

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Факультет іноземної та слов'янської філології

Кафедра германської філології

Козинка Вікторія Валеріївна

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В
АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ДИСКУРСІ**

Спеціальність: 014 Середня освіта (Мова і література (англійська))

Галузь знань: 01 Освіта

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник

_____ В.І. Школяренко,

доктор філологічних наук, професор,

завідувач кафедри германської філології

« ____ » _____ 20__ року

Виконавець

_____ В. В. Козинка

« ____ » _____ 20__ року

Суми 2020

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko
The Department of Foreign and Slavonic Philology
The Chair of Germanic Philology

Kozynka Viktoriia Valeriivna

**VERBALIZATION OF STRATEGIES AND TACTICS OF POSITIVE
POLITENESS IN ENGLISH TELEVISION DISCOURSE**

Program subject area: 014 Secondary Education.

Study program: Language and Literature (English)

Educational program: Secondary Education (English Language and Literature)

Field of Study: 01 Education

Graduation Project

Supervised by

Professor

Shkolyarenko V.I.

Performed by

Kozynka Viktoriia

Sumy 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ДИСКУРСІ	8
1.1. Поняття ввічливості в лінгвістичних дослідженнях.....	8
1.2. Лінгвістичні теорії ввічливості.....	12
1.2.1. «Принцип кооперації» Г. Грейса.....	13
1.2.2. «Максими ввічливості» Дж. Ліча	16
1.2.3. «Позитивна і негативна ввічливість П. Брауна і С. Левінсона.....	19
1.3. Класифікація стратегій і тактик позитивної ввічливості.....	20
1.4. Телевізійний дискурс як простір втілення стратегій ввічливості.....	25
Висновки до першого розділу.....	29
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОГО ВТІЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В КОМУНІКАТИВНО- ДИСКУРСИВНІЙ ПРАКТИЦІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ТОК-ШОУ	31
2.1. Ідентифікація локальних стратегій позитивної ввічливості.....	31
2.2. Мовленнєві засоби актуалізації стратегій позитивної ввічливості в телевізійному дискурсі англомовних ток-шоу.....	33
2.3. Індикатори позитивної ввічливості у дискурсі телевізійних ток- шоу.....	38
Висновки до другого розділу.....	42
РОЗДІЛ 3. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В ТОК-ШОУ ЕЛЕН ДЕДЖЕНЕРС	44
3.1. Особливості реалізації позитивної глобальної стратегії в ток-шоу Елен Дедженерес.....	44

3.2. Вербалізація локальної стратегії встановлення і підтримування контакту	46
3.2.1. Реалізація тактики компліментарної інтеракції	49
3.2.2. Мовленнєва реалізація тактики виявлення турботи щодо потреб адресата	51
3.3. Реалізація локальної стратегії забезпечення стабільно-гармонійного спілкування	53
3.3.1. Реалізація тактики пошуку згоди	54
3.3.2. Реалізація тактики уникнення незгоди	56
3.4. Вербалізація мовленнєвої стратегії позитивної ввічливості «Жартуй»	57
Висновки до третього розділу	61
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ	73
SUMMARY	78
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Дослідження ввічливості в контексті лінгвістики почало стрімкий розвиток з 90-х років ХХ століття водночас зі зростанням інтересу до вищезазначеного поняття в інших галузях гуманітарних наук: психології, культурології, соціології, прагматиці, лінгвістиці, психолінгвістиці та ін.

Міждисциплінарний інтерес до феномену ввічливості зумовлений розвитком сфери міжкультурної комунікації, де ввічливість є провідним засобом налагодження контакту між співрозмовниками та основним регулятором їхньої поведінки.

У царині дослідження ввічливості провідними вважаються теоретичні положення, запропоновані П. Браун і С. Левінсоном. Переважна більшість учених посилається саме на них у своїх власних дослідженнях. У монографії «Politeness: Some universals in language usage» (1987) П. Браун і С. Левінсон виділяють два типи ввічливості: позитивну і негативну. Позитивною вони називають таку, мета якої – зблизити адресата та адресанта, а негативною таку, що має на меті проявити повагу до особистого простору співрозмовника та зменшити тиск на нього в процесі комунікації.

Академічний інтерес до феномену ввічливості продовжує зростати й в умовах сьогодення. Ввічливість у дискурсивних практиках була досліджена вітчизняними вченими (Н. Бабич, М. Білоус О. Малая, І. Морозова, М. Телеки, М. Човганюк, В. Шинкарук) та рядом представників зарубіжного наукового кола (О. Дончева-Навратілова , Дж. Ілен, Дж. Ліч, М. Лочер, Р. Уоттс, С. Мілз, Р. Повольна). Проте особливості вербалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості в ток-шоу Елен Дедженерес досі не були розглянуті.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючим інтересом сучасного мовознавства до різних дискурсивних практик і необхідністю вивчення вербальної реалізації дискурсивних стратегій мовленнєвого впливу в англомовних

ток-шоу, зокрема «Шоу Елен Дедженерс». Актуальним аспектом дослідження є також отримання науково достовірних результатів щодо особливостей вербалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості у вище згаданому телевізійному дискурсі.

Мета роботи – дослідити особливості вербалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі репрезентованому матеріалами ток-шоу Елен Дедженерс.

Мета дослідження зумовлює вирішення таких **завдань**:

- висвітлити основні лінгвістичні теорії ввічливості;
- окреслити класифікацію стратегій і тактик позитивної ввічливості;
- висвітлити ознаки телевізійного дискурсу;
- ідентифікувати засоби мовленнєвої реалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості в англomовному телевізійному ток-шоу «Шоу Елен Дедженерс».

Об'єктом дослідження є стратегії і тактики позитивної ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі, представленому ток-шоу Елен Дедженерс.

Предметом дослідження є особливості мовленнєвої поведінки учасників ток-шоу, спрямовані на досягнення комунікативних цілей співрозмовників, що виявляються в стратегіях і тактиках позитивної ввічливості.

Матеріалом дослідження слугували 45 дискурсивних фрагменти ток-шоу Елен Дедженерс.

Вибір вищезазначеної програми для дослідження зумовлений тим, що «Шоу Елен Дедженерс» є популярним американським ток-шоу, що транслюється з 2003 року й має високі рейтинги та оцінки критиків.

Мета і завдання визначили застосування комплексу загальнонаукових та спеціальних **методів дослідження**. Серед загальнонаукових методів залучаємо індукцію та дедукцію, емпірико-теоретичні методи аналізу та синтезу, за допомогою яких проаналізовано та узагальнено теоретичні передумови вивчення ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі. У роботі також використано

метод прагматичного аналізу з метою визначення ілокутивного та перлокутивного змісту висловлювань.

Елементи наукової новизни одержаних результатів полягає у тому, що вперше було здійснено спробу комплексного аналізу мовленнєвої реалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості в телевізійному дискурсі ток-шоу Елен Дедженерс.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості застосування одержаного матеріалу у викладанні таких дисциплін як «Основи теорії мовленнєвої комунікації», «Міжкультурна комунікація», «Теоретична прагматика англійської мови». Результати дослідження можуть бути корисні для студентів, аспірантів, науковців, які займаються цією проблематикою.

Результати магістерської роботи пройшли апробацію у вигляді статті «Вербалізація локальної стратегії позитивної ввічливості «Жартуй» в дискурсі англomовного телевізійного ток шоу Елен Дедженерс» у щорічному збірнику статей студентів і магістрантів «Актуальні питання філології та методології», у вигляді тез «Телевізійний дискурс як простір втілення стратегій ввічливості» у матеріалах звітної науково-практичної конференції «Макаренківські читання: філологічні та методичні студії та у тезах «Реалізація тактики компліментарної інтеракції в дискурсі англomовного телевізійного ток шоу Елен Дедженерс» у матеріалах IV Всеукраїнської наукової інтернет конференції «Діалог мов і культур у сучасному освітньому просторі».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 76 позицій, списку джерел фактологічного матеріалу, який містить 45 позицій та додатку. Загальний обсяг роботи становить 94 сторінки, із них 65 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Поняття ввічливості в лінгвістичних дослідженнях

Ввічливість є обов'язковим елементом конструктивного спілкування й регулятором людської поведінки. Ввічливість є головним елементом соціальної взаємодії, що реалізується через мовне спілкування.

Н. І. Формановська зауважує, що «не все те ввічливе, що етикетне, не все, що не етикетне, неввічливе» [47; с. 30]. О. А. Земська переконливо стверджує, що «категорію ввічливості доцільно відмежовувати від поняття мовний етикет, оскільки категорія ввічливості поширюється не тільки на усталені, повторювані формули типу привітань, прощань, подяки, але й на більш широке коло різноманітних явищ» [20, с. 278].

В умовах сьогодення домінуючим в описі явища ввічливості є прагматичний підхід, відповідно до якого ввічливість розглядається як принцип мовного спілкування, що використовується адресантом задля досягнення комунікативної мети [46, с. 15].

Поняття ввічливості зустрічається в усіх мовах світу, проте його значення може варіюватися залежно від культурних, етнічних, соціальних цінностей та норм певного суспільства.

В українській мові способи втілення мовленнєвої ввічливості вивчаються С. Богдан. Дослідниця зауважує, що ввічливість української нації є неповторною, універсальною моделлю поведінки під час вербальної комунікації [6, с. 231]. Розглядаючи концепт «ввічливість» в українській мові, варто зазначити, що «ввічливість», це властивість за значенням «ввічливий», тобто той, який дотримується правил пристойності, виявляє уважність, люб'язність [43].

У «Етимологічному словнику української мови» ввічливість – це «похідне утворення від (увіч) «наяву, в очі»... можливо, спочатку означало «той, хто (завжди) перед очима» з подальшим семантичним розвитком «люб'язний, ласкавий, привітний, запобігливий» [19, с. 257]. Оскільки «первинною функцією багатьох етикетних знаків виступала демонстрація миролюбності, відсутності ворожості, агресивності, це повинен був засвідчити насамперед погляд людини. Спілкуючись (вітаючись, прохаючи про що-небудь, дякуючи, запрошуючи тощо) співрозмовники дивилися у вічі одне одному» [5, с. 21].

Категорія ввічливості в англійській мові (*politeness*) має значення поведінки, яка є соціально правильною і демонструє розуміння та піклування про почуття інших людей (*behaviour that is socially correct and shows understanding of and care for other people's feelings*) [73].

Іменник «*politeness*» походить від прикметника «*polite*», генеологічне коріння якого сягає латинського «*politus*», як показує етимологічний аналіз. *Politus* – "*refined, elegant, accomplished,*" – вишуканий, елегантний, досвідчений. Вперше слово *polite* було використане в англійській мові в 15 століття у значенні «елегантний, культурний», а у 1748 році семантичний обсяг слова набуває значення «люб'язна поведінка» (*behaving courteously*). У свою чергу, прикметник *courteous* («люб'язний, вишуканий») походить від старофранцузького прикметника *corteis* на позначення «манер, призначених для королівського двору». Таким чином, можна стверджувати, що поняття ввічливості в західній культурі передбачає певну міру витонченості в світській поведінці. На думку Р. Уотса, ввічливість та вишуканість розглядаються переважно як риси поведінки вищих класів, які зазвичай відіграють домінуючу роль у соціальних відносинах [76, с. 13].

Давньогрецький філософ Аристотель був одним з перших дослідників, які звернулися до осмислення ввічливості в етичному плані. Він вважав ввічливість

моральною характеристикою та наполягав на протиставленні ввічливості удаванню.

На думку Ж. Дерріди, «внутрішнє протиріччя поняття ввічливості, як і кожного нормативного поняття, полягає у тому, що воно передбачає слідування правилам і одночасно свободу імпровізації без правил» [17, с. 91].

Будучи етичним поняттям, ввічливість потрапляє в сферу інтересів такої філософської дисципліни, як етика, об'єктом вивчення якої виступає мораль, моральність як форма суспільної свідомості, як одна з найважливіших сторін життєдіяльності людини, як один із способів нормативного регулювання дій людини в суспільстві. Найтісніше з нормами міжособистісного спілкування пов'язана християнська етика, де необхідність прийнятих моральних норм ґрунтується через поняття гріха, відплати за гріх. Стаючи верховним законом, християнська етика проникає в усі сфери людської діяльності. Оскільки мова в структурі немовленнєвої діяльності володіє статусом дії, комунікативна поведінка індивіда починає регулюватися тими ж нормами, а в список християнських чеснот потрапляє цілий ряд мовних дій (розрада, співчуття, прощення, порозуміння зі співрозмовником і т.д.) [45, с. 12].

З точки зору прагматики ввічливість розглядається як стратегія або набір стратегій, орієнтованих на досягнення позитивного результату в спілкуванні. Вибір стратегії учасниками спілкування залежить як від зовнішніх, так і від внутрішніх факторів, а саме від параметрів ситуації, моральних установок і культурних цінностей [13, с. 9].

На початку 1980 рр. Р. Дженні та У. Арнд розробили свій підхід до вивчення ввічливості і запропонували розглядати дане поняття як такт. Вони розрізняють такі поняття, як такт і соціальна ввічливість. У більш ранніх роботах Р. Дженні та У. Арнд розрізняють соціальну та міжособистісну ввічливість. Обидва типи ввічливості зумовлюються культурою і взаємопов'язані в мові. Для того, щоб не

змішувати ці два поняття, автори пропонують називати їх соціальна ввічливість і такт [49, с. 277-282].

З іншого боку, ввічливість є також оцінкою адресанта себе як представника певної групи, соціуму, який дбає про збереження самоповаги. Взаємодіючи з учасниками спілкування, мовець, зазвичай, хоче отримати схвалення своїх дій і намагається усунути перешкоди, які виникають під час мовленнєвої діяльності. Суть його бажань полягає у визначенні способу пом'якшення загрози самоповазі, використання ним негативної чи позитивної ввічливості. Найповніше концепція ввічливості протрактована в монографії П. Браун та С. Левінсона «Politeness: Some Universals in Language Usage», в якій описано всі акти, що обмежують свободу або ставлять під загрозу самооцінку особи. Вони реалізуються у трьох типових стратегіях: вуалювання значення ввічливості засобами метафори, іронії, риторичних питань, натяків; прямого вираження значення без пом'якшувальних засобів; вираження значення негативного чи позитивного ставлення [60, с. 36].

Теорія П. Браун і С. Левінсона була широко вивчена та отримала багато позитивних відгуків, а також критику та пропозиції щодо покращення. Опублікувавши свою працю у 1987 році, науковці додали до неї невелику передмову, у якій підвели підсумки досліджень попередніх десятиліть. Проте їхній підхід не був повністю обґрунтований.

Б. Фрейзер і У. Ноулен пропонують розглядати ввічливість як договір про ведення діалогу. Розвиваючи принцип кооперації (Cooperative Principle) П. Грайса вони висувують ідеї, що відрізняються від підходу, запропонованого П. Браун і С. Левінсоном. Б. Фрейзер і У. Ноулен виходять з того, що, вступаючи в розмову, кожен учасник комунікації має певний набір уявлень про права і обов'язки, як свої, так і партнера, що переглядаються в ході спілкування, а також широко варіюються залежно від контексту. Але кожного разу, в кожному конкретному випадку учасники комунікації усвідомлюють, що вони повинні вести себе у відповідності з

цим договором і, як правило, так і поводяться. Така поведінка є нормою, і тому не сприймається як ввічлива [64, с. 216].

Сьогодні світова лінгвістична парадигма переорієнтовується в бік комунікативно-функціонального дослідження мовних явищ, і дедалі частіше мовознавці говорять про «дискурсивний поворот» у лінгвістиці та необхідність звернення до вивчення ввічливості в контексті інтерактивних процесів. Як зазначає Д. Кадар, з публікацією трьох впливових робіт, а саме «A Critique of Politeness Theories» Дж. Ілен (2001), «Gender and Politeness» С. Міллз (2003) і «Politeness» Р. Уоттса (2003) починається новий етап в дослідженнях лінгвістичної ввічливості, які акцентують увагу не тільки на продукуванні мовцем певних висловлювань, а й на їх сприйнятті слухачем. У межах дискурсивного підходу вчені акцентують увагу також на приналежності ввічливості міжособистісному рівню мовного спілкування та стверджують, що ввічливість являє собою радше евалюацію, ніж поведінковий комплекс [45].

1.2. Лінгвістичні теорії ввічливості

Учені з різних галузей досліджують феномен ввічливості через його багатогранність і кількість розробок зростає з роками. Найпоширенішими є дослідження в перспективі паралінгвістики. Варто зазначити, що паралінгвістика продовжує стрімко розвиватися й головною ідеєю науки є дослідження психологічних процесів та суспільної взаємодії індивідів і комунікації між ними. Ввічливість як аспект комунікації нерідко стає об'єктом досліджень.

Загально визнаний погляд на лінгвістичну теорію ввічливості – відсутній, проте, повною та вдалою є класифікація мовознавця Дж. Еелен, яка визначає напрями вивчення ввічливості як:

- мовних максим (П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Ліч), що ґрунтуються на беззаперечному дотриманні мовцями раціональних норм комунікації;
- поведінки, спрямованої на уникнення конфлікту та «збереження

обличчя» (Е. Гофман, П. Браун, С. Левінсон), при цьому основна соціальна функція ввічливості полягає в її здатності контролювати потенційну агресію між учасниками комунікації;

- конверсаційного контракту (Б. Фрейзер, У. Ноулен) і дотримання соціально прийнятних норм поведінки, що історично пов'язує ввічливість зі стилем мовлення;

- такту (В. Джанні, Х. Арндт), що постає як міжособистісний погоджувальний акт, зорієнтований на підтримання позитивних взаємовідносин між співрозмовниками, на відміну від ввічливості як регулятора соціальної діяльності у суспільстві, спрямованої на забезпечення доречності комунікації та ефективної взаємодії;

- оцінки адресатом поведінки мовця на рівні дискурсу (Р. Уоттс, С. Іде, С. Мілз), коли ввічливість є продуктом соціальної інтеракції та культурно-історичної відносності, спрямованим на досягнення максимуму визначених соціальних цілей за мінімальних витрат;

- категорії етики (Л. Кастлер, Н. Формановська, С. Рісінзон), що базується на традиційних категоріях моралі;

- статусної оцінки (В. Гольдін, В. Карасик), що вказує на пряму залежність рівня ввічливості від місця комунікантів у соціальній стратифікаційній моделі [63, с. 90].

Проте, у рамках нашої роботи, розглянемо теорії мовних максим, «збереження обличчя» а також «Принцип кооперації» Г. Грайса.

