

УМОВЛЯННЯ ТА ПРОХАННЯ ЯК КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ЗБЕРЕЖЕННЯ СЕКРЕТІВ У АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ПЕРСОНАЖНОМУ МОВЛЕННІ

Грігорян А. І.

аспірант кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, Одеса, Україна

orcid.org/0000-0003-0346-8912

grigorian.anna.06@gmail.com

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, секрет, умовляння, прохання, художній дискурс.

Пропоновану розвідку присвячено дослідженню тактик умовляння та прохання як таких, що допомагають мовцю зберігати секрет. За останні роки лише поодинокі розвідки були присвячені прагматичним та лінгвальним особливостям обговорення секретів. Наявні дослідження обговорень комунікантами власних та чужих секретів здійснено переважно у площині соціолінгвістики. Лінгвістичний бік вербалізації секретів залишається недослідженим. Так само відсутні розвідки прагматичного аспекту обговорення секретів. З огляду на ці наявні лакуни, актуальною видається пропонована розвідка, присвячена стратегічному аспекту комунікації секретів. Метою розвідки є опис умовляння та прохання як комунікативних тактик збереження секретів у художньому спілкуванні. Умовляння розглядаємо як процес, у якому адресант намагається переконати адресата змінити своє ставлення щодо того чи іншого питання або поведінку щодо певної проблеми. Прохання, своєю чергою, визначаємо як ввічливе звертання до співрозмовника з метою домогтися того, щоб адресат виконав певну дію. У результаті дослідження ми виявили, що з погляду прагматики тактики вмовляння та прохання відрізняються між собою, адже вмовляння реалізується через засоби маніпуляції та психологічний тиск, а прохання – через стратегії мітигації, пом'якшення, конвенційні стратегії, максими ввічливості та такту. Відповідно, лексичні, граматичні та стилістичні засоби реалізації даних тактик суттєво різняться. Для вмовляння характерні використання підсилювальних часток, лексичних повторів, еліптичних речень, розщеплених речень, риторичних запитань, відокремлень. Для прохання характерні такі засоби: прислівник *please*, модусні оператори *just* та *possibly*, евфемізми, максимальні деінтенсифікатори (*at all*, *a bit*), конструкції умовного типу, розділові питання, модальні конструкції тощо. Таким чином, умовляння містить елементи психологічного тиску на співрозмовника, тому засоби вираження є більш експресивними та інтенсифікованими. А прохання реалізується через такі засоби, які спрямовані на пом'якшення прохання та зниження категоричності, адже мовець бажає бути ввічливим та не завдати ризику власному «обличчю». Перспективою дослідження є розширення практичного матеріалу, а також дослідження тактик поради та застереження, які використовуються для збереження секретів.

PERSUASION AND REQUEST AS COMMUNICATIVE TACTICS FOR KEEPING SECRETS IN ENGLISH FICTIONAL DISCOURSE

Grigorian A. I.

*Postgraduate Student at the Department of Theoretical and Applied Phonetics
of the English Language*

Odesa I.I. Mechnikov National University

Frantsuz'ky Blvd, 24/26, Odesa, Ukraine

orcid.org/0000-0003-0346-8912

grigorian.anna.06@gmail.com

Key words: *communicative strategy, communicative tactic, secret, persuasion, request, fictional discourse.*

This research is dedicated to the study of the tactics of persuasion and request as those that help the speaker preserve a secret. In recent years, only a few studies have been devoted to the pragmatic and linguistic features of discussing secrets. The existing research on how people discuss their own and other people's secrets has been carried out mainly in the field of sociolinguistics. The linguistic side of the verbalisation of secrets remains understudied. Similarly, there are no studies of the pragmatic aspect of discussing secrets. Considering these existing lacunas, the present research on the pragmatic aspect of communicating secrets seems relevant. The purpose of the study is to describe persuasion and request as communicative tactics for keeping secrets in fictional discourse. Persuasion is defined as a process in which the speaker tries to persuade the addressee to change his or her attitude towards a particular issue or change his or her behaviour in relation to a particular problem. A request, in contrast, is seen as a polite appeal to the interlocutor to get the addressee to perform a certain action. As a result of the study, we have discovered that in terms of pragmatics, the tactics of persuasion and request differ from each other, as persuasion is performed through manipulation and psychological pressure, while the request is realised through the strategies of mitigation, softening, conventional strategies, and politeness. Correspondingly, the lexical, grammatical, and stylistic means of implementing these tactics differ significantly. Persuasion is characterised by the use of intensifying particles, lexical repetition, elliptical sentences, cleft sentences, rhetorical questions, and detachments. Requests are characterised by the following means: the adverb "please", modal adverbs 'just' and "possibly", euphemisms, deintensifiers/downtoners (at all, a bit), conditionals, tag questions, modal constructions, etc. Thus, persuasion contains elements of psychological pressure on the interlocutor, so the language means are more expressive and intense. The request is implemented through means that are aimed at softening the request and reducing its categorical nature because the speaker wishes to be polite and not put his or her own image at risk. The perspective of the research is to expand the practical material, as well as to study the tactics of advice and warning used to preserve secrets.

