життя, звички, фінанси, зовнішній вигляд, досягнення або відсутність досягнень. Як свідчать численні розвідки щодо оцінки змісту інформації, вона може бути негативною або позитивною.

Розглянемо пліткарство про різні аспекти життя третіх осіб в художній зображеній діалогічній комунікації: в художньому літературному дискурсі та кінодискурсі. Наприклад, Джеймс пліткує з Анною про зовнішній вигляд дівчини, що стоїть біля нього.

James: God, that's an enormous arse.

Anna: I'm not listening.

James: No, but seriously -- it's not fair -- so many tragic young teenagers with anorexia -- and that girl has an arse she could perfectly well share round with at least ten other women -- and still be begbottomed [NH, 1:37:20-1:38:32].

Як бачимо, реципієнт пліток відмовляється доєднуватися до пліткарства.

В наступному прикладі темами пліток слугують поведінка акторки та її зовнішній вигляд:

William: What do you think? Good move?

Honey: Good move: when all is sad and done, she's nothing special. I saw her taking her pants off and I definitely glimpsed some cellulite down there.

Bella: Good decision. All actresses are mad as snakes.

William: Tony -- what do you think?

Tony: Never met her, never want to.

William: Brilliant. Max?

Max: Absolutely. Never trust a vegetarian [NH, 1:47:11-1:49:22].

Негативне ставлення суспільства до пліток зумовило вживання пліткарями певних захисних стратегій перед тим, як поширювати плітки. Мовець спочатку каже про своє небажання втручатися в справи інших людей та про відсутність привычки пліткувати. Таким чином виникають фрази і конструкції типу *I am not the person who spreads gossip or listens to gossip; It is none of my business, but...* Наприклад, сім'я Кілігрюз підготувала для власних гостей «смачну» плітку, але перед тим, як її «подати», місіс Кілігрю заявляє, що пліткувати не в їхніх правилах:

*But the Killigrews had not forgotten. They were keeping their guests in suspense a little longer, so that the **titbit** they had for them might be all the more appreciated when it came. 'Now, we are not gossips,' said Mrs. Killigrew. 'We do not tell stories about people for our own amusement.' There was an almost perceptible pricking up of ears and drawing forward of chairs. 'But there are some things which ought not to be kept secret,' she went on, 'and this afternoon we are going to tell you something which we think too important to be withheld.'* [Pym, 2013, 103].

Інформаційна складова пліток часто містить хибну або неточну інформацію, що можна прослідкувати в такому епізоді:

Daniel: Are you talking about Erin?

Gillian: Erin. What kind of name is that? It's like the leftovers of a Scrabble hand.

Daniel: Mm-hmm. That's a character flaw now? Her name? You met her once, you barely even spoke to her. You never even gave her a chance.

Gillian: I saw her social media. A lot of Margarita nights. She's a drinker.

Daniel: I'm a drinker.

Gillian: You're a thinker. You use alcohol as a coping mechanism.

Daniel: That's the definition of alcoholism.

Gillian: You're an intellectual, she's a hairdresser.

Daniel: Hairstylist. And so what?

Gillian: So, let her style your hair, but don't procreate with her.

Daniel: That is so classist and offensive. And it's over. So, why don't you just move on, okay? [Otherhood, 00:21:42- 00:23:48].

У вищенаведеному прикладі мати Деніела навмисно додає хибну інформацію тому, що кохана дівчина її сина їй не до вподоби.

Плітки, що містять сумнівні факти, іноді починаються фразою *I heard*, яка дозволяє мовцю знизити власну відповідальність за правдивість інформації:

“Have you met the new employee yet, Zahra?” my visiting landlady asks eagerly as I refill her cup. When I shake my head, she clucks her tongue. “I heard the poor thing is all alone here.”

“I heard he’s an orphan,” adds her friend, sipping her own tea.

A bearded man in a fanjabi with a matching white tufi on his head chimes in from another table with, “Well, I heard the imam-”

I’m so distracted trying to parse their gossip while bringing desserts and tea to and from the hungry mosque-goers that when I carry a wobbling stack of plates to the kitchen door, I fail to notice someone opening it from within [Taslim, 2022, 40].

Щодо ситуації спілкування, як було зазначено у другому розділі, плітки передбачають належність до одного соціального кола, певну інтимність, вони розповсюджуються в приватній обстановці (*face to face; below one’s voice; between ourselves (you and me)*). В наступному епізоді інтимність увиразнюється описом обставин спілкування, які сприяють пліткарству (затишне брязкотіння посуду, а також той факт, що співрозмовниць ніхто не зможе почути) та невербальними засобами (торкання співрозмовниці, пониження голосу):

In the hall the loud music, the dancing and the cups of tea seemed to invite the exchange of confidences, if only because they would be unlikely to be overheard.

‘My dear,’ the housekeeper began characteristically, ‘such goings-on since you were here last!’

‘Not more trouble, I hope,’ said Dulcie.

'Well, I suppose you might call it that in a way. To begin with, Father Forbes came back unexpectedly when the other man was still here – just as if nothing had happened. I'd just made a cauliflower au gratin and there wasn't really enough for two. Oh, I know it's a trivial detail' – she laid her hand on Dulcie's arm for a moment – 'but those are the things that make up life, aren't they – Father Forbes back and no supper for him. I was upset, I can tell you.'

'Was he?' Dulcie asked.

'Oh, he's good – said he'd just have bread and cheese, and there wasn't even all that much cheese.'

'Didn't the other clergyman feel he should have given up his cauliflower au gratin?' asked Dulcie simply.

'He didn't know! That was the point. I'd kept them apart. Father Smith was in the dining-room, and I gave Father Forbes a tray in the study. Oh, the time I had! Sugar, dear?' She thrust the pink plastic apostle spoon towards Dulcie.

'So what happened in the end?'

'Well, Father Smith went, of course. But he was a bit put out. I think the two of them had words of some kind in the study, but of course' – she lowered her eyes virtuously – 'exactly what was said I don't know.'

'And how is Miss Dace?'

'Oh, she's getting married soon.'

'Married?' said the housekeeper eagerly. 'The friend who came with you that other evening?' [Pym, 2007, 210].

Як бачимо, розповідь про третіх осіб супроводжується їхньою оцінкою (*just as if nothing had happened, he's good*), засобами приволікання уваги слухача (*such goings-on since you were here last!*), оцінкою ситуації та власних емоцій (*Oh, I know it's a trivial detail, I was upset, those are the things that make up life, Oh, the time I had!*).

Сприятливими ситуативними умовами для розповсюдження пліток вважаємо перебування в одному місці, належність співбесідників до однієї соціальної групи, відомий співрозмовнику та цікавий для нього об'єкт пліток.

Наведемо приклад типового спілкування акторок мюзик-холу. Для них плітки – це повсякденна справа, всі вони належать до одного кола, мають єдине бажання – стати відомими, їх дуже цікавить акторське життя та особливості поведінки їхніх більш успішних товарок. Більше того, дівчата розуміють одна одну з півслова, отже плітки передаються дуже стисло, натяками, скороченими формами та не потребують пояснень. Основною ознакою пліткарства про третіх осіб є оцінка, переважно негативна, а позитивна оцінка зазвичай супроводжується заздрощами (*Walking around with that nice-looking diamond*):

How fast they all talked! And how alluringly they threw out abbreviated hints of gossip, like bits of bright confetti.

*“She just gets by on her looks!” Gladys was saying, about some girl or another.
“Not even on her looks!” Roland added. “Just on her legs!”*

“Well, that ain’t enough!” said Gladys.

“For one more season it is,” said Celia.

“Maybe.”

“That boyfriend of hers don’t help matters.”

“That lamebrain!”

“He keeps lapping up that champagne, though.”

“She should up and tell him!”

“He’s not exactly panting for it!”

“How long can a girl make a living as a movie usher?”

“Walking around with that nice-looking diamond, though.”

“She should try to think more reasonable.”

“She should get herself a butter-and-egg man.” [Gilbert, 2019, 35].

Щодо мовленнєвої поведінки реципієнта пліток, зазначимо, що в нашому фактичному матеріалі є приклади, в яких реципієнт охоче підтримує ініціатора плітки, а є й інші, в яких реципієнт, навпаки, не хоче підтримувати таку розмову. Розглянемо спочатку перший випадок:

Maddie: Well, Helen, you want something to worry about?

Helen: Yes!

Maggie: Okay, well, I heard Ronnie Sullivan and Jeremy Reynolds were bumping horns like two rhinos at the Summer Market.

Helen: Oh, and I could have seen it, had I but risen from my sickbed [SM, S2 S3, 00:38:50 - 00:39:18].

В наведеному прикладі на питання-залучення до пліток *Well, Helen, you want something to worry about?*, Гелен висловлює розчарування, що не мала змоги побачити своїми очима ту ситуацію, про яку йде мова.

Наступний типовий приклад цікавий тим, що співрозмовниця робить вигляд, що не буде вдаватися до пліток (*I don't like to say things if I've got nothing nice to say, That's it. I'm saying no more*), проте згодом охоче долучається до них і надає негативну оцінку місіс Свіні та повідомляє пікантні подробиці її життя:

Finley: Hey, Do you know much about Mrs. Sweeney?

Nora: I don't like to say things if I've got nothing nice to say.

Finley: Well, she's not that bad.

Nora: No, she's not bad. She's terrible.

Finley: So then, who's Fiona Doyle?

Nora: Her sister.

Finley: Oh. Mrs. Sweeney really wants to get in touch with her.

Nora: I heard Cathleen Sweeney stole her own sister's fiancé. I mean, who would do such a thing? I'm saying no more. Then, she left him, a few years after they get married. He was heartbroken. They say he drank himself to death not long after. That's it. I'm saying no more [FY, 00:47:15 - 00:48:21].

Подібне «відхрещення» від пліток є виявом розуміння негативного соціального характеру пліткарства. Проте, це не зупиняє мовця, а подібні фрази, як правило, слугують зачином пліткарства. Наведений вище епізод слугує прикладом цього спостереження: адже, не дивлячись на «засудження» пліткарства як такого, Нора в той же час охоче розповідає все, що чула, надає негативну оцінку та засуджує відсутню третю особу. Для того, щоб понизити власну відповідальність за надану інформацію, Нора випереджує її фразами *I heard* та *They say*.

Розглянемо епізод, в якому реципієнти плітки не мають намір підтримувати плітки, а навпаки, намагаються дати позитивну оцінку діям третьої особи. Для підтримання позитивної атмосфери бесіди, Пейдж та Прічер навмисне наполегливо, ввічливо та спокійно відповідають на кожний намір Конні попліткувати, дають позитивну оцінку діям третьої особи, підкреслюючи свою негативну позицію щодо пліткарства.

Connie: And I assume y'all heard about Lilly. At her age, having a baby and then abandoning it. Oh! You think you know someone, and then they go on and do somethin' like that.

Page: Well, I think Lilly is very brave. She tried to do right by her child.

Connie: Well, I don't see how leaving your baby on a doorstep is doin' right.

Preacher: Well, I don't think we're in any position to judge Lilly or her actions.

Connie: Well, I heard that Hope was so stressed out by this whole Lilly thing that that's what gave her her heart attack.

Preacher: Who told you that?

Connie: Oh, I'm not gonna name names, but my niece was over gettin' her hair done in Clear River, and she heard from one of the ladies, who's a client of Charmaine, who obviously heard from Jack, that Hope was a ball of nerves over that baby [VR, S1 S4, 00:16:19 - 00:17:40].

Більше того, Прічер висловлює недовіру почутій інформації за допомогою питання *Who told you that?* У відповідь він не отримує конкретної інформації (*I'm not gonna name names*), а лише низку каналів, які названі з високим ступенем узагальненості (*she heard from one of the ladies, who's a client of Charmaine, who obviously heard from Jack*). Така поведінка пліткаря доводить сумнівність інформації, яку він надає.

Пліткарство – це складна мовленнєва діяльність, яку можна розглядати і як послідовність дій, що розгортається в часі, тобто уявити у формі сценарію. Типовий **сценарій** пліткарства включає:

Плітки можна розглядати як послідовність дій, що розгортається в часі, тобто уявити у формі *сценарію*. Типовий сценарій плітки може бути представлений у такому вигляді:

1) *продукування* пліток (що включає предикацію, яка випереджає повідомлення інформації та маркує її «ексклюзивний» характер (*Have you heard..?, You'll never believe it, but...*));

2) *інтерпретація* пліток, що може випереджатися зневажливою характеристикою пліткарства як такого та виключним / вимушеним долученням мовця до нього (*I am not the person who spreads gossip or listens to gossip; I don't think that's any of my business; one cannot let pass without comment*), та обов'язково включає вираження оцінки поведінці третьої особи та залучення реципієнта(ів) до обговорення плітки;

3) *зміна теми* як фінал пліткарства (коли тема пліток вже вичерпана або учасники не бажають її обговорювати).

Плітки часто випереджаються вступними фразами *well, you'll never believe it, believe it or not, have you heard that*. В наступному прикладі щоб заінтригувати та привернути увагу подруги, Кет починає пліткувати з фрази *Well, you'll never believe it*:

“Well, you'll never believe it...” I try to sound natural and chatty. “But Demeter turned up at my family's farm on holiday. And I got my own back on her for everything! Look!”

I wince inwardly as I reach for my phone. Demeter would really not be happy if she knew I was sharing a photo of her, all spread-eagled and muddy in the swamp. But, on the other hand, I can't think of a better way of gaining Sarah's trust.

“No!” exclaims Sarah as she sees it. “That's priceless! We have to hear all about it! Will you send that picture to me?” [Kinsella, 2017, 273-274].

Наведемо приклад, в якому двоє підлеглих пліткують про начальницю. Вступна фраза *believe it or not* маркує початок пліткарства (об'єкт пліток отримує негативну оцінку – вона всіх лякає):

Mack: So how do you know Kirk?

Nick: Oh, well, believe it or not, she used to babysit for me when she was a student at LSE.

Mack: That is not the answer I expected.

Nick: What?

Mack: Well, just that she's scary.

Nick: Oh, she's fucking terrifying.

Mack: Thank you. She is.

Nick: Scariest person I've ever met [Players, 00:16:15 - 00:16:32].

Пропонуємо розглянути ще один приклад, в якому перехід до пліток реалізовано за допомогою репліки-кліше *Have you heard...*, а потім коли мовець усвідомлює, що інформація, яку вона повідомляє, вже не є новиною, вона додає про ще одну подію, випереджаючи її запитанням для пригортання уваги (*But do you know*):

"Have you heard of the frightful thing that has happened?"

"Yes. It isn't very often, I understand, that a serious accident happens. It is just bad luck that it should be Demonstration Day."

"Oh, the accident, yes. But do you know that Catherine says she can't come to Larborough tonight? This has upset things, she says. She must stay here. But that is absurd. Did you ever hear anything more absurd? If there has been some kind of upset that is all the more reason why she should be taken out of herself for a little. I have arranged everything. I even got special flowers for our table tonight. And a birthday cake. It's her birthday next Wednesday" [Tey, 2023, 86-87].

Далі пліткарка надає власну оцінку поведінці Кетрін: негативну (*But that is absurd. Did you ever hear anything more absurd?*), і ця оцінка видається найголовнішою ознакою пліток: мовець завжди прагне не просто надати новину, а й інтерпретувати її, оцінити та обговорити з реципієнтом - саме це надає йому задоволення.

Вибір мовних засобів жанру плітки залежить від комунікантів, часу, місця ведення розмови. Як вже було сказано, плітки зазвичай повідомляють особам одного з мовцем соціального кола, проте, ступінь близькості може варіювати. Крім

того, мовець може мати помилкове уявлення про стосунки з адресатом. Він може не здогадуватися про негативне ставлення до нього особи, до якої він звертається.

Надані нижче діалоги мають місце між приятельками в неформальній обстановці, що обумовлює використання розмовного стилю мовлення та притаманних йому маркерів (знижена лексика, вигуки, розмовні «оборотизаповнювачі», фразеологізми):

1) *Page: The Mingle was beautiful.*

Hope: Thanks.

*Jo Ellen: Joy said she saw them dancing **cheek to cheek**. **Dollars to doughnuts, that woman has her sights set on becoming the next Mrs. Mullins** [VR, S1 S7, 00:10:08 - 00:10:32].*

2) *Hope: Sounds like a Charmaine issue to me.*

Mel: I don't think so.

Hope: Why not? They have a lot of stuff to figure out before the twins get here.

*Mel: **Yeah**, that's true.*

*Hope: **I mean**, like where **they're gonna** live.*

*Mel: Yeah, **I just-- I don't think that's any of my business**.*

*Hope: Telling you their situation is **a land mine waiting to explode**.*

*Mel: **Well**, that's a little dramatic.*

*Hope: **Good grief. You're just terrible at picking up subtext. So this is the deal. Charmaine is considering moving to Oregon, but she isn't going to tell Jack until after she's made her decision. He needs to know this ASAP, but I'm not gonna be the one to tell him. So you're gonna have to do it.***

*Mel: Whoa! **You're gonna need to back up**.*

*Hope: No, **I am not supposed to be involved in Jack's personal affairs, so I'm officially passing the baton to you**.*

Mel: You telling me is you being involved.

Hope: Not the way I see it [VR, S2 S9, 00:10:24 - 00:11:18].

У другому з наданих прикладів, Мел виявляє негативне ставлення до пліток (*I don't think that's any of my business*).

Вважаємо, що плітки виникають *стихийно* (у пориві раптової креативності, в «пилу» емоційного обговорення третьої особи) або *цілеспрямовано*, коли мовець задалегідь планує поширення пліток для задоволення власних потреб і цілей.

Серед основних *потреб*, що задовольняються за допомогою пліток, виокремлюємо: потребу у престижі, у визнанні авторитету мовця, емотивні потреби, маніпулятивні потреби.

На нашу думку, *прагматичними інтенціями* мовця, який розповсюджує плітки, є 1) прагнення розважитися, «почесати язика», 2) поділитися ексклюзивною інформацією про третю особу, 3) відчуті свою причетність до певної соціальної групи та значущість для неї, 4) прагнення здаватися обізнаним та оригінальним, 5) демонстрація розуміння людської природи, 6) прагнення вразити співбесідника. Саме останні фактори – впевненість у власному розумінні людської природи, прагнення оригінальності та прагнення вразити співбесідника – сприяють свідомому або напівсвідомому перекручуванню фактів, відомих мовцю. Більше того, мовець може намагатися підсилити достовірність плітки посиленням на якесь вигадане джерело.

З огляду на *соціально-прагматичні функції*, які виконують плітки у соціальній взаємодії, плітки виступають як джерело інформації, як засіб розваги та проведення часу, як засіб встановлення відносин і підтримки відносин, як засіб соціалізації, як засіб інтеграції в групу, в колектив, в соціальне коло; як засіб регулювання (розпалювання чи погашення) конфліктів; як формування суспільної думки; як засіб самовираження, самопрезентації мовця як особи, яка володіє інформацією; як засіб дискредитації неприємної для мовця особи; як маніпулятивний вплив на людину, колектив, суспільство, групу, соціальне коло; як провокація адресата до здійснення певних дій, маніпулювання адресатом у власних корисних цілях.

З урахуванням всього сказаного плітки визначаємо як специфічний жанр, що передбачає надання та оцінку «ексклюзивної» інформації різного ступеня достовірності особам одного з мовцем соціального кола про події приватного життя знайомих їм третіх осіб.

Плітки розважають, надають гедоністичне задоволення, підкреслюють довірливий характер спілкування, зміцнюють дружбу, зміцнюють безпеку спільноти. Плітки можуть містити хибну, спотворену інформацію, вони можуть сприйматися реципієнтом негативно. На перший план виходить ступінь близькості комунікантів та відношення реципієнта до особи пліткаря та до особи об'єкта пліток. Якщо пліткар сприймається реципієнтом пліток негативно і/або якщо особа, про яку повідомляються плітки, викликає симпатію реципієнта пліток, плітки будуть сприйняті негативно та їхнє поширення та обговорення буде зупинено.

3.2. Комунікативні стратегії та тактики учасників світської бесіди англomовного художнього дискурсу

Художній дискурс включає не тільки мовленнєві жанри та акти, а й масштабніші категорії – комунікативні стратегії та тактики комунікантів, що моделюють дискурсивні ситуації. Для адекватного розуміння природи та сутності мовленнєвого жанру слід звернутися до інтенцій учасників спілкування, до комунікативних стратегій і тактик комунікантів, які зумовлюють мовленнєво-актове утворення того чи іншого жанру.

Комунікативну стратегію визначають як модель мовленнєвої поведінки суб'єкта спілкування в контексті соціальної взаємодії, яка спрямована на досягнення комунікативних цілей і виражається специфічними мовними засобами [Залужна et al., 2020, 3].

Н.В. Кондратенко пропонує наступне визначення комунікативної стратегії – загальна схема розгортання мовленнєвої взаємодії, вектор досягнення наміру комунікантів, який реалізується за допомогою специфічних мовленнєвих прийомів – комунікативних тактик» [Kondratenko, 2020, 18], а комунікативну тактику дослідниця визначає як «способи реалізації обраних стратегій, представлених у мовленні переважно мовленнєвими актами і текстами» [там само].

В рамках художньої комунікації Л.В. Синявська визначає комунікативну стратегію як вектор мовленнєвої поведінки конкретного автора, яка реалізується у виборі адресантом у поетапних мовленнєвих діях, що приводять до розуміння між

автором і читачем; «це лінія мовленнєвої поведінки обрана на основі усвідомлення комунікативної ситуації загалом і спрямована на досягнення ефекту успішного, умовно синхронного спілкування з читачем» [Синявська, 2019, 185]. Комунікативна тактика дослідниця визначає як конкретний мовленнєвий крок, що відповідає певному етапу реалізації авторської комунікативної стратегії, який спрямовано на розв'язання конкретного комунікативного завдання [там само].

На нашу думку, учасники світської бесіди лавірують між двома головними стратегічними установами: бути ввічливими та гідно репрезентувати себе. Перша зумовлена позитивною ввічливістю, орієнтованою на підтримку і вдоволення «позитивного обличчя» адресата і його позитивний імідж, вираження позитивних почуттів, які вказують на спільність поглядів комунікантів, демонстрацію близькості й взаємності, співучасть в інтересах / потребах / бажаннях адресата, оптимістичний настрій і прагнення уникнути розбіжностей [Brown, Levinson 1987, 93]. Друга стратегічна настанова зумовлена негативною ввічливістю, спрямованою на створення комунікативної дистанції між співрозмовниками та її безперечному дотриманні, адже під «негативним обличчям» мається на увазі «небажання кожного компетентного дорослого члена суспільства зустрічати на шляху своїх дій перешкоди з боку інших» [там само].

Отже виокремлюємо дві основні стратегії, якими послуговуються учасники світської бесіди: **стратегію виявлення інтересу до співрозмовника** та **стратегію самопрезентації**.

Стратегію виявлення інтересу до співрозмовника забезпечують тактики схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові. **Стратегію самопрезентації** забезпечують тактики висловлювання думки, вираження сентенції, поради, тактика повідомлення новин та чуток, плітки, тактика хвастощів, тактика шпильки, жарту, ухилення від прямої відповіді та зміни теми (див. Рис.1).

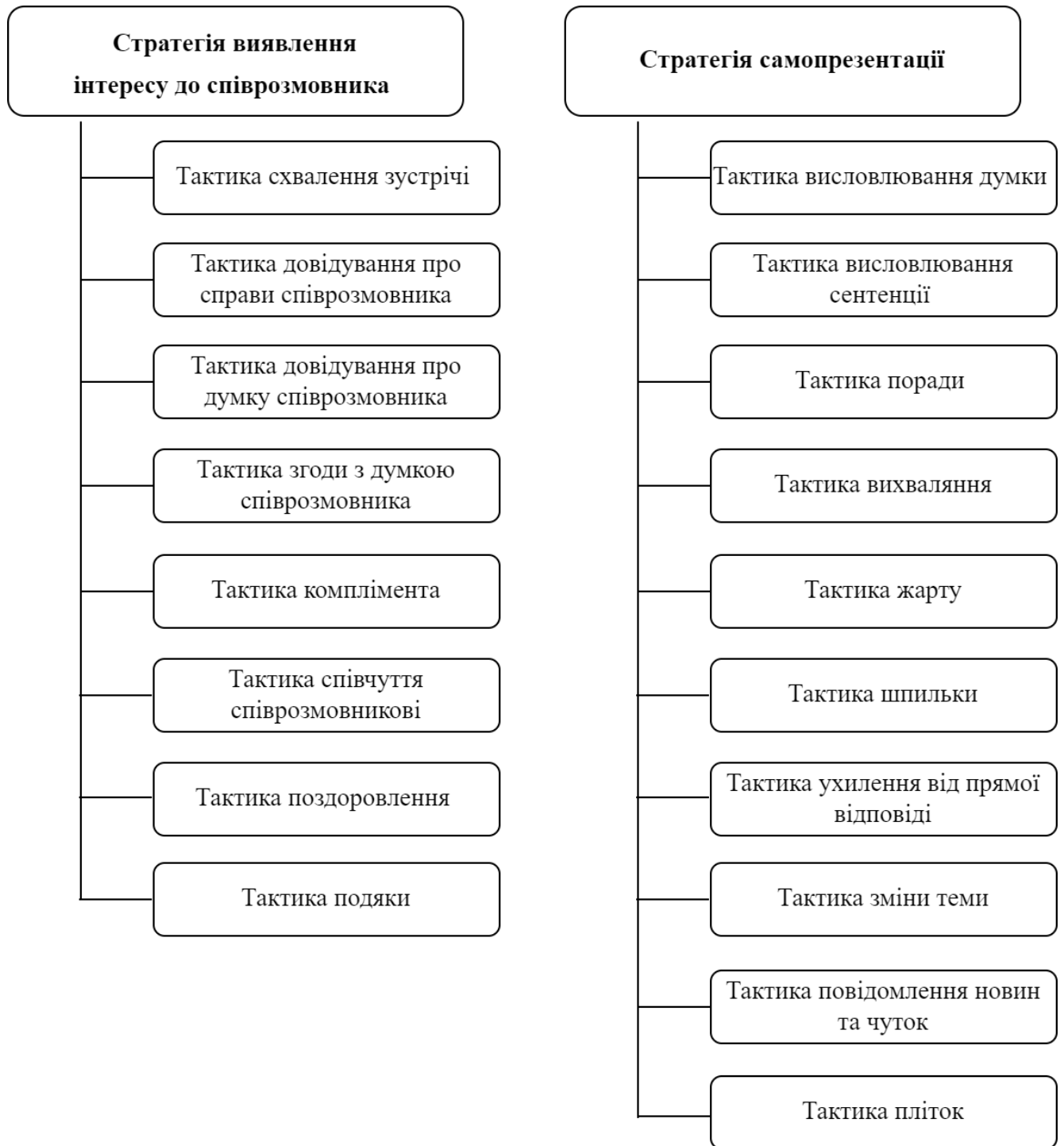


Рис. 1. Комунікативні стратегії й тактики, якими послуговуються учасники світської бесіди

Розглянемо реалізацію окреслених комунікативних стратегій та тактик у світській бесіді, зображеній в сучасному англomовному художньому дискурсі.

3.2.1. Стратегія виявлення інтересу до співрозмовника

Кооперативне спілкування передбачає орієнтацію на бажання та психологічний стан співрозмовника, прогнозування та підтвердження його

комунікативних очікувань, а також бажання уникнути комунікативних невдач.

Прояв інтересу до співрозмовника диктується Максимою симпатії, виділеної Дж. Лічем, що складається з наступних субмаксим: мінімізації можливої антипатії до особистості співрозмовника та вираження симпатії щодо нього [Leech, 1983]. Ця максима виявляється у експресивах – в мовленнєвих актах згоди, схвалення, подяки, поздоровлення, компліменту, вітхи.

У відповідності до Максими симпатії адресант мусить погоджуватися з співрозмовником, дякувати йому, висловлювати йому свою радість, а також піклуватися і цікавитися. Для англійської культури найбільш характерним є використання комунікативних стратегій, спрямованих на дотримання вимог негативних субмаксим. Це пов'язано з тим, що англійська культура належить до індивідуалістичного типу, який передбачає, на думку О.П. Матузковий, дистантні відносини між членами суспільства, що зумовлює такі культурні цінності, як автономія особистості (*privacy*), незалежність, невторчання, неприпустимість комунікативного тиску [Матузкова, 2014]. Людина бажає зберегти недоторканність особистої території, бути вільною та необмеженою у виборі свого рішення. Тим не менш, дотримання вимог позитивних субмаксим також знаходить своє певне відображення в англійському спілкуванні, оскільки кожен індивід незалежно від типу культури, до якого він належить, потребує задоволення потреб не тільки негативної, а й своєї позитивної особи.

