

Усі ці типи підрозділяються на підтипи і створюють досить розгалужену класифікацію.

Як бачимо, серед дослідників не існує одностайного погляду на принципи класифікації семантичних типів причинних відношень навіть у межах однієї мови. Це пояснюється відсутністю загальних принципів типології причинних значень і певною суб'єктивністю цієї категорії. Проблема ускладнює ще й той факт, що, незважаючи на однотипність логіко-філософської будови і розумової діяльності людини, у різних народів спостерігаються відмінності мовних уявлень.

Отже, не існує загальної універсальної класифікації причинних значень; досліджуючи вираження і типологію причини в кожній мові окремо, необхідно враховувати національні мовні особливості та особливості засобів, за допомогою яких ця категорія знаходить вираження в конкретній мові.

Список використаної літератури

1. Акимова Э. Н. Категория обусловленности: статус, состав, уровни реализации / Э. Н. Акимова // Вестник Волгоградского гос. ун-та. / Сер. 2: Языкознание. – 2012. – № 1(15). – С. 250 – 254.
2. Аристотель. Сочинения : в 4т. / Аристотель; [ред. В.Ф. Асмус]. – М. : Мысль, 1976. – Т. I. – 550 с.
3. Бакулев А. В. Синонимия предложений – конститuentов микрополей причины и следствия в структуре функционально-семантического поля каузальности в современном русском языке / А. В. Бакулев // Вестник Томского гос. ун-та. – 2009. – № 322. – С. 7–10.
4. Вендлер З. Причинные отношения / З. Вендлер // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVIII: Логический анализ естественного языка / [сост. В. В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1986. – С. 264–276.
5. Вригт фон Г.Х. Логико-философские исследования / Г.Х. фон Вригт // Избранные труды. – М. : Прогресс, 1986. – 596 с.
6. Всеволодова М.В. К вопросу о методологиях и методиках лингвистического анализа (на примере категорий пространственных, временных и причинных отношений) статья третья / М.В. Всеволодова // Вестник Моск. ун-та. / Сер. 9: Филология. – 2005. – № 3. – С. 51–78.
7. Всеволодова М.В. О подлежащем и категории причинности в русском языке / М.В. Всеволодова, Э.С. Котвицкая // Вестник Моск. ун-та. / Сер. 9: Филология. – 1999. – № 5. – С. 66 – 88.
8. Всеволодова М.В. Причинно-следственные отношения в современном русском языке / М.В. Всеволодова, Т.А. Яценко. – М. : Рус. яз., 1988. – 207 с.
9. Дубовик Л.І. Логіко-граматичні аспекти категорії причини : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Л. І. Дубовик. – Донецьк, 2005. – 21 с.
10. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник / Н.И. Кондаков. – М. : Наука, 1975. – 720 с.
11. Лебедева Е.К. Принципы функционально-коммуникативной грамматики и проблемы категории причинных отношений в русском языке / Е.К. Лебедева // Вестник Моск. ун-та. / Сер. 9: Филология. – 2005. – № 3. – С. 79 – 98.
12. Малащенко В. П. Каузальность и детерминация: проблема поля / В. П. Малащенко // Слово в синтаксисе: Избранные труды / [сост. Т. В. Милевская, Н. О. Григорьева]. – Ростов н/Д : Изд-во РГПУ, 2004. – 368 с.
13. Русская грамматика : в 2т.; [под ред. Н. Н. Барской и Н. Г. Герасимовой]. – М. : Наука, 1980. Т. II. – 712 с.
14. Рыбакова И. Я. Причинные конструкции современного русского литературного языка : дис. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык (как иностранный)" / И. Я. Рыбакова. – Л. : Ленингр. гос. ун-т им. А.А. Жданова, 1985. – 189 с.
15. Философский энциклопедический словарь [гл. ред. Л. Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов]. – М. : Сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.