Постановка проблеми. Обговоренню комунікантами власних та чужих секретів присвячено чимало соціолінгвістичних праць, у яких йдеться про вплив секретності на міжособистісні стосунки та про причинно-наслідкові зв'язки приховування; про психо-емоційне навантаження, яке відчуває людина під час зберігання та розкриття секретів [Kelly, Klusas, von Weiss, & Kenny, 2001; Lehmiller, 2009; Goncalo, Vincent, & Krause, 2015; Slepian, Masicampo, & Ambady, 2014]. Проте прагматичні

та лінгвальні особливості обговорення секретів досі залишаються поза увагою лінгвістів. Отже, лінгвістичний бік вербалізації секретів залишається недослідженим. Так само відсутні розвідки прагматичного аспекту обговорення секретів. З огляду на ці наявні лакуни, актуальною видається пропонування розвідка, присвячена стратегічному аспекту приховування та розкриття секретів.

Нині чимало українських науковців опікуються особливостями вживання мовцями кому-

нікативних (мовленнєвих) стратегій і тактик, зокрема І.В. Базарова [Базарова, 2023], Н.О. Бігуннова та М.В. Косовець [Bigunova & Kosovets, 2024], Ю.В. Деде [Деде, 2023] та ін.

Ф.С. Бацевич визначає комунікативну стратегію як оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації. Комунікативну тактику дослідник розглядає як лінію поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, яка спрямована на одержання бажаного ефекту чи запобігання небажаному результату; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети [Бацевич, 2009]. У нашому дослідженні ми будемо послуговуватися саме цими визначеннями.

Отже, стаття пропонує опис умовляння та прохання як комунікативних тактик збереження секретів у художньому спілкуванні.

Мета і завдання статті. Метою статті є опис мовленнєвої експлікації тактик умовляння та прохання, які використовуються для збереження секрету персонажами художнього дискурсу.

Предмет та об'єкт дослідження. *Об'єктом* дослідження є сучасний англomовний художній дискурс. *Предметом* дослідження є комунікативні тактики вмовляння та прохання зберегти секрет, зокрема лексичні, граматичні, стилістичні засоби їх вербалізації.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, серед комунікативних тактик, застосованих персонажами художнього дискурсу для збереження секрету, найбільш активно вживається вмовляння та прохання співбесідника не поширювати секрет.

Комунікативну тактику вмовляння активно вивчають зарубіжні [Miller, 1980; Taillard, 2000; Poggi, 2005; Close & Ham, 2016; Perloff, 2017] та українські [Белова, 1997; Голоднов, 2011] лінгвісти.

Г.Р. Міллер трактує вмовляння як будь-яке повідомлення, яке має на меті сформулювати, посилити або змінити відповіді іншої чи інших осіб [Miller, 1980].

За визначенням М. Тайлард, умовляння – це комунікативний акт, який виконує дві цілі – змусити адресата зрозуміти висловлювання та змусити повірити у повідомлення. Умовляти, на думку дослідниці, значить діяти, впливати на чиїсь переконання чи бажання за допомогою певної форми спілкування [Taillard, 2000].

Умовляння розглядається як випадок комунікативного непримусового залучення мети. Той, хто вмовляє, спонукає переслідувати певну мету за вільним вибором, тобто переконати його/її, що запропонована мета є корисною [Poggi, 2005]. Умовляння – це професійний і вимірний досвід впливу на прийняття рішень [Close & Ham, 2016].

Таким чином, умовляння – це символічний процес, у якому комунікатори намагаються переконати інших людей змінити своє ставлення чи поведінку щодо проблеми шляхом передачі повідомлення в атмосфері вільного вибору. Ключовим аспектом умовляння є здатність змінити не думку людей, а своє ставлення до того чи іншого питання [Perloff, 2017].