3.2.1.1. Тактика схвалення зустрічі

Поведінка комунікантів у ситуації світської бесіди регламентована *мовленнєвим етикетом*. У цьому сенсі світська бесіда є *стандартним поведінковим актом*, який передбачає повторювані реакції людини на зовнішні обставини. Ситуативний тезаурус, як схематично закріплений у пам'яті життєвий досвід, організований таким чином, що згруповані за певними типами ситуації викликають типову реакцію. Ця типова реакція стає стандартною, передбачуваною.

До таких повторюваних, стандартизованих ситуацій, зокрема, на початку світської бесіди, слід віднести *тактику схвалення зустрічі* одного спібесідника з іншим.

За допомогою тактики схвалення зустрічі мовець виявляє інтерес до співрозмовника, демонструє позитивне відношення та прихильність до нього, так само як і позитивну оцінку самої можливості спілкування з ним, налаштовує його на благотворну бесіду. Зазначена тактика зазвичай використовується на початку світської бесіди, одразу після привітання, або навіть замість нього.

За даними нашої вибірки, в англійському розмовному діалогічному мовленні тактика схвалення зустрічі розкривається за допомогою стереотипних реплік, які мають позитивне емоційне забарвлення: *How good it is to see you! What a surprise! It's nice to see you! It's very good of you to come! So glad you could come! Lovely to see you! I believe we're seeing you at ..., I'm glad you came! You don't know how good it is to see you! Good to see you!* Відповіді, зазвичай, є дзеркальними і теж складаються зі слів з позитивним емоційним забарвленням: *You too! It's nice to see you too! I'm glad I came! I'm glad to be here!*

Цікаво, що вищезазначені мовленнєві кліше не завжди потребують відповідної вербальної реакції. Реакція на стереотипні репліки тактики схвалення зустрічі може бути невербальною (посмішка, обійми).

Наведемо приклади з власного фактичного матеріалу. Пропонуємо розглянути приклад, в якому спостерігаємо як вербальні, так і невербальні прояви тактики схвалення зустрічі:

“You don't know how good it is to see you!”

Marta Rosenberg greeted Anne, throwing her arms wide.

Anne hugged her friend [Macomber, 2013, 113].

В наведеному прикладі дві приятельки зустрічаються після довгої розлуки. Одна з них (Марта) виражає свої почуття від радості зустрічі вербально, вимовляючи фразу *You don't know how good it is to see you!* Фраза містить прикметник позитивної оцінки *good* та заперечення *You don't know*, яке є ситаксичним засобом інтенсифікації схвалення зустрічі. Інша приятелька (Енн), яку теж переповнюють емоції, невербально реагує на зустріч: вона обіймає Марту.

В наступному прикладі простежуємо лише невербальну реалізацію обговорюваної тактики. Джеймі, який чекає на Хейміша, виходить йому на зустріч

та протягує руку для рукостискання, таким чином, показуючи своє добре ставлення та позитивне відношення, що слугує гарним початком світської бесіди:

A very small, gypsy-looking man came out to meet him. “Jamie Ross,” he said, holding out his hand. “You’re just in time for coffee.”

“I’m Hamish Macbeth” [Beaton, 2013, 21].

Розглянемо ще один епізод світської бесіди, який розпочинається вираженням схвалення зустрічі:

*“Good afternoon,” Mrs. Baker said. “**So glad you could come**. You’ve neglected us, Mary. Hasn’t it been a glorious day? Did you enjoy the service? For a clergyman I think he’s such an interesting man”* [Steinbeck, 2001, 54].

В зазначеному прикладі світської бесіди тактика схвалення зустрічі розкривається за допомогою такої стереотипної репліки, як *So glad you could come*, яку вимовляє Місіс Бекер. Стереотипна репліка містить прикметник позитивної оцінки *glad* та вигук *so*, який підсилює інтерес до співрозмовника та схвалення зустрічі.

І ще один типовий приклад початку світської бесіди з висловлення схвалення зустрічі Адама з Ребеккою:

*“Rebecca!” He has his corporate smile on and is slipping a BlackBerry into his pocket. “**What a pleasure to see you!**”* [Kinsella, 2003, 77].

У наданому прикладі вербальною експлікацією радості від зустрічі є експресивна синтаксична конструкція, яка починається з прислівника *What*, який поєднується з позитивно-емоційним іменником *pleasure*, а невербальною експлікацією є посмішка, хоча і «корпоративна», тобто формальна.

У наступному прикладі спостерігаємо ввічливу реакцію на зустріч, яку реалізовано за допомогою прикметника позитивної оцінки *good*:

“Rebecca,” she says coolly, grasping my hand. “You’re on Successful Saving, aren’t you?”

“That’s right,” I say, equally coolly.

*“**It’s very good of you to come today,**” says Alicia. “I know you journalists are terribly busy”* [Kinsella, 2003, 26].

Стосунки у співрозмовників «холодні», тому і радість від зустрічі формальна, отже посилення ефекту схвалення зустрічі Алісія додає коментар, який увиразнює позитивну оцінку приходу Ребеки.

Отже, тактика схвалення зустрічі використовується на початку світської бесіди, одразу після привітання, або навіть замість нього, і реалізується виключно стереотипними репліками, мовленнєвими кліше, які містять позитивно-емоційну лексику. За допомогою цієї тактики мовець виявляє інтерес до співрозмовника, демонструє позитивне відношення та прихильність до нього, налаштовує його на подальшу благодію бесіду.

3.2.1.2. Тактика довідування про справи співбесідника

Після привітання мовленнєвий етикет вимагає від учасників світського спілкування демонструвати зацікавленість в продовженні розмови, спонукає їх виказувати інтерес до співбесідника. Успішність світської бесіди залежить від того, чи достатній інтерес до справ іншої людини виказують мовці. Людині лестить, коли її справами цікавляться, і **тактика довідування про справи співбесідника** забезпечує гармонійний перебіг комунікації.

Тактика довідування (поцікавлення) про справи співрозмовника сприяє взаємодії між співрозмовниками, виявлений інтерес до власних справ, лестить комуніканту та сприяє налагодженню гармонійних відносин.

Тактика довідування про справи співрозмовника виявляється однією з найпоширеніших тактик в англійському художньому персонажному мовленні.

Тактика довідування про думку співбесідника реалізована переважно питаннями, які в таксономії мовленнєвих актів Г.Г. Почепцова отримали назву **квеситиви** [Почепцов, 2001]. Це, перше за все, квеситиви-кліше, стереотипні мовленнєві формули типу *How are you?, How are things? Well, how's it all going? How are things with you and Millie? How are you getting on?, How's the family?*

Відповідь зазвичай містить позитивно-оцінні слова типу *fine, good, not too bad, very well* тощо, які відповідають очікуванням співрозмовника.

Ця тактика використовується, як правило, на початку комунікативного

контакту, особливо якщо далі йде інформативне спілкування. У сукупності з відповіддю-реакцією на питання дана тактика складає ініціальний комунікативний обмін *small talk*.

За даними нашої вибірки, в англomовному художньому дискурсі тактика довідування про справи співрозмовника експлікується за допомогою наступних типів квеситивів: 1) **загальних питань** (30,3%): *Do you like baseball? Want to take a bet you ran out of coffee? Did you enjoy the service? Did you see my brother today? Have you eaten? Have you been painting? Is that an American accent? Do you have kids? Do you ride? Are you catching a flight in Boston?;* 2) **спеціальних питань** (39,4%): *How are you? How about you? How's the world of high finance? How's the investigation going? How was the wedding? How's everyone doing? What have you been up to? What brings you to Seattle? Why the new image? Where are you headed? What's your urgent business? How's your daughter, Joe? How is your mother?;* 3) так званих **echo-questions** (ехо-питань або перепитувань) (9,1%): *You? Married? Going to Italy?;* та 4) **catch up questions** (питань-підхоплень) (21,2%): *In what way? You cook? Your first kid? Anything wrong? Big night? Doing it for your public? Do a lot of business?.* Ехо-питання (або перепитування) та питання-підхоплення, як правило, вживаються в еліптичній формі.

Щодо загальних питань, серед них поширені *негативні питання*, які, як зазначає Н.О. Бігунова, «не тільки повідомляють співрозмовнику інформацію про позитивне оцінювання деякого об'єкту, але також виконують функцію підтримки контакту, вони спонукають співрозмовника погодитися з думкою адресанта, розділити його погляд на цінність об'єкта оцінки, залучають адресата до спільної творчості з оцінювання навколишнього світу і, таким чином, надають спілкуванню більш інтимного характеру» [Бігунова, 2017, 367], наприклад: *I haven't seen you around here before! Hasn't it been a glorious day?*

Більшість квеситивів має такі семантико-синтаксичні особливості, як наявність емотивної лексики, фразеологізмів, кліше, модальних дієслів. Важливим прагматичним показником тактики довідування про справи співбесідника є вживання займенників *you, your* та звертань, що відповідає етикетним вимогам. Всі

типи питань часто починаються *сполучниками and* або *so*: *So how are you, Danny? So... how's married life? So how's New York? And what about your love life? And what brought you back? And what are you doing in the wilds of Sutherland, Miss Lovelace? And how are you this fine day?*

В наступному прикладі світської бесіди Енн зустрічається з дівчиною свого сина та хоче ближче з нею познайомитися. Тут спостерігаємо вживання загального питання та еліптичних питань-підхоплень:

Julie lowered her head and struggled to hide a grin. "We've certainly had our ups and downs. He's surprised me more than once."

Anne found this curious. "In what way?"

"Dinner on Thursday night—to take one example. I made a pot of black-bean soup and he seemed to really enjoy it. Plain ol' black-bean soup."

"You cook?"

Julie nodded. "A little. My twin sister is the real chef in the family, but I'm learning."

"Are you close to your sister?"

"Very. She lives in Florida, but we talk almost every day via e-mail. I've told her about Roy." Julie glanced down, as if she regretted telling Anne that [Macomber, 2013, 228-229].

Отже, тактика довідування про справи співрозмовника допомагає Енн висловити свою небайдужість, зацікавленість та сприяє утворенню гармонійних відносин з дівчиною.

Наведемо ще один приклад з кінодискурсу, в якому Джек цікавиться справами Мел, яка тільки приїхала в невелике місто. Тактика довідування про справи співбесідника розкривається за допомогою вживання сполучника *so*, займенника *you*, часу *Present Continuous*, еліптичних питань-підхоплень *Yeah? Where you staying?*.

Jack: So, Miss Mel Monroe from LA, what brings you to our tiny little hamlet?

Mel: Work.

Jack: Yeah? Where you staying?

Mel: Uh, the McCrea cabin [VR, S1 S1, 00:08:42 - 00:10:41].

Довідування про справи співрозмовника супроводжується вживанням **мовленнєвих кліше**: *Speaking of... I hear... I have to say, I think...I hope...I understand...*

Пропонуємо розглянути ще один приклад, в якому тактика довідування про справи співрозмовника розкривається за допомогою спеціальних питань та мовленнєвих кліше:

“What have you been up to?”

Anne laughed off her old friend’s praise. “I spent most of the afternoon buying Christmas cards and wrap—after I had lunch with Roy. I swear Scrooge has more Christmas spirit than my son.” [...]

“Speaking of Roy,” *Marta said as she led the way into the dining room. “I understand he’s making quite a name for himself.” [...]*

“What brings you to Seattle?” *Anne asked her [Macomber, 2013, 113].*

В цьому прикладі Марта приїхала до своєї приятельки Енн і, поки вони прямують до їдальні, відбувається світська бесіда. За допомогою спеціального питання, яке потребує розгорнутої відповіді *What have you been up to?*, Марта прибирає незручність зустрічі після довгої розлуки. Після відповіді, користуючись мовленнєвими кліше *Speaking of ...I understand...* Марта намагається узнати подробиці життя про сина своєї подруги. В свою чергу, Енн теж вживає спеціальне питання *What brings you to Seattle?* для того, щоб дізнатись причину приємного, але неочікуваного приїзду Марти.

Проілюструємо тактику довідування про справи співрозмовника ще одним прикладом. Джеймі проволить екскурсію для Скотта. Спеціальне питання, займеник *you* та еліптичні питання-підхоплення слугують реалізацією досліджуваної тактики. Таким чином Скотт демонструє позитивне ставлення до Джеймі та проявляє зацікавленність у бесіді.

Jamie: This is one of my personal favorite spots.

Scott: I can see why, I really can. How long have you lived here?

Jamie: My whole life.

Scott: Really? By choice or just circumstance?

Jamie: Um, I guess a little of both [КС, 00:27:39-00:28:51].

Таким чином, в англомовному художньому літературному дискурсі і кінодискурсі тактика довідування про справи співрозмовника експлікується за допомогою різних типів квеситивів: загальних питань, спеціальних питань, перепитувань та питань-підхоплень. Останні два типи, як правило, вживаються в еліптичній формі. Загальні питання в негативній формі виконують функцію підтримки контакту та надають спілкуванню більш інтимного характеру. Більшість квеситивів має такі семантико-синтаксичні особливості, як наявність емотивної лексики, фразеологізмів, кліше, модальних дієслів.

3.2.1.3. Тактика довідування про думку співрозмовника

Під час ведення світської бесіди рівень вихованості, освіченості, мовної компетенції її учасників стають спонукою до формування внутрішньої комунікативної установки: попередження або подолання вербальних конфліктів, приглушення, пом'якшення неприємних фактів, демонстрації інтересу до міркувань співрозмовника. Як слушно зазначає М.М. Жовнір, «ввічливість світських комунікантів, тактовність, чуйність, делікатність, толерантність у поведінці й мовленні, поштиве ставлення до співрозмовника створюють атмосферу доброзичливості, гармонії, затишку» [Жовнір, 2016, 52].

Учасники світської бесіди виявляють люб'язність, шанобливість і зацікавлення розмовою. Власні думки виражаються некатегорично, мовці активно цікавляться думкою інших учасників бесіди.

Тактика довідування про думку співрозмовника реалізується за допомогою різних типів квеситивів 1) **загальних питань**, які можуть бути в негативній формі: *Will we reach Boston before noon? Do you like it? Don't you think it's a rather poor conceit? Would that interfere with me buying Micah out of the restaurant?;* 2) **спеціальних питань**, які можуть бути еліптованими: *What do you think? What spices are you using? Why do you flirt back? Why fix it if it isn't broken? Then why hold the picnic this month?;* 3) **розділових питань** *Quite a surprise, didn't you think?*

Більшість квеситивів починаються з *сполучника and* або *вступного слова well*: *Well, isn't this nice? And do you like it? And ahm -- what's a fruitarian exactly?*

Цікавість до думки співрозмовника часом виражають і декларативи, які містять дієслова, які мають у своєму значенні сему «незнання, непоінформованості» або «бажання дізнатися»: *I'd just like to know; I hope you don't have the same problem as yesterday. I'd just like to know how you did it; But of course, you must have your own views.* Такі мовленнєві одиниці спонукають співбесідника до висловлення власної думки з обговорюваного питання.

Щодо *тематики*, з якої співрозмовника благають надати власну думку, це можуть бути такі питання:

1) його відношення до певної соціальної, політичної або культурної події:

"So, tell me, Rebecca. What do you think about today's news?" [Kinsella, 2003, 9];

2) його прогнози щодо майбутніх подій, поведінки певних людей або їх реакції на певний стимул:

"So how come he's calling the shots?"

"BBC Scotland are funding it, and Jamie's their favourite scriptwriter."

"I'm surprised somebody loves him," said Hamish dryly. "Do you think thon Fiona-woman would like a cup?" [Beaton, 1999, 18].

3) його вкусові переваги та уявлення про доцільність певної дії:

Diarmuid: Forbye, I'm off to Inverness soon to buy wee Scan a present for his birthday." Scan was Diarmuid's grandson. "Have ye any idea what I should get?" [Beaton, 2013, 47].

Часом учасники світського спілкування запитують співбесідників про їхні думки не тому що дійсно ними цікавляться, а щоб уникнути незручного мовчання або заповнити паузу в спілкуванні. Прикладом може слугувати наступна ситуація з фільму *Bridget Jones's Diary*:

Mother: Bridget works in publishing, don't you Bridget?

BRIDGET: I do... indeed.

An awkward silence. Una, sizing up the situation from afar, moves in.

Una Alconbury: (To Bridget's mother) Come and look at your gravy, Pam! I think it's going to need sieving.

Mother: Of course it doesn't need sieving. Just stir it, Una!

Una shoots Mother a meaningful look, 'Leave them alone'. Mother looks at Bridget and Mark, then twigs.

Mother: (CONT'D): Of course! I'll be right there! Sorry, lumpy gravy calls.

Mark clenches his jaw muscles in embarrassment at Mother's vulgarity, as he and Bridget are left alone. Long pause, conscious of parental stares.
Bridget & Mark simultaneously: So...

*Mark: Publishing. **Have you read any good books... lately?***

*Bridget: Um... *The Famished Road*, by Ben Okri.*

Mark: Ah, yes, I read that when it first came out.

*Bridget: **All the way through?***

*Mark: Mmm. **Don't you think it's a rather poor conceit?** [BJD, 03:40-04:29].*

Як бачимо, і Марк, і Бріджит активно послуговуються тактикою довідування про думку один одного щодо книг, які вони читали останнім часом, і це допомагає їм позбутися незручної паузи та мовчання. За допомогою тактики довідування про думку співрозмовника досягається пом'якшення неприємної ситуації, а також відбувається приглушення напруги між персонажами.

Отже, співрозмовника просять надати власну думку про його відношення до певної соціальної, політичної або культурної події, його прогнозу щодо майбутніх подій, поведінки певних людей або їх реакції на певний стимул; його смакові преференції та уявлення про доцільність певної дії. Тактика довідування про думку співрозмовника реалізується за допомогою різних типів квеситивів або декларативів, які містять дієслова, які мають у своєму значенні сему «незнання, непоінформованості» або «бажання дізнатися».

3.2.1.4. Тактика згоди з думкою співрозмовника

Висловлення згоди входять до групи «очікуваних» (*preferred*) реакцій, які є реакцією на репліку-стимул, при цьому адресат усвідомлює мету, з якою адресант

вимовляє ініціююче висловлення, і реагує так, як співрозмовник хотів би, щоб він відреагував [Malholland, 1991].

Згода розуміється не лише як вираження збігу думок, позицій, точок зору, але і як позитивна оцінка, схвалення сказаного співбесідником. Демонструючи згоду, збіг думок, мовець створює доброзичливу атмосферу спілкування, психологічну синхронізацію, налагоджує контакт.

Висловлення згоди наразі вивчається як реагуючий мовленнєвий акт, який виникає у відповідь на певний стимул (Зербіно, 2012; Рудик, 2000; Почепцов, 1989), як концепт (Білоконенко, 2018; Петров, Юмрукуз, 2018) та як комунікативна тактика (Борисенко, 2019; Шкіцька, 2011).

І.М. Рудик визначає мовленнєвий акт згоди як акт вербальної взаємодії мовця і слухача, ілокутивною метою якого є маркування сказаного співрозмовником як такого, що відповідає дійсності або інтересам (можливостям) мовця [Рудик, 2000].

Згідно з прагматичною спрямованістю мовленнєвого акту згоди вченими запропоновані також різні класифікації комунікативно-прагматичних смислів згоди, такі як згода-схвалення, згода-підтримка, та інші (А. Зербіно, І.М.Рудик).

Комунікативна тактика згоди розглядається як засіб реалізації максими згоди, яка приписує зменшувати розбіжності з партнером, збільшувати з ним згоду, демонструючи повагу, що підвищує статус адресата та створює приязну атмосферу спілкування [Борисенко, 2009].

За твердженням І.М. Рудик, згода може бути 1) експліцитною та імпліцитною (в залежності від наявності/відсутності у семантичній структурі висловлювання семи очевидної згоди, підтвердження або очевидної незгоди, заперечення); 2) однослівною та надслівною (в залежності від рівня формальної організації досліджуваних висловлювань); 3) фразеологізованою та вільномодельованою (в залежності від усталеного/оказіонального характеру мовних одиниць) [Рудик, 2000].

І. Шкіцька наголошує, що репрезентація тактики згоди відбувається шляхом: а) констатації правильності або прийнятності думки співрозмовника; б) вираження єдності позицій, поглядів комунікантів; в) оцінки думки співрозмовника як такої,

що відповідає дійсності чи заслуговує на схвалення [Шкіцька, 2011].

Згода експлікується як прямим, так і непрямим способом. Пряма згода, як слушно зазначає А. Зербіно, виходить з буквального змісту речення. Її ілокутивна формула безпосередньо співвідноситься з локуцією висловлення, тобто з пропозиційним змістом висловлення. У прямих висловлюваннях мовленнєвий акт згоди/незгоди виражається експліцитно, тобто пряме висловлення згоди/незгоди може бути виражене засобом перформатива [Зербіно, 2011].

Непрямий мовленнєвий акт згоди проявляється як роздвоєння між значенням і змістом висловлення, між тим, що виражається, і тим, що мається на увазі [там само]. Мовець здійснює одну мовленнєву дію, використовуючи іншу. У непрямому висловленні компонент згоди міститься в пропозиції. Прикладом непрямой згоди може слугувати такий епізод:

Mary Jo entered the house and was greeted by the smell of roasting turkey and sage and apple pie.

"You're awake!" Grace declared as she stepped out of the kitchen. She wore an apron and had smudges of flour on her cheeks.

"I'm shocked I slept for so long."

"You obviously needed the rest," Grace commented, leading her into the kitchen. "I see you've met my husband." [Macomber, 2008, 141].

Висловлення згоди у світській бесіді мають або повний, або частковий характер. Повна згода має місце тоді, коли адресат погоджується беззастережно. Така згода висловлює позитивне ставлення адресата до всього змісту репліки-стимулу:

- *Lisa: Lisa. Lisa. Um, I'm around dinosaur bones all day, so I'm not really used to talking to people that much.*

*Max: **Right** [AP, 00:02:50 - 03:43].*

- *"This turned out to be a beautiful day," I said and wanted to jerk back the inane words as soon as they were out of my mouth. Apparently, the weather was the most stimulating topic I could come up with.*

***"I'm glad. It's always a risk when you plan a picnic in May"** [Macomber, 2010,*

109].

Часткова згода – це згода, виражена із застереженням, з умовою. Вона актуалізує позитивне ставлення адресата лише до деяких елементів висловлення або робить висловлення менш категоричним:

“Ooh, well... Why not! And could I try one of those sugar tulips? You know. Just for research purposes.”

“Sure,” says the girl pleasantly. “Whatever you like” [Kinsella, 2004, 76].

Згода може мати категоричний або некатегоричний характер. Категоричною вважається згода, дана комунікантом без будь-яких умов та застережень. У більшості випадків існує кілька лінгвальних засобів досягти реалізації своєї кінцевої комунікативної інтенції [Морозова et al., 2019, 51].

Посилити чи пом'якшити вираз комунікативної інтенції дозволяє використання особливих мовних засобів – інтенсифікаторів та деінтенсифікаторів. Мета введення в структуру висловлення інтенсифікаторів полягає у наданні мовленнєвому акту більшої переконливості, категоричності та посилення його перлокутивного ефекту, наприклад:

- *“Hey,” says Suze, fondly propping the picture against the wall. “Shall we have a titchy before we go?”*

“Absolutely!” I say, turning quickly away from Tarquin. “Good idea.” [Kinsella, 2003, 55].

- *Then I make the mistake of glancing up at Luke Brandon. He’s staring at me, his mouth twitching slightly. Oh shit. He knows I don’t have a clue, doesn’t he?*

“Alicia,” he says abruptly, “that’s Maggie Stevens coming in. Could you—”

“Absolutely,” she says, trained like a racehorse, and starts to move smoothly toward the door [Kinsella, 2003, 9].

Зниження категоричності висловлювання досягається шляхом запровадження у нього засобів деінтенсифікації (наприклад, предикатів думки). Їх призначення полягає в тому, щоб показати, що суб'єкт не хоче або не вважає себе в праві виносити категоричне судження про прийнятність/неприйнятність мовних/немовних дій партнера, у тому числі передбачуваних:

"Mrs. Perevil is a strange woman".

"A very neurotic one, I should think" [Rendell, 1985, 77].

Крім того, згода може бути емоційною:

"I was just saying to Luke what a coincidence it was!" I say. "You and he already knowing each other."

"Isn't it extraordinary?" She gives her silvery laugh. "Out of all the hundreds of patients I've had, I've never before had one married to an ex-boyfriend!" [Kinsella, 2000, 45].

До прийомів, через які реалізується тактика згоди, уналежнюють констатацію правоти співрозмовника, повтор репліки співрозмовника, демонстрація розуміння співрозмовника, перефразування репліки співрозмовника, підхоплення репліки співрозмовника, розвивання думки співрозмовника, інтерпретація репліки співрозмовника, схвалення думки співрозмовника [Malholland, 1991; Борисенко, 2019; Рудик, 2000; Шкіцька, 2011].

Простежимо вживання цих прийомів у фактичному матеріалі:

1) констатація правоти співрозмовника:

Jamie: This is one of my personal favorite spots.

Scott: I can see why, I really can [КС, 00:27:39-00:28:51].

2) повтор репліки співрозмовника:

"Morning, Ethan. Fine morning."

"Fine," said Ethan [Steinbeck, 2001, 6].

3) демонстрація розуміння співрозмовника:

"If that train hadn't started moving, I don't know what I would have done." I shake my head. "You feel so... impotent!"

"I know exactly what you mean," says the man intensely. "They don't realize that some of us..." [Kinsella, 2003, 13].

4) перефразування репліки співрозмовника:

Mr. Van: Makes me feel good spending time with the fellows, helping out, but, Lord, I didn't know catfish could taste that bad!

Dana Sue: Oh, now, see, bad catfish is a crime [SM, S1 S4, 00:34:19]

5) підхоплення репліки співрозмовника:

Mel: Uh... So, mixed drinks are not...

Jack: Not our thing. But I have all the boys, Johnnie, Jack, and Jim. [VR, S1 S1, 00:08:42 - 00:10:41].

6) розвивання думки співрозмовника:

- *Emme: Things are good. Haven't seen much of the town yet. I should probably get out more. Baked goods aren't the best conversationalists.*

Lisa: Well, neither are bones [AP, 00:27:46 - 00:28:51].

- *"Some marriages are awf'ly sad," said Hamish.*

"They are that," agreed Jamie, "and none so sad as the Mainwarings'." [Beaton, 2013, 74]

7) інтерпретація репліки співрозмовника:

Erik: Of course. It's nice to have you back.

Noreen: Thanks, it's good to be home. Well, back. You know what I mean [SM, S2 S4, 00:11:26].

8) схвалення думки співрозмовника:

Rosie: Maybe we'll meet again some time.

William: Yes. That would be...great [NH, 1:04:00-1:05:11].

Таким чином, висловлення згоди є такою реакцією на репліку-стимул, яку очікує співрозмовник. Демонструючи згоду, збіг думок, мовець створює доброзичливу атмосферу спілкування, психологічну синхронізацію, підвищує статус адресата.

Висловлення згоди у світській бесіді мають або повний, або частковий характер. Повна згода має місце тоді, коли адресат погоджується беззастережно: така згода висловлює позитивне ставлення адресата до всього змісту репліки-стимулу. Часткова згода виражена із застереженням, з умовою, вона актуалізує позитивне ставлення адресата лише до деяких елементів висловлення. Прийомами, які реалізують тактику згоди, є констатація правоти співрозмовника, повтор репліки співрозмовника, демонстрація розуміння співрозмовника, перефразування репліки співрозмовника, підхоплення репліки співрозмовника, розвивання думки

співрозмовника, інтерпретація репліки співрозмовника, схвалення думки співрозмовника.

3.2.1.5. Тактика комплімента

Компліменту присвячена велика кількість досліджень та його стратегічне підґрунтя вивчене досить ретельно.

Н.В. Павлик вважає комплімент *фатичним* актом підтримки контакту, який є «особливим різновидом ввічливого висловлювання адресанта, що виконує фатичну та/або маніпулятивну функцію й спрямований на адресата з метою покращення стосунків між ними» [Павлик, 2017, 33].

Н.О. Бігунова розглядає комплімент і як мовленнєвий акт, і як комунікативну тактику і зазначає, що інтенція комплімента полягає в повідомленні про добрі почуття, про прихильність мовця до адресата; адресант комплімента вважає за потрібне сказати щось приємне співрозмовникові, стати йому ближчим і навіть незгода адресата з адресантом компліменту не означає його неуспішності [Бігунова, 2017].

Дж. Холмс, Н. Вольфсон та ін. наголошують, що комплімент служить для зміцнення солідарності між мовцем і адресатом, Н. Вольфсон в цьому сенсі називає комплімент соціальним мастилом, яке встановлює і підтримує контакт [Holmes, 2003; Wolfson, 1989].