1.2.1. «Принцип кооперації» Г. Грайса

Одним із перших дослідників, які намагалися вивчити та сформулювати принципи ввічливості, був Г. Грайс. Основним аспектом ввічливості, на думку науковця, є те, як співрозмовники реалізують власне бажання досягти компромісу, бути почутим, дотримуючись при цьому теми і мети розмови, що становить зміст

принципу «кооперації», запропонованого в роботі «Logic and Conversation» (1975). У своїй роботі мовознавець дає принципу кооперації наступну характеристику: «Комунікативний вклад всіх учасників дискурсу має бути таким, аби сумісно обраний напрямок діалогу отримав своє логічне завершення у вигляді неповної згоди або компромісу, який би влаштував всі сторони» [66, с.50].

Принцип кооперації передбачає дотриманням мовцями чотирьох мовленнєвих максим:

1. Максими якості/ істинності: повідомлення має бути правдивим та мати належні підстави для того, щоб транслюватися під час розмови. Через недотримання зазначених принципів між співрозмовниками може розпочатися конфлікт у випадку коли один мовець усвідомлено повідомляє помилкову інформацію, а його співрозмовнику відомо правду.

2. Максими релевантності: вислів має бути доречним, а зміна тематики дискурсу має супроводжуватися відповідним сигналом. При порушенні зазначеного принципу стратегічне значення розмови зникає, вона стає неінформативною. Саме тому критерій релевантності є важливим для збереження соціального контакту від час вербальної комунікації.

3. Максими кількості/ інформативності: оскільки розуміння повідомлення залежить від його інформаційної насиченості і передбачає врахування комунікантами екстралінгвістичної реальності та компонентів комунікативного контексту, що включає в себе фонові знання і відносини між співрозмовниками, інформативний внесок комунікантів не може перевищувати або бути меншим, ніж той, який вимагає ситуація спілкування. Мовець повинен намагатися повідомляти потрібний обсяг інформації з метою підвищення ефективності комунікації. Порушення цього постулату може спричинити появу непорозуміння в комунікації.

4. Максими способу: обираючи мовний код, лексичні та граматичні засоби, мовець має уникати неясності та двозначності висловлювання та прагнути до послідовності та лаконічності. Вищезгадана максима передбачає аналіз манери

передачі інформації. Додатковими постулатами максими є: унікаль двозначності; висловлююся коротко; структуруй висловлювання.

Порушення балансу між відомим та невідомим під час вербальної комунікації може бути спричинене використанням двозначних висловлювань та незрозумілих адресатові слів й призводить до втрати часу та непорозуміння [66, с.48].

Українська дослідниця Л. Безугла зауважує, що максими П. Грайса не є категоричними настановами щодо проведення комунікативного акту, а описують те, як насправді відбувається комунікація [3, с. 14-18].

Відповідно до концепції науковця мовні максими мають на меті визначити правила спілкування, слідуючи яким співрозмовники зможуть вибудувати ефективну взаємодію. Вищезазначені максими є свого роду пам'яткою, де зібрані поради щодо конструктивного використання мови й недотримання яких може бути негативно сприйняте співрозмовником.

Як стверджує дослідниця Човганюк, основними недоліками теорії П. Грайса мовознавці вважають неоднозначність принципу кооперації та відсутність його пояснювальних можливостей щодо окреслення сутності ввічливості. Наголошуючи на спрямованості постулатів на ефективність та інформативність, дослідник нехтує експресивним аспектом мови, внаслідок чого універсальність правил, виокремлених П. Грайсом, є сумнівною, і актуальність постулатів обмежена сферою інформативного спілкування. Серед аспектів, які також не були враховані вченим, Дж. Томас називає навмисний відступ співрозмовників від максимумів, відсутність типології випадків їх недотримання, а також деякі контексти, в яких дія принципу кооперації видається неможливою: фатична метакомунікація, гумористичний дискурс, гендерні відмінності комунікантів, соціальна асиметрія, міжкультурна компетенція. Принцип кооперації П. Грайса, на думку Р. Уотса, є недостатньо реалістичним, доволі абстрактним і відірваним від реальних соціальних умов, що пояснюється зацікавленістю вченого логікою та дослідженням філософії мови [48, с.277].

Р. Лакофф однією з перших спробувала застосувати постулати П. Грайса на практиці. Вона сформулювала два основних правила, котрі назвала правилами прагматичної компетенції: висловлюйтеся чітко (be clear) та будьте ввічливими (be polite). На думку Р. Лакофф, всі постулати П. Грайса підпадають під її перше правило, при цьому вона зазначає, що спілкування, суворо підпорядковане даним постулатам, було б нудним і дуже формальним, тому у повсякденному спілкуванні ці правила постійно порушуються. Друге прагматичне правило Р. Лакофф, у свою чергу, включає в себе наступні три правила: не нав'язуй свої думки (don't impose); давай співрозмовнику можливість вибору (give options); будь доброзичливим (make the listener feel good, be friendly). У цілому усі ці правила націлені на досягнення однієї мети, тобто на створення сприятливих умов для комунікантів, хоча й досягаються по-різному [48, с. 278-280].

Варто зауважити, що формулювання мовленнєвих максим П. Грайсом є важливим етапом процесу становлення лінгвістичної теорії ввічливості. Концептуальні положення мовознавця демонструють значення ввічливості у досягненні взаєморозуміння між співрозмовниками та успішності процесу спілкування.

1.2.2. «Максими ввічливості» Дж. Ліча

Подальший розвиток теорії Грайса здійснив Дж. Ліч. Вивчивши роботи П. Грайса та Р. Лакофф дослідник підсумовує, що існує певний набір правил, якими керуються люди в процесі спілкування. Хоча мовознавець і не дає визначення ввічливості, проте він стверджує, що ввічливість – це важливий чинник, що регулює спілкування.

Дж. Ліч розглядає ввічливість як сферу риторичної прагматики. Він зазначає, що принцип ввічливості в більшій мірі регулює спілкування, ніж принцип кооперації, підтримує соціальну рівновагу, дружні стосунки між співрозмовниками, а також дає розуміти, що перш за все вони зацікавлені у співпраці одне з одним.

Таксамо, як і П. Грайс, Дж. Ліч уточнює свої принципи і виділяє 6 максим: такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії. Дж. Ліч відзначає, що в процесі спілкування принцип кооперації П. Грайс авзаємодіє з його принципом ввічливості, доповнюючи його. Він допускає можливість міжкультурної варіативності та робить припущення про те, що в різних культурах перевага може надаватися різним максимам. [48, с.279].

Дж. Ліч робить висновок: «Мова складається з граматики і прагматики. Граматика є абстрактною формальною системою для вироблення та інтерпретування повідомлень. Прагматика ж є частиною стратегій і принципів для досягнення успіху в розмові за допомогою використання граматики. Граматика є адаптованою системою володіння здатностями, які полегшують функціонування прагматичних принципів» [44, с.79].

Зважаючи на те, що ввічливість це прагматична категорія, Дж. Ліч запропонував абсолютну шкалу ввічливості (*absolute politeness scale*) і відносну шкалу ввічливості (*relative politeness scale*). Відповідно до першої ступінь ввічливості висловлювання можна визначити позаконтекстом. Порівняйте: «*Can you help me?*» та «*Could you possibly help me?*». Другий приклад вважається більш ввічливим, при цьому ступінь ввічливості визначається на рівні семантики висловлювання. Згідно з відотною шкалою ступінь ввічливості визначається в контексті – відповідно ситуації спілкування чи поведінкових та комунікативних норм конкретної соціальної групи. Фраза «*Could I possibly interrupt you?*», адресована членові сім'ї, може сприйматися як надмірно ввічлива або саркастична. Тобто, необхідно виокремлювати абсолютну ввічливість, яка визначається на рівні семантики, і відносну, що функціонує на рівні прагматики [71, с. 114].

Окрім цього дослідник деталізує теоретичні засади вивчення ввічливості П. Грайса та Р. Лакоффа й узагальнює власну типологію максим ввічливості:

- максима такту «Maxim of Tact» («Дотримуйся інтересів інших, непорушуй меж особистої сфери інтересів») – рекомендує мовцю бути обережним у виборі мовної стратегії щодо особистих інтересів адресата;
- максима щирості «Maxim of Generosity» («Не створюй іншим ускладнень») – спрямована на максимальне піклування мовця про адресата;
- максима схвалення «Maxim of Approbation» («Схвалюй інших») – зосереджує увагу мовця на тому, що суперечності зі співрозмовником щодо ціннісної рецепції світу значною мірою впливають на можливість реалізації власної комунікативної стратегії;
- максима скромності «Maxim of Modesty» («Відмовляйся від схвалення самого себе») – орієнтована на неприйняття мовцем похвали на власну адресу та розуміння того, що він може бути самокритичним, адже саме реалістична оцінка є однією з умов успішності перебігу мовленнєвого акту;
- максима згоди «Maxim of Agreement» («Уникай заперечення») – окреслює важливість уникнення поглиблення протиріч, що виникають у процесі спілкування, та необхідність пошуку згоди з метою продуктивного завершення акту спілкування;
 - максима співчуття «Maxim of Sympathy» («Виявляй увагу, співчуття») – у межах якої мовець має проявляти доброзичливість до адресата, що є умовою дії інших максим і запобігає появі конфліктів у спілкуванні. [71, с. 138].

Отже, з погляду Дж. Ліча ввічливість є різновидом соціальної взаємодії, що ґрунтується на повазі до особистості партнера по комунікації. Адресат повинен дотримуватися певних правил поведінки, враховувати інтереси, думки та бажання адресанта. Принцип ввічливості Дж. Ліча має подібність до принципу кооперації П. Грайса, але також і доповнює його. Саме тому значущість постулатів Дж. Ліча не викликає сумніву на сучасному етапі розвитку лінгвістики.

1.2.3. Позитивна і негативна ввічливість П. Брауна і С. Левінсона

Теорія ввічливості П. Брауна та С. Левінсона вважається основною серед лінгвістичних теорій ввічливості. Успіх вищезгаданої теорії забезпечила ідея про те, що у процесі спілкування співрозмовники використовують певні комунікативні стратегії для збереження «обличчя»: позитивного або негативного, викладена науковцями в монографії «Politeness: Some Universals in Language Usage» у 1987 році. На той час такий погляд був інноваційним.

Поняття «обличчя» (face) вперше було використано в науковому обігу соціологом Е. Гоффманом [65, с.81]. Він розглядає «обличчя» як позитивну соціальну цінність, яку прагне мати індивід. Е. Гоффман не вважає «обличчя» якістю, що притаманна особистості. Дослідник зазначає, що це уявлення, створене у дії, підтримується судженнями інших людей: «обличчя» можна охарактеризувати як позитивну соціальну цінність, яку, завдяки власній позиції під час спілкування, людина результативно стверджує для себе [65, с. 112].

У своїй теорії ввічливості, лінгвісти П. Браун і С. Левінсон розглядають «обличчя» як соціальний імідж [60, с. 305]. На відміну від теорії Е. Гоффмана, «обличчя» з погляду П. Браун і С. Левінсона не є суспільним уявленням, яке індивід отримує лише під час спілкування. Навпаки, П. Браун і С. Левінсон стверджують, що «обличчя» – це уявлення людини про себе (self-image), яке належить безпосередньо людині. Якщо Е. Гоффман розуміє під «обличчям» результат спілкування, то П. Браун і С. Левінсон – прагнення індивіда [31, с.52-53].

За їх теорією, кожен з комунікантів має «обличчя», що складається з двох аспектів – позитивного та негативного. Позитивне «обличчя» визначається як «позитивна складова самообразу, тобто «особистості» (визначальною для якої є бажання, щоби цей образ цінували та схвалювали)». Негативне «обличчя» визначається як прагнення людини «захистити свої межі, право на особисту недоторканність, не відчувати відволікання та реалізувати право на свободу дій та свободу від примусу» [31, с.53-56].

Згідно з теорією «обличчя» мовленнєві акти можна класифікувати залежно від того, зберігають вони «обличчя» чи загрожують йому, – відповідно, виділяються «акти, що загрожують “обличчю”» (face threatening acts) та «акти, що захищають «обличчя» (face saving acts). П. Браун та С. Левінсон вважають, що якщо мовець бачить потребу у виконанні комунікативного акту, що загрожує «обличчю», він користується однією з декількох можливостей. Комунікативний акт, що загрожує «обличчю», може виконуватися явно (on record) або приховано (off record). У тому випадку, якщо комунікативний акт виконується явно, мовець може застосовувати подальшу корекцію «обличчя» співрозмовника, або відмовитися від цієї можливості – діяти зовсім явно (bald on record) [31, с.52-53].

Засобом корекції «обличчя» П. Браун та С. Левінсон вважають ввічливість – відповідно, позитивну та негативну. Корекція для них – це спроба «протидіяти потенційній небезпеці для обличчя у тому, щоб зрозуміло висловити своє небажання та відсутність наміру зашкодити обличчю (співрозмовника) ». Методологічна проблема полягає у тому, що П. Брауні і С. Левінсон розглядають стратегії ввічливості як спробу пом'якшити мовленнєвий акт, що загрожує «обличчю» – відповідно, стратегії позитивної ввічливості пом'якшують мовленнєві акти, що загрожують позитивному «обличчю», а стратегії негативної ввічливості пом'якшують мовленнєві акти, що загрожують негативному «обличчю» [31, с. 53].

1.3. Класифікація стратегій і тактик позитивної ввічливості

На поняття «комунікативна тактика», «комунікативна стратегія» в лінгвістиці існує багато поглядів, представлених сучасними мовознавцями В. Андрєєвою, Л. Безуглою, І. Борисовою, П. Зернецьким, С. Мезеніним, О.Сковородниковим, Г. Яновською. Невід'ємною складовою організації змісту певного тексту слугує спосіб представлення думок автора, персонажів, реалізований часто через посередництво наратора. Ці особливості втілює комунікативна стратегія твору, тобто «сукупність наративних процедур, яких

дотримуються, або нарративних засобів, що використовуються для досягнення певної мети у репрезентації нарративу» [11, с. 31].

Дослідник А. Юшковець описує комунікативну стратегію як «оптимальну реалізацію інтенцій мовця, спрямовану на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджену з особистісними (статусно-рольовими) і психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, щозумовлено комунікативним досвідом, який передбачає підкорення законам і нормам у відповідній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування» при цьому поєднуючи когнітивний, діяльнісний та інтенційний аспекти [56, с. 23].

У нашій роботі посилатимемося на визначенням стратегії Ф. Бацевича, який стверджує, що стратегія виступає найбільш успішним варіантом реалізації вербальних намірів мовця, успішно втілених під час комунікації та включає в себе конструктивний підбір мовленнєвих засобів, гнучкість для підтримання продуктивності й динаміки розмови та вміння прораховувати наперед для подальшого вибору стратегій [1, с. 121].

П. Браун та С. Левінсон виділяють позитивну і негативну ввічливість, як вже було сказано раніше. Обидві містять у собі певний набір правил для досягнення мети розмови, перелік стратегій і тактик. Використовуючи стратегії позитивної ввічливості мовець намагається підтримувати існуючу та заохочувати подальшу розмову, враховуючи бажання і схильності співрозмовника й демонструючи взаєморозуміння та єдність інтересів адресата та адресанта. Класифікація стратегій ввічливості Брауна та Левінсона налічує 15 стратегій позитивної та 10 стратегій негативної ввічливості. Така класифікація не може бути остаточною через індивідуальність кожної мови та вплив на неї різних факторів.

Дотримання положень стратегій позитивної ввічливості скорочує комунікативну дистанцію між співрозмовниками й реалізується в найбільш

уживаних моделях поведінки під час спілкування. Пропонуємо розглянути стратегії позитивної ввічливості П. Брауна та С. Левінсона:

1. Стратегія приділення уваги бажанням і потребам мовця (Notice, attend to H) – помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам.
2. Стратегія перебільшення дружнього ставлення (Exaggerate)– перебільшуй інтерес, схвалення, симпатію до слухача.
3. Стратегія підкреслення власної зацікавленості адресатом (Intensify interest to H) – підкреслюй інтерес до слухача.
4. Стратегія підкреслення групової ідентичності (Use in-group identity markers) – використовуй маркери належності до групи.
5. Стратегія прагнення комунікативної згоди (Seek agreement)– прагни згоди.
6. Стратегія уникнення незгоди (Avoid disagreement) – уникай незгоди.
7. Стратегія маніфестація спільності з адресатом (Presuppose / raise / alert common ground) – припускай, встановлюй та декларуй спільність.
8. Стратегія жартування (Joke) – жартуй (за умов, що у цій комунікативній ситуації буде релевантним суміщення серйозного і несерйозного спілкування; адресат розуміє, що мовець діє з добрими намірами; мовець прагне викликати у адресата усмішку).
9. Стратегія ствердження та стурбованості мовця щодо потреб слухача (Assert or presuppose S's knowledge of and concern for H's wants) – стверджуй, припускай знання і стурбованість мовця щодо потреб слухача.
10. Стратегія пропонування та обіцянки (Offer, promise) – пропонуй та обіцяй.
11. Стратегія створення оптимістичної атмосфери (Be optimistic) – будь оптимістичним.
12. Стратегія залучення до спільної діяльності мовця і слухача (Include both S and H in the activity) – залучай до діяльності як мовця, так і слухача.

13. Стратегія зацікавлення взаємодією (Give (or ask for) reasons) – інформуй або питай щодо причин.
14. Стратегія припущення або ствердження спільності (Assume or assert reciprocity) – припускай або стверджуй взаємність.
15. Стратегія задоволення потреб слухача (Give gifts to H) – задовольняй потреби слухача (у вигляді матеріальних подарунків, вираження симпатії, розуміння, співпраці) [60, с. 74-78].

Дослідники вважають, що на вибір стратегії позитивної ввічливості зазвичай впливають особистісні стосунки комунікантів, їх соціальне становище, психічний тарівень розумовго розвитку учасників комунікативного процесу, а мета комунікації а постійно видозмінюється під час спілкування.

Комунікативна тактика у свою чергу втілює сукупність практичних заходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії, тобто комунікативна тактика, на відміну від комунікативної стратегії, перш за все співвіднесена не з комунікативною метою, а з набором комунікативних намірів. Сучасний дослідник О. Сковородников говорить про те, що поняття «мовленнєва тактика» (відповідно – комунікативна тактика) і «мовленнєва стратегія» (відповідно – комунікативна стратегія) системно пов'язані як частина і ціле, отже, визначати їх треба у співвідношенні один з одним.

Виходячи з цих положень та узагальнюючи судження, висловлені про ці поняття іншими авторами, О. Сковородников визначає поняття «мовленнєва (комунікативна) тактика – це конкретний мовленнєвий хід (крок, поворот, етап) у процесі здійснення мовленнєвої стратегії; мовленнєва дія (мовленнєвий акт або сукупність декількох мовленнєвих актів), що відповідає тому чи іншому етапу в реалізації мовленнєвої стратегії та спрямований на вирішення комунікативного завдання цього етапу. Водночас, І. Труфанова формулює власний погляд на поняття мовленнєвої тактики. «Тактика покликана забезпечити здійснення обраної комунікативної стратегії та розгортання обраного жанру. З погляду членування мовленнєвого потоку, розгортання мовленнєвого жанру, вона є мовленнєвою дією

– мінімальною його одиницею. З погляду її ролі як засобу здійснення комунікативної стратегії, вона є прийомом мовленнєвої поведінки» [11, с. 31-32].