Проаналізувавши визначення дослідників, можемо стверджувати, що вмовляння – це тиск на адресата, насильно здійснювана влада над ним. Найчастіше такий тиск відбувається через прямі вмовляння або маніпуляції. Наведемо декілька прикладів.

Адель, як свідчить вона сама, ненавмисно вбила свого друга, після чого зателефонувала чоловікові та попросила його приїхати. Побачивши це, Девід одразу захотів викликати поліцію та все їм пояснити. Але читач знає з контексту, що насправді Адель вбила друга спеціально свідомо, і вона розуміє, що її чекає покарання. Адель уже лежала у психіатричній лікарні, і Девід дуже чекав на її повернення. Для збереження секрету Адель апелює до почуттів Девіда, тобто вона вдається до емоційного маніпулювання. Тепер її головне завдання – маніпулювати почуттями Девіда до неї, що їй успішно вдається:

– *After the fire, my parents and Westlands, what if they think I'm insane? David, I can't go back there. I can't be locked up again. Away from you. Telling someone won't bring him back. No one else knows he's here.*

– Adele...

– Just us. *All I want... is for us to be together. I love you. David... I love you. David ... please* [Pinborough, 2017].

Перш за все звернімо увагу на відокремлення (detachment) *Away from you*, яке мовець навмисно використовує для виділення певних важливих елементів із потоку мовлення, що додає емоційності та експресивності. У даному випадку це яскравий приклад маніпуляції, де Адель спеціально виділяє саме те, що їм доведеться розлучитися, якщо Девід не зробить так, як вона хоче. Таким чином Адель емоційно впливає та тисне на чоловіка, адже знає, що він не хоче жити у розлуці з нею.

У наступних реченнях Адель використовує неозначені займенники (*someone, no one else*) для того, щоб змінити ставлення Девіда до ситуації, тобто пояснити, що викриття її злочину вже не допоможе повернути друга Адель. Це створює ефект «марності дій»: навіть якщо комусь сказати, це не змінить ситуації, бо «його вже не повернути».

Підкріплює вона це тим, що ніхто не знає, що друг знаходився у них в гостях, і, відповідно, Девід може не боятися, що його тіло знайдуть (тобто вона запевняє чоловіка, що в них є шанс

усе приховати). Також Адель апелює до їх близькості завдяки спільному секрету: ніхто крім них двох не знає про це і не дізнається.

Як бачимо, мовець використовує конструкцію *All I want...is for us to be together*, яку можна вважати варіацією cleft-sentence (розщепленого речення), де виділяється певна частина повідомлення для підсилення емоційного впливу на адресата. *All* – невизначений кількісний прикметник, який створює ще один маніпулятивний ефект. Адель наголошує на тому, що вона ставить любов і спільне майбутнє на перше місце, ніби все інше (злочин, викриття, правда, чесність, справедливість) не має значення. Ця конструкція створює ілюзію щирості: Адель намагається переконати Девіда в тому, що вона не має поганих намірів, вона просто хоче бути разом із Девідом і це все, що її хвилює.

Окрім того, цікаво відзначити активне повторення імені чоловіка (David). У повсякденному житті ми рідко повторюємо імена тих, до кого звертаємося. Проте у даному випадку таке повторення робить звернення більш особистим, наполегливим, створює емоційну напругу. І, звісно, такий стилістичний засіб, як лексичний повтор фрази *I love you*, допомагає Адель зберігати близькість, контакт із Девідом для того, щоб переконати його зробити так, як хоче саме вона.

Надалі емоційність підсилюється через використання еліптичного речення з ввідним словом *please* (*David... please*), саме таким чином, виходячи із самої суті цієї тактики, Адель мирним шляхом намагається домогтися від Девіда прийняття рішення в її інтересах.

Таким чином, Адель намагається змінити фокус уваги з факту злочину на їх стосунки, які знаходяться під загрозою. Урешті-решт, Адель схиляє чоловіка до бажаної поведінки через емоційний тиск і маніпуляцію. Девід захоче тіло друга Адель, і тепер вони мають приховувати спільний секрет.