Т. Врабель вважає основною метою компліменту «бажання мовця зробити приємне співрозмовнику, підкреслюючи його зовнішні характеристики, розумові здібності, вмільість, а також виділити його серед інших, підбадьорити, якщо у цьому є необхідність, підняти настрій, надати впевненості, тобто зміцнити його емоційний стан» [Врабель, 2020, 136].

На думку Н.В. Павлик, вимовляючи комплімент, мовець «має на меті вплинути на свого слухача й висловити прихильність до нього та захоплення його особистістю, що сприяє покращенню емоційного стану співбесідника та заохочує його підтримати комунікацію» [Павлик, 2017, 32].

Отже, стратегічним завданням учасника світської бесіди, який вдається до

компліменту співрозмовнику, є викликати його симпатію, встановити та підтримати контакт з ним, заручитися його підтримкою.

Н.Д. Борисенко зазначає, що комплімент може виступати «як незалежною тактикою, так і реакцією на попередні репліки комунікантів» [Борисенко, 2015, 256]. І.І. Шахновська розрізняє два типи компліменту: клішований та авторський. Клішовані компліменти вона відносить до ритуальних мовленнєвих актів, які точно і легко інтерпретуються адресатом та знижують ризик непорозуміння. До складу компліментів-кліше вчена уналежнює лексичні одиниці позитивної оцінки: *marvelous, good, nice, love* [Шахновська, 2017].

Численні дослідження мовних засобів вираження компліментів свідчать про те, що вони переважно подібні один до одного, тобто абсолютно неоригінальні. За спостереженнями Н. Вольфсон і Дж. Мейнса, дві третини усіх компліментів включають один з п'яти прикметників: *nice, good, beautiful, pretty, great* та два дієслова: *like* і *love* [Wolfson, Manes, 1980]. Вочевидь, мова йде, в термінології І.І. Шахновської, про клішовані компліменти.

Наведемо приклад клішованого компліменту у світській бесіді зі вживанням позитивно-оцінного прикметника *pretty*:

“I always go and put my big foot in it,” said Hamish sadly. “It comes from not being in the way of talking to pretty girls. My mind gets all thumbs.” Jenny giggled. [Beaton, 2013, 7-8].

Позитивно-оцінні прикметники в клішованих компліментах часто вживаються у найвищому ступені порівняння:

- *You were **the most talented** girl in our class and I don't expect that's changed* [Macomber, 2013, 116].

- *Honey, you are **the cutest*** [FCB, 00:25:09 - 00:26:31].

Посилення позитивної оцінки прикметника в клішованому компліменті досягається вживанням прикметника з прислівником-інтенсифікатором (*very, quite, pretty, perfectly, totally, absolutely*).

- *“What do you think?” she asked.*

“Very good,” said Hamish politely [Beaton, 2013, 25-26].

- *Cassie: Hi, we're your neighbors. I'm Cassie, and my quiet but **highly intelligent** roommate is...* [AP, 00:02:50 - 03:43].

До речі, в першому з наданих прикладів спостерігаємо авторський коментар, якій маркує інтенцію мовця – бути ввічливим та люб’язним (*said Hamish politely*).

Комплімент також підсилюють невербальні маркери захопленості – вигуки *Oh, Wow* та прагматичні паузи:

- *Wow. Wow. I mean, this is... this is incredible* [AP, 00:27:46 - 00:28:51].

До синтаксичних засобів вираження компліменту відносяться окличні речення, серед яких найбільш поширені такі, що починаються питальними займенниками *What* та *How*, після яких слідує оцінний прикметник.

‘Do you regret it?’

‘Yes.’

‘Do you think that regretting it makes you a better architect?’

He squatted on the floor beside her.

‘What a very nice question, Miss Brown.’ [Trollope, 2000, 22].

Окрім окличних речень, комплімент експлікують негативно-питальні речення, наприклад:

“Becky!” says Robyn, clasping her hands. “Isn’t that gown beautiful? Don’t you look adorable? Is that the one, do you think?” [Kinsella, 2004, 82].

Комплімент також експлікують розділові питальні речення:

“And I think your room has a nice view, hasn’t it?” [Pym, 2009, 212].

Авторські компліменти, які є результатом креативності мовця, завдяки своїй непередбачуваності, здатні здійснити більш прагматичний вплив на адресата, на який вказує емоційний стан співрозмовника» [Шахновська, 2017, 122].

Н.О. Бігунова зазначає, що на відміну від таких ритуалів, як вітання, прощання, співчуття, комплімент передбачає творчість мовця: вишукані компліменти завжди оцінюються вище невігядливих штампів. На думку дослідниці, непрямий характер компліменту обумовлений підсвідомим прагненням адресантів відійти від шаблонності, формальності; саме нешаблонний, непрямий комплімент є дієвішим, ніж звичайний, прямий, оскільки

він є одиничним, унікальним, що, як правило, імпонує адресатові [Бігунова, 2017, 322].

Квеситивна форма вираження компліменту і відсутність оцінної лексики роблять комплімент авторським, непрямим за формою вираження, наприклад:

“But what I really wanted to ask you,” said Patrick O’Sullivan, putting his hands in his jacket pockets, “is what is a woman like you doing in a place like this?” [Trollope, 1992, 44].

Наступні фрагменти світської бесіди віддзеркалюють вживання авторського компліменту, який базується на протиставленні: аматорський рівень адресанта компліменту протиставлений професійності адресата:

- *“I’ve only been painting for the last five years, Marta. My work is amateurish compared to the artists you represent”* [Macomber, 2013, 116].

- *Kyle: I’m looking for Noreen?*

Garth: I bet you’re Kyle. Dude, come on in. I’m Garth, Noreen’s brother. Neen, you got company. Congrats on your play, man, Noreen was telling me all about it.

Kyle: She has?

Garth: Oh, yeah, I mean, she can’t stop bragging about her awesome stepkids [SM, S1 S8, 00:26:05 - 00:26:38].

- *We don’t get a lot of visitors. Certainly not as beautiful as you* [VR, S1 S1, 00:08:42 - 00:10:41].

Таким чином, активне вживання компліментів у світській бесіді зумовлене його інтенцією повідомити про прихильність до адресата, сказати щось приємне співрозмовникові, стати йому ближчим. Учасники світської бесіди переважно вдаються до клішованих компліментів, які подібні один до одного, містять позитивно-оцінну лексику та прислівники-інтенсифікатори. До синтаксичних засобів вираження компліменту відносяться окличні та негативно-питальні речення.

3.2.1.6. Тактика співчуття співрозмовникові

Співчуття (*empathy*) витлумачується як здатність відчувати чийсь почуття або

переживання, уявляючи, як було б опинитися в ситуації цієї людини [Cambridge dictionary]. З іншого боку, співчуття вимагають від нас певні емоційні обов'язки [Myers, 2009]. Співчуття виконує і певні соціальні функції, зокрема, функцію придушення агресії (коли агресивну поведінку можна запобігти спілкуванням, у тому числі виказуючи спілкування людині, визнавши її правоту та справедливість її образи), і функцію «жилетки», коли негативні емоції послаблюються, зникають, коли людину вислухали із співчуттям [Стернин, 2001].

Як слушно вказують А. Гудманян та І. Шахновська, тактика співчуття сприяє встановленню та підтриманню доброзичливих стосунків між комунікантами, створює між ними атмосфери взаєморозуміння та довіри, запобігає або пом'якшує можливий дискомфорт ситуації [Гудманян, Шахновська, 2015]. У свою чергу, О.В. Антонов вважає, що досліджувана тактика «виступає засобом вираження психоемоційної єдності та солідарності із адресатом, що зазнав сильних психоемоційних переживань негативного характеру» [Антонов, 2017, 12].

Використання тактики співчуття демонструє бажання комунікантів створити емоційно комфортну комунікативну ситуацію, бажання встановити та підтримати доброзичливі, відкриті стосунки між учасниками бесіди. В.В. Козлова зазначає, що «при реалізації тактики співчуття важливим виявляється встановлення емоційного контакту в процесі експлікації спільності емоційних реакцій на стресові ситуації» [Козлова, 2012, 12].

Світська бесіда вимагає від комунікантів знань про один одного і про останні події, які з ними трапились. Якщо ці події сумні, мовці виражають співчуття, зазвичай лексикою, яка експлікує співчуття *pity, sorry, shame*:

1) *“So, Venetia,” I say politely as at last she turns off the ultrasound machine. “I was sorry to hear about you splitting up with your boyfriend. What a shame.”*

“Ah well.” Venetia spreads her hands. “Some things aren’t meant to be.”
[Kinsella, 2000, 84]

2) *Elizabeth moved the photograph a few inches away from her. ‘Is he away at school then?’*

‘No. He lives with his mother.’

'Oh dear,' Elizabeth said.

'His mother left me,' Tom said. 'Almost a year ago. She left me for the deputy-head teacher of a secondary school at a place called Sedgebury, in the Midlands.'

Elizabeth looked at the photograph again.

'I'm so sorry.' [Trollope, 2000, 17].

У наведених прикладах співчуття виражається з приводу розлучення з хлопцем (приклад №1) та після повідомлення, що хлопчик з фото – син Тома – живе з матір'ю, яка кинула Тома заради завуча школи (приклад №2).

Репліки співчуття виникають у світській бесіді як реакція на згадування про негативні події, а також коли мова йде про щойно померлих близьких співбесіднику людей, наприклад:

- *Scott: Matthew?*

Jamie: My late husband.

Scott: I'm sorry [КС, 00:27:39-00:28:51].

- *"Ron and I visited Texas once. Ron wanted to see the Alamo. He's my husband...was my husband. He died this October."*

"I'm sorry" [Macomber, 2018, 28-31].

В художньому дискурсі емпатію мовця увиразнюють слова автора. Наведемо приклад:

- *"Your sister's death must still be troubling ye sore," said Hamish sympathetically* [Beaton, 2013, 43-44].

- *"I'm sorry about your husband," Elise said, real sympathy in her voice.*

"Yes, I am, too. I miss him dreadfully" [Macomber, 2018, 55-59].

На синтаксичному рівні тактику співчуття виражають окличні емфатичні конструкції *What / Such a shame!, what / Such a / That's a pity!, Poor old you!*, наприклад:

*'I'm sorry,' he said, 'to see you having **such a difficult time.** Must be terrible not being able to get about on your own pins.'* [Spark, 2014, 132].

За даними нашої вибірки, тактика співчуття реалізується також за допомогою еліптичних розділових питань, які містять у своєму складі негативно-оцінну

лексику (*bad*) або лексику узагальнювального характеру (*nothing*), яка увиразнює важкий стан речей, наприклад:

- *Mike: You okay?*

John: Just my leg.

*Mike: **Bad, is it?*** [Sherlock S1 E1, 08:25-08:55].

- *The short fat arms stretched and rocked back and forth on the elbows. “My arms hurt, kid. Arthritis.... Gets worse.”*

*“**Nothing you can do?**”* [Steinbeck, 2001, 10].

Отже, комунікативна тактика співчуття використовується для емоційної підтримки співбесідника, для створення доброзичливої атмосфери, а також для демонстрації довіри. Ця тактика спрямована на пом'якшення сумної, стресової атмосфери бесіди та демонструє емпатію, готовність вислухати душевні переживання співрозмовника. Репліки співчуття виникають у світській бесіді як реакція на згадування про негативні події, а також коли мова йде про щойно померлих близьких співбесіднику людей. Мовленнєвими прийомами, які реалізують у світському мовленні тактику співчуття, є емоційна лексика: *pity, sorry, shame*, окличні емфатичні конструкції *What / Such a shame!, what / Such a / That's a pity!, Poor old you!* та еліптичні розділові питання, які містять у своєму складі негативно-оцінну лексику.

3.2.1.7. Тактика поздоровлення

Як слушно зазначає М.М. Жовнір, в інтродуктивній частині світської бесіди превалюють увічлива й урочиста тональності мовлення [Жовнір, 2016, 52].

У класифікації мовленнєвих актів Дж. Сьорла поздоровлення уналежнюється до експресивів, іллокутивною метою яких є вираження психологічного стану, психологічної реакції мовця на стан справ або поведінку адресата мови [Серль, 1986]. Мовленнєвий акт поздоровлення є конвенційним, тобто соціально зумовленим, який не обов'язково передбачає у мовця відповідної емоції, а лише сигналізує про доречність і необхідність цієї емоції в даній ситуації відповідно до прийнятих правил спілкування.

Саме конвенційний характер поздоровлень обумовлює їхнє активне використання у світській бесіді.

Якщо стимул названий кимось із співбесідників, поздоровлення формулюється у мінімальній формі: за допомогою іменника *Congratulations* у множині або його скороченої форми *Congrats*:

“Where are you off to?”

“My wife’s in labor,” he says. “Our fourth.”

*“Oh,” I say, taken aback. “Well... Gosh. **Congratulations**. I hope you—”*
[Kinsella, 2003, 11].

Якщо мовець сам розпочинає вітання, він також згадує привід та висловлює похвалу:

“Danny! Long time.”

“Luke!” Danny leaps up and claps him on the back. “Great to see you!”

*“**Congratulations on all your success!**”* [Kinsella, 2000, 322].

Висловлення поздоровлення має досить жорстку структуру (привітання з приводу, побажання, похвала, уточнюючі питання) та здійснюється за допомогою стереотипних мовних засобів – кліше. Мовець, як мінімум, послуговується цими шаблонами, а може, окрім традиційних мовленнєвих засобів, вдаватися до імпровізації на задану тему з використанням риторичних прийомів (гіперболи, антитези, метафори та ін.).

Поздоровлення можна класифікувати за **стимулом**:

1) вітання з релігійними чи державними святами:

- *“**Merry Christmas**,” Mary Jo said cheerfully, wondering if her words sounded as forced as they felt* [Macomber, 2008, 35-38].

- *Helen: **Happy Mother's Day!** Without husbands and kids, it might actually be fun* [Otherhood, 00:04:34 - 00:06:44].

2) вітання з особистими святами (з днем народження співрозмовника, з весіллям, з народженням дитини), наприклад:

“Tom and I are getting married.” Myron said nothing. He felt a funny twinge.

*“Well?” “**Congrats**.” “That’s it?” “I’m surprised, that’s all. **But really, I think***

that's great. When's the big day?" [Coben, 2007, 27];

3) вітання з професійними досягненнями, наприклад:

"To tell you the truth, I had no idea any of this was going on until I read about it in Rebecca's article in The Daily World. Which, by the way, was a fine piece of investigative journalism," he adds, nodding to me. "Congratulations" [Kinsella, 2003, 232];

Поздоровлення з професійними досягненнями пов'язані з успіхами адресата у тій чи іншій сфері, задля досягнення яких він доклав певних зусиль.

Отже, поздоровлення супроводжується висловленням позитивної оцінки, схвалення. Похвали щодо успіхів адресата, що можна спостерігати у наступному епізоді:

Bernie: Oh splendid. Well done. How's the pay in movies? I mean, last film you did, what did you get paid?

Anna: Fifteen million dollars.

Bernie: Right. Right. So that's... fairly good. On the high side... [NH, 37:30-38:30].

Таким чином, поздоровлення у межах світської бесіди є проявом позитивної ввічливості з метою висловити свою симпатію та радість з приводу певної події. Поздоровлення має досить жорстку структуру (привітання з приводу, побажання, похвала, уточнюючі питання) та здійснюється за допомогою стереотипних мовних засобів – кліше.

3.2.1.8. Тактика подяки

Лінгвісти потрактовують подяку як мовленнєвий акт: бехабітив, конвівіал, експресив, сатисфікатив або регламентив – в залежності від того, яку ілокутивну ціль вони визнають домінувальною в даному мовленнєвому акті. Дж. Остін уналежнює мовденнєвий акт подяки до класу *бехабітивів*, які об'єднують етикетні формули спілкування та виражають реакцією на поведінку людей [Austin, 1975, 159]. Дж. Ліч відносить подяку до *конвівіалів* [Leech, 104-105], ілокутивною ціллю яких є забезпечення гармонійного перебігу комунікації. У таксономії ілокутивних актів Дж. Сьорла подяка віднесена до групи *експресивів*, що виражають почуття та

ставлення [Серль, 1986, 15]. О.А. Романов уналежнює подяку одразу до двох класів: до *сатисфактивів*, які спрямовані на вираження почуттів та емоцій комуніканта (у випадку щирої подяки), та до *регламентивів* (коли подяка є формальною) [Романов, 1988]. О. Халіман кваліфікує мовленнєвий акт подяки як оцінний, «оскільки він пов'язаний з репрезентацією аксіологічних смислів» [Халіман, 2022, 329].

Т. Врabelь вважає, що «як соціально значущі, мовленнєві акти подяки у ритуалізованих ситуаціях є знаком поваги мовця до розроблених суспільством норм вербальної поведінки, а їхнє вживання, відповідно, свідчить про визнання співрозмовника рівноправним членом цього культурно-мовного соціуму, на якого поширюються вимоги поважного ставлення» [Врabelь, 2020, 129].

Н.В. Кондратенко слушно відносить подяку до «непрямих мовленнєвих актів позитивної оцінки» [Кондратенко, 2023, 22]. І.О. Ківенко вважає, що мовленнєвий акт подяки здійснюється, перш за все, з метою вираження позитивної реакції/оцінки на поведінку та дії людини, по-друге, з метою встановити гармонійні відносини з адресатом та створити сприятливу атмосферу спілкування, тобто подяка також виконує функції формул етикету. Експресивність або етикетний характер подяки, на думку вченої, визначаються екстралінгвістичним характером, саме тому ці характеристики є варіативними, тоді як реакція на поведінку/дії комуніканта (бехабітивність) слід вважати константною рисою мовленнєвого акту подяки [Ківенко, 2013].

Отже, мовленнєвий акт подяки демонструє значну контекстуальну варіативність, зумовлену критерієм щирості. У разі здійснення соціального ритуалу, подяка є формальною, висловлюється машинально, адресат не відчуває істинної вдячності. У світській бесіді, коли спілкуються незнайомі або малознайомі люди, подяка здебільшого функціонує як етикетний засіб та не несе емоційно-оцінного навантаження. Як справедливо зазначає І.О. Ківенко, у повсякденному спілкуванні людина, використовуючи етикетні репліки, «не відчуває ніяких емоцій та не оцінює вчинки іншого комуніканта» [Ківенко, 2018].

Т. Врabelь вважає, що «як соціально значущі, мовленнєві акти подяки у

ритуалізованих ситуаціях є знаком поваги мовця до розроблених суспільством норм вербальної поведінки, а їхнє вживання, відповідно, свідчить про визнання співрозмовника рівноправним членом цього культурно-мовного соціуму, на якого поширюються вимоги поважного ставлення [Врабель, 2020, 129].

Отже, користуючись комунікативною тактикою подяки, мовець показує своє добре ставлення до співбесідника, викликає приємні почуття, створює доброзичливу атмосферу бесіди, зокрема, світської бесіди.

Учасники світської бесіди вдячні за запрошення, за надану інформацію, отримані компліменти, за схвалення їхніх дій, за вияв турботи та уваги до них, за підтримку.

Формальна подяка реалізована типовими мовними засобами. Здебільшого мовці використовують дієслово *to thank* у еліптованих конструкціях (*Thank you, Thanks*), рідше дієслова *to appreciate*, прикметники *grateful* та *thankful*. Наприклад:

- *Sofia: Hi. I was so glad you called. Come in.*

Lisa: Thanks [AP, 01:11:46 - 01:12:48] (подяка за запрошення).

- *Mel: Well, I actually came to talk to him, so... Hey, Preach. Is Jack around?*
Preacher: Yeah, he's in the office. Um... I'll go get him.

Mel: Thanks [VR, S2 S1, 00:15:17-00:16:30] (подяка за надану інформацію).

- *Ian: Oh, Ian Page. Pleased to meet you. I'm a big fan of your work, really.*
Ian: Oh, thank you [ND, 00:35:45 - 00:36:45] (подяка за комплімент).

Від таких ситуацій відрізняються ті, у яких «критерій щирості опиняється в комунікативному фокусі», оскільки адресант «високо оцінює дії / вчинки адресата та вважає їх бенефактивними для себе» [Ківенко, 2018, 67]. Його подяка не є простим етикетним кліше, а слугує засобом вираження істинної вдячності та позитивного емоційного стану. На це звертає увагу й І. Чемеринська, зауважуючи, що денотативним значенням таких фраз «є вираження почуття вдячності за послугу, пораду, подарунок тощо, але висловлення здатне набувати й емоційно-експресивної конотації» [Чемеринська, 2012, 100].

У разі неформальної, щирої подяки мовці вдаються до непрямих засобів, а саме до прикметників позитивно-оцінної семантики: *nice, sweet* та *kind*. Наприклад:

- *Annie: You okay?*

Dana Sue: I learned a little bit more about why Miss Frances left me the money. It's complicated, but she felt close to me... Us. Like family.

*Annie: That's **sweet**. I always remembered her favorite order because you taught me to treat customers at Sullivan's like visitors in our home.*

Dana Sue: Yeah [SM, S3 S4, 00:34:39– 00:35:05].

- *"You can put it that way," said Professor Wanstead. "He said," he continued, "that you would be travelling on this tour, that he had in fact arranged for you to be travelling on this tour."*

*"It was very **kind** of him," said Miss Marple. "Very kind indeed. I was most surprised when I found he'd booked me. Such a treat. Which I could not have afforded for myself." [Christie, 1975, 125].*

Щира подяка не так поширена в світській бесіді, проте цілком можлива. Її інтенсифікують прислівники-інтенсифікатор *a lot, much, enough*, наприклад:

- ***How can I ever thank you enough for giving me the opportunity to live in this astounding city!** [Wodehouse, 2016, 98].*

- *When the reel came to an end every one stirred luxuriously.*

'Well, that was very nice,' said the Rector's wife, 'very nice and instructive.'

'I really must congratulate you, Colonel. A production of absorbing interest. I had no idea Wesley's life was so full of adventure. I see I must read up my Lecky.'

'Too divine, Papa.'

'Thank you so much, sir, I enjoyed that immensely.' [Waugh, 2012, 149].

Таким чином, у англомовній світській бесіді подяка є однією з комунікативних тактик, що реалізують стратегію виявлення інтересу до співрозмовника. Учасники світської бесіди виражають подяку за запрошення, за надану інформацію, отримані компліменти, за схвалення їхніх дій, за вияв турботи та уваги до них, за підтримку. Подяка часто функціонує як етикетний засіб, який не має емоційно-оцінного навантаження. Щира подяка не так поширена в світській бесіді, проте є цілком можливою. Подяка здебільшого реалізована дієсловом *thank* у еліптованих конструкціях (*Thank you, Thanks*), прикметниками *grateful* та *thankful*,

та рідше, особливо для вираження щирої подяки, вживаються непрямі засоби, зокрема прикметники *nice, sweet* та *kind*. Щирість мовця увиразнюють прислівники-інтенсифікатори *a lot, much, enough* та вигук *oh*.

3.2.2. Стратегія самопрезентації

Комунікативна стратегія самопрезентації полягає у створенні певного враження про мовця і підтримці його позитивного іміджу.

В основі самопрезентації лежать потреба у схваленні, мотив влади, прагнення до переваги, потреба у повазі, мотив привернення до себе уваги тощо [Goffman, 1959]. Американський соціолог І. Гоффман вперше звернувся до феномену самопрезентації як інформації про людину, що впливає на враження про неї – соціальний статус, фінансовий статус, компетентність, настанови. На його думку, комунікант справляє враження з метою відповідати своїй соціальній ролі та очікуванням слухачів. Неможливо справити належне враження на аудиторію, не дотримуючись норм спілкування, визначених суспільством. Самопрезентація – це не тільки управління враженням, а й самовираження – уявлення своєї думки, досвіду, цінностей, характеру тощо [Goffman, 1959].

За Т. А. ван Дейком, стратегія самопрезентації повинна блокувати негативні висновки, пов'язані з оцінними судженнями, що призводить до створення аргументованих послідовностей, які роблять оцінки справедливими та соціально прийнятними [Dijk, Kintsch, 1983]. Аудиторія робить висновки про мовця з його поведінки, зовнішності, відомої про нього інформації, стереотипів, припущень і домислів. Метою стратегії самопрезентації є створення сприятливого враження на оточуючих. Комунікативні тактики і ходи, що використовуються при реалізації стратегії самопрезентації, призначені для дотримання правила: «Що б я не говорив, слухач не повинен думати про мене погано» [Dijk, Kintsch, 1983, 397].

Складовими прийомами самопрезентації є драматизація та ідеалізація. Драматизація полягає в демонстрації оточуючим тих фактів, які необхідно акцентувати та донести до слухачів. Принцип ідеалізації полягає у виконанні норм поведінки цього соціуму [Goffman, 1959].

Звернімося до першої комунікативної тактики, яка, на нашу думку, реалізує стратегію самопрезентації.

3.2.2.1. Тактика висловлювання думки

Англійські традиції передбачають стриманість і невизначеність у судженнях як знак поваги до співрозмовника, який має право дотримуватися іншої думки. Як зазначає Т. Врabelь, висловлювання думки «полягає у тому, що комуніканти, які можуть бути як експертами, так і не мати спеціалізованих знань у певній галузі, висловлюють власну точку зору або припущення на основі спільного фонду знань у певній комунікативній ситуації» [Врabelь, 2020, 74].

У світській розмові часто використовуються засоби зниження категоричності типу *I think, I suppose, I believe, probably, perhaps, rather*.

Наведемо декілька прикладів:

- *Max: I'm not saying it's a bad thing, in fact, **I think** it's something we should take pride in* [NH, 40:00-44:05].
- *Keziah: **We believe** that fruits and vegetables have feels so **we think** cooking is cruel* [NH, 1:03:00-1:03:20].

Світську бесіду відрізняє невимушеність стилю, “легкі” теми бесіди, навмисне ігнорування подробиць, невизначеність, перевага надається витонченій формі, а не глибокому змісту, діє негласне табу на «книжковість» чи науковість стилю спілкування, іншими словами, фатична складова є більш цінною, ніж інформативна. Саме тому, коли мовець висловлює власну думку з певних питань, він робить це поверхнево, з гумором.

Учасники світської розмови вважають за краще обирати безпечні теми (погода, світські новини). Можна виокремити певні теми, з яких мовці обережно, некатегорично висловлюють власну думку:

1. мистецтво, література, спорт;
2. свята;
3. світські новини та чутки;

4. прогнози щодо майбутніх подій, поведінки певних людей або їх реакції на певний стимул;
5. робота, майбутні проекти, навчання;
6. туризм, відвідування визначних пам'яток, подорожі;
7. питання здоров'я.

Розглянемо приклади з власного фактичного матеріалу:

Elizabeth: Well, isn't this nice?

*John: **Bloody marvelous. I love Christmas.***

Elizabeth: Mm-hmm.

*John: **Should happen more often** [FCB, 00:15:18- 00:16:20].*

В запропонованому прикладі темою обговорення слугують різдвяні свята. В даному випадку, учасники бесіди висловлюють власну думку за допомогою тверджень.

*Helen: **It's a good deal. A great one, actually, and you'll be protected every step of the way.***

Dana Sue: But...

*Helen: **It fixes your financial problem** [SM, S2 S2, 00:23:28 - 00:24:47].*

В наведеному прикладі дві подружки, Хелен та Дана С'ю, обговорюють роботу та майбутні зміни в ресторані, власницею якого є Дана С'ю. Вживання стверджувальних речень допомагають Хелен висловити свою думку.

*BERNIE: I'm actually in the stockmarket, so not really similar fields, though I have done some amateur stuff -- P.G. Wodehouse, you know -- farce, all that. 'Ooh -- careful there, vicar.' Always imagined it's a pretty tough job, though, acting. **I mean the wages are a scandal, aren't they?** [NH, 37:30-38:30].*

У вищезазначеному прикладі також спостерігаємо тему роботи. Мовець висловлює думку за допомогою розділового питання.

Отже, тактика висловлювання думки реалізується за допомогою засобів зниження категоричності типу *I think, I suppose, I believe, probably, perhaps, rather*; стверджувальних речень; розділових питань, для висловлювання власної думки співрозмовники обирають безпечні теми, наприклад: робота, сім'я, свята,

мистецтво, спорт та інші.

3.2.2.2. Тактика висловлювання сентенції

Тактика висловлювання сентенції є узагальненням раніше сказаного в афористичній формі. Мовець висловлюється не від себе особисто, а висловлює загальноприйнятну думку, досвід багатьох спостережень. Зміст висловлювання зазвичай є банальним і зводить різноманітність людських переживань до закріплених в етносі нормативів.

Функцією сентенції у наступному прикладі є підтримка співбесідника: труднощі, про які міс Моріс розповідає Люсі, є очікуваними та неминучими, адже «життя важке»:

"Did you get George back safely?" she called after her.

