

Отримано: 15 березня 2018 р.

Прорецензовано: 19 березня 2018 р.

Прийнято до друку: 20 березня 2018 р.

e-mail: natalia.vlad777@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2018-1(69)/2-14-18

Матушевська Н. В. Тактика пропозиції у комунікативній ситуації спокуса (на матеріалі англомовного кінодискурсу). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 1(69), ч. 2, березень. С. 14–18.

УДК 811.111:81'42

Матушевська Наталя Володимирівна,
Житомирський державний університет ім. Івана Франка, м. Житомир

ТАКТИКА ПРОПОЗИЦІЇ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ СПОКУСА (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО КІНОДИСКУРСУ)

Стаття присвячена аналізу використання тактики пропозиції у кооперативній діалогічній взаємодії англомовного кінодискурсу. Досліджуються особливості актуалізації пропозиції, спрямованої на спонукання адресата піддатися спокусі. Наведено основні вербальні маркери реалізації зазначеної тактики.

Ключові слова: пропозиція, мовленнєвий акт, тактика, мовленнєвий вплив, кооперація, спокуса, кінодискурс.

Матушевская Наталья Владимировна,
Житомирский государственный университет им. Ивана Франко, г. Житомир

ТАКТИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ В КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ СОБЛАЗН (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КІНОДИСКУРСА)

Статья посвящена анализу использования тактики предложения в кооперативном диалогическом взаимодействии англоязычного кинодискурса. Исследуются особенности актуализации предложения, направленного на побуждение адресата поддаться соблазну. Приведены основные вербальные маркеры реализации указанной тактики.

Ключевые слова: предложение, речевой акт, тактика, речевое воздействие, кооперація, соблазн, кинодискурс.

Natalia Matushevskaya,
Zhytomyr Ivan Franko State University, Zhytomyr

TACTICS OF SUGGESTION IN THE COMMUNICATIVE SITUATION OF TEMPTATION (BASED ON THE ENGLISH-LANGUAGE CINEMA DISCOURSE)

The range of communicative tactics through which the verbal influence of temptation takes place is quite broad. Their usage is determined by the communicants' needs, the speaker's desire to form their positive image, and the adherence to the cooperative principles of interaction. Among the set of tactics used to tempt the listener suggestion is one of the dominant which makes it necessary to analyze its components and means. The purpose of the study is to identify how the tactics of suggestion is implemented in the communicative situation of TEMPTATION on the material of the English-language film discourse. The goal provides the solution of the following tasks: to characterize the tactics of suggestion and to consider its verbal parameters. Suggesting a partner one or more alternative solutions to the situation, the possibility of choosing something different, offering a better option for the communicant are considered to be the variants of the tactics of suggestion. The speaker doesn't put pressure on the partner giving them the choice to accept the offer or reject it which is an important feature of the tactics analyzed.

Key words: suggestion, speech act, tactics, speech influence, cooperation, temptation, film discourse.

Постановка проблеми. Діапазон комунікативних тактик, за допомогою яких відбувається мовленнєвий вплив спокуси, досить широкий. Їх імплементація обумовлена урахуванням потреб комунікантів, формуванням позитивного образу мовця, а також дотриманням принципів кооперативної взаємодії. Серед комплексу тактик, що використовуються з метою спокусити комуніканта, однією з домінуючих є тактика пропозиції. Виділяють мовленнєвий акт пропозиції [7, с. 170-172; 2, с. 67; 11, с. 168-175; 13, с. 103-104; 12, с. 152-153; 10, с. 319], тактику пропозиції [6, с. 109; 5, с. 67-70; 1, с. 67], тактику унікальних пропозицій [4, с. 13-14], тактику пропозиції та поради [9, с. 16], респонсивну тактику пропозиції [8, с. 215].

Мета дослідження полягає у виявленні специфіки актуалізації тактики пропозиції під час реалізації комунікативної ситуації СПОКУСА на матеріалі англомовного кінодискурсу. Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**: охарактеризувати тактику пропозиції та розглянути її вербальне втілення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тактику пропозиції розуміють як адресування партнеру одного або декількох альтернативних рішень розв'язання ситуації, можливість вибору вчинити по-іншому [6, с. 109], пропонування кращого для комуніканта варіанту дій. Важливою рисою тактики пропозиції є те, що продуцент не чинить тиску на партнера [5, с. 68], дає йому можливість погодитися із пропозицією або відхилити її. Пропозиція відноситься до стадії прийняття рішень, є різновидом аргументативної комунікації, має кооперативний характер [5, с. 67] та реалізується як у прямій, так і у непрямій формах [1, с. 68].