На думку мовознавця Ф. Бацевича, визначеннями якого ми послуговуємо у своєму дослідженні, «комунікативна тактика – це визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямована на одержання бажаного чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети і виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення [с. 119]. Дослідник вважає, що особисті відносини комунікантів, урахування соціальних чинників, орієнтація в психічній, когнітивній та інших сферах адресата впливають на побудову тих чи інших стратегій та їх реалізацію в комунікативному процесі для досягнення мети комунікації [1, с. 122].

Дослідник Д. ван Дейк запропонував виокремити наступні типи стратегій ввічливості: глобальна, локальна, мовленнєва. Так, глобальна стратегія контролює результати комунікації і реалізується за допомогою локальних стратегій. Локальна стратегія спрямована на досягнення більш конкретних цілей, а мовленнєва стратегія являє собою послідовність дій, що спрямовані на розв'язання певного глобального чи локального завдання [12, с. 274].

М. Човганюк у своїй дисертації «Вербалізація стратегій і тактик ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі ток-шоу (на матеріалі програми «Larry King Live»), спираючись на типи стратегій ввічливості за Д. ван Дейком пропонує у дослідженні пропонує модифіковану класифікацію локальних стратегій, що репрезентують глобальну стратегію позитивної ввічливості. Серед них: стратегія встановлення і підтримування контакту, стратегія забезпечення стабільно-гармонійного спілкування та стратегія соціальної (міжособистісної) інтеграції [51, с.68].

1.4. Телевізійний дискурс як простір втілення стратегій ввічливості

Попри те, що телебачення з'явилося в житті суспільства відносно недавно, воно витіснило такі звичні заняття для людини як театр, балет, цирк та живопис. Саме тому, в умовах стрімкого науково-технічного прогресу, провідним типом дискурсу є телевізійний дискурс, який визначається як тип комунікативної діяльності у сфері засобів масової інформації, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має усну (на рівні звукового ряду), писемну (субтитри, текстові вставки), паралінгвальну (на рівні відеоряду) форми вираження. Телевізійний дискурс значно впливає на розвиток сучасного суспільства, оскільки формує світогляд його членів. Медіа впливають на сприйняття дійсності і є основним джерелом стандартів і норм поведінки завдяки використанню різноманітних стратегій і тактик мовленнєвого впливу і маніпулювання.

Зарубіжні та вітчизняні дослідники розглядають не лише загальні проблеми телевізійного дискурсу (Г. Ласвел) і специфіку його жанрів (О. Ларіна), але й досліджують питання мовної особистості в телевізійному дискурсі (В. Карасик), мовленнєвої поведінки ведучого (М. Шаповалова), стратегії і тактики мовленнєвого впливу й маніпулювання (О. Іссерс) [36, с. 175].

Визначаючи поняття «дискурс», переважна більшість учених наголошує на діалогічному або інтерактивному характері комунікації, тобто дискурс розглядається як інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії. Відповідно телевізійний дискурс – це живе мовлення з телеекрану в ситуації телеспілкування, яке належить переважно до інтерактивного типу дискурсу. Інтерактивність телевізійного дискурсу обумовлена встановленням суб'єкт-суб'єктного зв'язку під час комунікації між адресантом і адресатом, змістом якої є обмін інформацією, залучення адресата в сферу взаємодій адресанта зі світом з метою впливу на адресата. Оскільки поведінкові реакції адресата не завжди передбачувані, а ступінь передбачуваності в телевізійному дискурсі прямо пропорційний тому, наскільки добре адресант знає свою аудиторію, що в умовах масової комунікації достатньо

складно, телевізійний дискурс відноситься до непрямого типу комунікації як усвідомленої/ навмисної, так і неусвідомленої/ ненавмисної [36, с. 175-177].

Термін «інтерактивне телебачення», який з'явився у другій половині 90-х років, наразі розширив своє значення і використовується для позначення різноманітних форм участі телевізійної аудиторії у створенні телепередачі. За визначенням Н. Рассела, інтерактивність мас-медіа – цінова властивість електронних засобів комунікації, яка характеризується ростом контролю над комунікативним процесом зі сторони комунікатора і реципієнта (глядача). Прототипом інтерактивного процесу є звичайна розмова між двома людьми, в якій кожен учасник може перервати іншого, змінити власну позицію, висловити нову ідею. Зазначене відрізняє інтерактивні мас-медіа від традиційних, в яких спілкування було одностороннім – від комунікатора до масової аудиторії з досить обмеженими зворотніми зв'язками, наприклад, листи в редакцію й рейтинги [40, с. 87].

Низку наукових робіт присвячено дослідженню інтерактивного телебачення. Хоча воно, представлене діалогічним телевізійним дискурсом, майже повністю заповнило медіа простір. За науковою позицією О. Г. Ларіної, телевізійний дискурс в цілому слід відносити саме до діалогічного типу дискурса, який має власні специфічні характеристики:

1) обов'язкова наявність двох учасників процесу комунікації – адресанта і адресата;

2) взаємодія телекомунікаторів і телеаудиторії: а) безпосередня – міжособистісна (наприклад, в студії, на знімальному майданчику, на вулиці тощо); б) опосередкована: несимультанна (листи в редакцію, опитування, рейтинги тощо, результати яких отримано завдяки супутникового, телефонного, мобільного зв'язку, мережі Інтернет); симультанна – спілкування в інтерактивному режимі (дзвінки і повідомлення надходять безпосередньо в студію під час телетрансляції програми у прямому ефірі) [29, с. 70].

Інтерактивність телевізійного дискурсу обумовлена встановленням суб'єкт-суб'єктного зв'язку під час комунікації між адресантом і адресатом, змістом якої є обмін інформацією, залучення адресата в сферу взаємодій адресанта зі світом з метою впливу на адресата. Оскільки поведінкові реакції адресата не завжди передбачувані, а ступінь передбачуваності в телевізійному дискурсі прямо пропорційний тому, наскільки добре адресант знає свою аудиторію, що в умовах масової комунікації достатньо складно, телевізійний дискурс відноситься до непрямого типу комунікації яку свідомленої/навмисної, так і неусвідомленої/ненавмисної. В рамках телевізійної комунікації, непряма комунікація завжди співіснує з прямою, причому перша – змістовно ускладнена комунікація – вторинна по відношенню до останньої [40, с. 86-89].

Дослідниця Л. Безугла зазначає, що телевізійний дискурс належить до мас-медійного виду дискурсу й уособлює ознаки, характерні для дискурсу як лінгвального явища, що включає мовленнєву діяльність комунікантів (процес) і текст (її продукт), та дискурсу як позалінгвального явища, що включає соціально-дискурсивний контекст, у рамках якого реалізуються стратегії і тактики мовленнєвого впливу, до яких вдаються учасники комунікації в інтерактивному дискурсі.[3, с. 12].

О. Романюк відзначає, що стрімке зростання інтересу до телевізійного дискурсивного простору, як засобу віддзеркалення соціокультурного досвіду, пов'язаного з пізнанням, осмисленням і презентацією навколишнього світу, за останнє десятиріччя зумовило появу низки наукових досліджень у різних напрямках:

- 1) моделювання структури телевізійного дискурсу: номінативна парадигма англomовного телевізійного дискурсу; зміст і структура телевізійних повідомлень як факторів їх ефективності; телевізійний дискурс інформаційно-аналітичних програм: на матеріалі програм кримінально-правової тематики; музичне телебачення: програмні і структурно-функціональні особливості; аналіз

телесинематичного дискурсу; структура і функції трейлеру фільмів: мультимодальний аналіз; культурний підхід до теорії телевізійного жанру;

2) висвітлення соціолінгвістичних, психолінгвістичних і власне лінгвостилістичних особливостей телевізійного дискурсу: соціопсихолінгвістика текстів телебачення; акти референції в телевізійному дискурсі; аналіз особливостей мовленнєвої діяльності комунікатора у системі телевізійних ЗМІ в соціолінгвістичному, психолінгвістичному і лінгвістичному аспекта; явища парцеляції в мові сучасних українських мас-медіа; лінгвопрагматичні особливості ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу; функціонально-семантичні властивості американського дискурсу ток-шоу; мовленнєва поведінка учасників реаліті-шоу; мовленнєва інерція в спонтанному усному мовленні (на матеріалі телеінтерв'ю); аналіз дискурсу діалогів у італійських комедіях: лінгвістичний і прагматичний аспекти; використання фільму як лінгвістичного зразка: теоретичні і практичні питання;

3) виокремлення та аналіз соціо- і психолінгвістичних особливостей учасників телевізійного дискурсу: мовна особистість телевізійного ведучого; спілкування в малій соціальній групі: на матеріалі аналізу мовлення учасників реаліті-шоу «Дом 2»; тактики компліменту і похвали у конструюванні «позитивного образу» жінки співрозмовниці: на матеріалі ток-шоу; стабільність телевізійного характеру: соціологічне дослідження стилістичного корпусу; аналіз дискурсу: особові займенники телеведучої Опри Уінфрі [40, с. 89].

Для досягнення мети адресанта та створення позитивної атмосфери для спілкування провідне значення має ввічливість. Необхідність бути ввічливим зумовлюється темою та змістом розмови, особливістю глядачів сприймати дійсність і бажанням модератора вплинути на аудиторію. Зважаючи на те, що телевізійний формат вимагає видовищності та інформативності, адресант має застосовувати різні комунікативні стратегії, оскільки за ним постійно спостерігають глядачі. Отже, використання різних стратегій ввічливості зумовлена

інтерактивним характером телевізійного дискурсу, що полягає у можливості налагодження суб'єкт-суб'єктного зв'язку під час комунікації між адресантом і адресатом задля досягнення поставленої мети.

Висновки до першого розділу

Одним із пріоритетних завдань лінгвістичних досліджень в умовах сьогодення є вивчення комунікативного аспекту ефективної суспільної взаємодії. Дослідження функціонування мовних знаків у мовленні, питання вибору мовленнєвих засобів з метою ефективної взаємодії та управління поведінкою і свідомістю індивідуума в процесі спілкування займається лінгвістична прагматика. Розглядаючи загальну стратегію поведінки комунікантів, визначають таку категорію як лінгвістичну ввічливість.

У сучасних наукових дослідженнях ввічливість представлена як максими комунікації, соціальна норма, тощо. Проте переважна більшість дослідників розглядає цю категорію з точки зору загальних стратегій поведінки, з огляду на специфіку вираження позитивного ставлення до людини й визначають як набір положень, орієнтованих на досягнення позитивного результату в спілкуванні. Серед таких принципів кооперації П. Грайса, що апелює до правил побудови тексту, та принцип ввічливості Дж. Ліча, який асоціює останній із застосуванням метатекстової сфери. Найбільш глибоко роль впливу ввічливості на соціальну взаємодію з урахуванням національно-культурної взаємодії описано в лінгвістичній теорії ввічливості П. Браун та С. Левінсона. Дослідники репрезентують ввічливість у контексті концепцій «обличчя» та стратегій позитивної і негативної ввічливості, спрямованих на його захист та збереження.

В умовах залежності сучасного суспільства від впливу медіа, актуальним є дослідження використання різноманітних стратегій і тактик мовленнєвого впливу і маніпулювання в телевізійному дискурсі, що впливає на формування стандартів і норм поведінки людей. Стратегії позитивної та негативної ввічливості, виділені

П. Браун та С. Левінсоном, охоплюють основні прийоми, що використовуються комунікантами у повсякденному спілкуванні та показують, як функціонує механізм взаємовідносин між людьми. У рамках телевізійного дискурсу вищезазначені стратегії часто застосовуються більш цілеспрямовано й направлені на додержання балансу між інтимністю й дистантністю у взаємодії модератора та аудиторії.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОГО ВТІЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В КОМУНІКАТИВНО-ДИСКУРСИВНІЙ ПРАКТИЦІ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ТОК-ШОУ

2.1. Ідентифікація локальних стратегій позитивної ввічливості

Варто зауважити що запропонована П. Браун і С. Левінсоном класифікація стратегій позитивної та негативної ввічливості, вважається основною в лінгвістиці. Позитивна ввічливість у праці вищезгаданих лінгвістів репрезентується у вигляді таких стратегій:

1. Помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам (Notice, attend to H (his interests, wants, needs, goods));
2. Перебільшуй (інтерес, схвалення, симпатію до слухача) (Exaggerate (interest, approval, sympathy with H));
3. Посилюй інтерес до слухача (Intensify interest to H);
4. Використовуй маркери належності до групи (Use in-group identity markers);
5. Прагни згоди (Seek agreement);
6. Уникай незгоди (Avoid disagreement);
7. Припускай, встановлюй, декларуй спільність (Presuppose, raise, assert common ground);
8. Жартуй (Joke);
9. Стверджуй, припускай знання та стурбованість мовця щодо потреб слухача (Assert, presuppose S's knowledge of and concern for H's wants);
10. Пропонуй, обіцяй (Offer, promise);
11. Будь оптимістичним (Be optimistic);
12. Залучай до діяльності як мовця, так і слухача (Include both S and H into activity);

13. Інформуй або питай про причини (Give or ask for reasons);

14. Припускай або стверджуй взаємність (Assume or assert reciprocity);

15. Даруй слухачеві подарунки (у вигляді матеріальних подарунків, вираження симпатії, розуміння, співпраці) (Give gifts to H: goods, sympathy, understanding, cooperation) [60, с. 102].

У роботі «Politeness: Some Universals in Language Use» Браун і Левінсон формують також і критерії, що використовуються для виокремлення стратегій позитивної ввічливості. А саме: ствердження спільності мовця й адресата, підкреслення взаємної зацікавленості мовця й адресата та задоволення потреб адресата. Серед стратегій позитивної ввічливості щодо ствердження спільності мовця й адресата – стратегія надання уваги адресатові, стратегія перебільшення дружнього ставлення до адресата, стратегія посилення інтересу до адресата, стратегія ствердження приналежності до групи, стратегія пошуку згоди, стратегія уникнення незгоди, стратегія демонстрації спільності з адресатом та стратегія жартування.

У основі виокремлення стратегій позитивної ввічливості другої групи є бажання показати залученість адресата й адресанта до спільної діяльності. Співпраця мовця та слухача вказує на спільність поглядів у тій чи іншій сфері життя та орієнтацію на задоволення «позитивного обличчя» Ключовими показниками готовності співпрацювати є демонстрація того, що:

а) адресант бажає того, чого бажає для себе адресат;

б) адресат бажає того, чого бажає для себе адресант;

в) адресант акцентує увагу на своєму співробітництві з адресатом, при цьому в їх стосунках має переважати взаємність.

До цієї групи належать стратегії турботи щодо потреб адресата, пропозицій і обіцянок, ствердження оптимістичності адресанта у стосунках з адресатом, залучення адресата до спільної діяльності, підкреслення взаємної

зацікавленості адресанта й адресата, припущення або ствердження взаємності [48, с. 35].

Відповідно до стратегії задоволення потреб адресата, адресант має виявляти захоплення адресатом, симпатію, розуміння та демонструвати турботу про нього. Сенс лінгвістичного механізму, що лежить в основі цієї стратегії, полягає в тому, що адресант намагається задовольнити позитивне обличчя адресата виконуючи певні його бажань, зокрема, бути почутим, зрозумілим і схваленим.

М. Човганюк зауважує, що остання стратегія позитивної ввічливості була об'єктом численних уточнень і критики окремих лінгвістів через розмитість критеріїв її виокремлення, зокрема у порівнянні зі стратегією надання уваги адресатові (стратегія 1). Українська дослідниця І. Морозова вважає за доцільне об'єднати ці стратегії у формулюванні «Демонструй увагу, розуміння та симпатії до чеснот і потреб адресата». Проте ця точка зору не знайшла підтримки серед лінгвістів, адже на відміну від стратегії «Помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам», спрямованої на ствердження спільності між мовцем і слухачем, стратегія «Задовольняй потреби адресата (у вигляді матеріальних подарунків, вираження симпатії, розуміння, співпраці)» спрямовується на реалізацію його потреб, вираження йому підтримки і схвалення, тим самим стверджуючи цю спільність між комунікантами [48, с. 40].

2.2. Мовленнєві засоби актуалізації стратегій позитивної ввічливості в телевізійному дискурсі англomовних ток-шоу

Реалізація ввічливості в дискурсі англomовних ток-шоу визначається самим форматом ток-шоу, що передбачає діалогічність, об'єднання в телевізійному дискурсі різних типів дискурсу, формування певного ставлення до подій, що відбуваються, вплив за допомогою різних комунікативних стратегій, емоційну розкутість, ослаблення офіційності публічного спілкування.

Під телевізійним дискурсом ми розуміємо процес комунікації у сфері ЗМІ з урахуванням його інтра- та екстралінгвістичних контекстів. Концепт телевізійного дискурсу взаємодіє з поняттям стилю, норми, літературної мови, мовленнєвого спілкування та його видів, але представляє свій власний рівень з відповідними структурами та формами. Телевізійний дискурс має своєрідну будову в центрі якої перебувають ті жанри, які найбільшою мірою відповідають головному призначенню телевізійної комунікації – впливати на суспільну думку [7, с. 96].

У контексті вивчення категоріальних і диференційних ознак жанру ток-шоу увага цього дослідження скеровується на виявлення його етнокультурних, соціальних та екстралінгвістичних властивостей. Аналізуючи матеріал, можна дійти висновку, що дискурс жанру ток-шоу, – це інтерактивний спосіб мовної взаємодії учасників комунікації у рамках ситуації міжособового спілкування з урахуванням того, де, як, за яких умов відбувається процес масової комунікації [7, с. 103].

Успіх проведеного ток-шоу залежить від того на скільки ефективно комуніканти налагодили зв'язок одне з одним та глядачами. Основна роль в цьому процесі покладається на модератора, який є посередником між глядачами та гостем й спрямовує перебіг шоу відповідно до його жанру й теми.

Телевізійний дискурс ток-шоу має два комунікативні завдання: отримати інформацію від запрошеного гості й передати отриману інформацію аудиторії. У результаті ведучий ток-шоу виконує декілька ролей водночас: співрозмовник й модератора.

Саме тому комунікативні та ораторські вміння, зовнішня привабливість та інтелект, гарне почуття гумору й уміння розуміти та реагувати на зміни настрою аудиторії є невід'ємними професійними рисами ведучого-ток шоу.