"Yes, thank you," beamed little Miss Morris, pausing to dance on one toe, "but I think I'm in a different sort of trouble now. You see, I had my arm round George's waist, sort of steadying him after hanging him up, when Miss Lux came in. I'll never be able to explain away that, I'm afraid."

"Life is difficult," agreed Lucy.

"However, I think I really do know my insertions now," called little Miss Morris, speeding away over the grass [Tey, 2023, 10].

Наступний епізод з роману Д. Макомбер «Hanna's list» віддзеркалює вимушеність світської бесіди, яку відчують мовці, у відчаї обираючи теми для спілкування. Коли тема бейсболу виявляється нецікавою для Ліани, наратор вдається до сентенції про те, що більшість жінок люблять готувати:

"Another of Hannah's recipes?" I asked as I poured a small amount over the salad.

Leanne shook her head. "This one comes from my mother."

I licked some dressing off the end of my finger. "It's delicious."

"Thanks."

All at once we seemed to run out of things to say. Potential topics raced through my mind. If I was more interested in baseball, I could've discussed the Mariners, who'd played on both Saturday and Sunday. I couldn't recall who'd won either game, although

Ritchie had gone on about it for several minutes that morning.

"Do you like baseball?" I asked, a bit desperately.

She looked up as if the question had startled her. "No, sorry. Do you?"

"Not really." We both fell silent.

"**Most women seem to enjoy cooking,**" I said, trying again. "Hannah's cousin--" I stopped abruptly, realizing I'd sounded like an idiot. It wasn't a good idea to mention that Winter had made me dinner the week before [Macomber, 2010, 220 – 222].

Сентенції часто містять лексику узагальнювального характеру, про що свідчить вживання у наведеній бесіді узагальнювального займенника *most*.

Поширеним засобом вербалізації сентенцій у світській бесіді є також вживання модальних слів, наприклад прислівників високого ступеня впевненості:

Julie reached for a warm sourdough roll. "I'm glad you asked me to lunch."

—*and I want to thank you for being so patient with my son.*" Julie lowered her head and struggled to hide a grin. "**We've certainly had our ups and downs.** He's surprised me more than once" [Macomber, 2013, 228].

Категоричність сентенцій у світському мовленні увиразнюється також вживанням негативних займенників, наприклад, *no*:

"Children can be quite a handful," Cathy murmured, remembering the first time she and Ron had watched their two granddaughters for an entire day while Madeline and Brian attended an investment workshop. The kids had been picked up by four that afternoon, but she and Ron went to bed before eight o'clock, exhausted.

"**Being a single mother is no piece of cake,**" Elise told her [Macomber, 2018, 59].

До речі, той факт, що сентенції добре відомі всім, пояснює поширеність ідіом у складі сентенцій, про що свідчать попередні приклади (*ups and downs, no piece of cake*).

Сентенції виражаються лаконічно, іноді й парадоксально. Прикладом може слугувати такий епізод світської бесіди про навчання співрозмовників в одному коледжі з серіалу *Virgin River*, заснований на стилістичному засобі парадоксу:

Mel: Oh. Where'd you go to college?

Brie: I went to Chapman for undergrad.

Mel: Stop. Are you serious?

Brie: Yeah.

Mel: I went to Chapman.

Brie: No way!

Mel: Yes!

Brie: I've never met anyone who went there. Most people haven't heard of it.

Mel: I know! I can't believe this. When did you graduate?

Brie: 2007.

Mel: We were there at the same time. [laughs] What was your major?

Brie: Political science.

Mel: Health sciences.

Brie: Opposite sides of the campus. Still, I'm sure we crossed paths.

*Mel: I'm sure we did. **What a small world** [VR, S3 S2, 00:19:34 - 00:20:45].*

Таким чином, сентенції є короткими, влучними висловами, узагальненнями глибоких думок, які виражені у лаконічній формі, часто у формі парадоксу, з вживанням лексики узагальнювального характеру та засобів посилення категоричності. Функцією сентенції у світській бесіді є дотримання «поверхневого» стилю спілкування та підтримка контакту зі співбесідником.

3.2.2.3. Тактика поради

Комунікативною ситуацією поради опікуються чимало вчених: Дж. Сьорль, Б.Фрейзер, О.В. Наумук, Н.Я. Нера.

Порада є вираженням суб'єктивної думки адресанта щодо певної проблеми, що стосується співбесідника, та шляхів її вирішення.

Дж. Сьорль витлумачує раду як *директивний* мовленнєвий акт, іллокутивна направленість якого є спробою мовця досягти того, щоб слухач виконав щось [Searle, 1976].

У класифікації Б. Фрейзера поради належать до розряду «пропозицій», які виражають бажання мовця, щоб адресат оцінив сутність дії висловлюваного в пропозиції дії [Fraser, 1975].

О.В. Наумук визначає пораду як директив, що характеризується обов'язковими й факультативними диференційними ознаками. Їх гармонійне поєднання є запорукою бенефактивності рекомендованої дії й доцільності надання поради. До обов'язкових диференційних ознак О.В. Наумук уналежнює бенефактивну спрямованість на адресата-реципієнта поради, яка означає врахування інтересів адресата й переслідування його користі, незалежність комунікантів, зацікавленість адресата у виконанні спонукуваної дії, необов'язковість щодо її виконання; а факультативними диференційними ознаками дослідниця вважає спрямованість спонукування на користь мовця, залежність адресата від мовця, зацікавленість мовця у виконанні рекомендованої дії, обов'язкове виконання слухачем рекомендованої дії [Наумук, 2010].

Н.Я. Нера наголошує, що задля досягнення бажаного перлокутивного ефекту МА поради ставить перед мовцем завдання викликати певні емоції, почуття, бажання виконати рекомендовану дію [Нера, 2015, 189].

Аналіз механізмів активізації поради у світській бесіді показує, що домінуючим у лексико-семантичній групі дієслів є дієслова *advise* та *recommend*.

Найбільш поширеними засобами висловлювання поради у комунікативній ситуації світської бесіди вважаємо наступні:

- перформативні висловлювання з дієсловами *offer*, *propose*, *suggest*, *advise*, *recommend* і т.і., наприклад:

Dr. Mullins: All right. First item on the agenda is giving Muriel an official title. I suggest office manager. All in favor say aye.

Dr. Hayek: Aye.

Muriel: Aye [VR, S5 S10, 00:09:55 - 00:10:03].

- *Hope: Do you mind if I offer some unsolicited advice?*

Preacher: If I did, would that stop you? [VR, S5 S5, 00:27:35 - 00:27:39].

- спонукальні конструкції, наприклад:

Cathy pulled out a ball of yarn. "Then let me show you how to cast on stitches. It isn't the least bit difficult" [Macomber, 2018, 57].

- констатуючі та запитальні висловлювання з дієсловом у майбутньому часі, наприклад:

*Brady: Tell you what, **how about** I ride the kiddie cars with you if you promise to go on the berry-go-round with me [VR, S5 S10, 00:18:56 - 00:19:03].*

- питання, в тому числі негативні питання, з дієсловами, що називають рекомендовану дію:

*Hope: Community work definitely suits you. So, **why don't we make it official? Would you like to** be the Chief of Staff to the Mayor of Virgin River? Pays more than you're making now, and there's a real future in it if you want.*

Lizzie: Wow, that's...Yes, thank you [VR, S5 S7, 00:35:45 - 00:36:05].

- імперативні конструкції, що виражають пораду-спонукання або пораду-застереження, наприклад:

Preacher: Hey, um, is there any word from Jack?

Mel: He and Hope aren't back yet.

Preacher: Okay.

*Preacher: **Keep an eye out for me, will you?***

Mel: You got it [VR, S5 S6, 00:28:41 - 00:28:51].

- висловлювання з модальними предикатами повинності (*must, have to, ought to, should, need to*):

- *Dr. Mullins: But the fact is, Mel is irreplaceable.*

*Dr. Hayek: So we are gonna **have to** figure out some way to pick up the slack...*

Dr. Mullins: Yeah [VR, S5 S2, 00:31:39 - 00:31:48].

- *Hope: Why are you looking at me like that?*

*Danny: Well, that's your speech. Lizzie's right. You **should** just speak from the heart [VR, S5 S2, 00:28:06 - 00:28:13].*

- *Dr. Hayek: Muriel...*

Muriel: Please don't say another word. But, hey, uh, the good news is that Lydie said I can move in with her and we know she blow-dries her hair...

*Dr. Hayek: You don't **need to** move out [VR, S5 S9, 00:05:21 - 00:05:35].*

До непрямих засобів висловлювання поради належать такі імпліцитно-перформативні висловлювання, як 1) асертиви, наприклад: *I think any will do*; 2) експресиви, наприклад: *I prefer the Ritz*, 3) квеситиви: *Why don't you go to Miami?*

3.2.2.4. Тактика вихваляння

Вихваляння – прояв самооцінки, експліцитної позитивної оцінки власної діяльності, рис, можливостей. В етичному відношенні вихваляння є мовленнєвою поведінкою, що порушує максимум скромності Дж. Лича.

Вихваляння як комунікативний феномен сягає корінням в інстинктивну поведінку тварин, де воно проявляється у прагненні виділитися, звернути на себе увагу, зайняти домінуюче становище в соціумі.

До феномена вихваляння звертаються науковці різних наук. У психології вихваляння розглядається як риса особистості, в лінгвістиці воно досліджується як комунікативна дія, спрямована на зниження статусу адресата та підвищення статусу мовця. Когнітивна лінгвістика розглядає вихваляння як концепт з етнокультурною специфікою, як складне ментальне утворення, яке володіє понятійною, образною і ціннісною складовими і фіксує кванти досвіду, що переживається [Шкіцька, 2009].

В. Мозгунов наголошує на тому, що «наша культура, хоч і передбачає ситуації, у яких вихваляння себе допускається, і навіть бажане, сформулювала негативну оцінку цього явища. Усі інграціяційні техніки оцінюються негативно, і це пов'язано з їх маніпулятивним характером. Негативне сприйняття вихваляння пов'язане з приписуванням автору схильності до перебільшення, нещирості, «підсолодження» дійсності. Вихваляння себе можна розглядати як порушення мовного табу, неврахування обов'язкових суспільних норм уживання слів чи способів висловлення, тобто є порушенням основ підтримання комунікативного контакту» [Мозгунов 2004, 302]. Дослідник виокремлює такі способи позитивної авторепрезентації (вихваляння): 1) подання як власних рис і властивостей, що ціняться в суспільстві або партнером інтеракції; 2) називання себе учасником ситуації, подій, поява в яких вимагає названих вище рис і властивостей; 3)

переконання в наявності потенційно цінних для партнера матеріальних і нематеріальних цінностей (приятельські контакти, влада, престиж, можливості); 4) запевняння партнера в користі спілкування з ним; 5) цитування позитивної думки інших про себе; 6) називання або переконування у власних успіхах [Мозгунов 2004, 302].

У Великій Британії люди, як правило, приховують свої здібності від інших, про що говорить ідіома *hide your light under a bushel*, на яку посилаються мовці, обговорюючи той прикрий факт, що не можна собі дозволити вихвалитися, треба чекати, доки тебе спитають про твої успіхи (*In England one waits to be asked about one's successes*):

Desterro was the first to come back from church; leisured and fashionable as always. Lucy leant out and said: "Congratulations on your knowledge of the clavicle." For she had looked at the board on the way to bed last night.

"Yes, I surprised myself," said The Nut Tart. "My grandmother will be so pleased. A 'first' sounds so well, don't you think? I boasted about it to my cousin, but he said that was most unseemly. In England one waits to be asked about one's successes."

"Yes," agreed Lucy, sadly, "and the worst of it is so few people ask. The number of lights under bushels in Great Britain is tragic."

"Not Great Britain," amended Desterro. "He says-my cousin-that it is all right north of the river Tweed. That is the river between England and Scotland, you know. You can boast in Dunbar but not in Berwick, Rick says." [Tey, 2023, 58].

Об'єктами хвастощів є будинок, квартира, успіхи, досягнення, вчинки: все те, що може викликати гордість мовця і заздрість адресата висловлювання за умови релевантності інформації для обох учасників комунікації. Наприклад, Агата, яка запросила до себе нових сусідів її щойно орендованого помешкання, не змогла втриматися від вихвалання власними детективними здібностями та зв'язками з поліцією:

"Do you mind if I don't talk about my work anymore?" said Agatha. "I don't like discussing it."

"Just tell us," said Amy, leaning forward. "Have you had any published?"

"No, this is my first attempt. I am a real-life detective, so I thought I may as well fictionalize some of my adventures."

"You mean you work for the police?" asked Harriet.

"I occasionally work with the police," said Agatha grandly. She proceeded to brag about her cases [Beaton, 2014, 15].

Наступний приклад віддзеркалює ситуацію, коли на вечірці Бекі вихваляється тим, що за її вагітністю спостерігає найкращий у Нью Йорку доктор:

"Is she good, then, this Dr. Carter?" Mum looks from me to Suze.

"They call her the A-list obstetrician." Suze expertly starts to burp Wilfrid. "I read an article about her in Harper's. She's supposed to be wonderful!"

A-list obstetrician! That makes me A-list!

"She does all the supermodels and film stars," I can't help boasting. "They have tea parties and designer goodie bags and everything. I'll probably meet them all!" [Kinsella, 2000, 22].

Добре відомо, що правила етикету не дозволяють дорослій людині хвалитися відкрито, тому мовець часом дистанціюється від хвастощів, посилаючись на джерела або заперечуючи факт вихваляння:

Denny: I don't mean to brag, but I know a thing or two about speechwriting.

Hope: Oh, do you?

Denny: Yeah. That's right. I ran for class president senior year of high school [VR, S5 S2, 00:17:12- 00: 17:19].

Денні вихваляє власні риси (*I know a thing or two about speechwriting*), він також згадує подію *I ran for class president senior year of high school*, що слугує аргументацією вихваляння.

Отже, тактика вихваляння спрямована на підвищення самооцінки мовця, підкреслення статусу, виокремлення та подання власних рис у кращому вигляді. Але у суспільстві сформульовано негативне відношення до вихваляння, тому вживання даної тактики у світській бесіді вважається порушенням комунікативних та етикетних норм.

3.2.2.5. Тактика жарту

Гумор є невід'ємним компонентом повсякденної комунікації, адже посміхаючись та жартуючи, людина «розряджає» атмосферу та знімає створену напругу [Шевченко, Anchimiuk, 306].

Проблемою відтворення комічного в діалогічному мовленні опікуються чимало науковців (О.Б. Шонь 2003, В.О. Самохіна 2010, І.А. Блінова 2014, Г.Д. Швець 2016, М. Шевченко, О. Anchimiuk 2020). Однією з реалізацій гумору є жарт. На думку В.О. Самохіної, «жарт є соціальним знаком, який відтворює комічний сценарій, що формує соціальні ролі партнерів по комунікації» [Самохіна, 2011]. Дослідниця визначає жарт як одиницю «гумористичної комунікації з несподіваною комічною кінцівкою (пуантом), яка «характеризується розрядженням напруги від очікування й виявляється в сміховій реакції» та відмічає ігровий комічний елемент, принцип інконгруентності та обмануте очікування як базові риси жарту [там само].

Метою жарту вважають встановлення контакту, зближення з комунікантами, розвагу учасників бесіди, створення гарного настрою та позитивної атмосфери під час спілкування, зняття емоційної напруги. В.О. Самохіна виділяє такі функції жарту: розважальна, мовотворча, атрактивна, перемикальна, фатична, регулятивна, маскувальна, терапевтична [Самохіна, 2011]. Зазначимо, що саме фатична функція жарту слугує підґрунтям для його вживання у світській бесіді.

На думку Г.Д. Швець, комунікативна успішність жарту залежить від його доцільності, етичної прийнятності, естетичної прийнятності, оригінальності та тактовності [Швець, 2016, 147].

В.О. Самохіна стверджує, що «комізм у жарті забезпечується на двох рівнях: лінгвоситуативному й лінгвальному». Вона наголошує, що однією з властивостей жарту є когнітивний механізм інконгруентності, який ґрунтується на порушенні норм як на лінгвоситуативному рівні (порушення онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних, текстово-жанрових, дискурсивних норм), так і на лінгвальному рівні (порушення мовних, мовленнєвих норм), що є джерелом комічної тональності і маніфестується в парадоксі: відхилення від норми створює в жарті нову норму і є нормою сміхового сприйняття світу [Самохіна, 2011].

Комічні елементи в тактиці жарту можуть розкриватися за допомогою емоційно-забарвленої мови та стилістичних засобів. Т.Г. Лук'янова та К.В. Матійко стверджують, що культурно-маркована або нейтральна лексика також можуть створювати комічний ефект. Дослідниці наполягають, що «на відміну від стилістичних фігур, наприклад, оксюмору, гіперболи, антитези та ін., комічне можна не впізнати одразу, адже часто воно виражене імпліцитно. Про цей елемент відомо лише автору повідомлення, і тільки реципієнт з відповідними фоновими знаннями може помітити і зрозуміти його» [Лук'янова, Матійко, 2020, 120].

В.О. Самохіна ефекту ретельно розглядає рівневі мовні засоби створення комічного, до яких вона уналежнює на фонетичному рівні: гру звуків (омоніми, омофоноїди, омографи), шибболет, звукову метатезу; на лексичному: каламбури, бленди, малапропізми, оксиморони, зевгми; на текстово-жанровому й дискурсивному: порушення на рівні композиційної структури, уведення інтертекстових елементів, збій часових планів, змішання стилів [Самохіна, 2011].

За нашими спостереженнями, в світській бесіді комічний ефект на лексико-семантичному рівні створюють такі стилістичні фігури, як алогізм, гіпербола, метонімія, перифраз.

Алогізм, або навмисне порушення логічних зв'язків з метою підкреслення внутрішньої суперечливості тієї чи іншої ідеї, є одним з основних прийомів, що використовуються в жартах. Комічний ефект наведеного нижче висловлювання полягає в абсурдності: одна з пасажирок судна, трошки «на підпитку», не відрізняє, коли судно стоїть, а коли рухається:

'Another glass? You will be grateful for it when the ship begins to move.'

'I quite thought we were moving.'

'How absurd you are, Fanny, and yet I can't help laughing.'

So arm in arm and shaken by little giggles the two tipsy old ladies went down to their cabin [Waugh, 2012, 25].

Комічний ефект наступного жарту полягає в абсурдності припущення:

"My mother's serving prime rib right about now," Elise lamented as she took an orange segment and a handful of peanuts.

“And to think she’s missing out on Matt McHugh’s fruitcake,” Cathy said, and was delighted by the responding laugh that echoed down the line. Even Matt chuckled. An hour ago Cathy would have thought that impossible [Macomber, 2018, 76-79].

Пасажири потягу не встигають до своїх рідних на Різдво, вони змушені разом зустрічати свято в будівлі біля станції. Їжі немає, тому пасажери діляться один з одним тим, що взяли на перекус з собою в дорогу. На фразу Елізи, яка мріє про святкові страви своїй матері, Кеті жартує, що мати Елізи немає можливості спробувати фруктовий пиріг Мета, одного з пасажирів. Своєю жартливою реплікою, Кеті порушує напружену атмосферу та створює позивний настрій подальшої бесіди.

В наступному прикладі три приятельки зустрічаються для святкування Дня Матері, вони перебувають у гарного настрою та багато жартують:

Helen: I brought bourbon. Like, I'm really going to drink a mimosa? It's Mother's Day.

Gillian: I knew I should have Ubered.

Gillian: Come on! There's nothing you're not doing. Look at this spread. And you're always volunteering...

Carol: Oh, please. I teach art in a retirement home two days a week. I'm hardly Mother Teresa.

Gillian: And look at your house, it's spotless.

Carol: The key to a clean house? Dead husband. [gasps] Oh, God. [chuckles] That came out much darker than I intended.

Helen: No, that's a great household tip [Otherhood, 00:04:34 - 00:06:44].

Порушення логіки пов'язані з несумісністю понять (волонтерка, яка працює два рази на тиждень – Матір Тереза). Алогізм наступного жарту ґрунтується на суперечливості використовуваних формулювань (*The key to a clean house? – Dead husband*). Комічний ефект наведених висловлювань полягає в абсурдності використовуваних формулювань. В наведеному епізоді тактика жарту виконує фатичну та розважальну функції.

'What's London like, Fortitude? I never been there but once.'

'Just exactly heaven. Shops and all.'

'What are the men like, Fortitude?'

'Say, don't you never think of nothing but men, Chastity?'

'I should say I do. I was only asking.'

'Well, they ain't much to look at, not after the shops. But they has their uses.'

'Say, did you hear that? You're a cute one, Fortitude. Did you hear what Fortitude said? She said "they have their uses".' [Waugh, 2012, 108].

Алогізм створюється протиставленням двох «об'єктів уваги» світських жінок (магазинів та чоловіків).

В наступному прикладі жарт дозволяє мовцю змінити небажану тему:

'Why are you here, Nora?' the woman asked, in heavily accented English.

A tricky question, when you didn't know where 'here' was.

'Bit early in the morning, isn't it, for philosophy?' Nora laughed, nervously [Haig, 2023, 38].

Наведений жарт спостерігається в текстово-жанровій площині: причина приїзду віднесена до філософського питання, що не обговорюють рано вранці. Отже, знову спостерігаємо порушення логіки – алогізм.

У наступному епізоді мовець жартівливо наводить низку метонімічних назв як доказ того, що дівчина є «городською» (*Cosmo? Manicure? Cartier?*):

-Yeah? Mm-hm. Well, I didn't know city girls could shoot whiskey.

-What makes you think I'm a city girl?

-Come on. Cosmo? Manicure? Cartier?

-Wow. You should be a detective [VR, S1 S1, 00:08:42 - 00:10:41].

Жарт у відповідь (*You should be a detective*) є гіперболічним визнанням аналітичних здібностей співрозмовника.

Приєм перифразу, що трактується як заміна назви особи, предмета або явища описом їх суттєвих ознак або вказівкою на їх характерні риси, є ще одним способом створення комічного ефекту в світській бесіді. Наступний жарт заснований на перифразі:

"Good weekend, Rebecca?" says Philip.

"Fine, thanks," I say, glancing up from the brochure as though surprised to be

interrupted while I'm at work.

"I was round your neck of the woods on Saturday," he says. "The Fulham Road. Trendy Fulham."

"Right," I say absently.

"It's the place to be, these days, isn't it? My wife was reading an article about it. Full of It-girls, all living on trust funds."

"I suppose so," I say vaguely.

"That's what we'll have to call you," he says, and gives a little guffaw. "The office It-girl."

"Right," I say, and smile at him. After all, he's the boss. He can call me whatever he- [Kinsella, 2003, 62].

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можна сказати, що тактика жарту в світській бесіді реалізована за допомогою лексико-граматичних засобів алогізму, гіперболи, метонімії, перифразу. Найбільш поширеним способом створення комічної ситуації у світській бесіді слід визнати алогізм завдяки навмисному порушенню логічних зв'язків з метою підкреслення внутрішньої суперечливості тієї чи іншої ідеї. У світській бесіді жарти виконують фатичну, розважальну, контактопідтримуючу функції, створюють позитивну атмосферу спілкування.

3.2.2.6. Тактика шпильки

Тактику шпильки уналежують до конфліктного типу дискурсу, який вирізняється низкою дисгармонізуючих тактик, що руйнують перебіг діалогу і провокують відкритий конфлікт. До таких комунікативних тактик І.М. Лавриненко відносить несхвалення, засудження, **шпильку**, закид, образу, загрозу, наказ, іронію [Лавриненко, 2010, 141].

Тактика шпильки є одним з варіантів мовної гри. Характерними рисами даної тактики є такі стилістичні засоби, як іронія, риторичне питання, вживання вигуків. За допомогою тактики шпильки, мовець залучає учасника бесіди до непрямой конфліктної ситуації. Велике значення для шпильки має підтекст, натяк, тому при утворенні шпильки спостерігаємо поширення непрямой комунікації [Седов, 1997].

К.Ф. Сєдов потрактовує шпильку як «комплімент зі знаком мінус» [там само, 191]. Наведемо приклад, в якому шпилька зовні будується як комплімент, проте, Хелен знає, що шлюб Джиліан не такий ідеальний, як всім здається:

Gillian: Why do you flirt back? You're married.

*Helen: **Well, my marriage isn't as perfect as yours, Gillian** [Otherhood, 00:04:34-00:06:44].*

З точки зору мовних засобів, використаних у шпильці, це порівняння та позитивно-оцінна лексика (*perfect*). Брак Хелен протиставлений браку Джиліан.

В наведеному нижче епізоді Люк зустрічає Денні, співробітника свого брата Рендела. Люк, який не любить свого брата, надає жартівливі поради Денні, як болісно «зачіпити» Рендела та посміятися з нього. До речі він пропонує Люку «макет» шпильки. У відповідь Люк вдається до шпильки, заснованої на ніби-то компліменті стосовно братської любові у формі еліптованого твердження та еліптованого риторичного розділового питання:

Now he picks up the post and starts to leaf briskly through it. "So how are you, Danny?"

"Good, thanks," says Danny, taking a bite of apple. "How's the world of high finance? Did you see my brother today?" Danny's brother Randall works in a financing company, and Luke's had lunch with him a couple of times.

"Not today, no," says Luke.

"OK, well, when you do," says Danny, "ask him if he's put on weight. Really casually. Just say, 'Why, Randall, you're looking well-covered.' And then maybe comment on his choice of entree. He is so paranoid that he's getting fat. It's hilarious."

"Brotherly love," says Luke. "Beautiful, isn't it?" [Kinsella, 2014, 17].

В наступному прикладі спостерігаємо вживання тактики шпильки за допомогою іронії:

Amari: You can never get out of here fast enough. What do you got against Christmas, anyway?

Scott: Nothing. I love Christmas. Christmas is great if you've got people to spend it with. All my friends are visiting family and my relatives live so far away, I just decided

a few years ago that I'm way better off traveling the world at Christmastime, thank you, instead of sitting at home, watching the snow fall.

*Amari: **Ah**, the life of a bachelor, full of fun and freedom.*

Scott: Yeah. Something like that [КС, 00:02:22 - 00:03:04].

Зазначимо, що тактика шпильки передбачає частотне вживання вступного слова *well*, прислівника *So*, вигуків *Ah*, *Oh* як перехід та підведення до шпильки.

В наведеному нижче прикладі з кінодискурсу Бріджит зустрічає Марка та Наташу. Для Наташі ця зустріч неприємна, тому вона вдається до шпильки, згадуючи останню зустріч, на яку Бріджит прийшла у неналежному вигляді. Цікаво, що в даному прикладі, для відповіді Бріджит обирає тактику жарту, чим «згладжує» ситуацію та розряджає напружену атмосферу.

Bridget: Hello there.

Mark: Hello.

*Natasha: **Not in your bunny girl outfit today?***

Bridget: No, we bunnies only wear our tails on very special occasions [BJD, 52:42-54:40].

Зазвичай, з гендерної точки зору, вважається, що тактика шпильки більш притаманна жінкам. За допомогою цієї тактики, жінки намагаються не йти на відкритий конфлікт, а завуальовують негативне відношення та бажання створити комунікативний дискомфорт та спричинити негативні емоції. Проте, в нашому фактичному матеріалі є приклади, коли до тактики шпильки вдаються чоловіки:

Mark: Well, well. I take it you're also heading for the Alconbury's rockery?

Bridget: Yes, that's right.

Mark: I brought Natasha - get a bit of work done - thought I might make it a not entirely wasted weekend.

*Daniel: **How interesting. What a gripping life you lead** [там само, 32:30-33:20].*

Марк та Деніел вже багато часу перебувають у сварці. Життя Марка спокійне та впорядковане, на відміну від Деніела. Отже, при випадковій зустрічі Деніел вдається до тактики шпильки, схожої на комплімент, але імплікації та пресупозиції персонажів експлікують насмішкувато-зневажливе ставлення Деніела. Шпилька

містить позитивно-оцінну лексику та емпатичні синтаксичні конструкції.

Наступний приклад цікавий тим, що світська бесіда відбувається між чоловіком та дитиною:

A little girl, five or so, was standing on the seat in front of his, staring at him.

“What’s your name?” she asked.

“Scrooge” [Macomber, 2018, 37-38].

Така бесіда є бесідою вимушеного характеру, її вимагають правила етикету. Дівчинці нудно, вона хоче познайомитись, а чоловік не хоче розмовляти, він хоче побути на самоті, тому на питання «як його ім'я» відповідає шпилькою, яка містить алюзію до дуже неприємного та похмурого персонажу. Таким чином, мовець подає сигнал: я такий самий, недобрий, жалюгідний, бесіди не буде.