Пропозиція орієнтована на спонукання реципієнта зробити або навпаки не робити певний вчинок та включає випадки, коли мовець пропонує реципієнту послугу, яка за його переконанням повинна покращити ситуацію адресата та перебуває у полі вподобань бенефіціанта.

У межах дослідження тактику пропозиції визначаємо як наявність одного або декількох альтернативних варіантів дій, які реалізуються мовцем на користь адресата або пропонуються пацієнту для виконання, з метою допомоги обрати найбільш вдалий для респондента план розв'язання проблеми. Тактика актуалізується у векторі кооперативного впливу, має рекомендаційний характер, експліцитну та імпліцитну форми вираження, надає пацієнту свободу у винесенні вердикту:

розглянути пропозицію, погодитися із нею або відкинути її [3, с. 24-29]. Тактика ввічливо спонукає реципієнта слідувати пропозиції, викликаючи прихильність до адресанта.

Тактику пропозиції поділяємо на власне пропонування та особисте пропонування, класифікуючи її за параметром виконавця пропозиції. Власне пропозиція розглядається як повідомлення агенсом своєї комунікативної інтенції адресату для того, щоб спонукати останнього зробити певні дії або стимулювати до спільного виконання конкретних вчинків. Наведемо приклад спокуси із залученням **власне пропонування**:

Arthur: *Oh, uh, cigarette?*

Marshall: *No, no, thank you.*

Arthur: *That's too bad. You know what I miss, Jeffrey? Getting to know somebody over a smoke. People are so interchangeable now, but you share a butt with somebody, you got a real bond.*

Marshall: *You know what? I will, I will take one.*

(«How I Met Your Mother» Season 05, Episode 11, 2009; 00: 06:17)

Пацієнт пропонує агенсу закурити (*Oh, uh, cigarette?*), на що реципієнт реагує категоричною відмовою (*No, no, thank you.*). Спокусник висловлює своє розчарування (*That's too bad*), вдається до транспонованого запитання та використовує звертання до співрозмовника (*You know what I miss, Jeffrey?*), мета продуцента спокуси полягає у приверненні уваги партнера. Артур самостійно відповідає на поставлене запитання, вказуючи на можливість встановлення між ними хороших стосунків за допомогою цигарки (*You know what I miss, Jeffrey? Getting to know somebody over a smoke. People are so interchangeable now, but you share a butt with somebody, you got a real bond.*), перспектива зближення з адресантом впливає на партнера як сильний атрактор і змушує реципієнта переосмислити пропозицію (*You know what? I will, I will take one*), зрештою адресат дає впевнену згоду.

Особиста пропозиція відрізняється від власне пропозиції тим, що виконавцем послуги, яка надається реципієнту, виступає адресант. Згідно обох сценаріїв адресант займає активну, ініціуювальну позицію, що має кооперативний характер та координується із реалізацією м'якого мовленнєвого впливу на адресата. Проілюструємо приклад **особистого пропонування**:

Kevin: *Guys, I'm so sorry I said anything.*

Lily: *Yeah, you think some lame apology will fix that?*

Kevin: *What if I just paint the rest of the room by myself?*

Guys: *Apology accepted.*

(«How I Met Your Mother» Season 07, Episode 06, 2011; 00:13:00)

Продуцент спокуси Кевін після невдалої спроби виправити ситуацію за допомогою тактики вибачення використовує у своєму арсеналі тактику пропозиції, яка націлена на потреби та інтереси адресатів. Спокусник пропонує виконати особисто послугу для реципієнтів, залишаючи їм можливість добровільно зробити свій вибір (*What if I just paint the rest of the room by myself?*). Активована тактика була позитивно прийнята респондентами (*Apology accepted*), спокуснику вдалося досягти свого наміру.

Розглянемо форми вираження тактики пропозиції. У зазначеному прикладі пропозиція актуалізується **експліцитно**:

Zoey: *I tell you what, you get this one bottle, I'll get the next three.*

Ted: *Tell you what, no dice.*

Zoey: *A date with my hot cousin?*

Ted: *I'll get the ketchup.*

(«How I Met Your Mother» Season 06, Episode 15, 2010; 00:01:25)

Характерною рисою комунікативної ситуації СПОКУСА є першочергове відхилення бенефіціантом пропозиції продуцента. Реципієнт не погоджується піти цього разу купити кетчуп в обмін на те, що у наступних трьох випадках це зробить адресант (*Tell you what, no dice*). Агенс відкрито демонструє свою інтенцію, покладаючись на бажання співрозмовника (*A date with my hot cousin?*), втіленого у мовленнєвому акті прямого квеситиву. Пропозиція продуцента чітка і зрозуміла для адресата, швидко збуджує його зацікавлення та ілюструє в уяві пацієнса майбутню перспективу і задоволення від її втілення. Реципієнт схвально реагує на пропозицію адресанта, що підтверджує успішність спокуси.