УДК 811.111'37..177.77

Чарікова І. В. (Луцьк)

АНГЛІЙСЬКІ РИТУАЛЬНІ СТЕРЕОТИПНІ ВИСЛОВЛЕННЯ В ПРАГМАТИЧНОМУ ТА СЕМАНТИЧНОМУ АСПЕКТАХ (на матеріалі висловлень подяки)

Розглядається специфіка функціонування висловлення подяки як експресивного мовленнєвого акту. Дотримання норм ввічливості та почуття вдячності детермінуються як фактори, які зумовлюють вживання аналізованого висловлення. Десемантизація форми подяки, її застосування як формального маркера ввічливості, прагматичною функцією якого є демонстрація прихильності до адресата, визначаються як характерні особливості впливу комунікативних та соціокультурних контекстів англomовного дискурсу.

Ключові слова: висловлення подяки, концепт ввічливості, конвенціоналізований акт, норма ввічливості, почуття вдячності, десемантизація, оцінне висловлення.

Рассматривается специфика функционирования высказывания благодарности как экспрессивного речевого акта. Соблюдение норм вежливости и чувства благодарности детерминируются факторы, обуславливающие использование анализированного высказывания. Десемантизация форм благодарности, их

использование в качестве формального маркера вежливости, прагматической функцией которого является демонстрация благосклонности к адресату, определены как характерные особенности влияния коммуникативных и социокультурных контекстов англоязычного дискурса.

Ключевые слова: высказывание благодарности, концепт вежливости, конвенционализированный речевой акт, норма вежливости, чувство благодарности, десемантизация, оценочное высказывание.

The article addresses characteristic aspects of functioning of thanks-utterance as an expressive speech act. Adherence to the norms of politeness and feeling of gratitude determine the usage of the analyzed speech act. Loss of meaning of the forms of gratitude, their usage as a formal marker of the benevolence to the addressee, are defined as the key characteristics of the influence of the communicative and sociocultural contexts on the English discourse.

Key words: thanks-utterance, concept of politeness, conventionalized speech act, norm of politeness, feeling of gratitude, loss of meaning, evaluating expression.

Постановка наукової проблеми та її значення. На необхідності вивчення мови в її реальному функціонуванні, а саме через мовну особистість, не раз наголошувалося на сторінках лінгвістичної літератури, і тому пізнання мови пов'язується з виходом за її межі, а саме до людини, наділеної цілою низкою характеристик. Однією з них є вміння орієнтуватися у культурному середовищі, мова якого вивчається. Сучасний етап розвитку міжнародних контактів та міжкультурних зв'язків ще більше підкреслюють правомірність цього твердження та скеровують комуніканта на вивчення культурних мовних традицій. Адже будь-який інформаційний обмін у міжкультурній комунікації майже неможливий без розуміння мінімального культурного змісту, що міститься чи то в словах, чи то в тому, як вони сказані, чи в супутніх невербальних сигналах. Під час процесу рецепції інформація фільтрується іншою культурою відповідно до усталених комунікативних та соціокультурних контекстів, стратегій, шаблонів та значень, через скрупульозне вивчення яких ми наближаємося до розуміння національної спадщини країни, мову якої вивчаємо [1; 4; 6; 7; 19].

Мовні форми та їх функціонування відображають людську взаємодію, поведінку та спосіб мислення. Саме тому стратегічне використання інформації про комунікативно спрямовані орієнтації культур відкриває шлях до ефективної взаємодії, до вміння уникати непорозуміння між комунікантами.

Аналіз останніх досліджень з цієї проблеми. Висловлювання-подяки становлять важливу частку в концепті ввічливості кожної нації. Поняття ввічливості метапрагматичне й визначається у сучасній лінгвістичній парадигмі як невід'ємний компонент таких конвенціоналізованих актів, як подяка, привітання, комплімент та вибачення [10; 12]. Ввічливість регулює взаємовідносини, включаючи і комунікативну поведінку. А. Вежбицька стверджує, що мовленнєві акти та різноманітну мовленнєву поведінку неможливо зрозуміти без посилання на культурні цінності та орієнтації [18]. У сучасній лінгвістиці та суміжних з нею дисциплінах мова розглядається як невід'ємна частина культури людини, що говорить цією мовою, і те, як мова використовується, відображає, з точки зору лінгвістів, різноманітні аспекти культури цієї мовної спільноти [19].