У наступному прикладі детектив знаходить у жінки (Сари) в підвалі чемодан із грошима її чоловіка, який уже багато років вважається зниклим безвісти. Він думає, що Сара знає, де знаходиться її чоловік. Але жінка пояснює, що через декілька днів після зникнення її чоловіка цей чемодан просто з'явився біля її дому. Їй були дуже потрібні гроші, тому вона не стала розбиратися в тому, хто підкинув цей чемодан, а просто забрала гроші. Сара намагається вмовити детектива зберегти секрет:

– *So, why is there a suitcase of cash in your basement? Is it Stewart's money? Is he back?*

– *Sarah?*

– *It just showed up...a couple of weeks after Stewart was gone.*

– *I just needed the money more than I needed to know where the money had come from. Please don't tell anyone about this. We've kept our secrets before...what's one more?* [Coben, 2022].

Перш за все, лексичне повторення прислівнику *just* виконує роль підсилювальної частки (*It just showed up. I just needed the money*), яка вказує на єдину мотивацію мовця – отримати гроші. Сара намагається «спростити» мотив свого вчинку і, таким чином, виправдатися перед співрозмовником.

Окрім того, лексичне повторення дієслова *need* допомагає Сарі звучати більш переконливо, а саме довести співрозмовнику, що вона дуже потребувала грошей. Порівняльна конструкція *more than* підкреслює пріоритетність та важливість отримання грошей над знанням щодо їх походження.

Наступне спонукальне речення *Please don't tell anyone about this*, яке починається з прислівника *please* разом із заперечною часткою *don't*, є прямим, відкритим та відвертим проханням до співрозмовника зберігати секрет. Невизначений займенник *anyone* в даному разі підсилює заперечення.

Використання теперішнього доконаного часу (Present Perfect) у реченні *We've kept our secrets before* не є випадковим, адже цей граматичний час використовується для опису минулих подій, які мають зв'язок із теперішнім часом. Таким чином, Сара намагається наполегливо нагадати співрозмовнику про наявність спільних секретів, що також можна вважати маніпулятивним ходом. Далі додається риторичне питання *what's one more*, яке ніби демонструє впевненість Сари в тому, що її вмовляння зберегти ще один секрет буде виконано. Окрім того, другу частину цього питання можна вважати еліпсисом *what's one more?*, який надає мовленню більшої виразності та динамічності. Еліпсис – це пропускання мовленнєвої одиниці, яку легко відновити з контексту (*What's one more secret?*).

Цікаво зазначити, що в даному прикладі також використано стилістичний прийом *anociopesis* (aposiopesis): *We've kept our secrets before...what's one more?*

Цей прийом використовується тоді, коли емоційні переживання персонажа настільки загострені, що він або запинається (говорить із запинками), або фізично не може продовжити розмову.

Отже, вмовляння – це процес впливу на прийняття рішень, який реалізується здебільшого через емоційний тиск та різноманітні засоби маніпуляцій (апеляція до почуттів, спільних секретів тощо). Основними засобами реалізації тактики вмовляння слугують: підсилювальні частки, лексичні повтори, еліптичні речення, розщеплені речення, риторичні питання, відокремлення. Таким чином, умовляння є не лише способом

переконавання, а й інструментом психологічного впливу, що дає змогу маніпулювати поведінкою співрозмовника.

Далі продемонструємо як тактика прохання допомагає мовцю зберегти секрет.

Перш за все дамо визначення проханню. Прохання – ввічливе звертання до кого-небудь із метою домогтися чогось, спонукати кого-небудь зробити, виконати щось; просьба [СУМ, 1970]. Іллокутивна ціль прохання полягає у прагненні мовця добитися того, щоб адресат виконав бажану для нього дію [Searle, 1979].

Прохання складається з двох складників: 1) власне прохання (the core request or head act) та 2) допоміжні/периферійні ходи (the various peripheral elements). Допоміжні ходи включають звертання (*Mary*), підтримання контакту (*I know that you are busy, can you please teacher let me know my mid-term result?*), підготовку до прохання (*I have this small problem I've got a little bit behind the rent and ...*), прохання про прохання, обґрунтування прохання (*I'd need a computer because I have to do a little job, I don't know if you could lend it to me for a little bit*), обіцянку або погрозу (*I promise to return them by tomorrow*) [Blum-Kulka, 1989; Кузенна, 2012].

А. Вежбицька розглядає прохання за такою структурою: хочу, щоб ти зробив для мене щось хороше (X), кажу це, тому що хочу, щоб ти це зробив, не знаю, зробиш ти це чи ні, бо знаю, що ти не повинен робити те, чого я від тебе прошу [Wierzbicka, 1987].