Проаналізуємо приклад **імпліцитного** вираження пропозиції, що вводиться питальним реченням **Why don't you...?:**

Michael: *Why don't you just take my place on the trip?*

Jason: *Wow, I'm speechless, but I wouldn't even consider it... unless it's okay with Sheila.*

Sheila: *Sure.* («Cruel Intentions» Part 3, 2004; 00:37:17)

Спокусник застосовує прихований спосіб висловлення можливої альтернативи розвитку ситуації, що реалізується у непрямому мовленнєвому акті квеситиву (*Why don't you just take my place on the trip?*), який сприяє досягненню кінцевої цілі спокусника.

Продемонструємо **поєднання пропозиції і поради**, втіленої модальними дієсловами (*We/you should ...*) в комунікативній ситуації СПОКУСА:

Gram: *I think we should go into town.*

Amanda: *What do you mean?*

Gram: *I think you should get dressed. We should take a drive, get some lunch and get to know each other.*

Amanda: *So you're a book editor.* («The Holiday», 2011; 01:04:50)

Адресант використовує тактику пропозиції (*I think we should go into town*), модальні дієслова *should / ought to* вживаються на позначення поради та пропозиції. Остання виражається у м'якій формі, продуцент прагне обмежити свою власну думку. Англійській мові властиве використання одиниць суб'єктивної модальності на позначення поради (*I think, I suppose* та ін.), що пом'якшує її іллокутивну силу, інтенсифікує суб'єктивність і вказує на необов'язковість її дотримання. Зменшення спонукальної конотації у подібних реченнях призводить до того, що вони сприймаються як суб'єктивна точка зору комуніканта, а не як спонукання. Респондент не дає одразу схвальної відповіді, а реагує уточненням, вираженим у запитанні (*What do you mean?*). Продуцент вдруге застосовує тактику поради та пропозиції, окреслюючи своє бачення проведення часу

разом (*I think you should get dressed. We should take a drive, get some lunch and get to know each other*). Завдяки використанню займенників *you, we* скорочується комунікативна дистанція між партнерами і створюється ілюзія уваги, турботи адресанта про реципієнта. Це викликає у адресата позитивні емоції, не залишає його байдужим до поради і пропозиції агенса, а головне мобілізує його підсвідомість на позитивний фінальний результат, що підтверджується реплікою реципієнта у формі непрямої згоди (*So you're a book editor*).

Тактика пропозиції виражена **розповідними складнопідрядними реченнями** з підрядними умови:

Tony: *Guy I went to private school with wants a new house built. Job's yours if you want it.*

Ted: *Tony, look, I don't need your help.*

Tony: *Here's what he's offering you.*

Ted: *That is a big, fat check.*

(«*How I Met Your Mother*» Season 04, Episode 23, 2008; 00:07:30)

Спокусник апелює до тактики пропозиції (*Job's yours if you want it.*), представленої розповідним складнопідрядним умовним реченням, реалізованим у мовленнєвому акті констативі. Невід'ємною характеристикою поведінки агенса є повага до співрозмовника. Дотримання правил ввічливості, такту, кооперації проявляється у тому, що адресант спрямований догодити партнеру і надає йому право обирати. Використання пропозиції у ненав'язливій формі (*if you want it*) підкреслює авторитетне розташування до реципієнта та виступає індикатором рекомендаційного, а не наполегливого характеру. Адресант тактовно відмовляє бенефактору (*Tony, look, I don't need your help*), що обумовлено відсутністю бажання користуватись його допомогою. Продюцент продовжує діяти у обраному напрямку і вдруге активує тактику пропозиції (*Here's what he's offering you*), втілену у складнопідрядному з'ясувальному реченні, актуалізованого перформативом. Ефективність обраної тактики виявляється у непрямому прийнятті респондентом позиції адресанта (*That is a big, fat check*).