Мета дослідження – проаналізувати та визначити фактори впливу комунікативних і соціокультурних контекстів на вибір мовних форм вираження подяки та їх функціонування в англомовному дискурсі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Вживання висловлень-подяки зумовлюється двома факторами: дотриманням норм ввічливості та почуттям вдячності. Мовці вживають висловлення-подяку під впливом почуття вдячності з метою якомога експресивніше компенсувати завданий слухачеві клопіт, що виразився у виконанні ним певної послуги, доброго вчинку та ін., через словесне визнання та позитивну оцінку. Принцип ввічливості спричиняє вживання висловлення-подяки для підтримання позитивної тональності спілкування [10]. Однак, те, що сприймається ввічливим в Єгипетській та Індійській культурах, вважається неввічливим і навіть образливим у культурах країн Західної Європи. Було доведено, що індивідуалістична орієнтація поняття ввічливості, за теорією Брауна та Левінсона, суперечить культурним мовленнєвим нормам у країнах, що не належать до англо-американської спільноти, де поняття «ввічливості» здебільшого передбачає визначення місця комунікантів у соціальній ієрархії [11].

Прикладом невідповідності соціопрагматичних норм поведінки в суспільстві слугує різна комунікативна поведінка в ситуації висловлення подяки носіями української та англійської мов.

Як в українській так і в англійській культурах подяка, щира чи формальна, як правило, висловлюється у відповідь на послугу, здійснену адресатом мовцю. Англійці у відповідь на подяку промовляють одну з фраз, що формально виражає ввічливу реакцію на подяку (*You're welcome/ I was glad to help you/ It was my pleasure/ No problem/ Sure etc.*) і вважається нормою ввічливої поведінки в даній комунікативній ситуації. В українській мові реактивне *будь ласка*, в аналогічній ситуації, еквівалентне англійському *You're welcome*, найменш прийнятне у відповідь на *Дякую*. Частіше використовуються фрази типу *Та нічого/ Немає за що*. У багатьох випадках достатньо просто посміхнутися або кивнути головою, оскільки вербальна реакція в українській культурі імплікує автоматичне визнання того, що здійснена дія (послуга) заслуговує на подяку, тоді як в основі ввічливої комунікативної поведінки лежить необхідність усіма засобами зменшити свої заслуги [3].

В англійській мові культурні імплікації відмінні і вербальна реакція на подяку може бути інтерпретована так: «Я радий, що зробив вам щось приємне, щось таке, що заслуговує на вашу подяку». При цьому загальна стратегія ввічливої поведінки в ситуації висловлення подяки аналогічна українській – зменшити цінність здійсненої послуги.

Перенесення комунікативної поведінки з однієї культури в іншу призводить до того, що англійці вважають українців дещо грубими і не дуже ввічливими (проте щирими та відкритими) людьми, а українці, що мали нагоду відвідати Великобританію, часто говорять про те, що англійці змушують їх почувати себе зобов'язаними буквально у всьому – за дрібну послугу і навіть за те, що вони просто виконують свої службові обов'язки.

Коли зустрічаються представники різних культур, які не ознайомлені з мовленнєвими нюансами інших країн, може виникнути ситуація неадекватного оцінювання ситуації і, як наслідок, неправильна реакція на репліку чи вчинок-стимул. В одній культурі подяка сприймається як соціальна норма, а в іншій вона недоречна.

Доречність вербальної подяки як платні за ту чи іншу дію, подарунок, послугу визначається типом культури, домінуючими культурними цінностями суспільства, відносинами між його членами. У культурах деяких народів допомагати один одному настільки природно, що дякувати за це просто не прийнято. Мало того, в їх мовах навіть відсутнє слово «дякую» [19]. Серед українців також в багатьох ситуаціях (в сім'ї, при спілкуванні з друзями) допомога один одному вважається цілком природною і не потребує формальної посмішки або вербальної експлікації. А. В. Сергеева зазначає, що «українці не дякують так часто, як європейці, проте якщо ви їм за щось дякуєте, то вони сприймають цю подяку дуже серйозно» [10].

