

УДК 811.111'23'371'42

DOI: [https://doi.org/10.18524/2307–4604.2023.2\(51\).296817](https://doi.org/10.18524/2307–4604.2023.2(51).296817)

## КОМУНІКАТИВНА ТАКТИКА ПОДЯКИ В СВІТСЬКОМУ МОВЛЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ)

Базарова І.

викладач

Одеський національний морський університет

ORCID 0000–0002–2446–3005

*Стаття присвячена дослідженню комунікативної тактики подяки в світському мовленні. Матеріалом дослідження обрано художній англомовний дискурс, з якого методом суцільної вибірки виокремлено епізоди, в яких персонажі, залучені до світської бесіди, послуговуються даною тактикою. В дослідженні використано описовий, функціональний, контекстуально-інтерпретаційний методи. В статті обговорюються наявні в лінгвістиці визначення комунікативної стратегії та комунікативної тактики. Запропонована власна класифікація комунікативних стратегій і тактик, якими послуговуються учасники світської бесіди. Подяка, разом з тактиками схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові та поздоровлення віднесена до стратегії виявлення інтересу до співрозмовника. В теорії мовленнєвих актів подяка потрактовують як бехабітив, конвівіал, експресив, сатисфікатив або регламентив — в залежності від того, яку ілюкутивну ціль той чи інший вчений визнає домінуютьною в даному мовленнєвому акті. Користуючись комунікативною тактикою подяки, мовець показує своє добре ставлення до співбесідника, викликає приємні почуття, створює доброзичливу атмосферу бесіди, зокрема світської бесіди. Контекстуально-інтерпретаційний аналіз фактичного матеріалу свідчить про те, що учасники світської бесіди виражають подяку за запрошення, за надану інформацію, отримані компліменти, за схвалення їхніх дій, за вияв турботи та уваги до них, за підтримку. В світській бесіді подяка переважно функціонує як етикетний засіб, який не має емоційно-оцінного навантаження. Подяка здебільшого реалізована дієсловом *thank*, прикметниками *grateful* та *thankful*, та рідше, особливо для вираження щирої подяки, вживаються непрямі засоби, зокрема оцінні прикметники *nice*, *sweet* та *kind*. Щира подяка не так поширена в світській бесіді, проте є цілком можливою. Щирість мовця виразаються прислівники-інтенсифікатори.*

**Ключові слова:** комунікативна тактика, комунікативна стратегія, подяка, світська бесіда, щирість, мовленнєвий етикет.

**COMMUNICATIVE TACTIC OF GRATITUDE IN SMALL TALK  
(BASED ON THE SAMPLES FROM ENGLISH  
FICTIONAL DISCOURSE)**

**Bazarova I.**

Lecturer of the Department,  
Odesa National Maritime University

*The article is devoted to the research of communicative tactic of gratitude in small talk. The material of the research is the artistic English-language discourse, from which the episodes have been singled out in which the participants small talk use the tactic of gratitude. The linguistic analysis of the selected data has been based on descriptive method, functional method, and contextual-interpretive method. The article discusses the linguistic definitions of communicative strategy and communicative tactic. The article offers the classification of communicative strategies and tactics used by participants of small talk. Gratitude, along with the tactic of approving the encounter, asking about the interlocutor's affairs, asking about the interlocutor's opinion, agreeing with the interlocutor's opinion, complimenting, sympathizing with the interlocutor, and congratulating belong to the strategy of showing interest in the interlocutor. In the Theory of Speech Acts, gratitude is viewed as behabitive, convivial, expressive, assertive or regulative — depending on which illocutionary aim a scientist recognizes as a major one in the given speech act. Using the communicative tactic of gratitude, the speaker demonstrates his good attitude towards the interlocutor, evokes pleasant feelings, creates a friendly atmosphere of small talk. The contextual-interpretive analysis of the actual data shows that the participants of small talk express gratitude for an invitation, for the information provided, for the compliments received, for approval of their actions, for the care and attention shown to them, for the support. In small talk, gratitude mainly functions as a means of etiquette that does not have emotional or evaluative nature. Gratitude is mostly realized by the verb thank, the adjectives grateful and thankful, and less often, especially to express sincere gratitude, indirect means are used, in particular, the evaluative adjectives nice, sweet and kind. Sincere gratitude is not so common in small talk, but it is quite possible. The sincerity of the speaker is expressed by intensifying adverbs.*

**Key words:** *communicative tactic, communicative strategy, gratitude, small talk, sincerity, speech etiquette.*

**Вступ.** Пропонована розвідка спрямована на вивчення комунікативної тактики подяки, якою послуговуються учасники світської бесіди. Чимало вітчизняних лінгвістів опікуються вивченням комунікативних стратегій й тактик (Н. О. Бігунова, 2015, 2019; М. М. Гаража 2011; Ю. В. Деде, 2019, 2020, 2022; М. В. Косовець, 2021, 2022; М. Левіщенко, 2013; Н. О. Передон, 2018; О. М. Петренко, 2018; Л. Д. Швелдзе, 2021; І. Ю. Шкіцька, 2012 та ін.). Проте комунікативна тактика

подяки, якою керуються учасники світської бесіди, наразі досліджена недостатньо, що відзначає актуальність дослідження.