Отже, шпилька зовні схожа на комплімент і вимагає від мовця декодування на основі аналізу підтексту. Тактика шпильки реалізується за допомогою позитивно-оцінної лексики, яка вживається іронічно, тобто має протилежне, негативне значення, яке увиразнюється емпатичними синтаксичними конструкціями та риторичними питаннями. Розглянута тактика має конфліктну природу, проте в ситуації світської бесіди не завжди сприймається негативно, а скоріше як грайливість, бешкетність, як засіб уникнути нудьги та втекти від банальності.

3.2.2.7. Тактика ухилення від прямої відповіді

Комунікативні прояви ухилення від відповіді в різних мовах активно вивчаються як вітчизняними, так і закордонними лінгвістами. Зокрема, досліджено способи та засоби реалізації ухилення від відповіді [Черкашин, 2012; Білоконенко, 2019], його конфліктне [Пономаренко, 2004; Прокопенко, 2012] чи маніпулятивне [Лагодзінська, 2014] спрямування, ухилення від відповіді в контексті негативної ввічливості [Brown, Levinson, 1987].

Як слушно зазначає М. Човганюк, комунікативна тактика ухилення є тактикою негативної ввічливості й зумовлена англо-американською культурною традицією – дотриманням дистанції у спілкуванні та прагнення мовця не

обмежувати свободу дій слухача [Човганюк, 2015].

Л.А. Білоконенко доходить висновку про те, що ухилення від відповіді є прагматичним вибором людини, яка за допомогою спеціальних комунікативних прийомів сигналізує про те, що не має наміру реагувати на запит [Білоконенко, 2019, 76].

В.В. Підпала наголошує, що тактика ухилення від відповіді реалізується такими комунікативним ходами, як ігнорування запитання, переведення теми розмови, розлоге пояснення механізмів фінансування [Підпала, 2021, 59].

І. Місягіна вважає, що у результаті застосування тактики ухилення, яка втілює глобальну стратегію негативної ввічливості, пряме запитання трансформується в непряме, опосередковане, демонструючи делікатне ставлення до автономії співрозмовника, невтручання в його особистісну сферу, і передбачає використання маркерів невпевненості (хеджів) [Місягіна, 2012, 51]. К. Хайлендом визначив хеджі як будь-які мовні засоби, які використовуються з метою демонстрації бажання адресанта не висловлювати категорично впевненість продуцента відносно істинності пропозиційного змісту свого висловлення [Hyland, 1996, 251].

М. Човганюк на власному фактичному матеріалі доводить, що тактика ухилення реалізується за допомогою прийомів висловлення невпевненості, обмеження власною оцінкою, перепитування, опосередкованого запиту інформації, припущення та паузації. Дослідниця розрізняє лексико-семантичні, граматичні та фонетичні хеджі. До лексико-семантичних засобів, що використовуються для реалізації невпевненості, вона уналежнює хеджі *kind of, sort of, somewhat, something*. Обмеження власною оцінкою М. Човганюк вбачає в «наданні мовцем суб'єктивних міркувань щодо розуміння якості, характеру, значення змісту каузованої дії, при цьому мовним засобом її реалізації виступають суб'єктно-предикатні конструкції висловлення думки, що вводяться хезетаційним (некатегоричним) пом'якшувачем *well* на зразок *Well, + I think (I am inclined to think, I believe, I guess, I'll just say)*». Зазначені конструкції використовуються для побудови ухильної відповіді на поставлене запитання й анонсують часткову

відповідальність адресата за висловлену ним думку, яку можуть не поділяти інші, що дає можливість мовцю мінімізувати свою роль як експерта [Човганюк, 2015, 251].

Тактика ухилення від відповіді на поставлене запитання, як зазначає С.В. Черкашин, може бути реалізована прямо (через пряму відмову від коментування факту, ситуації, позиції тощо) або непрямо [Черкашин, 2012]. С. Клейман пропонує наступні непрямі прийоми «зادля управління траєкторією відповідної реакції співбесідника»: 1) зміна фокусу уваги відправника питання через підсумовування інформації, яке передбачає повторне формулювання питання за допомогою незначних змін, але з відривом від вихідного змісту; 2) фокусування уваги контактера на якомусь змісті питання для уникнення відповіді на інший семантичний пласт запиту; 3) відвернення уваги адресанта від змісту питання за допомогою згоди / незгоди з неістотними семантичними елементами питального висловлення [Clausen, 1993, 168].

Ухилення, на думку Л.А. Білоконенко, реалізується наступними мовно-мовленнєвими діями: 1) отримувач питання вдає, що не чує, не розпізнає чи не сприймає його; він перепитує або навмисно перемикає увагу на інший предмет розмови; 2) звертає увагу на неправильність, недоречність, неадресність питання чи некомпетентність його відправника; 3) негативно оцінює питання чи особу контактера; 4) дає коротку, неконкретну відповідь з відмовою її уточнити, поширити, додатково прокоментувати; 5) ухиляється від відповіді через складність питання, потребу додаткової інформації чи допомоги когось іншого; 6) ухиляється від реакції через брак часу; 7) спрямовує розмову до іншої теми, ігнорує питання; 8) удається до зустрічного запитання; 9) пом'якшує категоричність відповіді, заспокоює; 10) натякає на можливий зміст відповіді [Білоконенко, 2019, 77-78].

Як засвідчує наша джерельна база, частотним є перепитування, неконкретна відповідь (в тому сенсі, який пропонує С. Клейман), та зміна теми (про яку йшлося в попередньому параграфі). У наведеному нижче епізоді на запитання про причину пишного вбрання Еллі намагається змінити фокус уваги з головного семантичного пласту запиту (про причину пишного вбрання) на вторинний аспект (сам факт

пишного вбрання):

A few moments later, Elly appears with Paul, and I look at her in surprise. She's looking really smart, in an aubergine-colored suit and high heels.

When he's walked away, I look her up and down.

"So how come you're so smart?"

"I always look smart," she parries. "You know that." Paul's already wheeling trolley-loads of transparencies toward us and she looks over at them. "Are these yours or mine?"

She's avoiding the subject. What's going on?

"Have you got an interview?" I say, in a sudden flash of genius. She looks at me, flushes, then pulls a sheet of transparencies out of the trolley.

"Circus acts," she says. "People juggling. Is that what you wanted?"

"Elly! Have you got an interview? Tell me!"

There's silence for a while. Elly stares down at the sheet, then looks up.

"Yes," she says, and bites her lip. "But-" [Kinsella, 2003, 57].

На питання про особу роботодавця Джефрі Норіс спочатку дає коротку, неконкретну відповідь (*It depends*). При цьому його невербальна поведінка, описана автором роману, маркує його незручність та небажання говорити прямо:

So after a bit I sidle up to a very tall guy on his own, and smile at him.

"Becky Bloomwood, Successful Saving," I say.

"Geoffrey Norris, freelance," he says, and flashes his badge at me. Oh for God's sake. The place is crawling with freelancers!

"Who do you write for?" I ask politely, thinking at least I might pick up some tips.

"It depends," he says shiftily. His eyes keep darting backward and forward, and he's refusing to meet my eye. "I used to be on Monetary Matters. But they sacked me." [Kinsella, 2003, 77].

Проте Джефрі все ж таки визнає, що його нещодавно звільнили.

Наступний епізод є прикладом розгорнутого ухилення від відповіді, до якого вдається Ребека, яка видає себе за фахівця з фінансових питань, в той час, коли нічого в цих питаннях не розуміє. Спочатку вона реагує на запитання про новини

туманно, обмежуючи відповідь загальною позитивною оцінкою (*It's certainly interesting*). Потім, коли розуміє, що йдеться про якусь погану новину, виражає її «обережне» схвалення (*I agree with you, I think it's very bad news*). А потім, коли відповіді уникнути не вдається, надає максимально некатегоричний відгук, який переривається паузою (*It's... it's difficult to say*):

“So, tell me, Rebecca. What do you think about today's news?” She gestures to the FT under my arm. “Quite a surprise, didn't you think?”

Oh God. What's she talking about?

“It's certainly interesting,” I say, still smiling, playing for time. I glance around the room for a clue, but there's nothing. What's she talking about? Have interest rates gone up or something?

“I have to say, I think it's bad news for the industry,” says Alicia earnestly. “But of course, you must have your own views.”

She's looking at me, waiting for an answer. I can feel my cheeks flaming bright red. How can I get out of this? After this, I promise myself, I'm going to read the papers every day. I'm never going to be caught out like this again.

“I agree with you,” I say eventually. “I think it's very bad news.” My voice feels strangled. I take a quick swig of champagne and pray for an earthquake.

“Were you expecting it?” Alicia says. “I know you journalists are always ahead of the game.”

“I.. I certainly saw it coming,” I say, and I'm pretty sure I sound convincing.

“And now this rumor about Scottish Prime and Flagstaff Life going the same way!” She looks at me intently. “Do you think that's really on the cards?”

*“**It's... it's difficult to say,**” I reply, and take a gulp of champagne. What rumor? Why can't she leave me alone?*

Then I make the mistake of glancing up at Luke Brandon. He's staring at me, his mouth twitching slightly. Oh shit. He knows I don't have a clue, doesn't he? [Kinsella, 2003, 18].

Розгубленість Ребеки, її паніку, її намагання «потягнути час» або уникнути відповіді, навіть клятви, які вона сама собі надає (читати газети кожного дня і

володіти інформацією) увиразнює її внутрішнє мовлення (*Oh God. What's she talking about?; playing for time; I glance around the room for a clue, but there's nothing; What's she talking about? Have interest rates gone up or something? How can I get out of this? After this, I promise myself, I'm going to read the papers every day. I'm never going to be caught out like this again; pray for an earthquake; What rumor? Why can't she leave me alone?*) та авторський опис її невербальної поведінки (*I can feel my cheeks flaming bright red. My voice feels strangled*).

Наведемо ще один епізод з Ребекою, яка не має серйозної причини для запізнення на роботу. Спочатку вона «тягне» час (*I... ahm... I'm going to...*), а потім ухиляється від відповіді через «неважливість» питання (*It's not that important*). Втім, завдяки її внутрішньому мовленню читач знає, що їй соромно (*stop feebly and clear my throat, feeling rather sheepish; Oh, now I feel awful*) і вона не може сказати правду, оскільки причина її запізнення – бажання купити брендовий шарф зі знижкою:

“How about you? What's your urgent business?”

Oh God.

“I... ahm... I'm going to...”

I stop feebly and clear my throat, feeling rather sheepish. I can't tell this man that my urgent business consists of picking up a scarf from Denny and George.

I mean, a scarf. It's not even a suit or a coat, or something worthy like that.

“It's not that important,” I mumble.

“I don't believe that,” he says nicely.

Oh, now I feel awful. I glance up — and thank goodness, it's my stop.

“Good luck,” I say, hastily getting up. “I really hope you get there in time”
[Kinsella, 2003, 13].

Таким чином, тактика ухилення є тактикою негативної ввічливості й зумовлена англо-американською культурною традицією дотримання дистанції у спілкуванні та прагненням мовця не обмежувати свободу дій слухача. У світській бесіді пряме ухилення від відповіді не є можливим, тому що співрозмовники намагаються вести гармонійне спілкування та зберігати «обличчя». Непрямими

прийомами ухилення від відповіді, до яких вдаються учасники персонажного світського мовлення, є зміна фокусу уваги співбесідника з головного на інший семантичний пласт запиту або відвернення уваги адресанта від змісту питання за допомогою згоди з неістотними семантичними елементами питального висловлення. Ухилення переважно реалізується наступними мовно-мовленнєвими діями: перепитуванням та іншими спробами «затягнути» час; перемиканням уваги на інший предмет розмови; звертанням уваги співбесідника на складність, недоречність або неадресність питання; наданням «туманної», неконкретної відповіді. Іntenція мовця ухилитися від прямої відповіді експлікується у внутрішньому персонажному мовленні та у словах автора.

3.2.2.8. Тактика зміна теми

Діалог зумовлює спільні зусилля його учасників і у цьому сенсі Цуї вважає неможливим, щоб один учасник міг накладати абсолютні обмеження на те, що говорить інший учасник. У будь-який момент розмови, кожен мовець має можливість вибору і кожен зроблений вибір відкриває новий спектр можливостей для наступного мовця [Tsui, 1884, 217]. Якісь ходи можуть виявитися менш вдалимими, і тоді мовець має вдатися до інших ходів, за допомогою яких можна скорегувати небажані наслідки або висновки співрозмовника [Dijk, 1981]. Цілком припустимими і доцільними є зміни комунікативних ролей: перебивання партнера по комунікації, зміна теми, ухилення від відповіді.

Зміна комунікативних ролей як важлива структурно-організаційна складова діалогічної взаємодії привертає увагу фахівців багатьох галузей лінгвістики: соціолінгвістів (Labov; Halliday), теоретиків та практиків конверсаційного аналізу (Sacks; Tsui), прагмалінгвістів (van Dijk; Tannen).

На думку Дж. Коутса, переривання мовленнєвої комунікації є асиметричною моделлю мовленнєвого спілкування, порушенням у зміні комунікативних ролей між комунікантами, що призводить до конфронтації з адресантом [Coates, 2004]. Мовець, який вдається до переривання, опікується категоріями конкурентоспроможності, панування і бажання зайняти панівну позицію в

мовленнєвому спілкуванні щодо мовця, якого переривають.

Ю.В. Деде вважає, що комунікант перериває іншого комуніканта, коли той здійснює свій мовленнєвий вклад, у точці, яка не є точкою потенційного переходу, чим порушується його роль як слухача [Деде, 2019].

Зміну теми розглядають як тактику комунікативної стратегії кооперації [Войцеховська, 2014; Деде, 2019; Лавриненко, 2010] або як тактику конфронтаційної стратегії [Прокопенко, 2012; Черненко, 2007; Чорній, 2017]. У першому випадку вважається, що тактика зміни теми використовується як спосіб перемикання уваги та уникнення конфлікту, що дозволяє говорити про функції цієї тактики гармонізувати конфліктне спілкування [Лавриненко, 2010, 140]. У другому випадку тактику зміни теми розглядають в межах конфронтаційної стратегії, визначаючи її як прийом ігнорування питання, наприклад, А.В. Прокопенко визначає зміну теми як ігнорування питання, коли мовець ухиляється від надання запитуваної інформації та намагається спрямувати розмову в інше русло, змінити тему [Прокопенко, 2012].

Тактика зміни теми, зазвичай, використовується адресатом з метою уникнути компрометуючих тем або викривити факти; не тільки для того, щоб привернути увагу, а й заради того, щоб відвернути чи значно послабити її [Пономаренко, 2004, 1], щоб відволікти увагу адресата від можливих ускладнень ситуації, що склалася [Велівченко, 2010, 102].

Отже, як слушно вказує О.В. Фадєєва, зміна теми може бути віднесена до кооперативної чи конфліктної стратегії, що виникає на основі порушення максими (постулату) релевантності або відношення [Фадєєва, 2000, 12]. Згідно з цією максимою, співрозмовникам не слід відхилятися від теми розмови й вживати релевантні, доречні висловлювання. Дотримання постулату забезпечує ефективність спілкування, збереження гармонійних стосунків між мовцями, а саму комунікацію характеризує як кооперативну. Однак, як зазначає Н.К. Войцеховська, порушення максими не перетворює діалог на некооперативний [Войцеховська, 2014, 163]. Навпаки, в умовах конфліктного дискурсу спрацьовує правило «мінус на мінус дає плюс». Тобто, порушення максими спілкування в «порушеному»

(конфліктному) діалозі має на меті перетворення його на кооперативну комунікативну взаємодію мовців.

Отже, зміна теми є тактикою кооперативної або деструктивної стратегії, що функціонує в діалогічному дискурсі задля функції «збереження обличчя», відвернення протиріч і непорозумінь, задля того, щоб розрядити обстановку між мовцями й зберегти добрі взаєностосунки. Крім того, як зазначає Н.К. Войцеховська, тактика зміни теми виконує контакто-підтримувальну функцію, допомагає спрямувати діалог у потрібне для мовця русло, уникнути неприємних тем [Войцеховська, 2014, 165].

Наведемо приклад з роману М.С. Бітон, в якому Джені недобррозичливо відгукнулася про Агату і, відчувши напругу з боку слухача, Хейміша, вдається до тактики зміни теми, щоб зберегти власне «обличчя»:

“You mustn’t listen to all this rubbish about poor Agatha Mainwaring. She’s one of those women who deliberately goads her husband into being nasty so that she can play the martyr.”

“That’s one way o’ looking at it,” said Hamish slowly.

“Never mind the Mainwarings,” said Jenny. “Tell me about yourself. Married?”

“No. Are you?” [Beaton, 2013, 25-26].

Тобто, у наведеному прикладі, тактика зміною є проявом кооперативної настанови мовця. Синтаксичним засобом зміни теми є вживання двох імперативних речень.

Під час цієї ж самої світської бесіди Джені довелося ще раз змінювати тему, і теж із міркувань збереження власного «обличчя». Коли мова зайшла про її картини, Дженні дещо розлютилася. Відчуваючи сором за надмірну емоційність та самопохвалу, Дженні змінює тему, знову намагаючись дати шанс Хеймішу розповісти про себе:

“But not about my painting,” said Jenny fiercely. “I put my whole personality into my work. He was insulting me and everything I stood for. Can’t you see that?”

“Yes, yes,” said Hamish soothingly, although one hazel eye slid to an oil painting on the kitchen wall. It was of a Highland cottage situated on a heathery hill: competent,

colourful, and yet lifeless.

[...]

“Anyway,” said Jenny, “we’re talking about me and I meant to find out about you.”

Hamish settled back and began to describe his life in Lochdubh and told several very tall and very Highland stories that set Jenny giggling.

“And what about your love life?” she suddenly asked.

“Is there any more coffee?” Hamish held out his cup.

“Meaning you won’t talk about it.” Jenny laughed [Beaton, 2013, 25-26].

Цікаво, що коли мова торкається особистого життя Хейміша, тему змінює вже він. Хейміш змінює тему без будь-яких «переходів», він просто ставить питання на іншу тему. Мовними прийомами експлікації зміни теми, які вживає Дженні, є вставне слово *Anyway*, та складносурядне речення, яке виражає протиставлення: *we’re talking about me and I meant to find out about you*.

Коли Лорду Метроленду набридла тема війни, він змінює її за допомогою вставного слова *anyhow*. Зміна теми пом’якшена іронією:

‘Wars don’t start nowadays because people want them. We long for peace, and fill our newspapers with conferences about disarmament and arbitration, but there is a radical instability in our whole world-order, and soon we shall all be walking into the jaws of destruction again, protesting our pacific intentions.’

‘Well, you seem to know all about it,’ said Mr Outrage, ‘and I think I should have been told sooner. This will have to mean a coalition with that old wind-bag Brown, I suppose.’

‘Anyhow,’ said Lord Metroland, ‘I don’t see how all that explains why my stepson should drink like a fish and go about everywhere with a negress.’ [Waugh 2012, 132].

Для того, щоб коректно зупинити «балакучого» Стіва і змінити тему, Філ спочатку позитивно відгукується про сказане Стівом:

Phil crash-landed himself back in front of his pint, to find Mike still on about holidays. “What you’re saying about last-minute flights is all very well, Steve, but the problem with self-catering ..” [Butlin, 2007, 86].

Коли мова заходить про те, скільки разів Беккі була подружкою нареченої, Беккі стає ніяково і соромно перед Люком, тому вона судорожно намагається змінити тему. Все, що їй вдається сказати, це вставні слова *Well, anyway* та *So*:

“Becky love, how many times have you been a bridesmaid?” she says, a little too casually. “There was Uncle Malcolm and Aunt Sylvia’s wedding... but I think that’s it, isn’t it?”

“And Ruthie and Paul’s,” I remind her.

“You weren’t a bridesmaid at that,” says Mum at once. “You were a... flower girl. So it’s twice, including today. Yes, twice.”

“Did you get that, Luke?” says Dad with a grin. “Twice.”

Honestly, what are my parents like?

“Well, anyway!” I say, trying quickly to think of another subject. “So... er...”

“Of course, Becky has a good ten years before she needs to worry about anything like that...” says Luke conversationally [Kinsella, 2014, 18].

Знову ж спостерігаємо кооперативну спрямованість тактики зміни теми: вона призначена зберегти «обличчя», уникнути небажаної теми.

Зміна теми відбувається за допомогою конектора: протиставного сполучника *but*.

Отже, тактика зміни теми в світській бесіді має виключно кооперативний характер, вона використовується адресатом з метою зберегти власне «обличчя», уникнути компрометуючої теми; відвернути увагу від небажаної теми чи значно послабити її. Мовними прийомами експлікації зміни теми є вставні слова (*anyway, anyhow*), імперативні речення та протиставний сполучник *but*.

3.2.2.9. Тактика повідомлення новин та чуток

Самопрезентація учасників світської бесіди виявляється у їх поінформованості світськими новинами. Мовець демонструє обізнаність у певних питаннях, важливих для певної спільноти, причетність до авторитетних кол, ерудицію та знання «світу». Надання корисної інформації адресатом, що не суперечить світському етикету та узгоджується із максимами Принципу Кооперації

Г. Грайса, сприяє зростанню авторитету мовця та йде на користь його «обличчю».

Якщо інформація отримана з авторитетних джерел, її слід трактувати як тактику повідомлення світської новини. Якщо інформація не перевірена, отримана з чийхось слів, маємо справу з тактикою чуток. Як правило, сам учасник світського спілкування, знає чи є його повідомлення новиною, чи це чулки.

Інтенція інформування відображає бажання адресата досягти ефективного комунікативного результату шляхом задоволення відповідного інформаційного запиту адресанта [Теличко, 2013, 408].

Інформування передбачає оперативне і своєчасне повідомлення достовірних фактів аудиторії, що ґрунтується на «однозначних формулюваннях, уточненнях, ретроспективних нагадуваннях, підведенню до висновків з прочитаного» [Шевченко, 2014, 352].

Подання новини зазвичай супроводжується вживанням дієслова *hear* у теперішньому перфектному часі, який номінує обізнаність / необізнаність адресата:

'How are you feeling, Agatha?'

'Well, rather odd, to tell you the truth.... How's Nina?'

'She's got engaged to be married--haven't you heard?'

'My dear, the nurses are interested in no one but Princess Elizabeth. Do tell me.'

'A young man called Ginger.'

'Well?'

'Don't you remember him? He came on with us after the airship party.' [Waugh, 2012, 130].

У наведеному прикладі є також ретроспективне нагадування, експліковане дієсловом *remember* (*Don't you remember him?*).

У наступному прикладі з того ж самого роману новина так само подається загальним запитанням з дієсловом *hear* у теперішньому перфектному часі:

'Haven't you heard about Mary?'

'No, what?'

'She went off to Monte Carlo with the Maharajah of Pukkapore.'

'My dear, aren't the Mice furious?'

'She's just receiving religious instruction before her official reception as a royal concubine. Then they're going to India.' [Waugh, 2012, 132].

У наступному прикладі мова йдеться про те, що Ребека не дуже впевнена у своїх здібностях як журналістка. Проте, вона намагається вдаватися освіченою та компетентною у всіх журналістських справах. Тому у світській бесіді з Люком, вона повідомляє йому останню новину про відому колегу, проте, інформація виявляється вже відомою йому:

"Rebecca, are you serious about leaving journalism?"

"Oh," I say vaguely. To be honest, I'd forgotten all about leaving journalism. "I don't know. Maybe."

"And you really think banking would suit you better?"

"Who knows?" I say, feeling a bit rattled at his tone. It's all right for him. He doesn't have to worry about his career — he's got his own multimillion-pound company. I've only got my own multimillion-pound overdraft. "Elly Granger is leaving Investor's Weekly News," I add. "She's joining Wetherby's as a fund manager."

"I heard," he says. "Doesn't surprise me. But you're nothing like Elly Granger." [Kinsella, 2003, 88].

Учасники світської бесіди пишаються, коли новини є інтригуючими, вражаючими. Тоді самій новині передуює «попередження» про її винятковий характер типу *I have exciting news*, що можна спостерігати в наступному епізоді:

"I can't stay long," says Robyn as I join her. "I have three rehearsal dinners to go to. But I particularly wanted to see you tonight, because I have exciting news. A very talented event designer is going to be working on your wedding! Sheldon Lloyd, no less!" [Kinsella, 2004, 50].

Вагомість та серйозність новини для адресата увиразнює питальна форма подання з дієсловом знання *know* (*Did you know...*):

"What did you mean, Luke's abusing his position? What's happened?"

There's a long pause and I can see Michael weighing up whether or not to tell me.

"Did you know," he says at last, "that at least one member of staff from Brandon Communications has been redeployed to work for the Elinor Sherman Foundation?"

“What?” I stare at him in shock. “Are you serious?” [Kinsella, 2004, 57].

Якщо новину ми розуміємо як повідомлення адресату деякого факту, відомого з офіційного або надійного джерела, *чутку* зазвичай трактують як будь-який домисел, що супроводжує вихідний факт. Наприклад, психолог До. Р. Юнг визначає слух як «непрямий прояв колективного несвідомого, певні архетипові прояви», «відповідь на колективні тривожні очікування, властиві кожному» [Юнг, 1991]. Дослідник наголошує на колективній, стихійній природі виникнення даного явища і надає ще одне його визначення: «чутка – це циркулююча форма комунікації, за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи розумну її інтерпретацію, спільно використовуючи при цьому свої інтелектуальні потенції [Юнг, 2003].

О.Д. Бойко визначає чутку як «специфічний спосіб інтерпретації інформації, зумовлений дефіцитом поінформованості, невизначеністю ситуації, поширенням настроїв тривоги та страху у суспільстві, якому притаманні деформованість, узагальненість, актуальність змісту, простота, доступність, емоційність, неофіційність форми подачі; циркуляція / самопоширення / актуалізація у процесі розповсюдження в усній формі через канали міжособистісної комунікації» [Бойко, 2013, 3].

Як характерні ознаки чуток зазвичай виокремлюють: 1) невизначений рівень достовірності інформації (від правдоподібної до абсолютно недостовірної) [Dovovan, 2007], 2) спрямованість змісту чулки на задоволення будь-якої психічної потреби людей, незадоволеної іншими способами [Knapp, 2004]; 3) усний канал передачі: «чутка принципово належить неписьмовій комунікації, він поширюється в усному середовищі» [Почепцов, 1999]; 4) актуальність (злободенність) інформації, що розповсюджується у вигляді чуток [Dovovan, 2007]; 5) колективне авторство, анонімність: переданий усно від однієї людини іншій чутка є продуктом колективної творчості, колективною спробою пояснити проблемну та емоційно насичену ситуацію [Knapp, 2004; Michelson G., Mouly, 2000]; 6) анонімність та масовість чуток [Юнг, 2003].

О.А. Юркова виокремлює такі функції чуток, як «розваги, самоствердження тих, хто поширює чутки, збільшення впливовості й соціального об'єднання індивідів» [Юркова, 2021, 26].

Наведемо приклад із художнього зображеного діалогу, який демонструє усний характер та масовість чуток про парі, яке Джеремі уклав з капітаном Бартлетом (*have you heard, everyone's talking about it*):

Hamish sighed and made his way to the door. Jeremy Pomfret seized his arm. "I say," he said, "have you heard about this bet I've got on with Bartlett?"

"Aye, everyone's talking about it," said Hamish. "I hear there are a few side bets on, too."

"Well, it's now been agreed that we go out at nine in the morning, each with a gun and cartridges, and go off in opposite directions. The first one back at the castle with a brace is the winner." [Beaton, 2012, 36].

У наступному епізоді до світської бесіди тренера Тротера та Норін втручається відвідувачка спа-клубу, яка повідомляє чутку про мера міста задля розваги та соціального об'єднання з Тротером та Норін:

Trotter: This is a celebration-worthy occasion. You're gonna love it here.

Noreen: I hope so. It's all a part of my campaign.

Trotter: You're the new candidate for mayor.

Visitor: Oh, I heard the old one is in Cancún.

Noreen: My campaign is for the new Noreen. While Bex and her darling babysitter are giving me an ounce of freedom, I am going to dig deeply into all Serenity has to offer [SM, S3 S4, 00:09:56 - 00:10:20].

Як бачимо, чулки теж вводяться дієсловом *hear*, від новини їх дозволяє виокремити їх прагматична складова: анонімність, усний канал передачі, спрямованість змісту чулки на задоволення психічної потреби комунікантів.

В наступній світській бесіді її учасники обговорюють останні світські новини, чулки та плітки. Хейміш здивований, що Присцила не чула про смерть містера Чалмерса, хоча про це їй міг розповісти Джеремі Помфрет або можна було дізнатися з газет. Хейміша дуже цікавлять стосунки Присцили з Джеремі і нарешті

він питає, чи правдивою є чутка про її заручення з ним. Читач знає, що це правдива інформація, проте Присцила соромиться її, адже Джеремі виявився вбивцею, тому вона змінює тему:

*“**Didn’t you hear?**” said Hamish. “Poor Mr Chalmers. He died of a heart attack. Blair took the credit for everything. **Didn’t you read about it in the reports of the trial?**”*

“I wasn’t called as a witness,” said Priscilla, “and Mummy and Daddy told the servants to stop delivery of the newspapers.”