В англійській мовленнєвій поведінці, навпаки, висловлення-подяки займає надзвичайно важливе місце в повсякденному спілкуванні. Це – один із засобів демонстрації взаємної поваги, прояву розуміння оточуючих. В англійській мові є приказка: «It's a good day when your thank you bag is full». Англійці дякують частіше, ніж українці, як у сфері обслуговування, так і в інших сферах і ситуаціях спілкування (на роботі, в сім'ї, в спілкуванні з друзями тощо). Наприклад, приватне листування з другом (відповідь на лист-подяку за обід):

– *Hello T., thanks for your kind words of thanks. We were delighted to do it for you and your husband. Sometime you will meet M. Thanks for your kind words about her. Thanks for inviting us to Kyiv. Firstly I have to meet with our American relatives. Thanks for the Magazines about modern Kyiv. What a change in 12 years! Again thanks, we'll be in touch.*

У цьому короткому листі подяка висловлена 5 разів, при цьому варто зазначити, що це не був лист-подяка, а відповідь на лист-подяку.

Цікавим прикладом даної комунікативної особливості англійців є розмова співробітника телефонної довідкової служби з клієнтом:

A – агент, C – клієнт:

A: XYZ Directories, which name please?

C: Jones.

A: Jones, thank you. Which town please?

C: Cardiff.

A: Cardiff, thank you. Which address please?

C: Number 28, Acacia Avenue.

A: Number 28, Acacia Avenue, thank you. Just searching for you. (Pause).

Sorry to keep you waiting. Thank you. Your number is 0123456789.

C: Thank you.

A: You're welcome.

C: Goodbye.

A: Goodbye.

З точки зору комунікативних норм української мови, подяка у даному діалозі також висловлюється занадто часто і не завжди доречно [3].

Англійці часто дякують без видимої причини. Характерний приклад міститься в п'єсі сучасного англійського драматурга Денніса Портера *Blue Remembered Hills*. Дівчина на ім'я Люсі терпляче спостерігає, як молодий лікар робить їй ін'єкцію в руку:

Lucy: Thank you.

Doctor: Thank you.

Lucy: What for?

Doctor: Courtesy, I suppose. I don't know.

Пацієнтку дивує вдячна репліка лікаря, який зробив їй ін'єкцію, проте йому і самому важко пояснити причину подяки.

Використання формул подяки за відсутності очевидно вираженого об'єкта подяки характерно для сфери обслуговування. Протягом оплати і видачі покупки клієнту продавець може сказати *thank you* більше 6–7 раз. Вдячність клієнта за отримані послуги обов'язково супроводжується у відповідь *Thank you* з боку обслуговуючого персоналу. Проте вона не завжди аналогічна українській фразі *Дякую*, оскільки вживається в ситуаціях, коли клієнт не вчиняв дій, які могли б бути вигідні закладу і заслуговували б на подяку відповідно форм українського мовленнєвого етикету. Наведемо декілька прикладів, які ілюструють такі ситуації:

1) у примірочній кабіні магазину, повертаючи речі, які клієнт вирішив не купувати: *Thank you very much. Thank you.*

2) у магазині:

Відвідувач: I am wondering whether you have bus tickets.

Продавець: In the next shop.

Відвідувач: Thank you.

Продавець: Thank you.

3) у магазині відвідувач просить касира розміняти 1 фунт, щоб скористатися вуличним телефоном:

Відвідувач: Could you change me a pound, please?

Касир: Sure. Here you are.

Відвідувач: Thank you very much.

Касир: Thank you.

4) на ринку:

Продавець: Would you like some apples?

Покупець: No, thank you, I've already bought some.

Продавець: Thank you.

На думку Джоан Рубін, Дебори Танен та багатьох інших мовознавців, у таких ситуаціях Thank you має значення не подяки, а завершення контакту. Очевидно, що має місце десемантизація формули подяки, яка перетворюється у формальний маркер ввічливості, прагматична функція якої – це не подяка, а увага адресату і демонстрація прихильності до нього. *Thank you* в таких ситуаціях виступає як своєрідний комунікативний подарунок [15; 17].

Той факт, що часте вживання мовленнєвих формул подяки призвело до того, що вони певною мірою втратили свою семантику, кількаразово підкреслювався дослідниками. Так, Дел Хаймс зауважував, що британське *thank you* часто функціонує як формальний маркер подяки [12].