Метою мовленнєвої поведінки ведучого є розкрити тему випуску, задля чого необхідно скурювати співрозмовника й аудиторію в певному напрямку й задавати відповідні запитання, іноді заохочуючи гостя до розмови.

Значення професійного гостя є не менш важливим для успішного ток-шоу. Дослідники Ф. Белл і Т. ван Ліувен зазначають, що основними критеріями відбору запрошеного гостя для участі в ток-шоу є відповідність таким критеріям, як новинна (news value), розважальна (entertainment value) та символічна цінність (symbolic value), інакше кажучи найбільш підходящою особистістю на роль гостя ток-шоу є людина, яка досягла успіху в певній сфері людського життя [59, с. 194].

Хоча в умовах ток-шоу інтерв'юер та його співрозмовник обмежені темами розмови, які визначені заздалегіть й орієнтовані на глядача й навіть черговістю розмови, вони, все ж, мають свободу у формулюванні власної думки з того чи іншого питання.

Дотримання елементарних правил спілкування під час ток-шоу не лише є показником ввічливості, але й сприяє ефективній взаємодії ведучого та гостя. Не говорити занадто довго та занадто часто, не перебивати співрозмовника, поважати точку зору співрозмовника, бути відвертим та чесним у власних висловлюваннях – загальновідомі правила на яких ґрунтується діалог в ток-шоу, проте на сьогодні немає задокументованих правил, як саме має поводити себе журналіст в кадрі чи ведучий програми.

Немає сумнівів, що тип мовлення каналу, де транслюється ток-шоу та формат програми є визначальними чинниками формування поведінки людини на екрані. Розважальний тип не встановлює чітких обмежень до поведінки ведучого, але вона має відповідати загальноприйнятим правилам поведінки визаним у суспільстві.

В англomовному суспільстві між культурними людьми спілкування ведеться на трьох рівнях ввічливості – офіційному, нейтральному й фамільярному. Кожному рівню ввічливості відповідає свій власний стиль мови, і тому всі ввічливі слова та вирази можуть бути класифіковані за стилістичною ознакою, та, відповідно, віднесені до офіційного, нейтрального і фамільярного стилів мови. На офіційному рівні ввічливості ведеться ввічливеспілкування в офіційній ситуації, коли переважаюче значення мають не вік, стать або особисті якості, а соціальний статус

співрозмовників та їхні посади. Офіційний рівень ввічливості є нормою в установах, організаціях, ділових колах, у сфері освіти, охорони здоров'я, обслуговування тощо. Відхилення від офіційного рівня ввічливості в офіційному оточенні сприймається як явна неповага до співрозмовника і може привести співбесідників до конфлікту і навіть розриву їх офіційних стосунків. Такий рівень ввічливості характерний для політичних ток-шоу.

На нейтральному рівні ввічливості здійснюється ввічливе спілкування між незнайомими людьми, а також міжтими знайомими людьми, які не знаходяться в офіційних або фамільярних стосунках. На вищезгаданому рівні ввічливості будується спілкування в переважній більшості ток-шоу. Фамільярний рівень ввічливості характерний для спілкування в родинному колі [10, с. 39-41].

Окрім загальновідомих правил поведінки та норм етикету, яких повинні дотримуватися учасники ток-шоу, ведучий застосовує спеціальні мовні засоби задля досягнення своєї головної мети – отримати інформацію та передати її глядачам.

Мовні засоби, що використовуються в реалізації стратегій і тактик позитивної ввічливості є загальнооцінними, інтенсифікуючими та мають позитивний характер. Серед таких лексичних засобів дієслова, іменники, прислівники, повтори, перепитування.

Н. О. Побережна у своїй роботі «Вираження категорії ввічливості на лексичному рівні» дослідила лексичні засоби вираження мовленнєвої категорії ввічливості, опираючись на приклади з художньої літератури й сформувала класифікацію лексичних засобів вираження мовленнєвої категорії ввічливості. Вважаємо доцільним розглянути вищезгадану класифікацію детальніше.

- 1) вживання апелятивів типу *вибачте, пробачте, даруйте* та їх еквівалентів;
- б) використання формул мовленнєвого етикету типу *зробіть мені приємність, будьте ласкаві, якщо Ваша ласк», з Вашого дозволу ;*

в) використання модальних дієслів у німецькій мові та лексичних формул типу *дозвольте, можна* в українській;

г) вживання вибачень на кшталт укр. *мені жаль, мені прикро, шкода*;

д) вживання у неприємних ситуаціях фамільярних фраз або сталих виразів типу;

е) вживання зворотів з позитивно забарвленою лексикою:
О, митець! Яка осяйна з'ява в моїй похмурій оселі ;

є) використання у звертанні до співрозмовників слів типу укр. *любий, голу-бе, друже*.

Часто позитивна ввічливість реалізується в питальному мовленнєвому акті. У такому випадку вираження ввічливості може відбуватися за допомогою лексичних, граматичних або синтаксичних мовних засобів.

До лексичних засобів вираження ввічливості відносять слова, що мають ілокутивну силу мовленнєвого акту прохання (*to ask, to beg, to beseech*), мовленнєвого акту поради (*to advise, to counsel, to recommend*), мовленнєвого акту дозволу чи заборони (*to allow, to let*), модальні дієслова (*can, may*), дієслова та модальні сполучення, що виражають подяку та вибачення, димінутиви (*just, a bit, a little*), сполучник *but*, вигук *please*, одиниці *you know, you see* [38, с. 69].

Серед лексичних засобів вираження ввічливості є звертання, які вживаються при спілкуванні з малознайомими людьми або за наявності психологічної дистанції між комунікантами.

В англійській мові існують такі ввічливі форми звертання: *sir, madam, miss, lady, gentleman, father, doctor*, різні форми звертань до духовних осіб.

Уживання таких форм звертання, як *mate, pal, honey, darling, dear, love, baby, tom* у відповідному контексті у ввічливих мовленнєвих актах обумовлено бажанням зменшити соціальну дистанцію, привернути до себе адресата [38, с. 69].

Варто звернути увагу на дослідження Т. Почепецької щодо лексичних засобів вираження ввічливості в англійській мові. У своїй роботі науковець зазначає, що до лексичних засобів що пом'якшують комунікативну інтенцію мовця належать:

1. модальні слова типу *perhaps, maybe, possibly*;
2. мінімізатори типу *a little/a little bit, quite, just, hardly, rather, slight/slightly, only, enough*;
3. слова і словосполучення які позначають невизначеність такі як *somewhat, somehow, in a sense, not at all* [37].

В англійській мові, як і в українській, категорія ввічливості реалізується за допомогою різноманітних мовних засобів, зокрема семантичних та синтаксичних. Проте, набір маркерів ввічливості розрізняється за якісним та кількісним складом, що зумовлюється особливостями мови і культури.

2.3. Індикатори позитивної ввічливості у дискурсі телевізійних ток-шоу

Лексична наповненість англійської мови на сучасному етапі дозволяє використовувати велику кількість мовних одиниць з метою вираження позитивних намірів у спілкуванні. Серед таких розглянемо звертання – іменник чи граматична конструкція, що вказує на об'єкт (людину, тварину, предмет), до якого звертаються. Звертання дозволяє встановити вербальний контакт з адресотом, встановити соціальний статус співрозмовників, продемонструвати прагнення до взаєморозуміння. Елен Дедженерс у своєму ток-шоу використовує переважно неформальні звертання, вказуючи на рівність співрозмовників та бажання вільного товариського спілкування. Під час розмови з американською політичною і державною діячкою Гіларі Клінтон ведуча також уникає фармалізованих вітальних фраз:

(19) - *ELLENDGENERERS: Hi, Hillary.*

- *HILLARY CLINTON: Hi, Ellen.*

Важливою умовою досягнення згоди та вираження ввічливості при зверненні є врахування її приналежності до певної культури, врахування віку та соціального статусу особистості. Лексичні одиниці, що виступають у якості звернення можуть належати до різних частин мови і вказувати на професію, стосунки співрозмовників, вік, особисті характеристики, виражаючи різний ступінь ввічливості.

Абсолютні маркери ввічливості утворюють наступну групу мовленнєвих засобів реалізації стратегій позитивної ввічливості. Відповідно до теорії Дж. Ліча існує відносна і абсолютна ввічливість. Відносна ввічливість залежить від параметрів ситуації, що визначені її контекстом, а абсолютна ввічливість притаманна конкретним типам мовленнєвих актів [71, с. 89].

Особливість, що вирізняє абсолютні маркери з-поміж інших – це наявність відносно постійних, фіксованих семантичних одиниць (можуть змінюватися відповідно до намірів мовця).

Типовими в цій групі засобів є наступні лексеми: *thank, please, sorry, welcome, apology, excuse, congratulate*.

(5) - *ELLENDGENERES: I'm so happy to have you here. This is the first time having you on, so thanks.*

Одними з найпоширеніших засобів вираження ввічливості є маркери вдячності. Серед нейтральних форм вдячності виділяють: *thank you, thanks, you are welcome, that's all right, that's ok, no problem, not at all*. Наступні фрази вважають більш ввічливими: *thank you very much, thank's a lot, many thanks, pardon, I'm grateful to* [10, с.41].

(25) - *ELLENDGENERES: Well, aren't these beautiful? Thank you so much, my friend! (Ellen got flowers from Justin Bieber).*

(34) - *ELLENDGENERES: I'm so honored. Thank you so mush for being here.*

Засобом вираження ввічливого комунікативного наміру може слугувати прохання.

(16) - *JUSSICA CURRY: Well, Ellen asked what kind of ballet move can you show her. Is there a specific ballet move you like to do? Maybe a leap or a plié?*

- *ELLEN DEGENERES: Do you know either of those?*

- *PARKER CURRY: Yes.*

- *ELLEN DEGENERES: Really? Can I see it?*

Досить розповсюдженою формою вираження питального мовного акту є приєднувальне питання, що структурно складається із двох частин. У першій частині втримується думка мовця про деяке положення справ, у другій – апеляція до слухача, закликання його виразити своє відношення до висловленого в першій частині судження [10, с. 39-41], наприклад:

(11) - *ELLEN DEGENERES: You memorize the entire globe, right?*

- *NATE SELTZER: Ah-ha*

- *ELLEN DEGENERES: Isn't that great?*

- *NATE SELTZER: This is awesome!*

(22) - *ELLEN DEGENERES: They just make up whatever they want to make up.*

- *JENNIFER ANISTON: It's quite entertaining, though, isn't it?*

Емоційно забарвленні прикметники як одна з переважаючих груп засобів вираження позитивної ввічливості в телевізійних шоу, носять компліментарний характер й сприяють заохоченню гостя до розмови.

Перелічені засоби націлені на розкриття особистісних якостей гостей телешоу, підвищенню самооцінки запрошених, налагодження психологічної атмосфери та контакту адресата й адресанта.

Пропонуємо розглянути граматичні маркери ввічливості. Розглядаючи маркери позитивної ввічливості з точки зору синтаксису, варто зазначити, що навідміну від лексичної системи мови, синтаксичні маркери ввічливості легше піддаються змінам під впливом позамовних чинників. Так, наприклад, розповідні за формою речення можуть бути використані мовцем як запитання, якщо він хоче показати, що знає відповідь наперед. Незважаючи на відому класифікацію з метою

висловлювання на розповідні, питальні, окличні та спонукальні, а також позитивні та негативні, речення в будь-якій формі може набувати різного значення відповідно до потреб і бажань мовця.

Прояв ввічливості найчастіше спостерігається у питальних, окличних та спонукальних синтаксичних конструкціях: *Can I help you? Thank you so much! Would you mind going to the cinema?*

Риторичні запитання мають значне місце в реалізації ввічливості й служать для привернення уваги, підвищення емоційного тону чи з метою повідомити слухачу про щось, що йому невідоме.

Умовний спосіб найчастіше використовується саме для реалізації прохання. Прохання, при цьому, виходять дуже ввічливими, і ненав'язливими. *I wish you could help me! Сподіваюся, що ви зможете мені допомогти! Wish you could do it for me! Сподіваюся, що ви зможете для мене це зробити!*

Морфологічні маркери ввічливості пов'язані з демонстрацією єдності та солідарності мовця з тим, хто слухає. Вони проявляються у демонструванні інтересу до співкормовника, розуміння, переконань та пропозицій, врахування його бажань і схильностей.

Наказовий спосіб дієслова вказує на пряме чи приховане звернення до адресата.

(27) - ELLEN DEGENERES: *It's good to see you again.*

- NATE SELTZER: ...

- ELLEN DEGENERES: *Ok, say it's good to see you again too, Ellen.*

- NATE SELTZER: *It's good to see you again too, Ellen.*

- ELLEN DEGENERES: *Oh, thanks/ That's so sweet of you to say.*

(27) - ELLENDEGENERES: *Tell me why I'm wearing a helmet?*

- NATESELTZER: *Because you went to the race car store.*

У наказовому способі при використанні дієслова *let* із займенником *us*, ця форма скорочується до *let's* і має значення заклику до дії.

(27) - *ELLENDEGENERES: Let's talk about this. You've made something for me, because I gave you some LEGOs (...). Let's face this way, so everyone can see.*

(6) - *ELLEN DEGENERES: Let's talk about the movie--the last time you were here, you were just about to do that big fancy movie, Captain America, right?*

Значно рідше Елен використовує модальні дієслова, що вказують на переконання співрозмовника чи заклик до чого-небудь.

(15) - *ELLENDEGENERES: And I guess we should thank the doctors because you said to them – I mean you had a surgery a month ago. And you said I have to be on The Ellen Show.*

Лексичні, граматичні та синтаксичні засоби вираження ввічливості взаємопов'язані й забезпечують успішність протікання процесу комунікації. Використання комплексу різних засобів вираження ввічливості робить мовлення насиченим та оригінальним, спрямованим на вираження поваги до співрозмовника, врахування його інтересів та почуттів.

Висновки до другого розділу

Втілення стратегій позитивної ввічливості в телевізійному дискурсі ток-шоу має певні особливості. Репрезентація стратегій здійснюється з метою залучення співрозмовника до взаємодії та налагодження комунікації. Показниками готовності до співпраці слугуює демонстрація бажання співробітництва у різних її формах.

Основною метою ток-шоу є отримання інформації від запрошеного гостя та передача її глядачам, саме тому успішність його проведення залежить від налагодження зв'язку між ведучим, гостем, глядачами.

Зазвичай ток-шоу не мають суворих обмежень щодо організації спілкування його учасників і лише деякі його форми як , наприклад, політичне ток-шоу мають суворий регламент та встановлені правила спілкування. Попри це дотримання елементарних правил спілкування та професійної етики під час проведення ток-шоу

є показником ввічливості, загальної освіченості й уміння спілкуватися з аудиторією.

Розпізнати ввічливість в дискурсі телевізійного ток-шоу допоможуть лексичні та граматичні індикатори ввічливості. Лексичні маркери можуть виступати різними частинами мови й виражати різний ступінь ввічливості. Найчастіше вони вказують на професію, стосунки співрозмовників, особисті характеристики, носити компліментарний, жартівливий чи заохочувальний характер.

Серед граматичних індикаторів виділяють синтактичні та морфологічні. Морфологічні засоби проявляються в різних формах слова. Використання кличного відмінку та наказового способу, модальних дієслів та займенників може вказувати спрямовність співрозмовника на ефективну комунікативну взаємодію й солідарність.

Синтаксичні індикатори можна легко виявити в різних формах речення. Проте варто пам'ятати, що речення в одній формі може мати декілька значень, залежно від намірів мовця, його інтонації. Так питальні речення ми можемо використати для прохання, пропозиції чи ствердження певного факту.

Отже усі вищезгадані індикатори служать для привернення уваги адресата й вираження позитивних намірів у спілкуванні. Вони репрезентують ввічливість у різних її формах, що застосовується задля ефективного спілкування.

РОЗДІЛ 3. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК ПОЗИТИВНОЇ ВВІЧЛИВОСТІ В ТОК-ШОУ ЕЛЕН ДЕДЖЕНЕРЕС

3.1. Особливості реалізації позитивної глобальної стратегії в ток-шоу Елен Дедженерес

Телевізійний діалогічний дискурс у структурі засобів масової інформації може бути визначений як одиниця етно-, соціо-, психолінгвістичної комунікації, що характеризується смисловою і мотиваційною цілісністю і становить систему елементів, призначених для вирішення конкретних ієрархічно організованих завдань спілкування за посередництва відповідних телевізійних жанрів. Діалогічність телевізійного дискурсу виявляється не лише у певних жанрових формах, а пов'язується із взаємодією у телевізійному просторі різних свідомостей, смислових позицій, культур. Усна форма мовлення реалізується в умовах телевізійної діалогічної комунікації як дистанційне спілкування, опосередковане технічними знаковими системами, які здійснюють відчуження повідомлення від комунікантів [14, с. 65].

Для дослідження мовленнєвого контенту реалізації стратегій і тактик позитивної ввічливостінами в телевізійному дискурсі було обрано ток-шоу *The Ellen DeGeneres Show*. «Шоу Елен Дедженерес» (*The Ellen DeGeneres Show*) – американське денне ток-шоу Еллен Дедженерес виходить на каналі NBC з 2003 року. За ці роки воно отримало 171 номінацію і 61 нагороду Денної премії Еммі, а також 17 нагород People's Choice Awards. Сама ж Еллен Дедженерес є володаркою 11 премій Еммі за своє шоу і почесної нагороди Золотого глобуса 2020 – премію Керол Бернетт за Видатний внесок у телебачення на екрані або за його межами. Перший сезон шоу отримав 4 нагороди «Еммі», зокрема нагороду «Найкраще ток-шоу» [74].

Ток-шоу Елен Дедженерс відрізняється від багатьох інших тим, що увага глядачів фокусується на розслабленій, легкій, гумористичній атмосфері, а не на сенсаціях та плітках. Ведуча ток-шоу також обговорює актуальні проблеми та важкі новини із запрошеними зірками. Завдяки унікальному поєднанню інтерв'ю зі знаменитостями, презентації нових фільмів та пісень відомих виконавців, іграм за участі глядачів та гостей, висвітленню історій з реального життя глядачів, та дивовижних талантів у всіх вікових групах, Еллен дає можливість глядачам відпочити від буденних справ і негативу. Ведуча зі своєю командою намагається щоб усі відчували себе так, ніби вони перебувають у студії, навіть якщо вони сидять вдома. Вона регулярно телефонує глядачам, заохочує їх надсилати відео, листи та навіть залишати повідомлення голосової пошти. Важливою частиною шок-шоу Елен Дедженерс є подарунки для фанатів шоу або запрошених глядачів.