*“**I thought Jeremy Pomfret might have told you,**” said Hamish, giving her a sidelong look.*

*“**Jessie’s been gossiping,**” said Priscilla.*

*“**Sounded to me like you were going to be Mrs Pomfret.**”*

“Let’s not talk about Jeremy. Didn’t either of those two detectives tell anyone it was you who was responsible for solving the murder?” [Beaton, 2012, 196].

В наведеному прикладі чутка про заручення Присцили є правдивою, анонімною, вона є важливою та актуальною для Хейміша, який закоханий у Присцилу, отже, чутка задовольняє його психічну потребу у інформації про особисте життя Присцили.

Отже, подання інформації у світській бесіді може відбуватися такими способами: 1) якщо пропозиція відповідає дійсності і суб’єкт повністю відповідає за істинність власного висловлення, інформація, якою він ділиться з учасниками бесіди, є тактикою повідомлення новин; 2) якщо мовець подає актуальну інформацію, яку він отримав не з офіційних джерел, а через канали міжособистісної комунікації, інформація, яку він надає, є тактикою повідомлення чуток.

Таким чином, новину ми розуміємо як повідомлення адресату деякого факту про певне явище, яке вже відбулося або планується, що виходить з офіційного або надійного джерела. Чутка ж видається специфічним способом інтерпретації інформації, зумовленим дефіцитом поінформованості, який поширюється в усній формі через канали міжособистісної комунікації, як правило, без ідентифікації джерела. І новини, і чутки зазвичай вводяться квеситивом з дієсловом *hear* у теперішньому перфектному часі.

Ще одним способом подання інформації у світській бесіді є плітки, до яких ми звернемося в наступному параграфі.

3.2.2.10. Тактика пліток

Звернімося до мовленнєвої реалізації тактики пліток персонажами художнього дискурсу, зануреними у світське мовлення. Ініціатор пліток часто розпочинає поширення пліток з фраз, які містять займенник *I* або *me* та дієслів розумової діяльності *hear, know, wonder, assume* для експлікації «ексклюзивного» володіння певною інформацією. Такий мовленнєвий хід спрямований викликати інтерес співбесідника, залучити його до «смакування» плітки. Наприклад, Джо Елен за допомогою фрази *I wonder* «пропонує» Конні попліткувати щодо майбутнього весілля Хоуп:

Jo Ellen: I wonder whether they wanna use the B&B for their reception.

Connie: What are you talking about? Hope's not gonna get married again.

Jo Ellen: Well, how do you know that?

Lilly: Technically, they're still married.

Connie: Right [VR, S2 S8, 00:10:29 - 00:12:18].

Плітки як тактика світської бесіди можуть починатися і з запитання про третю особу з вживанням дієслів розумової діяльності, в такому разі співрозмовник прагне не поділитися інформацією про третю особу, а надати її:

“**Did you** see Mrs. Baker’s hat? She must have got it in New York.”

“What has she done with her hair?”

“**You noticed** that? It’s almost strawberry” [Steinbeck, 2001, 54].

Співрозмовники зосереджуються на незвичайному кольорі волосся місіс Бейкер, і хоча вони експліцитно не висловлюють оцінку, самий факт, що колір волосся пригорнув їхню увагу, маркує негативну оцінку зовнішності дами.

У наступній світській бесіді плітки як обговорення поведінки відсутньої особи (доктора), починається зі вставної конструкції *You know*, а далі мовець розповідає про події за участю доктора як свідок (*I saw him ...*):

Jo Ellen: Morning, ladies. Did I see Doc heading out of town?

Hope: Fishing.

*Jo Ellen: **You know**, I saw him dancing mighty close to Muriel St. Claire at the Mingle... [VR, S1 S7, 00:10:08 - 00:10:32].*

В нашому фактичному матеріалі найчастіше зустрічаються такі фрази-залучення до обговорення пліток: *And I assume y'all heard...*, *You know...*, *If you ask me...*, *I wonder...*, *I heard ...*:

Jack: À la mode. And on the house.

*Connie: Such a big heart. **If you ask me**, Charmaine's a damn fool to let a guy like you get away. Then again, I always thought she was a little big for her britches* [VR, S1 S7, 00:15:43 - 00:16:12].

Мовленнєва ескалація тактики пліток відбувається так званими уточнюючими запитаннями, «підхопленнями», тобто еліптованими питаннями як «економним» мовленнєвим засобом запиту інформації, яка визиває зацікавленість: *What about...? How so? Sounds like you want something to worry about? What happened there? Meaning what? What's that about?* Наприклад:

- *As Melanie walked over to chat with Leanne, Patrick said, "So, how well do you know Leanne?"*

"Just professionally." I was cutting off any matchmaking effort before it could get started.

"She's had a hard time."

"Oh?" I wasn't sure what he meant. "How so?"

"Her divorce." As he said that, I recalled the comment in Hannah's letter.

"Her husband was Mark Lancaster," Patrick went on to explain.

The name caught my attention. "What about him?" I asked. "Who is he?"

Hannah hadn't given me any details about the divorce [Macomber, 2010, 106-107].

- *"So, these weird cousin-marrying friends of yours," he says. "What's that about?" [Kinsella, 2004, 14].*

- *"What about his wife? Is she upset?"*

"I don't think she feels very much at all. Like fish feel no pain when you catch them. From what Alan says, her emotional extremities are primitive" [Weldon, 2005, 9-10].

Основними темами або предметами пліток, як вже було зазначено в розділі 3.1.2, є фінанси обговорюваної особи, її вдача, її моральне життя, її спостережувана поведінка, її зовнішній вигляд людини та її досягнення або відсутність досягнень. Звернімося до мовленнєвих засобів вираження оцінки зазначених аспектів життя відсутньої під час розмови людини. В наступному прикладі Сибіл засуджує егоїзм Елли, матері Мері, яка не відпускає свою дорослу доньку від себе, використовує її як служницю, хоча має достатньо коштів, щоб наняти компаньонку:

'Poor Mary,' said Sybil. 'I do feel that she has too much to put up with. Old people shouldn't expect their children to give up their lives to them. It isn't as if Ella Beamish really needed her—she has plenty of money and could get a paid companion who would expect to be bullied.' [Pym, 2009 20].

Отже, у наданій світській бесіді мовці вдаються до тактики пліток, коли обговорюють фінанси Елли, засуджують її моральні риси, зокрема за допомогою сентенції *Old people shouldn't expect their children to give up their lives to them*, а також непрямо, через висловлення співчуття до Мері (*Poor Mary*).

В наступному епізоді світської бесіди тактика пліток увиразнює належність Піерса та Уілмет до одого кола: він каже, що вона виділяється серед інших людей на вечірці, яких він наділяє негативною оцінкою, називає їх «жахливими»:

'How pleasant to find you here, Wilmet. You do stand out among all these rather dreadful people,' said Piers.

'Do you find them dreadful? I expect they're very nice, really.'

'Of course they're not, and you know it,' he said truculently, staring at me so intently that I felt bound to say something [Pym, 2009, 41].

Отже, темою наведених пліток є моральні риси гостей вечірки. Проте, Уілмет не підтримує Піерса, не погоджується з його компліментом, відчуває його агресивність (*truculently*).

Учасники ще однієї світської вечірки починають обговорювати одного з гостей – Саймона, щойно він їх залишає. Авторський коментар маркує радість та задоволення, які міс Доггет відчуває від пліткарства (*Miss Doggett looked interested; Miss Doggett wandered on happily*) та від розуміння, що вона володіє

«ексклюзивною» інформацією (*She had a good deal of information*):

'Margaret,' she said, addressing Mrs. Cleveland, 'who was that young man who went just now?'

'Oh, that was Simon Beddoes,' said Mrs. Cleveland casually. 'His father used to be British Ambassador in Warsaw, or something like that.'

*'Really?' Miss Doggett looked interested and thoughtful. She glanced at Anthea, who seemed a little confused when her father asked her what Simon had thought of the first editions. 'Then he must be the son of Sir Lyall Beddoes, who died a year or two ago,' said Miss Doggett. **I believe he left a considerable fortune.** He was a kinsman on his mother's side of Lord Timberscombe... .' Miss Doggett wandered on happily. She had a good deal of information from Debrett and Who's Who tucked away in her head. 'I don't remember who Lady Beddoes was before her marriage. **Nobody distinguished, I think.** She lives in Chester Square.' [Pym, 2013, 41].*

Міс Доггет надає інформацію про фінанси сім'ї Саймона, а його мати, Леді Бедоз, отримує від неї негативну оцінку від міс Доггет (*Nobody distinguished, I think*). Таким чином, тактика пліток спрямована на відсутність досягнень об'єкта пліток, що надає плітці негативно-оцінного характеру.

Пізніше та сама пліткарка Міс Доггет, обговорює справи іншої сім'ї. Власну обізнаність вона увиразнює протиставленням необізнаності реципієнта пліток, Міс Морроу, яка не може через свій соціальний стан знати, що відбувається в Лімінгтон Лодж. Втручання у справи інших людей пліткарка називає обов'язком, а неприємні факти, про які вона відзивається досить туманно, «необхідно обговорювати» (*one cannot let pass without comment*):

*'Miss Morrow,' said Miss Doggett in a warning tone, 'you are not a woman of the world. **You cannot possibly know** what goes on outside Leamington Lodge... Encouraged by Miss Morrow's silence and bent head, Miss Doggett went on to speak of what she thought they ought to do. 'I believe it may be my duty to speak to Margaret about it,' she said thoughtfully. 'Don't think for a moment that I'm suggesting that there could possibly be anything in it,' she said, turning to the unworldly Miss Morrow, **but you know what I mean. There are some things that one cannot let pass without comment. It is a duty***

one has to other people, not always a pleasant or an easy duty, but one which must be performed... [Pym, 2013, 48].

Ще в одному прикладі Міс Доггет надає негативну оцінку Антеї і темою плітки знову виступає незначущість об'єкта пліток, відсутність в нього досягнень:

She was saying how splendid it was that Anthea should have made such a good impression on Lady Beddoes.

'I believe she is very easy to get on with,' said Miss Morrow.

'Well, she has that graciousness of manner that one would expect,' said Miss Doggett, who did not somehow like the idea of her companion's finding somebody of Lady Beddoes's position 'very easy to get on with'.

*'You see, **Anthea is really nobody on her mother's side,**' she went on, 'and even the Clevelands can hardly compare with the Beddoeses.'*

'But Anthea is such a sweet girl,' protested Miss Morrow. 'Anyone would like her. And Lady Beddoes' father was only an English professor teaching in Warsaw. She told Anthea.'

'Miss Morrow, I don't think you understand these things,' said Miss Doggett.

'No, I don't think I do,' said Miss Morrow humbly [Pym, 2013, 48].

Небажання власної компаньонки пліткувати про Антею або підтримати свою роботодавцю у негативній оцінці Антеї (негативний займенник *nobody* та інтенсифікатор *really*) сердить пліткарку, яка в решті решт заявляє, що Міс Морроу не розуміється на подібних речах.

Отже, плітки є комунікативною тактикою світської бесіди, заснованою на інформації різного ступеня достовірності стосовно третьої особи, адресант якої прагне підкреслити близькі, інтимні стосунки з адресатом та вплинути на його емоційний стан. Сам факт звернення до адресата з оцінним повідомленням про третю особу свідчить про довірливе ставлення до адресата; мовець демонструє, що він разом з адресатом належить до певного вузького кола. Прагматичним наміром мовця в такому разі слід вважати не тільки повідомлення певної інформації та прагнення вплинути на адресат емоційно, а ще й підтримання близьких, довірливих відносин зі співрозмовником.

Мовленнєва реалізація тактики пліток учасниками світської бесіди здійснюється, по-перше, пригортанням уваги співесідника (-ів) за допомогою кліше *Have you heard, And I assume you've heard..., If you ask me..., I wonder..., I heard*; поведінка відсутньої під час світської бесіди особи отримує від пліткаря та часом і від реципієнта пліток певну оцінку (позитивну та частіше негативну), яка експлікується прямо (за допомогою оцінної лексики) або непрямо. «Ексклюзивність» інформації увиразнюється експресивними конструкціями *You'll never believe it, Believe it or not*.

Висновки до розділу III

Контекстуально-інтерпретаційний аналіз світського персонажного мовлення у художньому дискурсі показує, що теми світської бесіди є досить лімітованими та тривіальними, зумовленими ступенем близькості комунікантів. Найбільш типовими ситуаціями світської бесіди є традиційна етикетна ситуація знайомства та представлення незнайомих осіб; ситуація очікування (на автобусній зупинці, станції, у приймальні лікаря і т.і.); світські прийоми, презентації; випадкова зустріч знайомих.

Універсальною темою бесіди є обговорення погоди як найнейтральнішого та найбезпечнішого предмета обговорення. До обговорення погоди (як найбільш доречної теми) персонажі художнього дискурсу вдаються у разі поверхневого знайомства з співбесідником, розбіжності інтересів співбесідників та відсутності у них загальних фонових культурних знань. Подібні випадки, як правило, трапляються за великої різниці в соціальному статусі або віці учасників комунікації. Розмови про погоду є дуже важливим засобом підтримки бесіди, уникнення незручного мовчання. Основним принципом в основі бесіди про погоду є принцип згоди з співрозмовником.

Іншими темами світської бесіди є обговорення актуальних чи прогнозування майбутніх соціальних подій. Темою для світської бесіди може бути практично будь-який спільний для комунікативних партнерів фактор.

Жанр світської бесіди передбачає виявлення інтересу до співрозмовника,

тому темою бесіди часто виступає сам співрозмовник: його робота, сім'я, подорожі і т.д. Зацікавленість співрозмовника в партнері з комунікації сприяє гармонійному перебігу світської бесіди. На початку світської бесіди поширені взаємні компліменти щодо одягу, зачіски її учасників.

Універсальним засобом підтримки світської бесіди серед добре знайомих людей є обговорення спільних знайомих, що робить світську бесіду більш цікавою та емоційно-насиченою.

Отже, світська бесіда постає як гіпержанр художнього дискурсу, ввічлива комунікація на регламентовані етикетом теми, що слугує для зміцнення соціальних зв'язків та набуває варіативних прагматичних рис в залежності від ступеня знайомства учасників комунікації та обставин спілкування. Якщо головним прагматичним наміром малознайомих комунікантів, вимушених проводити час разом, є уникнути незручного мовчання, то світська бесіда добре знайомих людей на світських закладах надає їм можливість відчувати себе членом вузького, елітарного соціального кола, презентувати себе як досвічену, обізнану, легку у спілкуванні особу, продемонструвати артистизм та навички розважання.

Контекстуально-інтерпретаційний аналіз жанру пліток у художньому дискурсі дозволив з'ясувати типову тематично-змістовну сторону даного жанру, комунікативну ситуацію пліткарства з точки зору набору учасників, їхньої ролі у процесі обговорення третьої особи, сценарій пліткарства та мовленнєві засоби вербалізації плітки та оцінки поведінки об'єкта пліток.

Плітки виникають у неформальному діалозі чи полілозі, учасники пліткарства знайомі один з одним та об'єктом пліток. Об'єктом пліток є людина, відсутня під час розмови, темою – подробиці її особистого життя. Учасники пліток формують наступні ланцюги: відправник – одержувач – відправник – одержувач. В ланцюжку осіб, задіяних в інформаційному контакті, вони постійно змінюють свій статус. Щодо кількісної характеристики аудиторії, плітки поширюються у малих групах, найчастіше в ході дружньої балачки або світської бесіди.

Щодо ситуації спілкування, плітки передбачають належність до одного соціального кола, певну інтимність, вони розповсюджуються в приватній

обстановці (*face to face; below one's voice; between ourselves (you and me)*). Сприятливими ситуативними умовами для розповсюдження пліток вважаємо перебування в одному місці, належність співбесідників до однієї соціальної групи, відомий співрозмовнику та цікавий для нього об'єкт пліток. Плітки, що містять сумнівні факти, іноді починаються фразами типу *I heard, They say*, які дозволяють мовцю знизити власну відповідальність за правдивість інформації.

Тематичний аналіз вибірки показує, що плітки спрямовані на риси третьої особи, її здібності, спосіб життя, зовнішній вигляд, фінанси, досягнення або відсутність досягнень. Обов'язковим структурним компонентом жанру пліткарства є оцінка змісту інформації пліток, яка може бути позитивною або негативною.

Пліткарство можна розглядати як послідовність дій, що розгортається в часі, тобто уявити у формі сценарію. Типовий сценарій пліткарства може бути представлений у такому вигляді:

1) продукування пліток (що включає предикацію, яка випереджає повідомлення інформації та маркує її «ексклюзивний» характер (*Have you heard..?, You'll never believe it, but...*);

2) інтерпретація пліток, що може випереджатися зневажливою характеристикою пліткарства як такого та виключним / вимушеним долученням мовця до нього (*I am not the person who spreads gossip or listens to gossip; I don't think that's any of my business; one cannot let pass without comment*), та обов'язково включає вираження оцінки поведінці третьої особи та залучення реципієнта(ів) до обговорення плітки;

3) зміна теми як фінал пліткарства (коли тема пліток вже вичерпана або учасники не бажають її обговорювати).

Вважаємо, що плітки виникають стихійно (у пориві раптової креативності, в «пилу» емоційного обговорення третьої особи) або цілеспрямовано, коли мовець заздалегідь планує поширення пліток для задоволення власних потреб і цілей.

Серед основних потреб, що задовольняються за допомогою пліток, виокремлюємо: потребу у престижі, у визнанні авторитету мовця, емотивні потреби, маніпулятивні потреби.

Прагматичними інтенціями мовця, який розповсюджує плітки, вважаємо 1) прагнення розважитися, «почесати язика», 2) поділитися ексклюзивною інформацією про третю особу, 3) відчуття своєї причетності до певної соціальної групи та значущість для неї, 4) прагнення здаватися обізнаним та оригінальним, 5) демонстрація розуміння людської природи, 6) прагнення вразити співбесідника. Саме останні фактори – впевненість у власному розумінні людської природи, прагнення оригінальності та прагнення вразити співбесідника – сприяють свідомому або напівсвідомому перекручуванню фактів, відомих мовцю. Більше того, мовець може намагатися підсилити достовірність плітки посиленням на якесь вигадане джерело.

Соціально-прагматичними функціями пліток є надання інформації, розважання учасників комунікації, встановлення і підтримки їхніх відносин, соціалізація, інтеграція в групу, в колектив, в соціальне коло; регулювання (розпалювання чи погашення) конфліктів; формування суспільної думки; самопрезентації мовця як особи, яка володіє «ексклюзивною» інформацією; дискредитація неприємної для мовця особи; маніпулятивний вплив на людину, соціальне коло; провокація адресата до здійснення певних дій, маніпулювання адресатом у власних корисних цілях.

Отже, визначаємо пліткарство як інформативно-фатичний жанр, що передбачає надання та оцінку «ексклюзивної» інформації різного ступеня достовірності особам одного з мовцем соціального кола про події приватного життя знайомих їм третіх осіб. Плітки розважають, надають гедоністичне задоволення, підкреслюють довірливий характер спілкування, зміцнюють дружбу, зміцнюють безпеку спільноти. Плітки можуть містити хибну, спотворену інформацію, вони можуть сприйматися реципієнтом негативно. На перший план виходить ступінь близькості комунікантів та відношення реципієнта до особи пліткаря та до особи об'єкта пліток. Якщо пліткар сприймається реципієнтом пліток негативно і/або якщо особа, про яку повідомляються плітки, викликає симпатію реципієнта пліток, плітки будуть сприйняті негативно та їхнє поширення та обговорення буде зупинено.

Аналіз сутності мовленнєвих жанрів світської бесіди та пліток потребує врахування інтенцій учасників спілкування, комунікативних стратегій і тактик комунікантів, якими вони полсують. Комунікативну стратегію визначають як загальну схему розгортання мовленнєвої взаємодії, як вектор досягнення наміру комунікантів, який реалізується за допомогою специфічних мовленнєвих прийомів – комунікативних тактик. Комунікативні стратегії й тактики фатичних мовленнєвих жанрів були відстежені у художньому персонажному мовленні.

Результати дослідження свідчать про те, що учасники світської бесіди лавірують між двома головними стратегічними установами: бути ввічливими та гідно репрезентувати себе. Перша зумовлена позитивною ввічливістю, орієнтованою на підтримку і вдоволення «позитивного обличчя» адресата і його позитивний імідж, демонстрацію близькості й взаємності. Друга стратегічна настанова зумовлена негативною ввічливістю, спрямованою на створення комунікативної дистанції між співрозмовниками.

Отже, було виокремлено дві основні стратегії, якими полсують учасники художньої світської бесіди: стратегію виявлення інтересу до співрозмовника та стратегію самопрезентації.

Стратегію виявлення інтересу до співрозмовника забезпечують тактики схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові.

Тактика схвалення зустрічі вживається на початку світської бесіди і здійснюється за допомогою стереотипних реплік, мовленнєвих кліше з позитивно-емоційною лексикою. Тактика довідування про справи співбесідника здійснюється різними типами квеситивів (загальних питань, спеціальних питань, перепитувань та питань-підхоплень), реалізованими в еліптичній формі. Ознаками цієї тактики є наявність емотивної лексики, фразеологізмів, кліше, модальних дієслів. Тактика довідування про думку співрозмовника втілюється за допомогою квеситивів різних типів або декларативів, які мають дієслова із семами «незнання, непоінформованості» або «бажання дізнатися». Тактика згоди з думкою

співрозмовника має повний або частковий характер та ґрунтується на констатації правоти співрозмовника шляхом повтору репліки співрозмовника, демонстрації розуміння співрозмовника, перефразування або підхоплення репліки співрозмовника, розвивання або інтерпретації його думки, схвалення думки співрозмовника. Тактика комплімента реалізується за допомогою позитивно-оцінної лексики, прислівників-інтенсифікаторів, а на синтаксичному рівні – окличних та негативно-питальних речень. Тактика співчуття співрозмовникові вживається для емоційної підтримки співбесідника і реалізується за допомогою емоційно-забарвленої лексики та еліптичних розділових питань. Тактика поздоровлення є проявом симпатії та реалізується за допомогою стереотипних мовних кліше. Тактика подяки вербалізується етикетними стандартизованими засобами, такими як дієслово *thank* у еліптованих конструкціях та прикметники *grateful* та *thankful*. Щирість мовця увиразнюється прислівниками-інтенсифікаторами.

Стратегію самопрезентації забезпечують тактики висловлювання думки, вираження сентенції, поради, тактика повідомлення новин та чуток, плітки, тактика хвастощів, тактика шпильки, жарту, ухилення від прямої відповіді та зміни теми.

Тактика висловлювання думки реалізується засобами зниження категоричності тверджень, розділовими питаннями, обранням безпечних тем для спілкування. Тактика висловлювання сентенції здійснюється за допомогою коротких, влучних висловлювань у лаконічній формі з використанням засобів посилення категоричності та лексики узагальнюваного характеру. Тактика поради реалізується імпліцитно-перформативними висловлюваннями, такими як асертиви, експресиви та квеситиви. Тактика вихваляння вважається порушенням етикетних норм ведення світської бесіди, її реалізують паралельні конструкції, що містять перелік досягнень мовця. Часом мовець дистанціюється від вихваляння, посиляючись на інші джерела або заперечуючи факт вихваляння. Тактика жарту вербалізується за допомогою стилістичних засобів, таких як алогізм, гіпербола, метонімія, перифраз. Тактика шпильки має конфліктну природу, але у світській бесіді є доречною. Позитивно-оцінні лексичні засоби, вживаються мовцем у

саркастичному сенсі. Тактика ухилення від прямої відповіді здійснюється непрямим шляхом, а саме: перепитуванням, наданням неконкретної відповіді тощо. Тактика зміна теми вживається для уникання небажаної теми та реалізується за допомогою вставних слів (*anyway, anyhow*), імперативних речень та протиставного сполучника *but*. Тактика повідомлення новин та чуток втілюється квеситивом з дієсловом *hear* у теперішньому перфектному часі.

Результати та положення розділу висвітлено в таких публікаціях автора [6], [7], [10], [12], [14], [15], [17].

ВИСНОВКИ

Дефініційний аналіз лексем *світська бесіда* та *плітки* виявляє спільну для обох феноменів сему легкості та дозволяє протипоставити їх за семами ввічливості (*small talk*) vs сема недобррозичливості (*gossip*), банальності і стандартності (*small talk*) vs сема інтимності (*gossip*). Відмінності досліджуваних понять виявляються в тематиці (плітки – приватне життя третьої особи; теми світської бесіда є значно різноманітнішими (світські новини, погода, музика, хобі, спорт, плітки), а також в їхньому обсязі (світська бесіда є тривалішою).

Відмінності досліджуваних понять виявляються в тематиці (плітки – приватне життя третьої особи; світська бесіда – значно різноманітніша (світські новини, погода, музика, хобі, спорт, плітки), а також в їхньому обсязі (світська бесіда є тривалішою). Крім того, різними виявляються стосунки між учасниками цих жанрів: світська бесіда можлива між співбесідниками різного ступеня знайомства; плітки розповсюджуються виключно між добре знайомими людьми, та підкреслюють близькі, довірливі стосунки між комунікантами. Плітки мають більш аналітичний та емоційний характер, мовець не тільки підтримує соціальні контакти, він поширює інформацію, аналізує її, додає «пікантні» подробиці.

Сутність світської бесіди полягає у виявленні інтересу до співрозмовника та пошуку спільних інтересів з ним. Світська бесіда є приємною, етикетно й культурно детермінованою розмовою з жорсткою соціально-культурною регламентацією тематичного репертуару, що має на меті встановлення вербального контакту, його розвиток і розмикання.

Повний сценарій світської бесіди включає вітання; поздоровлення, компліменти, або виявлення інтересу до справ співрозмовника; пошук спільних тем (у разі поверхневого знайомства) або презентацію власної особистості шляхом повідомлення цікавої новини, історії, шутки, плітки і т.і. (у разі дружніх стосунків); висловлення задоволення від спілкування або подяка за запрошення; обговорення можливостей наступної зустрічі; прощання. Проте, у художньому дискурсі світська бесіда часто постає у вигляді невеликих фрагментів, вкраплень, оскільки авторів

художніх творів, як правило, цікавить більш змістовне спілкування персонажів та динамічний розвиток сюжету.

Отже, світська бесіда постає як гіпержанр художнього дискурсу, ввічлива комунікація на регламентовані етикетом теми, що слугує для зміцнення соціальних зв'язків та набуває варіативних прагматичних рис в залежності від ступеня знайомства учасників комунікації та обставин спілкування. Якщо головним прагматичним наміром малознайомих комунікантів, вимушених проводити час разом, є уникнути незручного мовчання, то світська бесіда добре знайомих людей на світських закладах надає їм можливість відчувати себе членом вузького, елітарного соціального кола, презентувати себе як досвічену, обізнану, легку у спілкуванні особу, продемонструвати артистизм та навички розважання.

Плітки розуміємо як зафіксовану у дискурсі / тексті одиницю мовлення, а пліткарство – як мовленнєвий жанр продукування пліток. Пліткарство визначаємо як специфічний жанр, що поєднує в собі фатичну та інформаційну комунікацію, оскільки вгамування «інформаційного голоду» поєднується з приємним проведенням часу, отриманням задоволення, почуттям причетності до обмеженого соціального кола. Плітки – це зібрана, доповнена або спотворена інформація різного ступеня достовірності про події приватного життя третіх осіб, а також їхня оцінка мовцем. Ці події мають бути незвичайними, прихованими від суспільства, «болючими» та такими, що утворюють емоційний вплив на певних комунікантів.

Пліткарство, як і світська бесіда, характеризується неофіційним характером спілкування, проте, характеризується довірливістю, емоційністю, інтересом до сфери особистих взаємин, оцінюванням поведінки відсутніх осіб. Плітки передбачають експліцитне або імпліцитне урахування включення до групи або виключення з групи інших, тобто продукування спільних цінностей. Пліткарство сприяє зміцненню соціальних зв'язків між пліткарями: критикуючи відсутню особи, пліткарі підтверджують спільні цінності та погляди, зміцнюють дружбу, будують альянси.

Основними темами пліток є фінанси обговорюваної особи, її вдача, її моральне життя, її спостережувана поведінка, її зовнішній вигляд людини та її

досягнення або відсутність досягнень. Функціями пліткарства виступають: поширення та отримання інформації, розважання, емоційне задоволення, захист групи та соціальний контроль, встановлення соціальних зв'язків.