Як зазначає Маріон Оуен, виникає враження, що англіїці, самі усвідомлюючи втрату семантичного наповнення формули *thank you* і виказуючи бажання, щоб їх подяка звучала більш щиро (*heartfelt and not routine*), різними способами її посилюють [14]. Експресивність і перебільшення, окрім частотності, – це ще одна особливість, характерна для англійської подяки.

В англійській мові існує велике розмаїття формул, де подяка підсилюється за допомогою різноманітних інтенсифікаторів. Так, окрім *thank you /thanks*, вживається *thank you very much / thank you so much / thank you so very much / thank you ever so much / thank you awfully / thanks a lot / many thanks / a million thanks / thanks a million*, а в листах можна зустріти *Very many thanks*.

Зазначені репліки можуть бути підсилені також такими висловленнями: *I am very (so) appreciative /I really appreciate it/I can't tell you how much I appreciate this /I don't know how I can thank you enough /I have no words to express my gratitude / I can't find words to express my thanks* та ін. В офіційній ситуації спілкування часто вживається *Thank you very much indeed*. А при бажанні підсилити ступінь вдячності до стандартних формул подяки додаються такі висловлення:

I'm so grateful for your help.

I'm much obliged for your cooperation.

I appreciate your efforts very much.

I would be extremely grateful if you would be able to do that for me [8].

Як стверджує Т. Ларіна, важливою особливістю англійської комунікативної поведінки є те, що в міжособистісних контактах, особливо коли комуніканти знайомі один з одним, вони рідко коли обмежуються реплікою з експліцитною подякою. Як правило, вона супроводжується (або навіть замінюється) емоційно-оцінною реплікою. Такою реплікою може бути як оцінка об'єкта подяки, вираження ставлення до нього, так і оцінка партнера по комунікації, його якостей або вчинків. У деяких випадках емоційна оцінка має навіть більше значення, ніж експліцитна подяка, тобто виразити емоційну оцінку інколи навіть важливіше, ніж сказати «Дякую» [8].

Так, у відповідь на запрошення на обід можна пропустити формулу експліцитної подяки й обмежитися висловленням емоційного ставлення до факту запрошення: *Great / That would be great / That would be lovely / That sounds great / I'd love to / I'd be delighted to come* тощо. В цій ситуації відповідь, яка складається лише з однієї репліки-подяки, вважається недостатньою. Як правило, вона супроводжується емоційно-оцінною реплікою: *It would be great. Thanks. / That sounds great. Thanks for asking. / I'd love to. Thank you very much.*

При висловленні подяки за подарунок частотність вживання емоційно-оцінних реплік та їх експресивність меншою мірою залежать від його ціни, ніж в українській комунікації: *Great /That's great /Brilliant /Excellent /It's lovely /That's so nice / That's a very thoughtful gift* (і це все подяка за невеличкий сувенір) та інше [8].

Формули подяки часто підсилюються оцінними репліками на адресу слухача, а також компліментами, які у більшості випадків містять пряму оцінку якостей співрозмовника: *Thank you very much. You're so kind /supportive /helpful /thoughtful /hospitable /considerate /generous. You've been most helpful and supportive. You're being extremely kind. It's so nice / kind of you. It's most kind of you. That's terribly kind.*

В англійській комунікації спостерігається тенденція підсилювати подяку за допомогою використання одночасно декількох реплік з різноманітними інтенсифікаторами:

Подяка за візит: – *I want to thank you both very much indeed for coming to say goodbye. It's so nice of you. I really do appreciate that.*

Подяка за обід: – *That was great. Thank you very much for a lovely dinner. The food was gorgeous and I really enjoyed the afternoon.*

Подяка за надану допомогу: – *That'sfantastic. You're great. Thank you so much. I really appreciate it.*

Подяка за подарунок: – *That's simply gorgeous. Thank you very much. That's the most amazing present ever. I really love it.*

Висловлюючи подяку англійські комуніканти враховують інтереси партнера, що є характерною особливістю їх комунікативної поведінки. Проявом такої стратегії, на думку Т. Ларіної, є часте вживання в ситуаціях подяки за предмет репліки, семантичне значення якої можна визначити як «ввічливий докір», коли комуніканти у м'якій формі «дорікає» партнеру за зайві витрати і знаки уваги. Найбільш стандартними формулами є такі висловлення: *You shouldn't have/ This is too much / Thank you so much for all the wonderful presents. You should not have gone to that much expense* [8].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Враховуючи вищевикладене, можна дійти висновку, в англійській мовленнєвій комунікації подяка – це експресивне, багатослівне висловлення, яке часто доповнюється (або замінюється) оцінними висловленнями. Стандартне англійське Thank you в більшості