Сама Елен Дедженерс – відома комедіантка в Америці. Вона здатна зробити Елен Дедженерс Шоу виїнятковим завдяки своїм здібностям до комедії. Елен вміло виступає з розважальними монологами. Ведуча шоу Елен Дедженерс відома своїм запальним характером, чудовим почуттям гумору, проведенням конкурсів та розіграшів, умінням ефективно взаємодіяти з аудиторією та запрошеними гостями. Успіх співробітництва ведучої з гостями ґрунтується на вдалій реалізації першою стратегій і тактик ввічливості.

Бажаючи бути ближчим до слухача, виявити повагу та увагу до нього ведуча обирає стратегію позитивної ввічливості. Для демонстрації урахування бажань та схильностей співрозмовника, злагоди між комунікантами мовець використовує ввічливі, емоційно-забарвлені слова, виражає компліменти, вдячність та ін.

- *ELLEN DEGENERES: Darrius, this story it makes me so happy because people like you just are so inspirational to the world.*

- *DARRIUS: Thank you.*

- *ELLEN DEGENERES: First of all – you're an amazing piano player [88].*

Для нашого дослідження вважаємо релевантною класифікацію стратегій ввічливості, що запропонована Д. ван Дейком. Дослідник виокремлює такі типи стратегій:

- глобальна стратегія – реалізується за допомогою локальних стратегій, контролює результати комунікації, загальна стратегія учасника комунікативною взаємодії;
- локальна стратегія – спрямована на досягнення більш конкретних цілей;
- мовленнєва стратегія – послідовність дій, що спрямовані на розв'язання певного глобального чи локального завдання [12, с. 274].

Дослідниця М. Човганюк у своєму дослідженні пропонує модифіковану класифікацію стратегій позитивної ввічливості, що має такий вигляд: глобальна стратегія репрезентована такими локальними стратегіями стратегія встановлення і підтримування контакту, стратегія забезпечення стабільно-гармонійного спілкування та стратегія соціальної (міжособистісної) інтеграції [51, с.68].

У ток-шоу Елен Дедженерес позитивну ввічливість ми розглядаємо як глобальну стратегію репрезентована локальними стратегіями, що спрямовані на зближення з адресатом, серед них виокремлюємо наступні локальні стратегії позитивної ввічливості, які використовуються ведучою найчастіше: встановлення і підтримування контакту, забезпечення стабільно гармонійного спілкування, що реалізуються за допомогою відповідних тактик. Основною мовленнєвою стратегією, що лежить в основі ток-шоу вважаємо стратегію «Жартуй».

3.2. Вербалізація локальної стратегії встановлення і підтримування контакту

Стратегія встановлення і підтримування контакту спрямована на отримання інформації про співрозмовника(ків) і приділення йому уваги. Увага може виявлятися навіть під час взаємодії незнайомців у простих ситуаціях: притримання дверей при вході чи виході, вітання, виявлення бажання допомогти. У дискурсі ток-

шоу увага до співрозмовника, його інтересів, бажань є особливо важливою для ведучого, який є водночас модератором усього процесу спілкування й має на меті довідатися якнайбільшу кількість інформації, що буде цікавою для аудиторії.

У ток-шоу Елен Дедженерс стратегія встановлення і підтримування контакту реалізується за допомогою ритуалізованих форм поведінкового комплексу [30, с. 280], цьому лексичними засобами її репрезентації виступають фрази вдячності, вітальні та прощальні фрази.

Вітальні фрази застосовуються на початку шоу і є ключовим фактором, що впливає на подальший перебіг усього шоу та взаємодію адресата та адресанта зокрема. Від форми вітання залежить первинна оцінка учасників комунікативного процесу та націленість та співпрацю. Лексичне вираження привітання залежить від різних чинників, насамперед від наявності попередніх дружніх відносин, віку співрозмовників, їхнього соціального статусу. У шоу Елен Дедженер соціально-статусні характеристики комунікантів приблизно рівні, тому формалізовані вітальні фрази практично не використовуються.

- *ELLEN DEGENERES: Hey there!*

- *JENNIFER LAWRENCE: Hi! The audience is so well lit. I feel like I know all of you [93].*

- *ELLEN DEGENERES: Hey, you two [82].*

Для посилення ефективності кооперативної взаємодії та підвищення рівня прихильності співрозмовника Елен використовує фрази, що вказують на задоволеність ведучої приходом гостя.

- *ELLEN DEGENERES: Hello, Victoria!*

- *VICTORIA BECKHAM: Hello, Ellen!*

- *ELLEN DEGENERES: It's so good to see you. And you look fabulous as always and I just love your clothes! [120].*

- *ELLEN DEGENERES: I'm so happy to see you again [120].*

Питальні конструкції типу *How is it going?*, *How are you doing?*, *How's life?*, *What's new?*, *What's happening?* використовують в неформальних ситуаціях як вітання для демонстрації інтересу та прихильності. Найкращою відповіддю на таке вітання є повтор тієї ж лексичної одиниці.

- ELLENDEGENERES: *Kobe! Hi!*

- KOBE BRYANT: *What's happening?*

- ELLEN DEGENERES: *What's happening with you?*

- KOBE BRYANT: *Ahh.. just chilling* [105].

- ELLEN DEGENERES: *Hi, Jimmy. Hi, Kensley.*

- JIMMY HOWELL: *How are you?*

- ELLEN DEGENERES: *I'm good. How are you?*

- JIMMY HOWELL: *I'm good. It's such an honor to meet you. Thank you for having us here today.*

- ELLEN DEGENERES: *Oh, it's so nice to meet you* [90].

Фрази вдячності в дискурсі телевізійних ток-шоу зазвичай використовуються не з метою висловлення подяки за допомогу, а за увагу та прояв інтересу до певної теми, особи чи шоу уцілому.

- ELLEN DEGENERES: *I cannot tell you or thank you enough for what you have done for the gay communities. So thank you* [112].

- BARACK OBAMA: *Well, it's one of the things that I'm proudest of.*

- ELLEN DEGENERES: *That was the most amazing thing. Thank you. I love you both so much (...)* [78].

- FORT JACKSON: *I want to thank you, Ellen, so much for having us on this show, Ellen. Thank you very much. We love you so much* [93].

- ELLEN DEGENERES: *Well, I love you to and thank you for everything you're doing for our country. Thank you for being there* [93].

Стратегія встановлення і підтримування контакту виявляється у ввічливому ставленні до співрозмовника, вираженні зацікавленості його життям, прихильності

до адресата та вдячності за його участь в шоу. Ритуалізовані форми поведнкового комплексу є основою цієї стратегії, проте не єдиним способом її вербалізації.

3.2.1. Реалізація тактики компліментарної інтеракції.

У межах стратегії «Помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам», ведуча застосовує тактику компліментування, даючи позитивну оцінку якостям характеру співрозмовника, зовнішності, професійними вмінням. Таким чином ведуча підвищує настрій адресанта, створює позитивну атмосферу, налаштовуючи адресанта на спілкування.

Комплімент — це особлива форма похвали, вираз схвалення, поваги, визнання або захоплення; люб'язності, приємні слова, утішний відгук, відфільтровані лестощі [43]. Компліменти — простий, але потужний засіб, для встановлення добрих стосунків з іншими людьми. Їх використовують з різних причин, але всі компліментарні мовленнєві одиниці зазвичай приносять задоволення і підіймають самооцінку людини. Симпатія однієї людини до іншої, як правило, починається з того, що друга уміло підкреслила якусь якість першої.

Комплімент використовується для підтримання контактів, покращення взаємовідносин та впливу на емоційний стан слухача. Дослідник К. Кербрат - Оречіоні визначає комплімент як функцію підтримання «обличчя» та забезпечення непрямого впливу на поведінку, характеризує його як спосіб налагодження атмосфери солідарності й також пов'язує використання компліментів зі стратегією «Помічай слухача, приділяй увагу йому, його інтересам, бажанням, потребам» [69, с. 50].

Потреба у компліменті знаходиться в тісному зв'язку з ціннісними орієнтаціями суб'єкта, сформованими внаслідок спрямованості пізнавальної діяльності суб'єкта на певні цінності. Основні тематичні групи цінностей в актах оцінки пов'язані з людиною й артефактами. Людина, на думку А. В. Дьогтьової і М.А. Ягубової, може оцінюватися за зовнішністю, фізичним станом, психічним

станом й емоціями, розумовими й інтелектуальними здібностями, моральними ознаками, поведінкою, трудовою діяльністю і професійними навичками, стосунками з людьми в побуті і громадських установах і т. ін. Тематичний ряд артефактів менш різноманітний і численний: їжа, дім, гроші, техніка, предмети мистецтва і т. ін. Указані цінності у процесі їх вербалізації в семантико-синтаксичних реченнєвих структурах компліменту виявляються на місці частково оцінних предикатів або узагальнено предикатами виділені у випадку загально оцінних висловлень [54, с. 427].

Найбільш чисельну групу складають компліменти зовнішності співрозмовника:

- *ELLEN DEGENERES: Well, you're just fabulous is all you are. You're just like a giant thing of fabuloustiosity!* [97]

- *JASON MAMOIA: I'm so nervous.*

- *ELLEN DEGENERES: You look fanastic!*

- *KRISTEN BELL: Thanks!* [106]

У межах реалізації тактики компліментування часто використовується інтенсифікатор *so*, що підсилює емоційний посил компліменту:

- *ELLEN DEGENERES: You're so dolled up! Where are you going after this?*

- *KRISTEN BELL: I'm just meeting a girlfriend and I want to impress her* [85].

Окрім компліментів зовнішності, нами було виокремлено компліменти характеру гостям програми Елен Дедженерес, особливим особистісним якостям, що виявляються в ході спілкування.

- *ELLEN DEGENERES: Well, you're very, very, very good person and that's number one* [94].

- *SOFIA VERGARA: I'm good, but feel like I'm not that very, very good person.*

- *ELLEN DEGENERES: I think you sell yourself short. You're super smart, super charming, super talented in many ways. So, don't sell yourself short* [96].

- *ELLEN DEGENERES: Well, you're just an amazing woman* [86].

Окрему групу компліментів складають компліменти професійним досягненням особистості, особливим професійним здібностям.

- *ELLEN DEGENERES: It was so brilliant. If you haven't seen "Patric Melrose", you were brilliant in that. I mean really, really brilliant. The whole thing was great, but your performance was..that was a top category. That was crazy [80].*

- *ELLEN DEGENERES: I mean you're excellent. You will be nominated for Academy Award for this. I really think you will [108].*

- *MELISSA McCARTNY: Thank you.*

- *SARAH PAULSON: That's why my dad thinks I'm a big fibber.*

- *ELLEN DEGENERES: Yes, but you're an excellent actress.*

- *SARAH PAULSON: Thank you*

- *ELLEN DEGENERES: And now you're in the excellent new film, Ocean's 8, with an amazing cast [119].*

Успішність використання компліменту в мовленні значною мірою залежить від уміння вдало підбрати слова та певним чином відреагувати. Комплімент є мовленнєвим актом, що займає значне місце у процесі спілкування. Він виражає ставлення адресанта до адресата у ситуації спілкування. Тактика компліментування є невід'ємною частиною побудови вдалої комунікації й найчастіше репрезентується прикметниками та їх посилювачами.

3.2.2. Мовленнєва реалізація тактики виявлення турботи щодо потреб адресата.

У ток-шоу Елен Дедженерес тактика виявлення турботи щодо потреб адресата реалізується шляхом демонстрації готовності до виконання потреб адресата. Адресант намагається показати слухачеві обізаність щодо його турбот і бажання допомогти, з метою встановлення і підтримки дружніх стосунків, скорочення дистанції між співрозмовниками.

Турбуючись про почуття гостя програми, перед початком обговорення питання гендерного переходу батька Кейлі Дженер, ведуча уточнює у співрозмовниці чи не проти вона вести бесіду на таку делікатну тему:

- *ELLEN DEGENERES: I'd like to talk about, if you can--if you don't mind, Caitlyn.*

- *KELIE JENNER: Yes [107].*

Перед початком розмови з Джоні Деппом ведуча використала уточнювальну фразу, щоб запевнитися, що співрозмовник готовий вести розмову на задану тему.

- *ELLEN DEGENERES: Hey, Jonny, I hope you don't mind. Before you- we're gonna actually bring out some other of your cast from the movie [119].*

Вираження розуміння почуттів співрозмовника у певних періодах життя чи конкретних ситуаціях є важливим інструментом підтримання дружніх стосунків співрозмовник а й дозволяє налагодити зв'язок між комунікантами та уникнути непорозумінь.

- *TIFFANY HADDISH: I am embracing it for the 19th time of me turning 21.*

- *ELLEN DEGENERES: No. I understand. And you look really good. I heard that you made some changes to your life. What have you done? [121]*

Повторення слів чи фраз співрозмовника слугує показником розуміння його проблем, думок, ідей, засобом підтвердження того, що мовець був почутий. Такий прийом допомагає комунікантам психологічно зблизитись. При цьому реципієнт, не заважаючи мовцеві, підтверджує свою участь у розмові.

- *ELLEN DEGENERES: Did you think about it every day? Did you think, every single day – or is it just once a week, or – how often do you think to yourself, "I want to be a woman"?*

- *CAITLYN JENNER: Every single day.*

- *ELLEN DEGENERES: Every single day.*

- *CAITLYN JENNER: Because it's what you've-- it's your soul. Cause it's totally-- it's your identity.*

- *ELLEN DEGENERES: Yes.*

- *CAITLYN JENNER: It is who you are... – as a person.*

- *ELLEN DEGENERES: I understand [83].*

Реалізація тактики виявлення турботи щодо потреб адресата також може виявлятися в підтвердженні того, що думка співрозмовника є почутою та вказівці на завершення обговорення певної теми.

- *ELLEN DEGENERES: Oh, so she wasn't your girlfriend? She was just your friend?*

- *MICHAEL B. JORDAN: Yeah, she was my friend.*

- *ELLEN DEGENERES: Oh, I see [109].*

Вираження розуміння почуттів та думок адресата є важливою частиною комунікативного процесу і сприяє зближенню співрозмовників. У дискурсі ток-шоу ця тактика допомагає налаштувати гостя на співпрацю, показати рівність запрошеного гостя та ведучого та дізнатися більше цікавих подробиць життя співрозмовника. Використання тактики виявлення турботи щодо потреб адресата сприяє формуванню довіри між комунікантами. Вищезгадану тактику репрезентують такі фрази як *I understand, I see, if you don't mind*, повторення фраз співрозмовника.

3.3. Реалізація локальної стратегії забезпечення стабільно-гармонійного спілкування

Стратегія забезпечення стабільно-гармонійного спілкування в ток-шоу Елен Дедженерес має на меті уникнення конфліктів та спрямована на створення позитивної атмосфери для спілкування.

Доброзичливий соціально-психологічний клімат сприяє знаттю бар'єрів у спілкування, дозволяє гостеві ток-шоу розслабитися й почуватися у безпеці. У таких умовах ведучий з легкістю дізнається у співрозмовника інформацію, яка буде

цікавою для аудиторії. У обраному нами ток-шоу вище згадана стратегія найчастіше репрезентується використанням тактик пошуку згоди та жартування.

3.3.1. Реалізація тактики пошуку згоди

Тактика пошуку згоди реалізується шляхом демонстрації розуміння думки співрозмовника, вираження згоди, наголошення на схожості чи однаковості поглядів на певні проблеми. Таким чином ведучий підкреслює істинність думок адресата. Лексичними засобами, за допомогою яких реалізується тактика пошуку згоди є слова і фрази, що виражають порозуміння. Серед таких фраз: *I agree, you're right, well noted, well said.*

- *TIFFANY HADDISH: You know, I don't like--here's my thing. I'm from the streets. Now anybody jump out on me— you liable to get hit [118].*

- *ELLEN DEGENERES: Sure.*

- *ELLEN DEGENERES: You know what? This time, I think, You're right [116].*

- *ELLEN DEGENERES: You don't hate cotton balls?*

- *JIM PARSONS: In a weird way, I do. I hate how they feel.*

- *ELLEN DEGENERES: Oh, I can't even, yeah. I'm getting upset.*

- *JIM PARSONS: Are they hurting your teeth as you spoke about it?*

- *ELLEN DEGENERES: No, it's not my teeth. It's my head. It's like – just the feel of them.*

- *JIM PARSONS: Oh, it's my teeth.*

- *ELLEN DEGENERES: You know when they say to touch the feel of cotton –*

- *JIM PARSONS: No, it's hurting my teeth. I don't know why.*

- *ELLEN DEGENERES: – it's one thing for cotton, but cotton balls are like.*

- *JIM PARSONS: Yeah, right, right, right. Yeah. No, I'm completely with you [100].*

Словами, що виражають погодженість та впевненість часто виступають прислівники, наприклад: *certainly, exactly, definitely, absolutely* та ін.

- *BENEDICT CUMBERBATCH: She's a chocolate sculptor. This is where it gets a bit scary, in my opinion. This is when it gets a little bit like, sort of, ancient Egypt.*

- *ELLEN DEGENERES: Yeah.*

- *BENEDICT CUMBERBATCH: Like some kind of lovechild with Disneyland and..*

- *ELLEN DEGENERES: Yes, exactly [80].*

- *KIM KARDASHIAN: So we went ho--I went to her house. Spent the weekend, and we Googled, um, Oprah episodes, and a story about a transgender came on and we – it still didn't register that he was transgender. We just thought that he--I don't even think he considered himself transgender at the time.*

- *ELLEN DEGENERES: Cause there are people who dress up and that's just what they're into, yeah.*

- *KIM KARDASHIAN: Totally [104].*

Повторення фрази, що вказує на погодженість демонструє розуміння ведучим думки співрозмовника, його ідей та почуттів, засвідчує інтерес ведучої до засвідченої теми.

- *BRIE LARSON: I feel like you could turn that into like Angelina Jolie as Maleficent, like, very easily. So that's fine.*

- *ELLEN DEGENERES: For sure.*

- *BRIE LARSON: Yeah.*

- *ELLEN DEGENERES: For sure [82].*

Запитання в заперечній формі, що передбачає позитивну відповідь є поширеним лексико-граматичним засобом, що сприяє узгодженню поглядів комунікантів на конкретні проблеми.

- *ELLEN DEGENERES: Don't you think if more people danced and just had fun instead of everyone takes everything so seriously and I think we have these people [112].*

Вираження погодженості з адресатом з метою підтримання дружніх стосунків та зближення зі співрозмовником в дискурсі ток-шоу «Шоу Елен Дедженерес» репрезентується мовленнєвим одиницями, що вказують на прийняття позиції співрозмовника, серед них прислівники *exactly, totally*, фразу *I agree, you're right, sure*, запитання в заперечній формі.

3.3.2. Реалізація тактики уникнення незгоди

Тактика уникнення незгоди полягає у спрямованості адресата погодитися з адресатом, приховавши свою незгоду. У основі цієї тактики прийом формальної незгоди, що використовується у різних видах дискурсі з метою ухилення від висловлення власної думки, попередження непорозумінь та конфліктів, збереження «обличчя». Вище згадана тактика часто реалізується за допомогою фраз *I mean, but, I'm not sure, kind of, sort of*, повторів, перепитування.