Тактика пропозиції реалізується інклюзивною формою **Let's ...**, що використовується з метою заохочення до майбутньої спільної діяльності і позначає різноманіття варіантів колективних кооперативних дій:

Woman: *Let's all go back to my place.*

Barney: *Your place? Thanks but no thanks, 1994 Courtney Love.*

Woman: *I have a hot tub.*

Barney: *Okay, this is actually pretty nice.*

(«*How I Met Your Mother*» Season 03, Episode 01, 2007; 00:09:20)

Бенефактор звертається до тактики пропозиції (*Let's all go back to my place*), втіленої у простому розповідному реченні із конотацією спонукання до виконання дії. Агенс запрошує адресата до себе додому, що декодується як його налаштування на спільну діяльність, яка характеризується кооперативним сценарієм розвитку відносин з наміром налагодження довірливих, дружніх стосунків. Після одержання ввічливого відхилення пропозиції (*Your place? Thanks but no thanks, 1994 Courtney Love*) адресант наголошує на перевагах своєї квартири (*I have a hot tub*), що формує позитивне ставлення реципієнта до пропозиції агенса (*Okay, this is actually pretty nice*).

Тактика пропозиції втілена **перформативним дієсловом to offer**:

Lary: *I came up here to offer you a new job. How 'bout vice president? Hundred twenty-five to start.*

Clip: *Really?*

Lary: *Yeah. Really.*

Clip: *Oh, I get it. Oh, I get it. («Mr. Destiny», 1990; 01:01:45)*

Спокуса продукується адресантом апеляцією до тактики пропозиції (*I came up here to offer you a new job. How 'bout vice president? Hundred twenty-five to start*). Відкритість пропозиції демонструється перформативним дієсловом (*to offer*), акцентується увага на особі пацієнта завдяки апеляції до займенника (*you*), унікальність пропозиції представлена оголошенням посади (*vice president*) та високої зарплати (*Hundred twenty-five to start*), що репрезентує бажання продуцента посприяти бенефіціанту.

Тактика пропозиції актуалізована **директивним мовленнєвим актом do smth...**:

Marshall: *Take my number and run in my place. I will bet you 50 bucks you don't even finish the race.*

Barney: *50 bucks? Gee, if I win, maybe I can buy myself an ice-cream cone. Make it \$10,000.*

Marshall: *You have a gambling problem. You'll bet me 50.*

Barney: *Fine, then no bet. Okay, \$50.*

(«*How I Met Your Mother*» Season 02, Episode 15, 2006; 00:04:10)

Адресант активує тактику пропозиції, виражену директивом, спонукаючи реципієнта до виконання конкретних дій (*Take my number and run in my place*), яка поєднується із обіцянкою грошової винагороди навіть за умови поразки (*I will bet you 50 bucks you don't even finish the race*), що обумовлено необхідністю стимулювати у пацієнта бажання та готовність до реалізації необхідної діяльності. Бенефіціант погоджується прийняти участь у змаганні із бігу замість продуцента (*Fine, then no bet. Okay, \$50*), отже спокусник реалізував свою мету.

Тактика пропозиції виражена **твердженням і запитанням**:

George: *That's kinda quick. We've lived here 18 years. I don't know if we can get every...*

Realtor: *Mr. Habib is willing to pay big money, a generous bonus... for whatever inconvenience moving too quickly may cause you, George.*

George: *How generous?*

Habib: *\$15,000 be generous enough?*

George: *Oh, yeah. («Father of the Bride» Part II, 1995; 00:21:50)*

Бенефактор у імпліцитній формі відмовляє адресанту (*That's kinda quick. We've lived here 18 years. I don't know if we can get every...*). Реплор залучає тактику пропозиції (*Mr. Habib is willing to pay big money, a generous bonus... for whatever inconvenience moving too quickly may cause you, George*), зазначаючи, що його клієнт готовий платити великі гроші за незручність покинути будинок у короткий час, що фіксується у мовленні відповідними лексичними маркерами (*big money*,

a generous bonus). Запропонована компенсація зацікавила реципієнта, що відображено у його реактивній репліці (*How generous?*). Продюцент спокуси використовує тактику пропозиції, втіленої у мовленнєвому акті квеситиву (*\$15,000 be generous enough?*), яка отримує схвалення з боку бенефіціанта, спричиненого задоволенням адресата сумою відшкодування (*Oh, yeah*).

Зазначимо, що продуктивним способом позначення пропозиції у сучасній англійській мові виступають запитання, які мають пряму та опосередковану форми вираження. Адресату надається пріоритетна позиція, оскільки він виступає відповідальною особою за прийняття рішення.