випадків десемантизоване й виступає формальним маркером ввічливості, а його прагматичне значення полягає у підтриманні гармонії між співрозмовниками. В англійській мовленнєвій культурі подяка – це не лише вираження вдячності співрозмовнику у відповідь на його дію, а й знак уваги до нього, знак висловлення прихильності та поваги. Оскільки подяка, зазвичай, передає позитивні емоції, її вираження мовними засобами супроводжується такими невербальними компонентами, як емоції, міміка обличчя та рухи тіла, детальне вивчення і опис яких буде предметом наших подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Богомил Н. Н. Речевые акты и культура речевого общения / Н. Н. Богомил // Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення міжособової та міжкультурної комунікації : Міжвуз. зб. наук. праць. – Харків : Константа, 2006. – С. 20–21.
2. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – [3-е изд.]. – М. : КомКнига, 2005 – 176 с.
3. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / Т. Б. Гриценко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
4. Киушкина О. М. Речевая коммуникация, культура и изучение иностранного языка / О. М. Киушкина // Информативная динамика текста в коммуникации : сб. науч. трудов. – Морд. госуд. ун-т им. Н.П. Огарева. : Саранск, 1999 – С. 52 – 54.
5. Морозова І.І. Комунікативні стратегії ввічливості у стереотипній поведінці вікторіанської жінки дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. «Германські мови» / І.І. Морозова. – Харків, 2008.
6. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009 – 224 с.
7. Фурманова В. П., Латеган Э. А. Специфика и место ритуала в иноязычном общении / В. П. Фурманова, Э. А. Латеган // Информативная динамика текста в коммуникации : сб. науч. трудов. – Саранск : Морд. госуд. ун-т им. Н.П. Огарева, 1999 – с. 111–114.
8. Ларина Т. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации : на материале английской и русской коммуникативных культур : автореф. дис. на соиск. учен. степени докт. філол. наук : спец. 10.02.20. «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Т. Ларина. – Москва, 2003.
9. Сергеева А. В. Стереотипы поведения, традиции, ментальность. / А. В. Сергеева. – М. : Флинта, Наука, 2004. – 319 с.
10. Чарікова І. В. Варіативність інтонаційної моделі висловлення-подяки у мовленнєвій комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. «Германські мови» / І. В. Чарікова. – Чернівці, 2007. – С. 5.
11. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Usage. / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 355 p.
12. Hymes D. Sociolinguistics and the ethnography of speaking / Hymes D. H., E. Arde-ner. (ed.) // Social anthropology and language. – L. : Tavistock Publications, 1971. – P. 47–95.
13. Kasper G. Politeness : Handbook of Pragmatics. / G. Kasper. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1996. – P. 1–14.
14. Owen M. Apologies and Remedial Interchanges: A study of Language Use in Social Interaction / M. Owen. – Berlin ; N. Y.; Amsterdam : Mouton Publishers, 1983.
15. Rubin J. How to tell when someone is saying «No» Revisted / J. Rubin, W. Nessa, J. Elliot (eds) // Sociolinguistics and Language Acquisition. – Rowley; L.; Tokio : News-bury House, 1983. – P. 10–17.
16. Scollon R. Face in Interethnic Communication : Language and Communication / R. Scollon, S. B. Scollon. – ed. by Richards J. C. & Schmidt R. W. – L., N.-Y. : Longman, 1990. – P. 156–188.
17. Tannen D. Conversational style: analyzing talk among friends. / D. Tannen. – Norwood (NJ) : Ablex Publishing Corporation, 1984.
18. Wierzbicka A. English: Meaning and Culture. / A. Wierzbicka. – N. Y. : Oxford University Press, 2006. – 363 p.
19. Wierzbicka A. Cross-cultural Pragmatics : The Semantics of Human Interaction / A. Wierzbicka. – Berlin : Mouton de Gruyter, 1991. – P. 26.