Розглянемо наступний приклад. Адель намагається приховати секрет про те, що вона займається астральними практиками, від її чоловіка Девіда, адже він не зрозуміє такого роду заняття. Тому просить свою подругу не розкривати цей секрет чоловікові:

– *Does David know?*

– *He's practical. He'd never understand.*

– ***Please don't mention it, okay? Our special secret*** [Pinborough, 2017].

У даному випадку цікаво проаналізувати поєднання спонукального речення (*Please don't mention it*) із розділовим питанням (*okay?*). Як було зазначено вище, прислівник *please* разом із заперечною часткою *don't* підсилюють ефект прохання, а розділове питання зміцнює зв'язок зі співрозмовником, прямо апелюючи до нього. Можемо вважати таку комбінацію ввічливим, але водночас наполегливим проханням зберігати таємницю.

Еліптичне речення *Our special secret* формує додатковий емоційний зв'язок; створює інтимну, довірливу атмосферу між мовцями. Прикметник *special* також указує на те, що секрет, який будуть ділити між собою два співрозмовника, є надзвичайно важливим та конфіденційним.

Розглянемо наступний приклад. Адель зустрічається із секретаркою свого чоловіка у кафе, але хоче приховати це від Девіда. Саме тому вона пояснює Луїзі, що Девід не любить поєднувати роботу та особисте життя, тож просить її приховати факт цієї зустрічі:

– *Was lovely to meet you...*

– ***Louise, this is gonna sound silly, but I'd rather you didn't mention to David that we did this. Probably easier if you don't mention meeting me at all.***

– *Why is that?*

– ***He can be a bit funny about mixing work life and home life. And us girls need some things for ourselves, right?***

– *I won't say anything* [Pinborough, 2017].

По-перше, пряме звернення до співрозмовника Louise одразу привертає увагу та сигналізує про серйозність прохання мовця. Наступну фразу, а саме *this is gonna sound silly* оцінюємо як тактику мітигації. За Ю.В. Деде, «мітигація прохання відбувається за допомогою тактик зниження категоричності обіцянки, тактики вибачення та позитивної оцінки» [Деде, 2023].

Як зазначає Ю.В. Деде, «комунікативна стратегія мітигації прохання здебільшого реалізована *непрямим способом*, що зумовлено бажанням мовця бути ввічливим та не завдати ризику власному «обличчю». Науковиця встановила, що непряма мітигація досягається вживанням різних видів квеситивів: загальних питальних речень із модальним дієсловом *could*; розділових питань, у яких перша спонукальна частина пом'якшується питанням-хвостиком *would you*; негативних спеціальних питань із займенником *Why*. Функцію пом'якшення прохання також активно виконує *тактика зниження категоричності* за допомогою модусних операторів *possibly* та *just* та вставного слова *please*. В інших випадках тактикою мітигації прохання виступає *тактика обіцянки*, яка зменшує «борг» адресанта прохання, а також *тактика вибачення та позитивної оцінки*. Зазвичай тактики комбінуються» [Деде, 2023].

В нашому випадку ми бачимо спробу Адель підготувати співрозмовника до незручного прохання та знизити ймовірність негативної реакції за допомогою вживання прикметника *silly*.

Ба більше, фраза *I'd rather you didn't mention to David that we did this* являє собою конструкцію умовного типу, яка у цьому прикладі виступає непрямим директивом. Як відомо, прохання є директивом, тобто мовленнєвою дією, яка спонукає адресата до виконання певних речей [Searle, 1979]. За Ю.В. Деде, «пом'якшення директивних інтенцій (згідно з максимою такту), уникнення негативних характеристик адресата, пом'якшення категоричності власних оцінок (згідно з максимою

схвалення), стримане вираження похвали самого себе (згідно з максимією скромності) та пом'якшення асертивної іллокуції (згідно з максимією згоди) утворюють царину мітигації». У нашому прикладі бачимо саме пом'якшення директивних інтенцій мовця.

Другу частину фрази *we did this* можна вважати евфемізмом. За визначенням Л. Курагіної, за допомогою евфемізмів уникається комунікативний дискомфорт [Курагіна, 2011]. Це саме те, чого намагалася досягти Адель: прохання доволі незвичне. Адель опинилась у незручному положенні, адже вона продемонструвала своє побоювання щодо того, що її поведінка не буде схвалена чоловіком. Таким чином, подруга зрозуміла, що відносини Адель із чоловіком не є гладкими. Задля того щоб ще раз не згадувати секрет, який треба зберігати, Адель використовує вищезначену конструкцію, адже евфемізми використовуються за небажання називати що-небудь неприємне своїм прямим ім'ям [Holder, 2007].