Тактика пропозиції реалізована *загальними запитаннями Do you want ...? Would you ...?*, за допомогою яких відбувається запит інформації про бажання адресата:

Robin: *Hey, guys. Do you want to take two hot girls to prom?*

Guy 1: *We don't have that kind of money.*

Robin: *For free.*

Guy 1: *Oh, yeah!*

Guy 2: *Sure.*

(«How I Met Your Mother» Season 01, Episode 20, 2005; 00:09:50)

Адресант встановлює контакт із партнерами у вигляді привітання (*Hey, guys*), що супроводжується апеляцією до тактики пропозиції у вигляді мовленнєвого акту квеситиву (*Do you want to take two hot girls to prom?*). Використання лексичних маркерів (*two hot girls to prom*) націлено на потреби та бажання реципієнтів, перед якими їм важко встояти. Адресат відповідає завуальованою відмовою, що пояснюється браком грошей (*We don't have that kind of money*). Агенс повідомляє нову інформацію, яка суттєво змінює ситуацію (*For free*), що призводить до миттєвої згоди обох бенефіціантів (*Oh, yeah!, Sure*).

Тактика пропозиції втілена у *загальному запитанні Can you ...?*, що є запитом щодо можливостей адресата:

Sebasitan: *Can you join me for a swim? It is ten o'clock, but we are reasonably young.*

Annet: *Your proposal's only mildly insulting, so I'll consider it. Give me a minute.* («Cruel Intentions», 1999; 00:27:07)

Продюцент спокуси використовує тактику пропозиції (*Can you join me for a swim?*), що доповнюється констатацією факту (*It is ten o'clock*) та аргументацією (*but we are reasonably young*), яка виправдовує запрошення. Реципієнт погоджується скласти компанію адресанту (*Your proposal's only mildly insulting, so I'll consider it. Give me a minute*).

Тактика пропозиції виражена *спеціальним запитанням:*

Man: *All right, Eriksen, I've got some good news. On Monday, Bilson and I are going to talk to Montague in HR. When you graduate, we want you working with us. What do you say?*

Marshall: *Yes!*

(«How I Met Your Mother» Season 01, Episode 17, 2005; 00:16:48)

Агенс привертає увагу пацієнта (*All right, Eriksen*), створює дружню атмосферу, сприятливу для розвитку подальшого діалогу. Продюцент спокуси хоче поділитися із співрозмовником хорошими новинами (*I've got some good news*), що активізує зростання рівня інтересу реципієнта завдяки вживанню лексичних одиниць із позитивно-оцінним значенням (*good news*), і окреслює свої плани на понеділок (*On Monday, Bilson and I are going to talk to Montague in HR*). Адресант звертається до тактики пропозиції, продемонстрованої складнопідрядним умовним реченням у формі перформативу (*When you graduate, we want you working with us*), та інформує реципієнта щодо своїх намірів стосовно нього, що акомпануються із мовленнєвим актом квеситивом (*What do you say?*). Спокусник апелює до питальної форми для узгодження із адресатом свого бажання з метою дізнатися його думку, що відбувається із дотриманням норм кооперативного спілкування. Бенефіціант погоджується працювати із агенсом (*Yes!*), що підтверджує правильно організований спокусником вплив на реципієнта.

Тактика пропозиції актуалізована *умовним запитанням у формі What if I ...?*

Lily: *I cannot give up my bedroom to a boot thief. She should be punished, not rewarded.*

Ted: *What if I reimburse you for the boots, full retail?*

Lily: *Please enjoy our bedroom.*

(«How I Met Your Mother» Season 03, Episode 03, 2007; 00:13:25)

Адресат не готовий допомогти бенефактору (*I cannot give up my bedroom to a boot thief*), що супроводжується обгрунтуванням власної позиції (*She should be punished, not rewarded*). Продюцент спокуси обізнаний із перевагами партнера, які використовує для трансформації її емоційного настрою. Тед активує тактику пропозиції із умовою, яка накладає зобов'язання на агенса, і повідомляє про свою готовність відшкодувати повну вартість черевик (*What if I reimburse you for the boots, full retail?*), що позитивно сприймається Лілі (*Please enjoy our bedroom*).