Розповідаючи про відпочинок з сім'єю на природі, Ніл Патрік Гаріс висловив ставлення до навколишнього середовища.

- *NEIL PATRIC HARRIS: When you see a picture like that. I'm not a huge – I mean, I love the environment. But when you see photos like that, and you think it's beautiful. When you're standing there in front of that, or in front of giant trees and the true nature, it's really quite extraordinary [111].*

У розмові з Елен Дедженерес з приводу майбутніх виборів президента сполучених штатів політик Гіларі Клінтон часто використовувала тактику уникнення незгоди, приховуючи свою фактичну позицію і ставлення до певних ситуацій.

- *HILLARY CLINTON: I mean, there are things in it that I didn't remember, Ellen. I mean, there's a scene that the director and her staff, her team, found where I was working on affordable health care [95].*

У розмові зі скарлет Йохансон ведуча застосувала цю тактику для пояснення того, що її зрозуміли неправильно.

- *ELLEN DEGENERES: Well that must be weird for someone who's like, if she's that like princess and then she wants to wear like chiffon and princess dresses, and then her mom is in like, you know, superhero attire.*

- *SCARLETT JOHANSSON: I know. It's a bad look. I know. I need to maybe add like a tutu to my outfit or something like that.*

- *ELLEN DEGENERES: Sure. But that's not what I meant, but OK [115].*

Отже використання мовленнєвих актів тактики уникнення незгоди обумовлене бажанням мовця підкреслити своє бажання бути дружнім до слухача й, водночас, виразити небажання погоджуватися зі співрозмовником. У дискурсі ток-шоу Елен Дедженерес для реалізації тактики уникнення незгоди найчастіше використовуються такі мовленнєві одиниці як *I mean, but*.

3.4.1. Реалізація мовленнєвої стратегії позитивної ввічливості «Жартуй»

Гумор відіграє важливу роль в комунікативній культурі. Людина, що вміє дотепно жартувати, здатна досягти вершин у будь-якій діяльності. Вирішення та попередження конфліктів, налагодження довірливих стосунків із співрозмовником, усунення бар'єрів у спілкування може ефективно здійснюватися завдяки жартуванню. Комічні ситуації можуть навмисно створюватися в повсякденному житті та у професійній сфері. Гумор на телебаченні є невід'ємною частиною розважальної програми й застосовується для привернення уваги глядачів. Дискурс англійських телевізійних ток-шоу також наповнений жартами та комічними ситуаціями, проте небагато фахівців у сфері мовознавства аналізують використання прийомів і тактик жартування у медіапросторі [24, с.41].

Однією з базових стратегій у межах глобальної стратегії позитивної ввічливості, яку використовує ведуча Елен Дедженерес у своєму шоу є стратегія

«жарту». Слоганом ток-шоу «Елен Дедженерес шоу» є «Have a little fun today», що означає «побавтеся трохи сьогодні», це може свідить про націленість діяльності ведучої та команди ток-шоу на створення комічних ситуацій з метою зняття емоційного напруження глядачів. Стратегія жартування часто репрезентована використанням метафори, алюзії, абсурду, незвичною актуалізацією значень слів чи словосполучень, обігруванням фразеологічних одиниць та іншими прийомами жартування.

Тактичним прийомом жартування може слугувати гра слів. Так у розмові з Тіффані Хаддіш фраза «*Common knowledge*» є двозначною, адже ім'я партнера гостя програми – *Common*. Тобто комічний ефект побудований на фонетичній подібності та семантичній відмінності слів і набуває виразності в конкретній ситуації.

- *ELLEN DEGENERES: But now everybody knows that Common is your boyfriend.*

- *TIFFANY HADDISH: Yeah. That's my man.*

- *ELLEN DEGENERES: It's Common knowledge.*

- *TIFFANY HADDISH: Oh, yeah! Now it's Common knowledge.*

- *ELLEN DEGENERES: It's now common knowledge that Common is your boyfriend [121].*

Продовжуючи розмову Тіффані жартує над собою, наголошуючи на багатогранності та унікальності своєї особистості. У цьому фрагменті Тіффані виступає андресантом та репрезентує тактику жартування у вигляді іронічної самопрезентації з обігруванням фразеологічної одиниці *like an onion*:

- *ELLEN DEGENERES: You are just a surprise after surprise after surprise – is what you are.*

- *TIFFANY HADDISH: Well, girl I got layers. I'm like an onion. I'll make you cry too [121].*

Ефект ошуканого очікування як особливий прийом, що ґрунтується на непередбачуваності можна прослідкувати у діалозі Елен Дедженерес із

американською реп-виконавицею Карді Бі. Під час розмови ведуча намагається довідатися ім'я майбутньої дитини реп-виконавиці і неочікувано пропонує жартівливу угоду, на що співрозмовниця відповідає не менш неочікувано.

- *ELLEN DEGENERES: Is it going to belike a tricky name?*

- *CARDI B: It's like almost tricky. But when like it comes out, it's like, ah!*

Yeah.

- *ELLEN DEGENERES: I'll give you \$20,000 if you name it Ellen.*

- *CARDI B: Can I put it in the middle name? [85]*

Окремої уваги заслуговує реалізація стратегії жартування під час спілкування з дітьми. Частими гостями програми Елен Дедженерес є діти, що мають різні таланти або якимось чином стали відомі в соціальних мережах. Ефект ошуканого очікування є основним тактичним прийомом, що використовується ведучою для створення комічних ситуацій у бесідах з дітьми.

- *ELLEN DEGENERES: Can you read?*

- *BRIELLE: No, not yet. But I'm sounding out words.*

- *ELLEN DEGENERES: Oh, me too [77].*

- *ELLEN DEGENERES: So, what do you want to do when you grow up?*

- *MILITARY DAUGHTER: I want to do something that is like so cool, and that is so fun.*

- *ELLEN DEGENERES: That is a great goal. Good luck. Do you have any idea what kind of job that would be?*

- *MILITARY DAUGHTER: Yeah.*

- *ELLEN DEGENERES: Oh, what is it?*

- *MILITARY DAUGHTER: Um, the job is um, that I love to play on my playground and I love to do stuff like that.*

- *ELLEN DEGENERES: Again, good luck [121].*

- *ELLEN DEGENERES: And why do you want to become president? [89]*

- *MACEY HANSLEY: So I can eat all the candy I want.*

- ELLEN DEGENERES: *And what kind of element is that?*

- XANDER RYNERSON: *It's a noble gas.*

- ELLEN DEGENERES: *A noble gas? Are there other kinds of gases that are not noble?*

- XANDER RYNERSON: *There are other type of gases, but not called gases.*

- ELLEN DEGENERES: *I see... OK. You know, I don't know that means [102].*

Використання метафор як прийом стратегії жартування, застосовується для створення комічних ситуацій. Різноманіття метафор в англомовній культурі дозволяє збагачувати мовлення й жарти зокрема.

- ELLEN DEGENERES: *You should be closer, yes, like Toluca Lake.*

- JENNIFER ANISTON: *I should just live in Toluca Lake.*

- ELLEN DEGENERES: *I'd like that.*

- JENNIFER ANISTON: *So when you call, I will jump.*

- ELLEN DEGENERES: *Yeah [98].*

Будучи гостею ток-шоу Елен Дедженерес американська акторка Емі Шумер, порівнювала себе з іншою акторкою на фото. Опис власної зовнішності Емі Шумер побудувала на самоіронії, що викликало сміх і позитивну реакцію присутніх в студії глядачів.

- AMY SCHUMER: *She's like this ... 'cause she knows people are taking pictures of her. I obviously don't. I learned a lot. I learned that my resting face, is just a scowl, is just... And I learned--and you can see – that I have what I'm now calling an "at-risk chin." This is not a good section! [117]*

Використання сарказму як тактичний прийом жартування проявляється в глузуванні над людиною. Проте, використання саркастичних висловлювань можливе лише у випадку, коли співрозмовники добре знайомі, позитивно налаштовані одне до одного, мають гарне почуття гумору. Використання саркастичних висловлювань потребує дотримання певних умов через можливість образити почуття адресата, водночас вони зазвичай викликають жваве емоційне

піднесення у глядачів. Доцільно використано саркастичні висловлювання було під час інтерв'ю з Шоном Хейзом, американським коміком та актором.

- *ELLEN DEGENERES: Will and Grace.*

- *SEAN HAYES: Is the show that I've been on.*

- *ELLEN DEGENERES: That's right. How long now?*

- *SEAN HAYES: Longer than 15. No, it was..*

- *ELLEN DEGENERES: How long was it the first time around before you all got canceled? [116]*

- *SEAN HAYES: I think it was longer than your sitcom.*

- *ELLEN DEGENERES: Yeah, that's right. I had to come out first for you all to do that sitcom. Go ahead.*

Отже стратегія жартування є ключовою в дискурсі ток шоу Елен Дедженерес і завдяки професійній ведучій завжди має великий успіх. Про успіх використання стратегій може свідчити реакція публіки під час зйомок шоу та подальший перебіг спілкування комунікантів. Репрезентують стратегію жартування в американському ток-шоу такі тактичні прийоми як ефект ошуканого очікування, використання саркастичних висловлювань, іронії, обгрування метафоричних одиниць, гра слів. Метою використання стратегії жартування є усунення бар'єрів у спілкування та налагодження контакту зі співрозмовником.

Висновки до третього розділу

Телевізійний дискурс ток-шоу «Шоу Елен Дедженерес» передбачає застосування позитивної ввічливості, що репрезентована відповідними стратегіями. Найбільш поширеним и в дискурсивному просторі ток-шоу Елен Дедженерес є локальні стратегії: стратегія встановлення і підтримування контакту, стратегія забезпечення стабільно-гармонійного спілкування та мовленнєва стратегія «Жартуй», кожна з яких реалізується за допомогою тактичних прийомів:

- стратегія встановлення і підтримування контакту вербалізується за допомогою тактики компліментування та ретуалізованих форм поведінкового комплексу;
- стратегія забезпечення стабільно-гармонійного спілкування репрезентується тактиками пошуку згоди та уникнення незгоди;
- стратегія «Жартуй» виражена тактичними прийомами використання іронії, саркастичних висловлювань, обігрування метафоричних одиниць, ефекту ошуканого очікування.

Тенденція до перебільшення, приділення уваги зовнішності та особливим рисам характеру спірозмовника, що є поширеним в англomовному дискурсі, пояснює широке використання тактики компліментування. Проте, домінуючою є стратегія «Жартуй», адже Елен Дедженерес позиціонує себе не лише як телеведучу, але як коміка та стендапера. Саме тому створення комічних ситуацій є основним прийомом роботи з аудиторією та співрозмовниками в «Елен Дедженерес Шоу».

ВИСНОВКИ

Магістерська робота репрезентує аналіз використання стратегій і тактик позитивної ввічливості в дискурсі англomовного телевізійного ток-шоу «Шоу Елен Дедженерес». Ввічливість є важливою комунікативною категорією, що сприяє налагодженню комунікативного контакту між співрозмовниками та підвищує ефективність спілкування.

У першому розділі магістерського дослідження нами було висвітлено основні лінгвістичні теорії ввічливості. Феномен ввічливості має міждисциплінарний характер, що пояснює значний інтерес вчених до цього явища. Аналітичний огляд досліджень, присвячених вивченню ввічливості, виявив, що ввічливість найчастіше розглядається як дотримання певних норм і правил поведінки, притаманних конкретному суспільству. Водночас паралінгвісти розглядають ввічливість як соціальний конструкт, який організовує комунікативний процес відповідно до його мети.

Деякі лінгвісти визначають ввічливість як перелік спрямованих на досягнення комунікативної мети положень. Так, П. Грайс формулює принцип «кооперації», що передбачає дотриманням співрозмовниками чотирьох мовленнєвих максим: максими якості/ істинності, максими релевантності, максими кількості/ інформативності, та максими способу. Відповідно до принципу «кооперації» Грайса мовні максими є порадами ефективного спілкування, недотримання яких може призвести до деструктивної взаємодії. Дж. Ліч продовжив вивчення максим ввічливості, запропонованих П. Грайсом, сформулював власний принцип ввічливості та відповідні максими ввічливості. Дж. Ліч припускає, що переважання певних максим може варіюватися в різних культурах. Найвідомішими дослідниками ввічливості в лінгвістиці вважаються П. Браун та С. Левінсон. Вони розглядають ввічливість у контексті теорії «обличчя». Дослідники виділили позитивну та негативну ввічливість, для кожної з яких сформулювали набір

стратегій, що сприяють досягненню мети спілкування. Окрім класифікації стратегій і тактик ввічливості Брауна і Левінсона нами було окреснено класифікації Д. вайн Дейка, який виокремив глобальну, локальну та мовленнєву стратегію ввічливості, та М. Човганюк, яка виділила глобальні стратегії ввічливості, що відповідають намірам мовця.

Використання стратегій і тактик ввічливості можливе в різних типах дискурсі в тому числі й телевізійному. Телевізійний дискурс насичений інформацією, розважальний та часто передбачає взаємодію з глядачами. Серед ознак телевізійного дискурсу головними вважаємо такі: обов'язкова наявність адресата та адресанта, взаємодія телекомунікаторів і телеаудиторії. Завдяки інтерактивному характеру телевізійного дискурсу суб'єкти комунікації в ньому мають використовувати різні стратегії і тактики ввічливості задля досягнення мети спілкування.

Серед маркерів ввічливості, що присутні в телевізійному дискурсі, нами було розглянуто лексичні та граматичні. Лексичні маркери носять компліментарний, заохочувальний чи жартівливий характер, часто є показником рівня взаємостосунків співрозмовників. Граматичні індикатори проявляються в різних типах речень та формах слова. Зазначені маркери ввічливості використовуються з метою налагодження стосунків комунікантів та задля сприяння ефективному спілкуванню.

Враховуючи залежність сучасного суспільства від засобів масової інформації дослідження використання стратегій і тактик мовленнєвого впливу в телевізійному дискурсі, зокрема в ток-шоу, вважаємо актуальним. Ток-шоу має на меті залучення великою кількістю глядачів до перегляду чи участі в діалозі. Зважаючи на неформальний та розважальний характер дискурсі ток-шоу, доцільним виявилось проаналізувати використання стратегій і тактик позитивної ввічливості на прикладі американського ток-шоу Елен Дедженерес в третьому розділі магістерського дослідження.

Ідентифікувавши стратегії позитивної ввічливості в дискурсі ток-шоу Елен Дедженерес ми виявили, що найпоширенішими є: локальна стратегія встановлення і підтримування контакту, для реалізації якої ведуча використовує тактику компліментарної інтеракції, та тактику виявлення турботи щодо потреб адресата; локальну стратегію забезпечення стабільно-гармонійного спілкування, що реалізується за допомогою тактики пошуку згоди та тактики уникнення незгоди; мовленнєва стратегія «Жартуй», що вербалізується через використання метафоричних, іронічних, саркастичних висловлювань, ефекту ошуканого очікування та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 344 с.
2. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: монографія – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. 332 с.
3. Безугла Л. Р. Когнітивно-прагматичні характеристики імпліцитних смислів у німецькомовному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня доктора філол: Наук : спец. 10.02.04. Київ, 2009. 28 с.
4. Біланчук С. М. Інтенсифікаційні компоненти телевізійного ток-шоу: *Держава та регіони*. Сер. Соц. комунікації. 2012. №3. С. 40-44.
5. Білоус М. П. Мовленнєвий етикет українського народу. *Культура мови і культура в мові* : Зб. наукових праць. Київ, 1991. С.74–81.
6. Богдан С. К. Мовний етикет українців : традиції і сучасність: монографія. Київ : Рідна мова, 1998. 475 с.
7. Богорад Т. Жанр телевізійного ток-шоу як етносоціокультурний феномен. *Теле- та радіожурналістика*. 2019. №18. С. 94–107.
8. Бурбело В. Б. Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Сер. *Іноземна філологія*. 2002. № 32-33. С. 79-84.
9. Воротнікова І. Г. Загальнолінгвістичні аспекти феномену етикету у сучасній міждисциплінарній науковій парадигмі. *Новітня філологія*. 2006. № 4 (24). С. 6-12.
10. Габелко О. М. Категорія ввічливості як складова мовного етикету в сучасній англійській мові. *Наукові записки*. Серія філологічна. №23. С. 39–41.
11. Глінка Н. В. Комунікативні стратегії і тактики автора англомовного художнього тексту. *Вісник*. 2017. №10. С. 31–35.

12. Дейк Т. А. Язык. Познание. *Коммуникация*/под ред. В. И. Герасимова Москва: Прогресс, 1989. 312 с.
13. Демченко Е. В. Семантико-синтаксические средства выражения категории вежливости в английском и русском языках. автореф. дис. на соиск. ученой степени : Ростов-на-Дону, 2007. – 24.
14. Денискіна Г. О. Структурні і комунікативні параметри жанру вільного інтерв'ю : дис. канд. філ. наук : 10.02.01: Київ, 2005.
15. Денискіна Г.О. До питання про мовні жанри телеінтерв'ю. *Наука і сучасність*.: Зб. наук. праць НПУ імені М.П. Драгоманова. Київ: Логос, 2001. С.203-209.
16. Денискіна Г.О. Екстралінгвістичні та інтралінгвістичні чинники в спонтанних діалогічних текстах телевізійного дискурсу. *Система і структура східнослов'янських мов: До 70-річчя з дня народження М. М. Пилинського*: Зб. наук. Праць: ТОВ «Вид-во «Знання України», 2002. С.251-257
17. Деррида Ж. Эссе об имени /пер с фр. Н. А. Шматко. Москва : Алетейя, 1998. 192 с.
18. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія під загал. ред. І. С. Шевченко. Харків: Константа, 2005. 356 с.
19. Етимологічний словник української мови: У 7 т. / Г. П. Півторак та ін: за ред. О. С. Мельничук. Київ : Наук. думка, 2012. 568 с.
20. Земская Е. А. Категория вежливости : общие вопросы национально-культурной специфики русского языка. *Zeitschrift fur Slavische Philologie*. 1997. № 2. С. 271 – 301.
21. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Изд. 5-е. Москва: ЛКИ, 2008. 288 с.
22. Каптюрова О. В. Лінгвокультурні особливості комунікації в жанрі токшоу. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. праць. Київського. нац. ун-

т ім. Тараса Шевченка, Ін-т філол. Київ : Вид-во КНУ ім. Тараса Шевченка, 2014. № 47(1). С. 404-413.

23. Комплімент. Вікіпедія - вільна енциклопедія – URL.:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>.