Плітки мають «темну» та «світлу» сторону. З одного боку, пліткувати означає погано говорити про своїх ближніх, плітки часто визначають як обмін інформацією негативно-оцінного характеру про відсутніх третіх осіб, яка вважається ганебною і засуджується як порушення норм; пліткам притаманна «брехливість» або навіть «зловмисність»; плітки можуть бути використані для егоїстичного підвищення свого статусу, завдаючи шкоди репутації суперників. З іншого боку, плітки слугують джерелом інформації, а також є розважальним «балаканням», вони мають позитивні соціальні і психологічні цілі, адже зміцнюють дружбу, утворюють інтимний, довірливий характер спілкування, викликають ентузіазм, надають гедоністичне задоволення, слугують способом налагодити стосунки з членами певної групи, вирішити конфлікти і зміцнити безпеку спільноти. Наразі деякі дослідники навіть вважають плітки центральною опорою, на якій ґрунтується соціальність, трансляторами культурних норм.

Плітки виникають у неформальному діалозі чи полілозі, учасники пліткарства знайомі один з одним та об'єктом пліток – людиною, відсутньою під час розмови. Учасники пліток формують наступні ланцюги: відправник – одержувач – відправник – одержувач. В ланцюжку осіб, задіяних в інформаційному контакті, вони постійно змінюють свій статус. Щодо кількісної характеристики аудиторії, плітки поширюються у малих групах, найчастіше в ході дружньої балачки або світської бесіди.

Плітки можна розглядати як послідовність дій, що розгортається в часі, тобто уявити у формі сценарію. Типовий сценарій плітки може бути представлений у такому вигляді: 1) продукування пліток (що включає предикацію, яка випереджає повідомлення інформації про подробиці особистого життя третьої особи та маркує «ексклюзивний» характер цієї інформації (*Have you heard..?, You'll never believe it, but...*); 2) інтерпретація пліток, що може випереджатися зневажливою характеристикою пліткарства як такого та вимушеним долученням мовця до нього,

та обов'язково включає вираження оцінки поведінці третьої особи та залучення реципієнта(ів) до обговорення плітки; 3) зміна теми як фінал пліткарства (коли тема пліток вже вичерпана або учасники не бажають її обговорювати).

Прагматичними інтенціями пліткаря вважаємо прагнення розважитися, «почесати язика», поділитися ексклюзивною інформацією про третю особу, відчувати свою причетність до певної соціальної групи та значущість для неї, прагнення здаватися обізнаним та оригінальним, демонстрація розуміння людської природи, прагнення вразити співбесідника.

Соціально-прагматичними функціями пліток є надання інформації (на відміну від світської бесіди), розважання учасників комунікації, встановлення і підтримки їхніх відносин, соціалізація, інтеграція в групу, в колектив, в соціальне коло; регулювання (розпалювання чи погашення) конфліктів; формування суспільної думки; самопрезентації мовця як особи, яка володіє «ексклюзивною» інформацією; дискредитація неприємної для мовця особи; маніпулятивний вплив на людину, соціальне коло; провокація адресата до здійснення певних дій, маніпулювання адресатом у власних корисних цілях.

Отже, плітки визначаємо як інформативно-фатичний жанр, що передбачає надання та оцінку «ексклюзивної» інформації різного ступеня достовірності особам одного з мовцем соціального кола про події приватного життя знайомих їм третіх осіб. Плітки розважають, надають гедоністичне задоволення, підкреслюють довірливий характер спілкування, зміцнюють дружбу, зміцнюють безпеку спільноти. Плітки можуть містити хибну, спотворену інформацію, вони можуть сприйматися реципієнтом негативно. На перший план виходить ступінь близькості комунікантів та відношення реципієнта як до особи пліткаря, так і до особи об'єкта пліток. Якщо пліткар сприймається реципієнтом пліток негативно і/або якщо особа, про яку повідомляються плітки, викликає симпатію реципієнта пліток, плітки будуть сприйняті негативно та їхнє поширення та обговорення буде зупинено.

Аналіз сутності мовленнєвих жанрів світської бесіди та пліток потребує врахування інтенцій учасників спілкування, комунікативних стратегій і тактик комунікантів, якими вони полсують.

Результати дослідження свідчать про те, що учасники світської бесіди лавірують між двома головними стратегічними установами: бути ввічливими та гідно репрезентувати себе. Перша зумовлена позитивною ввічливістю, орієнтованою на підтримку і вдоволення «позитивного обличчя» адресата і його позитивний імідж, демонстрацію близькості й взаємності. Друга стратегічна настанова зумовлена негативною ввічливістю, спрямованою на створення комунікативної дистанції між співрозмовниками.

Отже, було виокремлено дві основні стратегії, якими послуговуються учасники світської бесіди, зображеної в персонажному мовленні художнього дискурсу: стратегію виявлення інтересу до співрозмовника та стратегію самопрезентації.

Стратегію виявлення інтересу до співрозмовника забезпечують тактики схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові. Тактика схвалення зустрічі слугує зачином світської бесіди і здійснюється за допомогою стереотипних реплік, мовленнєвих кліше з позитивно-емоційною лексикою. Тактика довідування про справи співбесідника експлікується емотивною лексикою, фразеологізмами, кліше, модальними дієсловами, квеситивами різних типів в еліптичній формі. Тактика довідування про думку співрозмовника втілюється за допомогою квеситивів різних типів, декларативів, які містять дієслова із семами «незнання, непоінформованості» або «бажання дізнатися». Тактика згоди з думкою співрозмовника ґрунтується на констатації правоти співрозмовника шляхом повтору, перефразування або підхоплення його репліки, схвалення розвивання або інтерпретації його думки та загалом демонстрації розуміння. Тактика комплімента реалізується за допомогою позитивно-оцінної лексики, прислівників-інтенсифікаторів, а на синтаксичному рівні – окличних та негативно-питальних речень. Тактика співчуття реалізується за допомогою емоційно-забарвленої лексики та еліптичних розділових питань. Тактика поздоровлення реалізується за допомогою стереотипних мовних кліше. Тактика подяки вербалізується етикетними стандартизованими засобами, такими

як дієслово *thank* у еліптованих конструкціях та прикметники *grateful* та *thankful*. Щирість мовця увиразнюється прислівниками-інтенсифікаторами.

Стратегію самопрезентації забезпечують тактики висловлювання думки, вираження сентенції, поради, тактика повідомлення новин та чуток, плітки, тактика хвастощів, шпильки, жарту, ухилення від прямої відповіді та зміни теми. Тактика висловлювання думки реалізується засобами зниження категоричності, розділовими питаннями. Тактика висловлювання сентенції здійснюється за допомогою емних висловлювань у лаконічній формі з використанням засобів посилення категоричності та узагальнюваної лексики. Тактика поради реалізується непрямо, за допомогою експресивів та квеситивів. Тактику вихваляння, що вважається порушенням етикетних норм ведення світської бесіди, реалізують паралельні конструкції, що містять перелік досягнень мовця. Часом мовець дистанціюється від вихваляння, посилаючись на інші джерела або заперечуючи самий факт вихваляння. Тактика жарту вербалізується за допомогою стилістичних засобів: алогізму, гіперболи, метонімії, перифразу. Тактика шпильки ґрунтується на позитивно-оцінних лексичних засобах, що вживаються мовцем у саркастичному сенсі. Тактика ухилення від прямої відповіді здійснюється непрямим шляхом: перепитуванням, наданням неконкретної відповіді тощо. Тактика зміна теми реалізується за допомогою вставних слів (*anyway, anyhow*), імперативних речень та протиставного сполучника *but*. Тактика повідомлення новин та чуток втілюється квеситивом з дієсловом *hear* у теперішньому перфектному часі.

Здійснений аналіз комунікативно-прагматичної організації світської бесіди та пліткарства в англomовному художньому дискурсі відкриває перед лінгвістами можливість якнайдетальнішого вивчення стратегічних особливостей фатичного мовлення у проєкції на комплекс соціальних характеристик (стать, фах, вік та ін.) учасників комунікації, а також подальшого дослідження цих жанрів в комунікативній, когнітивній та прагматичній площинах у широкій амплітуді дискурсивних практик. Перспективним вважаємо і здійснення контрастивних досліджень зазначеної проблематики в аспекті її лінгвокультурологічної специфіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонов О.В. Комунікативні стилі персонажного мовлення: лінгвопрагматичний та соціолінгвістичний аспекти (на матеріалі сучасної американської драми): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, Київський університет імені Бориса Грінченка, 2017. 20 с.
2. Арутюнова Н.Д. Жанры общения. Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. Москва: 1992. С. 52-56.
3. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. Москва: 1999. 896 с.
4. Базарова І. Дефініційний аналіз лексем *small talk* та *gossip*. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2023. (89). С. 28-34.
5. Базарова І. Дефініційний аналіз лексеми *gossip*. *Матеріали науково-практичної конференції «Розвиток Філології й лінгводидактики в умовах реформування освітньої системи»* : зб. матеріалів конференції. м. Київ, 23-24 вересня, 2022 р. Київ, 2022. С. 22-24.
6. Базарова І. Жарт як фатичний засіб, характерний для світської бесіди. *The current state of development of world science: characteristics and features: II International scientific and theoretical conference* : зб. матеріалів конференції. Lisbon: Volume 2, 2021. С. 14-16.
7. Базарова І. Комунікативні інтенції учасників світської бесіди. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends* : матеріали I міжнародної дистанційної науково-практичної конференції. Велика Британія : Оксфорд, 2021. С. 232-234.
8. Базарова І. Плітки та чутки в повсякденній комунікації: розмежування понять. *Scientific collection "InterConf" №130. Science and education in progress* : зб. матеріалів конференції. Dublin, Ireland, 26-28 October, 2022. С. 175-177.
9. Базарова І. Різновиди та особливості фатичних мовленнєвих жанрів. *Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the II*

- International Scientific and Practical Conference (Vol. 1)* : зб. матеріалів конференції. Кембрідж, 2021. С. 129-130.
10. Базарова І. Комунікативна тактика подяки в світському мовленні (на матеріалі англомовного художнього дискурсу). *Записки з романо-германської філології*. Одеса, 2023. Вип. 2 (51) С. 20-29.
 11. Базарова І. Комунікативно-прагматичні риси жанру пліткарства. *Мова: науково-теоретичний часопис з мовознавства*. Одеса, Астропринт, 2022. Вип. №37. С. 67-73.
 12. Базарова І. Контакт-встановлююча стратегія як провідна для учасників світської бесіди. *II Всеукраїнська міжнародна науково-практична конференція: Сучасні студії з романської та германської філології* : зб. матеріалів конференції. Одеса, 2021. С. 6-9.
 13. Базарова І. Семантична структура лексеми gossip-плітка (на матеріалі англомовних тлумачних словників). *Збірник матеріалів VIII міжнародної науково-практичної конференції присвяченої пам'яті проф. В. Л. Скалкіна* : зб. матеріалів конференції. Одеса, 2022. С. 116-120.
 14. Базарова І.В. Комунікативна тактика пліток в рамках світської бесіди (на матеріалі художнього англомовного кінодискурсу): *Пріоритетні напрями розвитку науки та техніки* : матеріали міжнародної інтернет-конференції. Чернігів : Наука та практика, 2021. С. 6-9.
 15. Базарова І.В. Комунікативні стратегії і тактики учасників світського спілкування. *Записки з романо-германської філології*. Одеса, 2020. Вип. 1 (44). С. 4 - 13.
 16. Базарова І.В. Контактвстановлюючі кліше в англомовному дискурсі. *73 професорсько-викладацька науково-технічна конференція* : збірник тез доповідей. Одеса : ОНМУ 2020. С. 7-8.
 17. Базарова І.В. Реалізація комунікативної стратегії встановлення контакту в дискурсі світської бесіди. *Інновації ХХ століття* : зб. матеріалів міжнародної інтернет-конференції, м. Вінниця, 10 серпня 2020 р. Вінниця : Наука та практика, 2020. с. 5-8.

18. Базарова І.В. Фатична функція VS контактовстановлююча функція: розмежування термінів. *Мова у світлі класичної спадщини та сучасних парадигм* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2020. С. 66-67.
19. Бацевич Ф.С. Нариси з комунікативної лінгвістики: монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 281 с.
20. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : «Академія», 2004. 344 с.
21. Бехта І. А. Дискурсна зона персонажу у фактурі художнього тексту. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна*. 2012. Вип. 29. С. 248-250.
22. Бігунова Н.О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання: монографія. Одеса : КП ОМД, 2017. 580 с.
23. Білоконенко Л. Концепт згода: універсалія моделі злагодженого спілкування. *Філологічні студії: науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету* : зб. наук. Праць. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С. В., 2018. Вип. 18. С. 9–20.
24. Білоконенко Л.А. Тактика відмови від відповіді та її мовна репрезентація. *Український смисл: науковий збірник за ред. проф. І.С.Попової*. Дніпро : Ліра, 2019. С. 71 – 82.
25. Блінова І.А. Мовна гра як засіб створення комічного ефекту (на матеріалі творчості Мюріел Спарк). *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского*. 2014. Филологические науки, 27 (66) (1-1). С. 203-208.
26. Бойко О.Д. Чутка як інструмент формування та коригування колективної пам'яті. *Національна та історична пам'ять* : Зб. Наук. Праць. Вип. 6. К.: Н 35 П «НВЦ «Приоритети», 2013. С. 3-13.
27. Борисенко Н. Тактика згоди-поступки в персонажному мовленні британської драми: прагматичний аспект. *Текст і дискурс: когнітивно-*

- комунікативні перспективи* : збірник матеріалів II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції (28–29 березня 2019 р.). Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2019. С. 15-18.
28. Борисенко Н.Д. Комплімент в персонажному дискурсі британської драми. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка №78*. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 254-257.
 29. Боса Т.С. Теоретичні засади дослідження мовленнєвого жанру. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2018. VI(42), Issue: 149. P. 11-15.
 30. Буяльська Т.І. Комунікативно-прагматичні особливості висловлень з інтенціональним значенням підтримки у міжсуб'єктній інтеракції. *Нова Філологія*. Запоріжжя, 2016. №68. С. 101-108.
 31. Велівченко В. Ф. Комунікативні стратегії і тактики мовця в сучасному англомовному емотивному дискурсі. *Вісник Черкаського університету*. 2010. Вип. 193. С. 99–106.
 32. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. Москва : ЛКИ, 2007. 176 с.
 33. Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего. *Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект*. М. : Наука, 1993. С. 5-29.
 34. Войцеховська Н.К. Зміна теми як тактика конфліктного діалогічного дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2014. Випуск 48. С. 162-165.
 35. Вrabель Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові. Берегове – Ужгород : ЗУІ ім. Ф. Ракоці II – ТОВ «РІК-У», 2020. 236 с.
 36. Грабовська І.В. Теоретичні засади дослідження фатичного дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2018. Том 29 (68) № 4. С. 37 – 40.

37. Гудманян А., Шахновська І. Реалізація кооперативної стратегії спілкування в діалогічному дискурсі (на матеріалі американської драматургії ХХ століття). *Наукові записки. Серія Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград, 2015. Випуск 138. С. 12—15.
38. Давидович С.С. Поняття "мовленнєвий жанр" у провідних лінгвістичних напрямках. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2016. Вип. 2. С. 22-26.
39. Деде Ю.В. Мітігати́вні стратегії та тактики, якими керуються персонажі англomовного художнього дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Одеса: Гельветика, 2019. № 43. Том 2. С. 93-97.
40. Деде Ю.В. Мітігація vs негативна ввічливість (на матеріалі англomовного художнього дискурсу). *Записки з романо-германської філології*. Одеса: Фенікс, 2020. Випуск 1 (44). С. 107 – 115.
41. Дементьев В. В. Вторичные речевые жанры. *Жанры речи*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. С. 31–46.
42. Дементьев В.В. Жанровая структура фатической коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук : Саратов, 1995. 19с.
43. Дементьев В.В. Изучение речевых жанров: Обзор работ в современной русистике. *Вопросы языкознания*. 1997. № 1. С. 109-121.
44. Дементьев В.В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия. *Жанры речи*. Саратов : Колледж, 2002. Вып. 3. С. 18-40.
45. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и её жанры. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. 248 с.
46. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. Москва : Знак, 2010. 600 с.
47. Дементьев В.В. Фатические речевые жанры. *Вопросы языкознания*. 1999. № 1. С. 37-55.
48. Жовнір М.М. Світська бесіда як українській лінгвокультурний феномен і її трансформації в часі: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ :

Національна Академія Наук України. Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні, 2016. 23 с.

49. Жуйкова М.В. Фатичне спілкування персонажів М. Гоголя та його функції в художньому тексті. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2020. № 13. С. 47-53.
50. Залужна М. В., Приходько Г., Приходченко О. О., Морошкіна Г. Ф. Strategies and Tactics of Evaluative Discourse. *Proceedings of the III International Scientific Congress Society of Ambient Intelligence 2020 (ISC-SAI 2020). Advances in Economics, Business and Management Research*. 2020. № 129. С. 1-7.
51. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Ширяев Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис. М. : Наука, 1981. 276 с.
52. Зербіно А. Д. Синтаксичні моделі засобів вираження згоди/незгоди у сучасній англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія Філологічна*. Острог, 2012. Вип. 26. С. 118-120.
53. Зербіно А. Д. Специфіка типологізації мовленнєвих актів згоди / незгоди у сучасній англійській мові. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія». 2011. Вип. 19. С. 18–24.
54. Капуш А. Світська бесіда (small talk) як складова міжкультурної комунікативної компетенції. *Подолання мовних та комунікативних бар'єрів: освіта, наука, культура. Національний авіаційний університет*. 2021. С. 191-195.
55. Ківенко І. О. Мовленнєвий акт подяки: прагмалінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2018. 225 с.
56. Ківенко І. О. Рівневі характеристики МА вдячності в англійському художньому дискурсі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. Херсон, 2013. № 19. С. 156-159.

57. Кітаєва Т. М. Мовленнєвий жанр "інтерв'ю": кваліфікаційні ознаки та інтерпретативний аспект. *Лінгвістичні студії* : зб. наук. праць. Донецьк : ДонНУ, 2012. Вип. 24. С. 114-119.
58. Климентова О. В. Фатична функція мови в аспекті усвідомлюваних і неусвідомлюваних чинників комунікації. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 50(1). С. 368-375.
59. Козлова В.В. Реалізація виховного впливу в англomовному парентальному дискурсі: структурно-семантичний та прагматичний аспекти : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків : Харківський національний ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2012. 20 с.
60. Компаній О. Мовленнєвий жанр: лінгвостилістичний аспект. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*. Умань, 2016. Вип. 2. С. 157-164.
61. Кондратенко Н. В. Комунікативно-прагматичний потенціал мовленнєвих актів вираження глорифікації в семантико-текстуальній лінгвістичній експертизі. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*. 2023. Вип. 37. С. 17–25
62. Кондратенко Н. Художній текст як ігрова діяльність. *Проблеми літературознавства*. 2014. Вип. 18. С. 38–47.
63. Кондратенко Н.В. Типологія мовленнєвих жанрів українського політичного дискурсу. *Studia philologica*. Київ : Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2017. Вип. 9. С. 18-22.
64. Корольов І. Р. Мовленнєвий жанр і комунікативна ситуація: співвідношення понять. *Studia linguistica*. 2009. Вип. 3. С. 130-134.
65. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет. 2011. 281 с.
66. Кузьменко О. Ю. До проблеми кореляції понять «мовленнєвий жанр» і «мовленнєвий акт». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог : Видавництво

- Національного університету «Острозька академія», 2014. Вип. 48. С. 80-83.
67. Лавриненко І.Н. Мена комунікативних ролей в англоязычному конфліктном кинодискурсе. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна №897. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»*. Харків, 2010. Вип. 62. С. 138-143.
 68. Лагодзінська О. А. Дискурсивна маніпулятивна стратегія «схилення до відвертості» в англійському ток-шоу та вербальні засоби її реалізації (на матеріалі телевізійної передачі Стівена Сакера «Відверта розмова»). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2014. Вип. 11 (2). С. 28–32.
 69. Лук'янова, Т. Г., Матійко, К. В. Переклад комічного в кінофільмах Веса Андерсона (на матеріалі англійської та української мов). *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2020. (91). С. 116-124.
 70. Малахівська Т.Я. Лінгопрагматичні особливості сучасної англійської інтернет-поезії. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Київ, 2019. Том 30 (69) №2 Ч.1. С. 99-103.
 71. Матузкова О. П. Ідентичність як структура. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки*. Київ: КМ Academia, 2014. Т. 164. С. 15-19.
 72. Матусевич Л.М. «Статус категорії «мовленнєвий жанр» у сучасній лінгвістиці. *Young Scientist*. April, 2017. № 4.3 (44.3). С. 155-158.
 73. Матюхіна Ю.В. Small talk як різновид англійської фатичної метакомунікації: аспект діакронії. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2014. №1102. С.65-70.
 74. Місягіна І. М. Дискурсивний акт ухильності. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер.: Філологічна*. Острог, 2012. Вип. 29. С. 128-130.
 75. Мозгунов В. Вихваляння як акт персвазії. *Функціонально-комунікативні аспекти граматики і тексту* : зб. наук. праць, присвячений ювілею д-ра

- філол. наук, проф., академіка АН ВШ України, завідувача кафедри української мови ДонНУ Загнітка А.П. Донецьк: ДонНУ, 2004. С. 300-305.
76. Морозова І.Б. Інтеррогативне речення в аспекті поліпотентності інформації / І.Б. Морозова, О.О. Пожарицька, О.О. Степаненко. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»* : збірник наукових праць. Херсон : ХДУ, 2019. Випуск 36. С. 50-54.
77. Морозова І.І. Гендерна й культурологічна обумовленість small talk вікторіанської доби. *Вісник Харківського національного університету. Імені В.Н. Каразіна*. Харків, 2019. Вип. 89. С. 12-17.
78. Мурзин Л.Н. Полевая структура языка: фатическое поле. *Фатическое поле языка (памяти профессора Л.Н. Мурзина)*. Пермь, 1998. С. 9-14.
79. Наумук О.В. Компоненти комунікативної ситуації поради. *Вісн. Житомир. держ. ун-ту. Філол. науки*. 2011. Вип. 56. С. 140–143.
80. Нера Н.Я. Мовленнєвий акт поради у НМП (чНПМ vs жНПМ). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. Одеса, 2015. Вип. 14. С. 189-191.
81. Осовська І.М. Сучасний німецькомовний сімейний дискурс: ментальний і вербальний ресурс : монографія. Чернівці : Видавничий дім «РОДОВІД», 2013. 402 с.
82. Павлик Н.В. Комплімент на етапі підтримку контакту (на матеріалі англійської й української мови). *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса: 2017. № 9, том . С. 31-34.
83. Павлик Н.В. Комунікативна та структурно-семантична організація фактичних мовленнєвих актів в англійській та українській мовах (на матеріалі драматичних творів кінця ХІХ – початку ХХ століть) : автореф. дис. ... канд. філ. наук : 10.02.17. Київ, 2018. 259 с.
84. Павлик Н.В. Фатичні мовленнєві акти завершення контакту у зіставному аспекті. *Science and Education a New Dimension. Philology, III(10)*. 2015. Issue: 47. С. 80 – 83.

85. Петров О.О., Юмрукуз А.А. Поняттєвий компонент концепту «Згода» в англійській, німецькій та турецькій мовах. *Львівський філологічний часопис*. Львів, 2018. Вип. 25. С. 108–114.
86. Підпала В.В. Способи реалізації конфронтаційної стратегії у соціально-політичному ток-шоу «право на владу». *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Гельветика, 2021. Випуск 17. Том 2. С.56 – 62.
87. Поваляєва Г.С. Реалізація фатичної функції у системі чат комунікації. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки»*. Мовознавство. 2014. №2. С. 103-108.
88. Полюжин М. М. Дискурсивні стратегії та організуючі стереотипні висловлювання в англійській мові. *Дискурс іноземномовної комунікації*. Львів, 2002. С. 49–75.
89. Пономаренко О. В. Лінгвопрагматичні засоби вираження ухильності в сучасному італійському політичному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Романські мови. Київ, 2004. 19 с.
90. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. Ровно : Волинські обереги, 1999. 576 с.
91. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
92. Почепцов Г.Г. Фатическая метакоммуникация. *Семантика и прагматика синтаксических единств*. Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1981. С. 52–59.
93. Почепцов О.Г. Речевой акт и организация дискурса. *Вестник Харьковского ун-та. Человек и речевая деятельность*. Харьков, 1989. №339. С. 47–51.
94. Приходько Г.І., Приходченко О.О. Прагматика та семантика експресивів. *Науковий вісник ХДУ Серія Германістика та міжкультурна комунікація*. 2023. № 1. С. 65-69.
95. Прокопенко А. В. Конфліктні стратегії політдіяча в аспекті стратегій перекладу (на основі американського політінтерв'ю). *Філологічні трактати*. 2012. Т. 4, № 2. С. 82-88.

96. Прокопенко А. В. Конфліктні стратегії політдіяча в аспекті стратегій перекладу (на основі американського політінтерв'ю). *Філологічні трактати*. 2012. Т. 4. № 2. С. 82–88.
97. Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації. Київ. : Вид-во АН України, 1998. 194 с.
98. Реконвальд Н. В. Англомовний чат як різновид комп'ютерно-опосередкованої комунікації (прагмалінгвістичне дослідження) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2008. 20 с.
99. Рудик І.М. Комунікативно-прагматичні типи висловлювань зі значенням згоди/незгоди в сучасній англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків : Харківський національний ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2000. 19 с.
100. Самохіна В. О. Англомовний жарт: когніція, комунікація, текст. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія*. Харків, 2011. Вип. 67. С. 119–128.
101. Седов К.Ф. Анатомія жанров бытового общения. *Вопросы стилистики*. Саратов, 1998. Вып. 27. С. 9-20.
102. Седов К.Ф. Внутрижанровые стратегии речевого поведения: «ссора», «комплимент», «колкость». *Жанры речи*. Саратов, 1997. С. 188-195.
103. Седов К.Ф. Жанры «праздноречевой» коммуникации: болтовня, светская беседа, разговор по душам. *Проблемы речевой коммуникации* : сб. науч. тр. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2006. Вып. 6. С. 85–97.
104. Седов К.Ф. О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности. *Жанры речи*. Саратов, Вып. 2. 1999.
105. Седов К.Ф. О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности. *Жанры речи*. Саратов, 1999. Вып. 2.
106. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. *Основи теорії мовної комунікації*. Київ : Академія, 2010. 240 с.

107. Синявська Л.І. Художня комунікація як різновид комунікації. *Записки з романо-германської філології*. Одеса : КП ОМД, 2019. 1 (42). С. 180-188.
108. Стасюк О., Іванова А., Опанування мовленнєвого акту прощання під час вивчення шведської мови як іноземної. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 36, том 3. 2021. С. 120-124.
109. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : ИПЦ МОУВЭПИ, 2001. 251с.
110. Стернин И.А. Общение и культура. *Русская разговорная речь как явление городской культуры*. Екатеринбург : АРГО, 1996. С. 13-21.
111. Теличко В. Вербальні та невербальні засоби реалізації стратегії інформування на англomовних професійних інтернет-форумах. *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 407 - 414.
112. Фадєєва О. В. Стратегії й тактики конфліктного дискурсу : автореф. дис.... канд. філол. наук : 10.02.04. Германські мови. Київ, 2000. 18 с.
113. Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи. *Жанры речи*. Саратов, 1997.
114. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров. *Вопросы языкознания*. 1997. № 5. С. 102-120.
115. Форманова С.В., Шаніна О. С. Фатичні мовленнєві жанри у медичному дискурсі. *Мова і культура*. Київ, 2009. Випуск 12. Том I (126). С. 71-77.
116. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. Изд. 3. М.: USSR, 2006. 160 с.
117. Халіман О.В. Мовленнєвий акт подяки в аспекті лінгвоаксіології. *Полігранна філологія без кордонів* : колективна монографія. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2022. С. 324–332.
118. Чемеринська І. Подяка як оцінний мовленнєвий акт. *Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки*. 2012. № 6. С. 99-106.
119. Черемхівка Г.Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ ст. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Кривий Ріг : Криворізький державний педагогічний інститут, 2015. 213 с.