Наступна репліка *Probably easier if you don't mention meeting me at all* є цікавою для аналізу, адже також уособлює зниження категоричності. Перш за все, мовець використовує еліптичну конструкцію, щоб зробити прохання більш невимусшеним. Умовна конструкція першого типу *if you don't mention meeting me at all* » підсилює ввічливість через непряме прохання (пом'якшення директивних інтенцій мовця), яке також є засобом мітигації. Зниження категоричності також вербалізується через деінтенсифікатор (послаблювач) *at all*. Як зазначає Л.А. Хосман, деінтенсифікатори утворюють три семантичні групи: *помірні, інтенсивні та максимальні*. Помірні послаблювачі сигналізують незначний рух униз за шкалою інтенсивності (*rather, kind of, sort of, fairly, nearly, quite*). Інтенсивні послаблювачі позначають значний рух униз за шкалою інтенсивності (*slightly, somewhat, something, partly, in a way, a little*). До групи максимальних послаблювачів, що переносять значення до нижньої межі та межують із запереченням, дослідник відносить *a bit (of), a shade, barely, hardly, in the least, in the slightest, at all* [Hosman, 1989]. Таким чином, класифікуємо *at all* як максимальний деінтенсифікатор.

У наступній фразі також фіксуємо вживання максимального деінтенсифікатора *a bit*: *He can be a bit funny about mixing work life and home life*. У цьому разі Адель прагне послабити негативну оцінку вбик свого чоловіка. Прикметник *funny* також можна вважати евфемізмом, адже Адель приховує своє незадоволення/осуд поглядами чоловіка щодо її спілкування з подругою.

У реченні *And us girls need some things for ourselves, right?* маніпуляція виявляється у формі апелювання до гендерну, жіночої солідарності.

Тут гендер виступає як аргумент і виправдання власних дій через гендерну/соціальну норму «усі дівчата повинні мати якісь секрети між собою». Ця ідея підсилюється використанням займенників *us, ourselves* задля зміщення фокусу із себе на жіноцтво у цілому.

Розділове питання (*tag question*) *right?* на кінці речення покликане залучити співрозмовника до комунікації, знизити власну авторитарність, а також скоріше отримати згоду щодо збереження секрету. І, як можемо бачити, співрозмовник погодився зберегти секрет (*I won't say anything*).

Наступний приклад об'єднує розкриття чужого секрету з проханням його подальшого збереження. Тут йдеться про прохання приховати секрет про третю особу.

– *Cassie had to take a rest. Well, she's still resting.*

– *A rest?, I say.*

– *Yes. While she was here she got hurt, and it affected her badly. So my aunt put her in an institution. My dad calls it a rehab center, he whispers. Please don't tell anyone that. No one at all.*

– *Of course not. What did they do to her?, I ask, the words careful and soft* [Coben, 2022].

Тактика прохання зберегти секрет *Please don't tell anyone that. No one at all*, як і в попередніх прикладах, реалізується через використання спонукального речення (*Please don't tell anyone that*), яке починається із прислівника *please*, разом із заперечною часткою *don't* та неозначеним займенником *anyone*.

Еліптичне речення *No one at all* можна вважати своєрідною формою анадиплосису (*catch repetition*), яка підсилює прохання (*don't tell anyone – no one at all*). Заперечений займенник *no one* у поєднанні з прислівником *at all* створюють емоційність та експресивність мовлення, а також посилюють заборону розкривати секрет.

Отже, прохання вважається ввічливим зверненням до співрозмовника з метою спонукати його до здійснення бажаної адресантом дії. Серед прийомів, які використовуються під час тактики прохання, виділяємо: звернення до співрозмовника, встановлення або підтримання контакту, підготовку до основного прохання, прохання про дозвіл висловити прохання, аргументацію, обіцянку або попередження. Для пом'якшення прохання вживаються такі засоби: прислівник *please*, модусні оператори *just* та *possibly*, евфемізми, максимальні деінтенсифікатори (*at all, a bit*), конструкції умовного типу, розділові питання, модальні конструкції тощо. Окрім того, зауважимо, що здебільшого мовці використовують стратегії мітигації задля зниження категоричності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Дослідивши комунікативні ситуації вмовляння та прохання зберегти секрет персонажами

художнього дискурсу, доходимо висновку: із позиції теорії мовленнєвих актів умовляння та прохання належать до директивів, а з погляду прагматики вони функціонують як комунікативні тактики. Умовляння містить елементи тиску на співрозмовника, який реалізується через різноманітні засоби маніпуляції та емоційний вплив. Тому лексичні, граматичні, а також стилістичні засоби, які використовують мовці, є більш експресивними та інтенсифікованими.