24. Козинка В. В. Реалізація локальної стратегії позитивної ввічливості "Жартуй" в дискурсі англomовного телевізійного ток-шоу Елен дедженерес. *Актуальні питання філології та методології*; зб. статей студ.та магістр. Суми: СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2020. С. 41–44

25. Козинка В. В. Реалізація тактики компліментарної інтеракції в дискурсі англomовного телевізійного шок-шоу Елен Дедженерес. *Діалог мов і культур у сучасному освітньому просторі*: матеріали IV всеукр. наук. інтернет конф., Суми: СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2020. С. 11–15.

26. Козинка В. В. Телевізійний дискурс як простір втілення стратегій ввічливості. *Макаренківські читання: філологічні та методичні студії*: матеріали звітної студ.наук. конф., Суми: СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2020. С. 52–56.

27. Колодцько М. К. Семантика англійських компліментарних висловлювань у порівнянні з висловлюваннями похвали. *Мовні та концептуальні картини світу* : зб. наук. праць. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Ін-т філол. Київ: Вид-во КНУ ім. Тараса Шевченка, 2014. Ч. 2, Вип. 26. С. 84-89.

28. Кузнецов Г. В. Ток-шоу : неизвестный жанр?: Журналист. 1998. № 11. С. 54–60

29. Ларина Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале телевизионных программ): дис. канд. филол. наук: 10.02.04 . Волгоград, 2004. 148 с.

30. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. Москва, 2009. 516 с.
31. Луценко Л. О. Стратегії позитивної ввічливості в дискурсивній практиці брифінгу. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2016. № 4. С. 102–109.
32. Малая О. Ю. Реалізація мовленнєвих стратегій ввічливості у дискурсі німецькомовних інтернет-форумів : дисс. канд. філол. наук: 10.02.04.Харків, 2008. 180 с.
33. Малая О. Ю. Теорія «обличчя» як методологічне підґрунтя дослідження реалізації стратегій ввічливості та неввічливості в німецькомовному інтернет-дискурсі. *Вісник ХНУ*. 2011. №973. С. 51–56.
34. Мищенко В. Я. Классификация речевых актов комплимента. *Вісник Харківського університету : Актуальні проблеми теорії комунікації*. 1997. С. 107-111.
35. Мудрова Е. В. Комплимент как первичный речевой жанр : дисс. канд. филол. наук : 10.02.01 «Русский язык». Таганрог, 2007. 141 с.
36. Писаренко Л. М. Мовна особистість ведучого ток-шоу: стратегії й тактики. *Науковий вісники Міжнародного гуманітарного університету*. 2014. №10. С. 175–177.
37. Почепецька Т. Лексичні засоби вираження ввічливості в англійській мові. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2017. Вип. 15. С. 123-128.
38. Ревенко В. Лексичні засоби вираження ввічливості в питальному мовленнєвому акті (на прикладі художніх текстів англійських та американських письменників). *Наукові виклади*. 2013. №5. С. 67–69.
39. Романовская Л. В. Влияние социокультурного фактора на выбор речевых стратегий в дискурсе интервью : (на материале американского

варианта англійського мови). *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2 «Языкознание»*. 2010. № 1(11). С. 139-144.

40. Романюк О. Телевізійний дискурс як інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. 2018. №1. С. 86–89.

41. Савчук В. І. Комунікативні стратегії й тактики в промовах президентів США. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2010. С. 366 – 371.

42. Серебрякова Р. В. Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах : дисс. канд. филол. наук : 10.02.19 «Теория языка». Воронеж, 2002. – 202 с.

43. Словник української мови в 11 томах. Академічний тлумачний словник (1970-1980) URL: <https://sum.in.ua>.

44. Тверда І. Особливості форм звертання у пірунейському, еквадорському, аргентинському, та кубинському варіантах іспанської мови. Львівський Національний університет імені Івана Франко. 2010.

45. Теоретичні засади дослідження семантики ввічливості. О. С. Баліцька, О. А. Мисловська, М. М. Човганюк. *Теоретична і дидактична філологія*. 2017. С. 19-27. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tidf_2017_25_5

46. Федорова Т. В. Семантика вежливости и средства ее выражения в современном русском языке (Наматериале произведений современной драматургии) автореф. дис. на соиск. ученой степени: 10.02.01 Русский язык. Брянск, 2004. – 20 с.

47. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика. Москва : ИКАР, 2007. – 480 с.

48. Човганюк М. М. Вербалізація стратегій і тактики ввічливості в англійському телевізійному дискурсі ток-шоу (На матеріалі програми Larry King Live) : дис. канд. філ. наук : 10.02.04. Київ-Запоріжжя, 2017. 224 с.

49. Човганюк М. М. Основні концепції теорії ввічливості / М. М. Човганюк. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія № 9: Сучасні тенденції розвитку мов: збірник наукових праць* / за ред. В. І. Гончарова. Київ : Видавництво НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2013. С. 277-282.

50. Човганюк М. М. Ток-шоу як сучасна дискурсивна практика / М. М. Човганюк. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство): збірник наукових праць* / за ред. Н. Л. Іваницька. Вінниця: ТОВ «фірма «Планер», 2014 . С. 386-389.

51. Човганюк М. М. Реалізація стратегій негативної ввічливості у англomовному дискурсі інтерв'ю (на матеріалі ток-шоу Ларрі Кінга). *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство): збірник наукових праць.* Вінниця: 2015. Вип. 22. С. 169-174.

52. Човганюк М. М. Реалізація стратегій позитивної ввічливості у дискурсивному просторі ток-шоу: комплімент. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»: збірник наукових праць.* Одеса. 2014. Випуск 13 С. 145-148.

53. Човганюк М. М. Інтерв'ю в сучасному медіа-просторі: жанрова парадигма і дискурсивні ознаки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»* / укладачі : І. В. Ковальчук, Л. М. Коцюк, С. В. Новоселецька. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. Вип. 51. С. 116-119.

54. Шапран Н. В. Функціональні особливості компліментарних висловлювань в англomовному дискурсі. *Наукові записки. Серія «Філологічна».* 2009. №11. С. 421–428.

55. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія / під загальн. ред. І. С. Шевченко. Харків: Константа, 2005. С. 21-29.*
56. Шевченко І. С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / під загальн. ред. І. С. Шевченко. Харків: Константа, 2005. С. 21-29.*
57. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф.дис. ... канд. філол. наук. Донецьк, 2008. – 23 с.
58. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика. Київ.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 240 с.
59. Bell P. *The media interview – confession, contest, conversation.* Sydney : University of New South Wales Press, 1994. 257 p.
60. Brown P. *Politeness: Some Universals in Language Use .* L., NY, etc. : CUP, 1987. 345 p.
61. Chovhanyuck M. M. *Speech Tactics of the Actualization of the Strategy of Positive Politeness «Exaggerate (interest, approval, sympathy with H)» (based on Larry King’s talk-show).* *Asian Journal of Scientific and Educational Research:* Seoul National University Press, 2016. № 1(19). P. 422-427.
62. Culpeper J. *Politeness and impoliteness . Pragmatics of society / ed. by G. Andersen, K. Aijmer.* Berlin: Walter de Gruyter, 2011. P. 393- 438.
63. Eelen G. *A Critique of Politeness Theories.* Manchester: St. Jerome Publishing, 2001. 280 p.
64. Fraser B. *Perspectives on Politeness. Journal of Pragmatics.* 1990. № 14. P. 219-236.
65. Goffman E. *Interaction Ritual.* NY : Enchor Books, 1967. 270 p.
66. Grice H. P. *Logic and Conversation. In Syntax and Semantics. Vol. 3 : Speech Acts / Ed. by P. Cole and J. L. Morgan.* New York : Academic Press, 1975. P. 41–58

67. Holmes J. Paying Compliments: A Sex-Preferential Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics*. 1988. № 12. P. 445-465.
68. Ilie C. Talk Shows URL: http://didattica.uniroma2.it/assets/uploads/corsi/143780/Talk_shows.pdf
69. Kellermann K. Communication : inherently strategic and primarily automatic. *Communication Monographs*. 1992. № 59. P. 288-300.
70. Lakoff R. The Logic of Politeness, or, Minding Your P's and Q's. *Chicago Linguistic Society: papers from the 9th Regional Meeting*. 1973. P. 292-305.
71. Leech G. Principles of Pragmatics. London, NY. : Routledge, 1983. 250 p.
72. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax. *Syntax and Semantics*. 1979. № 12. P. 183-210.
73. Politeness. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>.
74. The Ellen DeGeneres Show. Wikipedia, The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Ellen_DeGeneres_Show#Awards.
75. Timberg B. Television Talk: A History of the TV Talk Show. Dallas: University of Texas Press, 2002. 364 p.
76. Watts R. Introduction. Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice. Berlin, New York. 1992. P. 1 – 21.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ

77. Adorable 3-Year-Old Periodic Table Expert Brielle. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7nGz7xgGJzc>.
78. Ashton Kutcher Shocks Ellen with Huge Donation. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a7JQzSn8Ptg>.
79. Benedict Cumberbatch Opens Up About London Robbery. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-rzNGlly1jk>.

80. Benedict Cumberbatch Reacts to His Chocolate Bunny Look-Alikes. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n-yRTE3suK0>.
81. Bill Gates Chats with Ellen for the First Time. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=f5NJQiY9AuY&t=292s>.
82. Brie Larson & Scarlett Johansson on First Kisses, Fan Tattoos, and 'Avengers: Endgame'. TheEllenShow. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YpqaWQiyQRA>.
83. Caitlyn Jenner on Her Family. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Yak8vmco7-E>.
84. Cardi B Knows What She's Naming Her First Child. TheEllenShow. 2018. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7Z7xbelZI_Y.
85. Dax Shepard Accidentally Flirted with Kristen Bell's Mom. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hjhqO50esL4>.
86. Ellen Meets a Giving Teacher. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hM98-zYWPpg&t=20s>.
87. Ellen Meets a 5-Year-Old Geography Expert. TheEllenShow. 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0POHnKF2pH4&t=48s>.
88. Ellen Meets Inspirational Piano Player. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cv-ENPOeJy8>.
89. Ellen Meets Macey Hensley. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XFismjYRcRM>.
90. Ellen Meets Viral NYC Firefighter and His Baby Daughter. TheEllenShow. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UY0cHTH1JHo>.
91. Ellen Meets Uplifting Husband and His Inspiring Wife Battling Cancer. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P5IeGpAtg4o>.
92. Ellen Recreates Viral Photo with Young Michelle Obama Fan. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cD8GPuw1AFE>.

93. Ellen Surprises Military Mom and Daughter. TheEllenShow. 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=h0_SlNck8kE.
94. Ellen Teaches Sofia Vergara an English Word of the Day. TheEllenShow. 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=-4sU_AhRPY0.
95. Hillary Clinton on Being 'Emotionally Drained' After Talking Monica Lewinsky Scandal for Docuseries. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s4XVmjfNno4>.
96. Howard Stern Gives Ellen an Unforgettable Kiss. TheEllenShow. 2019. URL: https://www.youtube.com/watch?v=f9p_jdaGypI.
97. Jason Momoa Was Naked When He Found His Missing Pet Python. TheEllenShow. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=l8Lv6tfjHFU&t=45s>
98. Jennifer Aniston's First Text During Her Plane Scare Was from Ellen. TheEllenShow. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NUjlpief9DE&t=114s>.
99. Jennifer Lawrence Explains Her Drunk Alter Ego 'Gail'. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mctn16hLzhg&t=4m40s>.
100. Jim Parsons and Ellen Talk About Their Wedding Anniversaries. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=185t45JT898>.
101. Justin Bieber Serenades Ellen with 'Yummy'. TheEllenShow. 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0OXjCR3Uu0A&list=RD0OXjCR3Uu0A&start_radio=1.
102. Kid Expert Xander's Science Knowledge Is Out of This World. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=puiTMJNACVg&t=4s>.
103. Kid Geography Expert Nate Seltzer Is Back. TheEllenShow. 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=z3oovgah4_E.
104. Kim on Caitlyn Jenner. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LX05yYc-9k8>.
105. Kobe Bryant's First Post-Retirement Interview. TheEllenShow. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=asVcuHxLhmA>.

106. Kristen Bell on Giving Birth. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QYYyCGKtKX4&t=1s>.
107. Kylie Jenner Talks Tyga and Caitlyn. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k6Ty5KIQJgw>.
108. Melissa McCarthy Almost Got Away with Stealing This Item as a Child. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eh8dC2qy3o0&t=13s>.
109. Michael B. Jordan Admits More Than He Wanted to About His High School Prom Date. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AHfeac0IxKQ>.
110. Michelle Obama Talks with Birthday Girl Ellen About Post-White House Life. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yc0kcGgg3o0>.
111. Neil Patrick Harris on His Kids and Christmas. TheEllenShow. 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UFNtd_jdfbg.
112. President Obama and Ellen Discuss the Road to Equality. TheEllenShow. 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RecREW7iZz8&t=14s>.
113. President Obama Talks The First Lady. TheEllenShow. 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PLHo6uyICVk>.
114. Sarah Paulson Is Pretty Sure She's Friends with Rihanna. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IFk2cbYy6po&t=75s>.
115. Scarlett Johansson's Daughter Thinks Mom Is a Full-Time Superhero. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=589V8qqcJzk>.
116. Sean Hayes and Ellen Have a 'Battle of the Gays'. TheEllenShow. 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5SkwvwSydmk>.
117. The Unbelievably Hilarious Amy Schumer. TheEllenShow. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RgX2HY2iyVQ>.
118. Tiffany Haddish Shares Her Fat Burning Secret. TheEllenShow. 2019. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_jpJ6aIXeAs.

119. True or False with Johnny Depp. TheEllenShow. 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Lj39cp5d_YQ.

120. Victoria Beckham's Son Used His Mom's Girl Power to Get More TikTok Followers. TheEllenShow. 2019 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8fKSLB84z58&t=5s>.

121. Why Tiffany Haddish Spends a Lot of Time at Boyfriend Common's Home. TheEllenShow. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DEAAIeqeRTM>.

SUMMARY

Research work focuses on obtaining scientifically reliable results on the features of verbalization of strategies and tactics of positive politeness in the above-mentioned television discourse.

Interdisciplinary interest in the phenomenon of politeness is due to the development of intercultural communication, where politeness is the leading means of establishing contact between interlocutors and the main regulator of their behavior. The interest of modern linguistics in various discursive practices is growing, as well as the need to study the verbal implementation of the discursive strategy of speech influence in English-language talk shows, including the Ellen DeGeneres Show.

The relevance of the research topic is due to the growing interest of modern linguistics in various discursive practices and the need to study the verbal implementation of discursive strategies of speech influence in English talk shows, in particular "The Ellen DeGeneres Show". An important aspect of the study is also to obtain scientifically reliable results on the features of verbalization of strategies and tactics of positive politeness in the above-mentioned television discourse.

Academic interest in the phenomenon of politeness continues to grow in today's conditions. Attentiveness in discursive practices has been studied by domestic scientists (N. Babych, M. Bilous, O. Malaya, I. Morozova, M. Teleka, M. Chovganyuk, V. Shinkaruk) and a number of representatives of foreign scientific circles (O. Doncheva-Navratilova, J. Ilen, J. Leach, M. Locher, R. Watts, S. Mills, R. Slow). However, the features of verbalization of the strategies and tactics of positive politeness in the talk show Ellen DeGeneres have not been considered yet.

The main aim of the current study was to explore the peculiarities of verbalization of the strategies and tactics of positive politeness in English-language television discourse represented by the materials of the talk show Ellen DeGeneres.

The purpose of the study determines the solution of the following tasks:

1. to cover the main linguistic theories of politeness;
2. to outline the classification of strategies and tactics of positive politeness;
3. to highlight(specify) the signs of television discourse;
4. to identify the means of speech implementation of the strategy and tactics of positive politeness in the English-language television talk show “The Ellen DeGeneres Show”.

The object of the study is the strategies and tactics of positive politeness in the English-language television discourse presented by the talk show Ellen DeGeneres.

The subject of the study is the peculiarities of the speech behavior of talk show participants, aimed at achieving the communicative goals of the interlocutors, which are manifested in the strategies and tactics of positive politeness.

The purpose and objectives determined the application of a set of general and special research methods. Among the general scientific methods we include induction and deduction, empirical-theoretical methods of analysis and synthesis, which are used to analyze and generalize the theoretical prerequisites for the study of politeness in English-language television discourse. The paper also uses the method of pragmatic analysis and descriptive analysis to determine the illocutionary and perlocutionary content of statements.

The theoretical significance of the research work is explained by the fact that for the first time an attempt was made to comprehensively analyze the speech implementation of strategies and tactics of positive politeness in the television discourse of the talk show Ellen DeGeneres

The practical value of the research work is determined by the possibility of using the obtained material in teaching such disciplines as "Fundamentals of the theory of speech communication", "Intercultural communication", "Theoretical pragmatics of the English language". The results of the study can be useful for students, graduate students, scientists who deal with this issue.

The study consists of three sections: “ Theoretical fundamentals of the research of theory of politeness in English-language television discourse”, “ Features of speech implementation of positive politeness in communicative-discourse practice of television talk shows”, “Verbalisation of strategies and tactics of positive politeness in Ellen DeGeneres’ talk show.

The first chapter has presented an analytical review of the concept of politeness in linguistic research, linguistic theories of politeness and classification of strategies and tactics of positive politeness, relevant features of television discourse as a space for the implementation of politeness strategies.

One of the priority tasks of linguistic research in today's conditions is to study the communicative aspect of effective social interaction. The study of the functioning of language signs in speech, issues of making a choice of speech means for the purpose of the effective interaction and of management of behavior and consciousness of individuals in the process of communication is carried out by linguistic pragmatics. Considering the general strategy of behavior of communicators, it is defined such a category as linguistic politeness.

In modern scientific research, politeness is presented as the maximum of communication, social norm, etc.. However, a large number of researchers are preferred to consider this category in terms of general behavioral strategies, taking into account the specifics of expressing a positive human attitude and defines as a set of principles aimed at achieving a positive result in communication. Among such principles there is Grise’s principles of effective communication, which appeal to the construction rules of the text, and Leach’s principles of politeness. J. Leach associated the latter with using the metatext sphere. The influence of politeness on social interaction, taking into account the national-cultural interaction, is described in the linguistic theory of politeness by P. Brown and S. Levinson. Researchers represent the importance of the context of the concepts of "face" and the strategy of positive and negative politeness, aimed at its protection and preservation.

Considering the dependence of modern society on the influence of the media, it is important to study the use of various strategies and tactics of speech influence and manipulation in television discourse, which affects the formation of standards and norms of human behavior. Strategies of positive and negative politeness, identified by P. Brown and S. Levinson, covering the basic techniques that are used by communicators in everyday communication and show how the mechanism of cooperation between people works. In television discourse, already mentioned strategies are often used more purposefully and designed to balance intimacy and distance in the interaction of moderators and audiences.