120. Черкашин С. В. Прийоми мовленнєвої реалізації тактики ухилення від відповіді на запитання в німецькомовному політичному інтерв'ю (за матеріалами журналу «Der Spiegel»). *Семантика мови і тексту : матеріали XI наук.-практ. конф.* Івано-Франківськ, 2012. С. 667–670.
121. Черненко О. В. Лінгвокогнітивні та прагматичні особливості дискурсивного втілення завершальної фази конфліктної взаємодії : автореф. дис канд. філол. наук : спец. 10.02.04. «Германські мови». Київ, 2007. 20 с.
122. Черниш О.А. Співвідношення понять «функціональний стиль», «мовленнєвий жанр» і «регістр дискурсу». *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 10. Том 2. С. 36-40.
123. Човганюк М. Реалізація стратегій негативної ввічливості в англomовному дискурсі інтерв'ю (на матеріалі ток-шоу Ларі Кінга). *Наукові записки ВДПУ імені М. Коцюбинського. Серія : Філологія (мовознавство)*. Вінниця, 2015. Вип. 22. С. 169-174.
124. Чорній А. Тактика зміни теми як інструмент для нівелювання емоційної складової конфлікту. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. Кропивницький : Лисенко В. Ф., 2017. Вип. 153. С. 390–395.
125. Шаніна О. С., Сікорська О. О. Сугестивність у перформативних стратегіях на етапі об'єктивного обстеження. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2021. Вип. 4. С. 46 – 51.
126. Шахновська І.І. Комунікативна тактика компліменту в художньому дискурсі: перекладацький аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2017. №26 том 2. С. 122-124.
127. Швець Г.Д. Мовленнєвий жанр жарту в лінгводидактичному аспекті. Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. *Міжпредметні зв'язки. Наукові дослідження. Досвід. Пошуки*. 2016. Вип. 28. С. 144-153.
128. Шевченко М., Anchimiuk O. Гумористичний текст як засіб формування лінгвокультурологічної та орфоепічної компетенцій. *Studia*

- Wschodniosłowiańskie*. Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2020. T. 20. P. 301-317.
129. Шевченко М.Ю. Стратегії інформування у сучасному французькому медіадискурсі. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер. Філологічна.*, 2014. Вип. 44. С. 354–356.
 130. Шкіцька І. Ю. Згода як засіб гармонізації спілкування. *Наукові записки. Сер. Філологічні науки (мовознавство) : у 2 ч.* Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. Вип. 96 (1). С. 372-376.
 131. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву: специфіка та місце серед інших комунікативних стратегій. *Мова і культура : наук. видання. К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2009. Вип. 12. Т. II (127). С. 42-49.*
 132. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра. *Жанры речи.* Саратов : Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88-98.
 133. Шонь О.Б. Мовностилістичні засоби реалізації гумору, іронії і сатири в американських коротких оповіданнях : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів. : ЛНУ, 2003. 20 с.
 134. Юркова О.А. Чутки як соціокомунікаційний феномен. *Обрії друкарства.* № 1-2(9-10). Київ, 2021. С. 121–131.
 135. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.
 136. Aldorar Alsaniyyah. Summary of ethics. Gossiping. URL: <https://dorar.net/en/akhlaq/98>
 137. Alqinai J. Translating phatic expressions. *AUMLA: Journal Of The Australasian University Of Modern Language Association*, 2010. P. 1-21.
 138. Alshehre R. Positive Effects of Gossiping at Work. *Open Journal of Medical Psychology*. 2017. 6. P. 126-132.
 139. Austin J.L. How to do things with words. Harvard University Press. 2nd edition, 1975. 192 p.
 140. Bakhtin M.M. Speech Genres and Other Late Essays. Slavic Series. 2nd Edition. University of Texas Press, 1987. 208 p.

141. Bakhtin M.M. *Toward a Philosophy of the Act* / ed. Holquist M. & Liapunov V. Austin : University of Texas Press, 1993. 10. 132 p.
142. Banda F. Analysing social identity in casual Zambian/English conversation: A systemic functional linguistic approach. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2005. 23 (3). P. 217-231.
143. Baumeister R. F., Vohs, K. D., Funder D. C. Psychology as the science of self-reports and finger movements: Whatever happened to actual behavior? *Perspectives on Psychological Science*. 2007. 2. P. 396–403.
144. Baumeister R. F., Zhang, L., Vohs, K. D. Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*. 2004. 8. P. 111–121.
145. Baw S. S. Transforming the whole class into gossiping groups. *English Teaching Forum*. 2002.
146. Beck R. The moral and psychological landscape of chit chat: Toward a theological hermeneutic of everyday conversation. *Journal of Psychology & Christianity*. 2010. 29 (1). P. 41-45.
147. Beersma B, Van Kleef GA. Why People Gossip: An Empirical Analysis of Social Motives, Antecedents, and Consequences. *Journal of Applied Social Psychology*, 2012. 42 (11). P.2640–2670.
148. Behnke S. Gossiping about patients. *Monitor on psychology*. 2007. Vol 38, No. 5. P. 70
149. Benveniste E. *Problems in general linguistics*. University of Miami press. 1971. 317 p.
150. Berger P. L., Luckmann T. *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Garden City, N.Y : Doubleday. 1967. 219 p.
151. Brandes M.P. *Stilistik der deutschen Sprache*. M.: Hochschule. 1990. 190 p.
152. Brown G., Yule G. *Discourse analysis*. Cambridge University Press, 1983. P. 1-26.
153. Brown P. and Levinson S. Universals in language usage: politeness phenomena // E.Goody (ed.) *Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction*. L. : Cambridge University Press. 1978. P. 56-289.

154. Brown P., Levinson S. C. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge Cambridgeshire : Cambridge University Press. 1987. 345 p.
155. Caffi C. *Mitigation*. Amsterdam: Elsevier, 2007. 342 p.
156. Chua S., Uy K. The Psychological Anatomy of Gossip. *Journal of Management*. 2014. 14. P. 64-69.
157. Cialdini R. B., Schaller M., Houlihan D., Arps K., Fultz J., and Beaman A. L. Empathy based helping: is it selflessly or selfishly motivated? *J. Pers. Soc. Psychol.* 1987. 52. P. 749–758.
158. Clayman S. E. Reformulating the Question: A Device for Answering / Not Answering Questions in Interviews and Press Conferences. *Text. Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*. Ed. De Gruyter Mouton. Berlin, 1993. 13 (2). P. 159–188.
159. Coates J. Gender, status and power in discourse behavior of men and women. *Language and gender*. Oxford : Blackwell, 2004. P. 7–11.
160. Cook J. Why do Korean listeners have difficulty recovering the meaning of casual speech in English? A study in pragmatics. *Asian Social Science*. 2012. 8 (6). P. 40-51.
161. Coupland J. *Small talk*. Hoboken: Taylor and Francis. London : Routledge. 2000. 336 p.
162. Coupland J. Small talk: Social functions. *Research on Language & Social Interaction*. 2003. 36 (1). P. 1-6.
163. Coupland J., Coupland N., Robinson J. "How Are You?": Negotiating Phatic Communion. *Language in Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. P. 207 – 230.
164. De Backer C.J., Van den Bulck H., Fisher M.L., Ouvrein G. Gossip and Reputation in the Media: How Celebrities Emerge and Evolve by Means of Mass-Mediated Gossip *The Oxford Handbook of Gossip and Reputation/* ed. Giardini F, Wittek R. New York, 2019. P. 325–42.
165. Dessalles J.-L. *Why we talk: The evolutionary origins of language*. Oxford : Oxford University Press, 2009. 402 p.

166. Dijk T. A van., Kintsch W. Strategies of discourse comprehension. New York: Academic press, 1983. 389 p.
167. Dijk van T.A. Studies in the Pragmatics of Discourse. The Hague: Mouton, 1981. 331 p.
168. Donovan P. How Idle Is Idle Talk? One Hundred Years of Rumor Research. *Diogenes*. Sage, 2007. Vol. 213. P. 59–82.
169. Drazdauskienė M. L. The limits of implicature in the phatic use of English. *Man & The Word. Zmogus Ir Zodis*. 2012. 14(3). P. 4-10.
170. Drazdauskiene Marija L., The Contact Maintenance Speech in English. Dissertacija kandidata filologicheskikh nauk. M. : Moscow University, 1970. 225 p.
171. Drew P., Chilton K. Calling just to keep in touch: Regular and habitualised telephone calls as an environment for small talk. *Small talk* / ed. Coupland, J. Hoboken. Hong Kong : Pearson Education. 2014. P. 78 – 161.
172. Dunbar R.I.M. Gossip in Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*. 2004. Vol. 8, No. 2. P. 100-110.
173. Eder D., Enke J. L. The structure of gossip: Opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American Sociological Review*. 1991. 56. P. 494-508.
174. Fine D. The Fine Art of Small Talk: How to start a conversation, keep it going, build rapport and leave a positive impression. Englewood : Small Talk Publishing, 2002. 114 p.
175. Firth J.R. Verbal and bodily rituals of greeting and parting. *The interpretation of ritual* / La Fontaine, J. S. (Ed.). London : Tavistock, 1972. P. 1-38.
176. Foster E. K. Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 2004. 8. P. 78–99.
177. Fox K. The role of mobile telecommunications in the 21st century. Social Issue Research Centre. 2001. URL: <http://www.sirc.org/publik/gossip.shtml>
178. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. L. : Hodder & Stoughton, 2005. 424 p.

179. Fraser B. Hedged performatives. *Syntax and Semantics. Speech Acts* / ed. by P. Cole, J.L. Morgan. New York: Academic Press, 1975. Vol. 3. P. 187-210.
180. Giardini F, Wittek R. Gossip, Reputation, and Sustainable Cooperation. *The Oxford Handbook of Gossip and Reputation* / ed. Giardini F, Wittek R. New York, 2019. P. 21–46.
181. Goffman E. On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction. In: Laver J., Hutcheson S. *Communication in Face to Face interaction: Selected Readings*. Harmondsworth : Penguin, 1972.
182. Goffman E. *The presentation of self in everyday life*. New York : Doubleday, 1959. 259 p.
183. Gonzalez M. F. *Talking Big About Small Talk: A Contemporary Theoretical Model for Phatic Communication*: thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of master arts communication, 2014. 264 p.
184. Graham G. *Phatic culture: Too much of a good thing? Quills and Pixels*. Spring. 2013.
185. Grice H. P. Logic and Conversation. In P. Cole, & J. L. Morgan. (Eds.). *Syntax and Semantics. Speech Acts*. NY : Academic Press, 1975. Vol. 3. P. 41-48.
186. Halliday M.A.K. *Linguistic Studies of Text and Discourse*. London : Bloomsbury Academic, 2003. 320 p.
187. Hans van Ditmarsch, Wiebe van der Hoek, Louwe B. Kuijer. The logic of gossiping. *Artificial Intelligence*. 2020. Volume 286.
188. Haugh M., Schneider K. P. Impoliteness across Englishes. *Journal of Pragmatics*. 2012. 44 (9). P. 1017-1021.
189. Holba A. A Response to phatic communication: Inviting dialogic potential. *Florida Communication Journal*. 2008. 36 (1). P. 35-46.
190. Holmes J. Complimenting: A Positive Politeness Strategy. *Sociolinguistics: The Essential Readings* / ed. by C.B. Paulston and G. R. Tucker. Wiley-Blackwell, 2003. P. 56-89.
191. Holmes J. Doing collegiality and keeping control at work: small talk in government departments. *J. Coupland (ed.) Small Talk*. Harlow: Longman,

2000. P. 32-60.
192. Holmes J. Small talk at work: potential problems for workers with an intellectual disability. *Research on Language and Social Interaction*, 2003. 36 (1). P. 65-84.
 193. Holmes J., Fillary R. Handling small talk at work: Challenges for workers with intellectual disabilities. *International Journal of Disability, Development and Education*. 2000. 47(3). P. 273-91.
 194. Hunter J. "Small talk": Developing fluency, accuracy, and complexity in Speaking. *Elt Journal*. 2012. 66(1). P. 30-41.
 195. Hyland K. Talking to the academy: Forms of hedging in science research articles. *Written Communication*. Sage, 1996. 13 (2). P. 251-281.
 196. Ismail I. The contribution of english gossip magazine on students' enthusiasm in speaking ability. *Edumaspul - Jurnal Pendidikan*. 2017. 1 (2). P. 1–14.
 197. Jakobson R. Closing statement: Linguistics and poetics. In Sebeok, T. A. (Ed.). *Style in language*. Conference on Style, Indiana University. Cambridge : Technology Press of Massachusetts Institute of Technology, 1960. P. 351-377.
 198. Jaworsky A., Coupland J. Othering in gossip: "you go out you have a laugh and you can pull yeah okay but like...". *Language in Society*. 2005. 34 (5). P. 667-694.
 199. Jensen J. L., & Scott S. A. "Nobody has 257 friends" Strategies of Friending, Disclosure and Privacy on Facebook. *Nordicom Review*. 2013. 34 (1). P. 49-62.
 200. Jones, S. M. Supportive listening. *International Journal of Listening*, 25, 2011. P. 85-103.
 201. Jung C.G. *Mysterium Coniunctionis*. *Collected Works of C.G. Jung. 2nd edition*. Princeton University Press, 1987. Vol.14. 430 p.
 202. Jung C.G. *The Archetypes and The Collective Unconscious*. *Collected Works of C.G. Jung*. Vol.9. Part 1. Princeton University Press, 1981. 470 p.
 203. Knapp R. M. *A psychology of rumor*. *Public Opinion Quarterly*. Oxford, 2004. Vol. 8. P. 12-37.

204. Kondratenko N. V., Kiselova A., Zaval'ska L. Strategies and Tactics of Communication in Parliamentary Discourse. *Studies about Languages*. № 36. Kaunas: Kaunas University of Technology, 2020. P. 17–29.
205. Krentzman Amy R., Lauren K. Glass. Gossip and Addiction Recovery in Rural Communities. *Qualitative Health Research*. 2021. Vol. 31 (14). P. 2571-2584.
206. Labov W. Dialect Diversity in America: The Politics of Language Change. Charlottesville: University of Virginia Press, 2012. 192 p.
207. Lampton B. Ph. D. Small talk Can Be a Big Advantage, 2005.
208. Laver J. Communicative functions of phatic communication. *Organization of behavior in face-to-face interaction: textbook / ed. by A. Kendon, R. M. Harris, M. R. Key*. The Hague: Mouton, 1975. P. 215–238.
209. Laver J. Linguistic routines in politeness in greeting and parting. *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech / ed. F. Coulmas*. The Hague: Mouton Publishers, 1981.
210. Lavery R. A. Exploratory Study of Gossip in a Rural Community. *Theses and Dissertations (Comprehensive)*. 1974. 122 p.
211. Lee J., Kralik JD., Kwon J., Jeong J. How 'who someone is' and 'what they did' influences gossiping about them. *PLOS ONE* 17(7). 2022.
212. Leech G. Principles of Pragmatics. London & New York : Longman, 1983. 250 p.
213. Lewis M. Art and Science of Small talk. New York : Prentice Hall, 1995. 250 p.
214. Malholland J. The Language of Negotiation. London, New York : TJ Press, 1991. 229 p.
215. Malinowski B. The Foundations of Faith and Morals: An Anthropological Analysis of Primitive Beliefs and Conduct with Special Reference to the Fundamental Problems of Religion and Ethics. Folcroft, Pa.: Folcroft Library Editions, 1974.
216. Malinowski B. The Problem of Meaning in Primitive Languages. *The Meaning of Meaning / C. K. Ogden, I. A. Richards*. London: Kegan P., Thench T., 1930. P. 296-336.

217. Martinescu E. Why we Gossip: A Functional Perspective on the Self-Relevance of Gossip for Senders, Receivers and Targets. Groningen: University of Groningen. 2017. 184 p.
218. Maschler Y., Estlein R. Stance-taking in Hebrew casual conversation via Be'emet ('really, actually, indeed', lit. 'in truth'). *Discourse Studies*. 10(3). Sage Publications, Ltd, 2008. P. 283- 316.
219. McCarthy M. Talking back: "Small" interactional response tokens in everyday conversation. *Research on Language and Social Interaction*. # 36(1). Routledge, 2003. P. 33-63.
220. Michelson G., Mouly V. S. Rumor and Gossip in Organizations: A Conceptual Study. *Management Decision*. Emerald Publishing Limited, 2000. Vol. 38. № 5. P. 339-46.
221. Miller G. E. Rumor: An Examination of Some Stereotypes. *Symbolic Interaction*. University of California Press, 2006. Vol. 28. № 4. P. 505–519.
222. Miller V. New media, networking and phatic culture. *Convergence*. 2008. 14(4). P. 387- 400.
223. Miller V. Understanding digital culture. London : SAGE, 2011. 264 p.
224. Myers D.G. Social Psychology. 10th edition. New York : McGraw-Hill. 768 p.
225. Noon M., Delbridge R. News from behind my hand: Gossip in organizations. *Organization Studies*. 1993. 14. P. 23-36.
226. Padilla M. An Integrative Proposal to Teach the Pragmatics of Phatic Communion in ESL Classes. *Intercultural Pragmatics*. 2013. 10 (1). P. 131-160.
227. Padilla M. On the phatic interpretation of utterances: A complementary relevance-theoretic proposal. *Revista alicantina de estudios ingleses*. 2005. 18. P. 227-246.
228. Padilla M. The relevance of what seems irrelevant: Remarks on the relationship between phatic utterances and sociopragmatic failure. *Universidad de Sevilla: Grupo de investigación "la lengua inglesa en el ámbito universitario"*, HUM, 2001.

229. Placencia M. E., Lower A. Your kids are so stinkin' cute! : Complimenting behavior on Facebook among family and friends. *Intercultural Pragmatics*. 2013. 10 (4). P. 617-646.
230. Pullin P. Small talk, rapport, and international communicative competence. *Journal of Business Communication*. 2010. 47 (4). P. 455-476.
231. Ritchie D. Why the block is *the block*. Reinforcing community through casual conversation. *Metaphor and the Social World*. 2011. 1 (2). P. 239–260.
232. Roane S. *How to Work a Room: A Guide to Successfully Managing the Mingling*. New York City : SPI Books, 1988. 203 p.
233. Roberts R. The Rich Resonance of Small-Talk. A Primer of the Fine, and Undervalued, Art of Chitchat. *Washington Post, October, 19, 2004*. 9 p.
234. Robbins M.L., Karan A. Who Gossips and How in Everyday Life? *Social Psychological and Personal Science*. 2020. Vol. 11 (2). P. 185-195.
235. Sacks H. *Lectures on Conversation*. Cambridge, MA : Blackwell, 1995. 1536 p.
236. Scheff T. J. *Microsociology: Discourse, emotion, and social structure*. Chicago : University of Chicago Press, 1990. 232 p.
237. Schneider K.P. *Small Talk: Analyzing Phatic Discourse*. Marburg : Hitzeroth, 1988. 351 p.
238. Schroder H. *Tabus in der Wirtschaft. Anredeformen, Indirectheit und Small Talk Themen in Kontakten mit amerikanischen und japanischen Geschäftsleuten*. 2000. 89 s.
239. Searle J. R. A classification of illocutionary acts. *Language in Society*. 5(1). Cambridge : Cambridge University Press, 1976. P. 1–23.
240. Searle J. R. *Indirect Speech Acts. Syntax and Semantics*. New York-San Francisco-London : Academic Press, 1975. Vol. 3. P. 59-82.
241. Searle J. R. *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge : Cambridge University Press, 1969. 203 p.
242. Searle J. R., Vanderveken D. The Foundations of Illocutionary Logic. *Linguistics and Philosophy*. # 12 (6). Oxford, 1989. P. 745-748.

243. Shevchenko, I., Matyukhina, Y., & Drazdauskienė, M. L. The evolution of the English small talk: a cognitive-pragmatic analysis. *Cognition, communication, discourse*. # 23. Kharkiv, 2021. P. 87-98.
244. Stenström A.-B., Jørgensen A. M. Una cuestión de cortesía? Estudio contrastivo del lenguaje fático en la conversación juvenil [A matter of courtesy? Contrasting study of phatic language in youth conversation]. *Pragmatics*. #18(4). International Pragmatics Association, 2008. P. 635-657.
245. Stirling R. B. Some psychological mechanisms operative in gossip. *Social Forces*, 1956. Vol 34. P. 262-267.
246. **Sturtz Sreetharan** C. L. Gentlemanly gender? Japanese men's use of clause-final politeness in casual conversations. *Journal of Sociolinguistics*. #10(1). John Wiley & Sons Inc., 2006. P. 70-92.
247. Swales J. *Genre Analysis: English in academic and research setting*. Cambridge : CUP, 1998. 260 p.
248. Swari U. R. Teaching Speaking with Gossiping in the Period of Pandemic. *Culture*. Vol 7 No.2. Oxford, 2020. P. 182-190.
249. Tannen D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. William Morrow Paperbacks, 2013. 354 p.
250. **Terence D. Dores** Cruz, Beersma, B., Dijkstra, M. T. M., Bechtoldt, M. N. The Bright and Dark Side of Gossip for Cooperation in Groups. *Frontiers in psychology*. 2019. #10. 1374 p.
251. Tracy K., Naughton J. Institutional identity-work: A better lens. In Coupland, J. (Ed.). *Small talk*. Hoboken : Taylor and Francis. 2014.
252. Tsui A.B.M. *English Conversation*. Oxford : Oxford University Press, 1994. 298 p.
253. Ventola E. The structure of casual conversation in English. *Journal of Pragmatics*. # 3(3). 1979. P. 267-298.
254. Vigara A. M. Las expresiones de función fática en la enseñanza de español a extranjeros [Expressions with phatic function for teaching spanish to foreigners].

Actas del Segundo Congreso Nacional de ASELE: español para extranjeros: didáctica e investigación, 1990. P. 299-312.

255. Wierzbicka A. *Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. Oxford University Press, 1992. 496 p.
256. Wilson D. S., Wilczynski C., Wells A., Weiser L. Gossip and other aspects of language as group-level adaptations. *The Evolution of Cognition (Vienna Series in Theoretical Biology)* / ed. Heyes C., Huber L. Cambridge, MA : The MIT Press, 2000. P. 347–365.
257. Wittek R, Wielers R. Gossip in organizations. *Computational & Mathematical Organization Theory*. Netherlands : Kluwer Academic Publishers, 1998. #4(2). P. 189–204.
258. Wittek R., Hangyi H. and van Duijn M. and Carroll C. Social Capital, Third Party Gossip, and Cooperation in Organizations. *The Management of Durable Relations: Theoretical Models and Empirical Studies of Households and Organizations*. Amsterdam : ThelaThesis, 2000. P. 167-190.
259. Wolfson N. The Social Dynamics of Native and Normative Complimenting Behavior. *The Dynamic Interlanguage: Empirical Studies in Second Language Variation*. Plenum Press : New York, 1989. P. 219 – 236.
260. Wolfson, N., & Manes, J. The Compliment as a Social Strategy. *Papers in Linguistics: International Journal of Human Communication*. 1980. #13. P. 391–410.
261. Wu L. Z., Birtch T. A., Chiang F. F., Zhang H. Perceptions of negative workplace gossip: a self-consistency theory framework. *J. Manag.* 2018. #44. P. 1873–1898.

Довідкова література

262. (AHD) American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://www.ahdictionary.com/>
263. (CD) Collins dictionary. <https://www.collinsdictionary.com>
264. (CDEI) Concise Dictionary of English Idioms. B. A. Phythian. Hodder & Stoughton, 1993. 323 p.

265. (LD) Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com>
266. (LUKD) Lexico: UK Dictionary. URL: <https://www.lexico.com>
267. (MD) Macmillan Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com>
268. (NWD) New Webster's Dictionary of the English Language. The Popular Group. 2001. 687 p.
269. (OL) Oxford Languages. URL: <https://languages.oup.com/>
270. (OLAD) Oxford Learner's Advanced Dictionaries. Varios Autores, Ben Francis, Diana Lea , Joanna Turnbull , Michael Ashby , Patrick Phillips , Suzanne Webb , Victoria Bull , Dilys Parkinson. Oxford University Press España, S.A., 8th Revised ed. Edition. 2011. 96 p.
271. (OLD) Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
272. (WEUD) Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language. Thunder Bay Pr; Indexed edition. 2001. 2230 p.
273. (WMD) Webster M. On-line dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com>
274. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/>
275. Vocabulary.com. URL: <https://www.vocabulary.com/>
276. Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki>

ІЛЮСТРАТИВНІ ДЖЕРЕЛА

А) художні твори

277. Atkinson K. Life after life. St. Ives : Black Swan, 2013. 623 p.
278. Beaton M.C. Agatha Raisin and the fairies of Fryfam. London : Minotaur Books, 2014. 228 p.
279. Beaton M.C. Death of a Cad. London : Grand Central Publishing. 2012. 219 p.
280. Beaton M.C. Death of a Poison Pen. London : Grand Central Publishing. 2007. 268 p.
281. Beaton M.C. Death of a Scriptwriter. London : Grand Central Publishing. 1999. 224 p.

282. Beaton M.C. *Death of an Outsider*. London : Grand Central Publishing, 2013. 256 p.
283. Butlin R. *No more angels*. Surrey, Croydon : Bookmarque Ltd, 2007. 207 p.
284. Christie A. *Nemesis*. Pocket, 1975. 229 p.
285. Coben H. *Promise me*. London : Orion, 2007. 454 p.
286. Gilbert E. *City of girls*. New York : Riverhead Books, 2019. 480 p.
287. Haig M. *The midnight library*. London : Penguin Books, 2023. 304 p.
288. Kinsella S. *Confessions of a Shopaholic*. New York : Dell, 2003. 368 p.
289. Kinsella S. *My Not So Perfect Life: A Novel*. London : The Dial Press, 2017. 464 p.
290. Kinsella S. *Shopaholic and baby*. London : The Dial Press, 2000. 450 p.
291. Kinsella S. *Shopaholic Ties the knot*. Dell, 2004. 416 p.
292. Kinsella S. *Shopaholic to the stars*. London : The Dial Press, 2015. 496 p.
293. Kinsella S. *Surprise me*. London : The Dial Press, 2018. 432 p.
294. Macomber D. *A Cedar Cove Christmas*. London : MIRA, 2008. 256 p.
295. Macomber D. *Can this be Christmas?* London : MIRA, 2018. 284 p.
296. Macomber D. *Hannah's list*. Ontario: MIRA, 2010. 397 p.
297. Macomber D. *Those Christmas Angels*. London : MIRA, 2013. 210 p.
298. Pym B. *A glass of Blessings*. London : Virago, 2009. 277 p.
299. Pym B. *Crampton Hodnet*. London : Virago, 2013. 226 p.
300. Pym B. *No fond return of love*. New York : Harper & Row, 2007. 215 p.
301. Pym B. *The sweet dove died*. New York : Harper & Row, 2002. 148 p.
302. Rendell R. *An Unkindness of Ravens*. Pantheon Books, 1985. 288 p.
303. Spark M. *Memento Mori*. New Directions; Reprint edition, 2014. 224 p.
304. Steinbeck J. *The Winter of our Discontent*. London : Penguin Books, 2001. 291 p.
305. Taslim P. *The love match*. New York : Sallam Reads, 2022. 275 p.
306. Tey J. *Miss Pym Disposes*. Evergreen Publishers, 2023. 259 p.
307. Trollope J. *Other people's children*. New York : Berkley, 2000. 368 p.
308. Trollope J. *The other family*. London : Transworld Digital, 2010. 401 p.

309. Trollope J. The Rector's Wife. London : Black Swan, 1992. 285 p.
310. Waugh E. Vile bodies. Back Bay Books, 2012. 320 p.
311. Weldon F. Fat Woman's Joke. Academy Chicago Publishers, 2005. 336 p.
312. Wodehouse P.G. My man Jeeves. Brighton: CreateSpace, 2016.136 p.

В) художні фільми

313. (KC) A Kindhearted Christmas. Brad Krevoy Television, Motion Picture Corporation of America : directed by Alysse Leite-Rogers, 2021.
314. (AP) Afterlife of the party. Front Row Films DAE Light Media : directed by Stephen Herek, 2021.
315. (BJD) Bridget Jones's Diary. Miramax Films : directed by Sharon Maguire, 2001.
316. (FCB) Father Christmas is Back. MSR Media, Highfield Grange Studios, Goldfinch : directed by Mick Davis, Philippe Martinez, 2021.
317. (FY) Finding You. Nook Lane Entertainment, Red Sky Studios, MK1 Productions : directed by Brian Baugh, 2020.
318. (NH) Notting Hill. Universal Pictures : directed by Roger Michell, 1999.
319. Otherhood. Netflix : directed by Cindy Chupack, 2019.
320. Players. Netflix: directed by Trish Sie, 2024.
321. (ND) The Noel Diary. Johnson Production Group, Off Camera Entertainment: directed by Charles Shyer, 2022.

С) художні серіали

322. Sherlock. British network BBC, Hartswood Films. Directed by Toby Haynes, Euros Lyn, Paul McGuigan. 2010 - 2017.
323. (SM) Sweet Magnolias. Netflix. Directed by Sheryl J. Anderson. 2020.
324. (BBTh) The Big Bang Theory. CBS. Directed by Mark Cendrowski. 2007 – 2019.
325. (VR) Virgin River. Netflix. Directed by Sue Tenney. 2019.