На відміну від умовляння прохання реалізується не через емоційний тиск, а через використання стратегій мітигації, пом'якшення, використання конвенційних стратегій, поважливого ставлення до співрозмовника, максимум ввічливості та такту. Відповідно, усі лексичні, граматичні, а також стилістичні засоби спрямовані на пом'якшення прохання та зниження категоричності, адже мовець бажає бути ввічливим та не завдати ризику власному «обличчю».

Перспективу вбачаємо в аналізі тактик поради та застереження, які також використовуються персонажами художнього дискурсу задля збереження секретів. Цікавим є порівняння їх прагматичних відмінностей та аналіз лексичних, граматичних, і стилістичних засобів їх вербалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Базарова І. Комунікативна тактика подяки в світському мовленні (на матеріалі англomовного художнього дискурсу). *Записки з романо-германської філології*. 2023. Вип. 2(51). С. 20–29.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2009. 376 с.
3. Деде Ю.В. Вербальні та паравербальні засоби реалізації стратегії мітигації в англomовному художньому дискурсі : дис. ... д-ра філос. : 035. Одеса, 2023. 210 с.
4. Кузенна Н.М. Мовленнєвий акт «прохання» в сучасній англomовній лінгвокультурі. *Нова філологія*. 2012. № 54. С. 45–48.
5. Курагіна Л. Евфемізми як форма реалізації мовних табу (на прикладі німецької мови). *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. 2011. Вип. 15. С. 209–213.
6. Словник української мови. Київ : Наук. думка, 1970. 840 с.
7. Bigunova N. & Kosovets M. Communicative tactics of positive emotional impact in English fictional detective discourse. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava, IX (2), 2024, p. 2–24.
8. Blum-Kulka S. Playing it safe: The role of conventionality in indirect requests. Cross-cultural pragmatics: requests and apologies. Norwood, N.J.: Ablex Publishing Corporation, 1989. P. 37–71.
9. Close J.P. and Ham J. *Persuasive Communication*. The Netherlands. 2016. 29 p.
10. Coben H. *Stay close*. Orion Publishing, 2022. 416 p.
11. Goncalo J.A., Vincent L.C., & Krause V. The liberating consequences of creative work: How a creative outlet lifts the physical burden of secrecy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, 2015. P. 32–39.
12. Holder R.W. *A Dictionary of Euphemisms*. Cambridge: Cambridge Uni. Press, 2007. 315 p.
13. Hosman L.A. The evaluative consequences of hedges, hesitations, and intensifiers: Powerful and powerless speech styles. *Human Communication Research*, 1989. P. 383–406.
14. Kelly A.E., Klusas J.A., von Weiss R.T., & Kenny C. What is it about revealing secrets that is beneficial? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(6), 2001. P. 651–665.
15. Lehmiller, J.J. Secret romantic relationships: Consequences for personal and relational well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(11), 2009. P. 1452–1466.
16. Miller G.R. On being persuaded: some basic distinctions. *Persuasion: New directions in theory and research*. Beverly Hills, CA: Sage. 1980. P. 11–28.
17. Perloff R. *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. NY : Routledge. 2017. 609 p.
18. Pinborough S. *Behind Her Eyes*. Flatiron Books: First US Edition, 2017. 385 p.
19. Poggi I. The goals of persuasion. *Pragmatics and Cognition*. Italy. 2005. Pp. 297–336.
20. Searle J.R. *Expression and Meaning. Studies in the theory of speech acts*. New York: Cambridge University Press, 1979. 187 p.
21. Slepian M.L., Masicampo E.J. & Ambady N. Relieving the burdens of secrecy: Revealing secrets influences judgments of hill slant and distance. *Social Psychological and Personality Science*, 5(3), 2014. P. 293–300.
22. Taillard M. Persuasive communication: The case of marketing. *Working Papers in Linguistics*. 2000. V. 12. P. 145–174.
23. Wierzbicka A. *English Speech Act Verbs: A Semantic Dictionary*. Sydney: Academic Press, 1987. 397 p.