In the second section we identified strategies of positive politeness, speech means of actualization of strategies of positive politeness and indicators of positive politeness shows in the discourse of talk show.

The implementation of strategies of positive politeness in the television discourse of talk shows has certain features. Representation of strategies is carried out in order to involve the interlocutor in interaction and communication. Indicators of readiness to cooperate are demonstrations of the desire to cooperate in its various forms.

The main purpose of the talk show is to obtain information from the invited guest and pass it to the audience, which is why the success of its holding depends on the establishment of communication between the host, guest, audience.

Talk shows usually do not have strict restrictions on the organization of communication of its participants and only some of its forms, such as political talk shows have strict regulations and established rules of communication. Nevertheless, adherence to the basic rules of communication and professional ethics during a talk show is an indicator of politeness, general education and ability to communicate with the audience.

Lexical and grammatical indicators of politeness will help to recognize politeness in the discourse of a television talk show. Lexical markers can be conveyed by different parts of speech and express different degrees of politeness. Most often, they indicate the profession, relationships of interlocutors, personal characteristics.

Among the grammatical indicators are syntactic and morphological. Morphological means are manifested in various forms of the word. The usage of the accusative case and the imperative mood, modal verbs and pronouns can indicate the orientation of the interlocutor to effective communicative interaction and solidarity.

Syntactic indicators can be easily detected in various sentence forms. However, it should be remembered that a sentence in one form can have several meanings, depending on the intentions of the speaker, his intonation. So we can use interrogative sentences to ask, suggest or state a fact.

Thus, all the above indicators serve to attract the attention of the recipient and express positive intentions in communication. They represent politeness in its various forms, which is used for effective communication.

The third chapter began by describing features of the implementation of a positive global strategy in the talk show Ellen DeGeneres.

The Ellen DeGeneres talk show differs from many others in that the viewers' attention is focused on a relaxed, light, humorous atmosphere, rather than on sensations and gossip. The talk show host also discusses current issues and difficult news with the invited stars. Wanting to be closer to the listener, to show respect and attention to him, the presenter chooses a strategy of positive politeness.

After analyzing the usage of the global strategy of politeness, the third section went onto exploring the peculiarities of verbalization of the strategies and tactics of positive politeness in the talk show Ellen DeGeneres.

The most common in the discursive space of the Ellen DeGeneres talk show are local strategies: the strategy of establishing and maintaining contact, the strategy of ensuring stable and harmonious communication and the speech strategy "Joke", which are implemented through tactics:

- the strategy of establishing and maintaining contact is verbalized through the tactics of compliment and ritualized forms of behavioral complex;

- the strategy of ensuring stable and harmonious communication is represented by tactics of finding consent and avoiding disagreement;

- The strategy of "Joke" is expressed by tactical methods of using irony, sarcastic statements, playing metaphorical units, the effect of deceived expectations.

The tendency to exaggerate, pay attention to the appearance and special character traits of the interlocutor, which is common in English discourse, explains the widespread use of compliments. However, the Joke strategy is dominant, as Ellen DeGeneres positions herself not only as a TV presenter, but as a stand-up comedian. That is why the creation of comic situations is the main method of working with the audience and interlocutors at the Ellen DeGeneres Show.

This study is the first attempt at a comprehensive analysis of the speech implementation of strategies and tactics of positive politeness in the television discourse of the talk show Ellen DeGeneres. The results of the study can be useful for students, teachers, researchers who study the issue of discursive practices.

ДОДАТКИ

Додаток А

Методичний комплекс

Методичний комплекс вправ розроблено для студентів II-IV курсів факультету іноземних мов. Комплекс вправ відповідає темі магістерського дослідження «Вербалізація стратегій і тактик позитивної ввічливості в англomовному телевізійному дискурсі». Матеріали роботи можуть бути використані в процесі викладання курсів: «Основи теорії мовленнєвої комунікації», «Міжкультурна комунікація», спецкурсів з лінгвопрагматики текстів масової комунікації.

Цілі вправ:

Практична: формування мовленнєвих компетентностей в аудіюванні, говорінні, читанні, письмі; розвиток комунікативних здібностей; мовних компетентностей; формування навичок вибирати лінгвістичну форму і спосіб висловлювання, що є адекватними ситуації спілкування, цілям і намірам, соціальним і функціональним ролям партнерів по спілкуванню; формування мовної усвідомленості; формування здатності обирати та ефективного застосовувати комунікативну стратегію у спілкуванні.

Виховна: виховання ввічливості; виховання відповідальності за результати оволодіння іншомовною комунікативною компетентністю; розуміння важливості вивчення ІМіК і потреби користуватися нею як засобом спілкування в умовах міжнародних контактів;

Освітня: розширення лінгвістичного кругозору; усвідомлення суті мовних явищ, іншої системи понять, через яку може сприйматися дійсність; залучення до іншомовної культури.

Розвивальна: розвиток мотивації до подальшого оволодіння ІМ і культурою як частиною світової культури; розвиток мовленнєвих і комунікативних здібностей;

розвиток автономності в оволодінні іншомовною комунікативною компетентністю.

Професійно орієнтована: формування професійно орієнтованих мовленнєвих компетентностей в аудіюванні, говорінні, читанні, письмі; формування професійно орієнтованих мовних компетентностей; формування в професійно орієнтованій навчально-стратегічної компетентності; формування ефективного навичок професійно-ділового спілкування.

Методичний комплекс вправ

Вправа 1: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Read the article and answer the questions given below.

Positive politeness strategies

Politeness theory, proposed by Penelope Brown and Stephen C. Levinson, centers on the notion of politeness, construed as efforts on redressing the affronts to a person's self-esteems of effectively claiming positive social values in social interactions. Such self-esteem is referred as the sociological concept of face (as in "save face" or "lose face") to discuss politeness as a response to mitigate or avoid face-threatening acts such as requests or insults. Notable components in the framework of the theory include positive and negative faces, face threatening act (FTA), strategies for doing FTAs and factors influencing the choices of strategies; each described below.

Among the studies of politeness in a variety of cultures for many years, Penelope Brown and Stephen Levinson's politeness theory has become very influential. Though Brown and Levinson proposed their model as universally applicable, their theory has been

challenged by other scholars in varied aspects such as its cross-cultural applicability or ways to interpret and conceptualize politeness.

Positive politeness strategies seek to minimize the threat to the hearer's positive face. These strategies are used to make the hearer feel good about themselves, their interests or possessions, and are most usually used in situations where the audience knows each other fairly well, or an individual's positive face needs, or self-worth, have to be met. In addition to hedging and attempts to avoid conflict, some strategies of positive politeness include statements of friendship, solidarity, compliments, and the following examples from Brown and Levinson:

- Attend to H's interests, needs, wants
You look sad. Can I do anything?
- Use solidarity in-group identity markers
Heh, mate, can you lend me a dollar?
- Be optimistic
I'll just come along, if you don't mind.
- Include both speaker (S) and hearer (H) in activity
If we help each other, I guess, we'll both sink or swim in this course.
- Offer or promise
If you wash the dishes, I'll vacuum the floor.
- Exaggerate interest in H and his interests
That's a nice haircut you got; where did you get it?
- Avoid Disagreement
Yes, it's rather long; not short certainly.
- Joke
Wow, that's a whopper!

Positive politeness strategies can also emerge in situations where the speakers do not know each other well. For example, Charlotte Rees and Lynn Knight have explored the role politeness theory plays in general practice consultations. They found that, in an effort to remain polite, patients agreed to the presence of a student observer during a general practice consultation even when the patient preferred a private consultation. Rees and Knight concluded that politeness strategies in the medical field can inhibit patients from providing complete and accurate information.

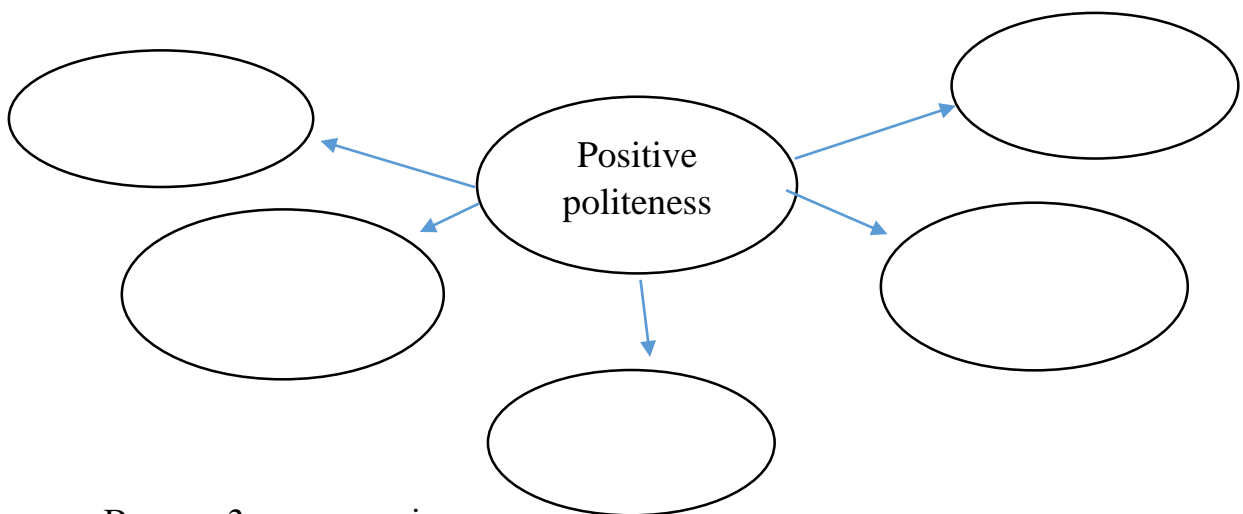
- Who were the authors of Politeness theory? What is the main aim of positive politeness strategies?
- Where and how do you use positive politeness strategies? Think about own examples of phrases which represent strategies of positive politeness.

Вправа 2 : умовно-комунікативна, продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, груповий, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Think about your own definition of positive politeness. Make the mind map. Work in pairs and compare the definitions.



Вправа 3 : некомунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, груповий.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Read the article and answer the questions given below. Match the strategies of positive politeness with the examples.

<p>1. Notice, attend to L (their interests, wants, needs, goods)</p>	<p>A) Ms. Anderson: Yes, that sounds fine. Customer: That's great. How do I access my account? Customer: That's fantastic! Can I trade stocks and bonds? Customer: It all sounds very good to me. Customer: That sounds fine.</p>
<p>2. Exaggerate (interest, approval, sympathy with the listener)</p>	<p>B) DM: I just want to add one thing. The person has to have good keyboard skills. SM: Okay, I'll add as essential good key board skills. Fine.</p>
<p>3. Seek agreement</p>	<p>C) We haven't been very successful in our branding efforts, have we?</p>
<p>4. Presuppose/raise/assert common ground</p>	<p>D) Director: What kind of margin does that represent? Assistant: The gross operating margin is at 24% for the year. Director: That's impressive. That's up from last year, isn't it?</p>
<p>5. Offer, promise</p>	<p>E) Robert: I suggest we break up into groups and discuss how we can improve our message. Chairman: Unfortunately, we're almost out of time. I suggest you submit your ideas on marketing, and we can discuss the best next week.</p>

KEY: 1-A, 2-D, 3-B, 4-C, 5-E

Вправа 4: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Watch the video and discuss the examples of positive politeness strategies (follow the link or the QR-code). What other examples of positive politeness strategies have you seen in movies or animated films?



<https://www.youtube.com/watch?v=63UWzqARdH4>

Вправа 5: комунікативна, репродуктивна.

Режим виконання: груповий.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Work in pairs. Imagine that you are a boss and an employee. The employee wants to get off work because of the illness. Role play the situation using strategies of positive politeness.



Tips for Calling in Sick to Work

Contact your boss ASAP

Keep it brief

Let your team know

Explain your availability

Mention any important information

Provide follow-up documentation

Вправа 6: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Film short videos with the examples of positive politeness strategies. Show them to the class. Try to guess which strategies are shown by other students. Discuss the situations.

Вправа 7: некомунікативна, продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Write the job application letter. Follow the tips of positive politeness strategies:

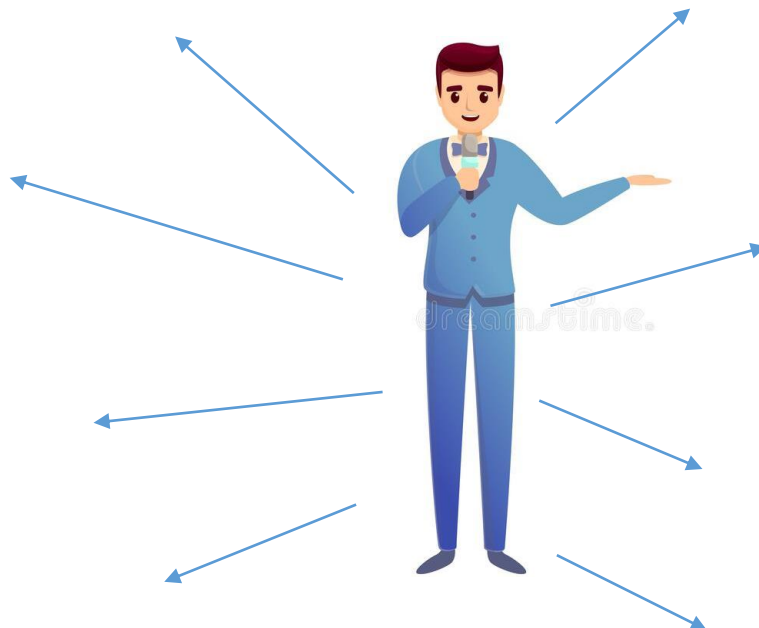
1. Identify the source of information (Explain how and where you learned of the position).
2. Apply for the position (State desire for consideration).
3. Provide argument, including supporting information, for the job application.
 - a) Implicit argument based on neutral evidence or information about background and experience.
 - b) Argument based on what would be good for the hiring company ('My intercultural training will be an asset to your international negotiations team').
 - c) Argument based on what would be good for the applicant ('This job will give me the opportunity to test my intercultural training').
4. Indicate desire for an interview or a desire for further contact, or specify means of further communication/how to be contacted.
5. Express politeness (pleasantries) or appreciation at the end of the letter.
6. Offer to provide more information.
7. Reference attached résumé.

Вправа 8: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: Nowadays, politeness we can be found in programs or television. There are a lot of programs on television ranging from music show, soap opera to talk show. Think about your favourite talk show. What are main features of the presenter's behavior in that talk show? What words and phrases does the presenter use the most often? Draw a "portrait" of a presenter of talk-show. Include a description of presenter's appearance, personal and professional qualities.



Вправа 9: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, груповий, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: The Ellen DeGeneres Show is an American daytime television variety comedy talk show that is hosted by Ellen DeGeneres. Read a part of an episode from the Ellen Show and try to identify words and phrases which represent strategies and tactics of positive politeness.

-ELLEN DEGENERES: You were here three years ago.

-SCARLETT JOHANSSON: Yes, I was here three..I think I had just had my daughter when I came on last time.

-ELLEN DEGENERES: You did. You had just had her..Rose?

-SCARLETT JOHANSSON: Yes, Rose.

-ELLEN DEGENERES: Yes.

-SCARLETT JOHANSSON: The drama was still very fresh. I was going to say.

-ELLEN DEGENERES: So we can count how long it's been because you just had her and she's three?

-SCARLETT JOHANSSON: Yeah, she's 3 and 1/2. She'll be 4 in August.

-ELLEN DEGENERES: And how is motherhood?

-SCARLETT JOHANSSON: It's wonderful. I absolutely love being a mom. My daughter is – it's true. It gets better like, every day. It's just – she's my little buddy.

-ELLEN DEGENERES: Did she go through the terrible twos?

-SCARLETT JOHANSSON: She's – not really. She's pretty.. she's a very sweet girl.

-ELLEN DEGENERES: Is she?

-SCARLETT JOHANSSON: She's very, very, very girly. Like, painfully girly. It's crazy. I thought I was girly but she is – she wants to like, wear the princess dress to bed. And she wants to school. And it's like, filthy. And New York is not the best place to like

have fabric dragging around behind you. But, yeah, she just she's a princess obsessed little girl.

-ELLEN DEGENERES: Could you have someone to hold it up behind her when she walks?

-SCARLETT JOHANSSON: That would make her seem more like a princess. Yes. I'm going to-- maybe I can--

-ELLEN DEGENERES: I mean, it's costly to have someone do that but then you don't have to worry about laundry.

-SCARLETT JOHANSSON: Right, it saves on dry cleaning.

-ELLEN DEGENERES: That's what I'm thinking. So does know that you are like a superhero? Does she understand that?

-SCARLETT JOHANSSON: Well, she thinks that's what I do. Like, if you asked what I do for a living, she says, like, mommy's a superhero. And then one day a couple of-- actually, it was not that long ago. We were shooting-- I think we had taken a break in shooting "Infinity Wars" because it was an extremely long shoot. And I was going into the office, like, I was not doing anything film related. I was like, all right, I'll see you later, honey. Mommy has to go to work. And she was like, who are you fighting?

-ELLEN DEGENERES: So she just thinks you fight for a living.

-SCARLETT JOHANSSON: Yes. I don't know if that's a good thing. But yeah, she thinks I fight people for a living. And my like-- if anybody has a regular like a uniform that they normally wear to work, mine's like a pleather unitard. Yes.

-ELLEN DEGENERES: Well that must be weird for someone who's like, if she's that like princess and then she wants to wear like chiffon and princess dresses, and then her mom is in like, you know, superhero attire.

-SCARLETT JOHANSSON: I know. It's a bad look. I know. I need to maybe add like a tutu to my outfit or something like that.

-ELLEN DEGENERES: Sure. But that's not what I meant, but OK.

Вправа 10: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача.

Інструкція: As part of the strategy " Notice, attend to H (his interests, wants, needs, goods)", the presenter of The Ellen DeGeneres Show applies the tactics of complimenting, giving a positive assessment of the qualities of the interlocutor's character, appearance, professional skills. She often uses compliments of the interlocutor's appearance, special personal qualities and compliments to professional achievements and personality, special professional abilities. Follow the links below and watch the parts of some episodes of The Ellen Show, identify compliments and divide them into three groups:

1. Compliments to appearance.	
2. Compliments to personal qualities.	
3. Compliments to professional abilities.	

<https://www.youtube.com/watch?v=IFk2cbYy6po&t=75s>.

<https://www.youtube.com/watch?v=QYYyCGKtKX4&t=1s>.

https://www.youtube.com/watch?v=-4sU_AhRPY0.

<https://www.youtube.com/watch?v=hM98-zYWPpg&t=20s>

<https://www.youtube.com/watch?v=n-yRTE3suK0>