Тактика пропозиції функціонує у вигляді *еліптичного запитання:*

Sasha: *I think I've told you everything.*

Emmi: *Yeah, I know you're forgetting something. One extra credit on your diagram, want or not?*

Sasha: *I do I want it. Well there was...* («Bad Teacher», 2011; 00:50:05)

Бенефіціант не має наміру повідомляти більше інформації співрозмовнику (*I think I've told you everything*). Адресант, резюмуючи відповідь комуніканта, користується своїм становищем і висуває вигідну для реципієнта пропозицію (*One extra credit on your diagram*), що сприяє зменшенню напруги і покращенню атмосфери між співрозмовниками, доповнену еліптичним питанням (*want or not?*), яке можна трансформувати у повне речення (*Do you want it or not?*). Обраний атрактор досягає мети спокусника, що продемонстровано у респонсивній репліці пацієнта (*I do I want it. Well there was...*).

Висновки. Проведена розвідка дозволяє стверджувати, що тактика пропозиції становить великий пласт від загальної кількості прикладів актуалізації ситуації спокуси. Тактика перебуває у полі кооперативних відносин і має експліцитну та імпліцитну форми реалізації. Аналіз лексичних маркерів вираження пропозиції доводить ефективність впливу адресанта на реципієнта, що має намір спонукати пацієнта до прийняття позиції продуцента спокуси.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі тактики заклик до дії у комунікативній ситуації СПОКУСА.

Література:

1. Анохина В. С. Стратегии тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье) / В. С. Анохина // Вестник Ставропольского государственного университета №56, 2008. – С. 64-71.
2. Бондарева Н. О. Висловлювання-поради у системі директивних мовленнєвих актів / Н. О. Бондарева // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика. – 2004. – Вип. 9. – С. 65-70.
3. Борисенко Н. Д. Висловлення згоди та відмови в дискурсі британської драми : комунікативно-прагматичний аспект / Н. Д. Борисенко // Мовні і концептуальні картини світу / за ред. А. Д. Белової. – Київ : ВПЦ “Київський університет”, 2015. – Вип. 55. – Частина 2. – С. 24-29 – 434 с.
4. Броженко С. В. Стратегии и тактики речевого воздействия в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов банковских услуг) / С. В. Броженко // Вестн. Челябинск. гос. ун-та Серия : Филология. Искусствоведение, вып. 50, №3 (218), 2011. – С. 11–15.
5. Григорьева В. С. «Предложение» как одна из речевых тактик аргументативного дискурса / В. С. Григорьева // Вестник ТГУ, выпуск 10 (54), 2007. – С. 67-70.
6. Кріпак Ю. В. Функціонування сфабриковано-кооперативної мовленнєвої агресії в сучасному англomовному діалогічному дискурсі / Ю. В. Кріпак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. – 2014. – Вип. 13. – С. 109-112.
7. Курган К. Н. Прагмалінгвістическіе особенности речевого акта предложения / К. Н. Курган // Традиции и инновации в исследовании и преподавании языков : материалы Республиканского науч.-практ. семинара, Минск, 26 окт. 2012 г. / Белорус. гос. ун-т; под ред. О. И. Уланович. – Минск : Изд. центр БГУ, 2013. – С. 170-173.
8. Лук'янець М. Г. Класифікація респонсивних стратегій і тактик (на матеріалі англomовного діалогічного дискурсу) / М. Г. Лук'янець // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. – 2015. – Вип. 30. – С. 213-218.
9. Томашук Ю. О. Дискурсивно-прагматичні характеристики англomовного Інтернет-інтерв'ю (на матеріалі Інтернет-журналів для підлітків «gUrl», «Seventeen», «Teen Vogue») [Текст] : автореферат ... канд. філол. наук, спец. : 10.02.04 – германські мови / Томашук Ю. О. – Львів : Львівський нац. ун-т ім. І. Франка, 2017. – 20 с.
10. Banerjee J. Tuck in Your Shirt, You Squid : Suggestions in ESL / J. Banerjee, P. Carrell // Language Learning, 38(3), 1988. – P. 313-364.
11. Martinez-Flor A. A Theoretical Review of the Speech Act of Suggesting : Towards a Taxonomy for its Use in FLT / A. Martinez-Flor // Revista Alicantina de Estudios Ingleses 18, 2005. – P. 167-187.
12. Pishghadam R. Delving into Speech Act of Suggestion : A Case of Iranian EFL Learners / R. Pishghadam & M. Sharafadini // International Journal of Business and Social Science, 2(16), 2011. – P. 152-160.
13. Tongqing G. A Corpus-Based Study on the Performance of the Suggestion Speech Act by Chinese EFL Learners / G. Tongqing // Published by Canadian Center of Science and Education. International Journal of English Linguistics, Vol. 4, №. 1, 2014. – P. 103-111.