REFERENCES

1. Bazarova I. Komunikativna taktyka podiaky v svitskomu movlenni (na materiali anhlomovnoho khudozhnoho dyskursu). [The communicative tactic of gratitude in phatic communication (on the samples from English-language fictional dis-

- course)]. *Zapysky z romano-hermanskoï filolohii*. Odesa, 2023. Vyp. 2 (51) S. 20–29.
2. Batsevykh F.S. *Osnovy komunikativnoi lingvistyky*. [Foundations of communicative linguistics] K.: VTs «Akademii», 2009. 376 s.
 3. Dede Yu.V. Verbalni ta paraverbalni zasoby realizatsii stratehii mityhatsii v anhlomovnomu khudozhnomu dyskursi [Verbal and paraverbal means realizing the communicative strategy of mitigation in English fictional discourse] : dys. ... d-ra filos. Odesa: ONU im. I. I. Mechnykova, 2023. 210 s.
 4. Kuzenna N.M. Movlennieviy akt «prokhannia» v suchasniï anhlomovniï linhvokulturi. [The speech act of ‘request’ in modern English linguoculture]. *Nova filolohiia*, 2012. № 54. S. 45–48.
 5. Kurahina L. Evfemizmy yak forma realizatsii movnykh tabu (na prykladi nimetskoi movy). [Euphemisms as a form of realisation of language taboos (based on the example from the German language)]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriia: Linhvistyka : zb. nauk. prats. Kherson: KhDU*, 2011. Vyp. 15. S. 209–213.
 6. *Slovnnyk ukrainskoi movy*. [Dictionary of the Ukrainian language]. Kyiv: Nauk. dumka, 1970. 840 s.
 7. Bigunova N. & Kosovets M. Communicative tactics of positive emotional impact in English fictional detective discourse. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. № IX (2). Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava, 2024, R. 2–24.
 8. Blum-Kulka S. Playing it safe: The role of conventionality in indirect requests. *Cross-cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, N.J. : Ablex Publishing Corporation, 1989. P. 37–71.
 9. Close J.P. and Ham J. *Persuasive Communication*. The Netherlands. 2016. 29 p.
 10. Coben H. *Stay close*. Orion Publishing, 2022. 416 p.
 11. Goncalo J.A., Vincent L.C., & Krause V. The liberating consequences of creative work: How a creative outlet lifts the physical burden of secrecy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, 2015. P. 32–39.
 12. Holder R.W. *A Dictionary of Euphemisms*. Cambridge : Cambridge Uni. Press, 2007. 315 p.
 13. Hosman L.A. The evaluative consequences of hedges, hesitations, and intensifiers: Powerful and powerless speech styles. *Human Communication Research*, 1989. Pp. 383–406.
 14. Kelly A.E., Klusas J.A., von Weiss R.T., & Kenny C. What is it about revealing secrets that is beneficial? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(6), 2001. P. 651–665.
 15. Lehmiller, J.J. Secret romantic relationships: Consequences for personal and relational well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(11), 2009. P. 1452–1466.
 16. Miller G.R. *On being persuaded: some basic distinctions*. Persuasion: New directions in theory and research. Beverly Hills, CA: Sage. 1980. P. 11–28.
 17. Perloff R. *The Dynamics of Persuasion*. Communication and Attitudes in the 21st Century. NY : Routledge. 2017. 609 p.
 18. Pinborough S. *Behind Her Eyes*. Flatiron Books: First US Edition, 2017. 385 p.
 19. Poggi I. The goals of persuasion. *Pragmatics and Cognition*. Italy. 2005. Pp. 297–336.
 20. Searle J.R. *Expression and Meaning*. Studies in the theory of speech acts. New York : Cambridge University Press, 1979. 187 p.
 21. Slepian M.L., Masicampo E.J. & Ambady N. Relieving the burdens of secrecy: Revealing secrets influences judgments of hill slant and distance. *Social Psychological and Personality Science*, 5(3), 2014. P. 293–300.
 22. Taillard M. Persuasive communication: The case of marketing. *Working Papers in Linguistics*. 2000. V. 12. P. 145–174.
 23. Wierzbicka A. *English Speech Act Verbs: A Semantic Dictionary*. Sydney : Academic Press, 1987. 397 p.