Не претендуючи на вичерпне розв'язання проблеми стратегічного підґрунтя світської бесіди, ми поставили собі за **мету** встановити мовленнєві засоби тактики подяки в світському мовленнєві, які ми вивчали в англомовному художньому дискурсі.

У відповідності до мети сформульовано такі науково-дослідницькі **завдання**: 1) схарактеризувати феномени *комунікативна стратегія* і *комунікативна тактика*; 2) запропонувати власну класифікацію комунікативних стратегій і тактик, якими послуговуються учасники англомовної світської бесіди; 3) дослідити подяку як одну з тактик реалізації стратегії інтересу до співрозмовника; 4) виявити мовленнєві засоби реалізації тактики подяки в англомовному художньому дискурсі.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань використано загальнонаукові та спеціальні лінгвістичні дослідницькі методи. Серед загальнонаукових методів у роботі застосовано *описовий метод* — для планомірної інвентаризації та виокремлення ознак аналізованого фактичного матеріалу; *функціональний метод* застосовано для дослідження мовних одиниць в ситуативному контексті, з огляду на цілеспрямовану природу мовних одиниць і явищ. У межах спеціальних мовознавчих методів застосовано *контекстуально-інтерпретаційний аналіз* — для виявлення інтенцій комунікантів, їхніх пресупозицій та стереотипів як компонентів висловлювання в кожному контексті вибірки.

**Результати та обговорення.** Мета мовця, якої він прагне досягти в процесі комунікативної взаємодії зі співрозмовником, обумовлює вибір комунікативної стратегії в мовленнєвому спілкуванні (Приходько, 2008: 213). Як слушно зазначає Ю. В. Деде, мовна комунікація зумовлена загальною комунікативною стратегією мовця і конкретними тактиками її реалізації, оскільки мовець опікується результативністю та ефективністю свого повідомлення, напівсвідомо враховуючи різні підходи, які більшою або меншою мірою відповідають умовам протікання конкретної ситуації спілкування (Деде, 2022: 85).

Поняття «стратегія» передбачає певну глобальну мету комуніканта, яка визначає його комунікативну поведінку в процесі комунікації, а тактика слугує конкретним інструментом реалізації обраної стратегії на певному етапі мовленнєвої взаємодії (Передон, 2018: 41).

Якщо під комунікативною стратегією розуміють сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на рішення генерального завдання мовця, то під комунікативною тактикою — одну або кілька мовленнєвих дій, що реалізують деяку стратегію (Бігунова, 2019: 59).

На думку Ф. С. Бацевича, комунікативна тактика є усвідомленою лінією поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованою на досягнення бажаного ефекту або запобігання небажаного ефекту; це мовленнєві прийоми, які дають змогу досягти комунікативної мети (Бацевич, 2004: 120).

Н. О. Передон наполягає, що «процес комунікації може бути ефективним лише за умови правильного вибору стратегій і тактик, що їх імплементують», а «вибір стратегій і тактик підпорядкований меті, якої прагне досягти мовець у результаті комунікативної взаємодії з партнером зі спілкування» (Передон, 2018: 41).

Спостереження над світським мовленням персонажів англomовного художнього дискурсу уможливило складання власної класифікації комунікативних стратегій і тактик, якими послуговуються учасники світської бесіди. Ми виокремлюємо дві глобальні комунікативні стратегії: стратегію **виявлення інтересу до співрозмовника** і стратегію **самопрезентації**.

Стратегія виявлення інтересу до співрозмовника в художньому світському мовленні, на нашу думку, реалізована комунікативними тактиками схвалення зустрічі, довідування про справи співрозмовника, довідування про думку співрозмовника, згоди з думкою співрозмовника, компліменту, співчуття співрозмовникові, поздоровлення та подяки.

Стратегія самопрезентації в художньому світському мовленні, на нашу думку, реалізована комунікативними тактиками висловлювання думки, висловлювання сентенції, поради, вихвалання, жарту, шпильки, ухилення від прямої відповіді, зміни теми, повідомлення новин, чуток та пліток.

У пропонованій роздвідці розглянемо *тактику подяки*, яка є засобом реалізації стратегії виявлення інтересу до співрозмовника.

Подяка є мовленнєвим актом етикетного спілкування, що має ритуальний характер. Вона ґрунтується на апеляції до емоцій людини, потреби бути у безпеці, покращенні репутації.

На думку В. В. Марченка та А. А. Старкіна, тактика подяки є одним з потужних принципів ефективного спілкування, оскільки вона

безпосередньо впливає на емоційну складову адресата. Факт подяки допомагає краще запам'ятати те, що сказав адресант, слова подяки мають у разі сильніший вплив на людину, ніж будь-які інші фактори. Метою мовця є переконати, донести до адресата думку за допомогою таких слів, які здатні викликати потрібні почуття і думки (Марченко, Старкіна, 2020: 465).

Вираз подяки є індикатором позитивного ставлення до співбесідника, впливає на його емоційну складову, створює безпечну та гармонійну атмосферу спілкування. Як справедливо визначає І. О. Ківенко, подяка реалізує декілька цілей, а саме: 1) висловлення почуття вдячності за здійснене для адресанта добро; 2) надання позитивної оцінки праці / діям адресата як винагороди чи заохочення; 3) висловлення позитивних емоцій адресанта, спричинених діями адресата; 4) визнання послуги і визнання себе боржником; 5) повернення боргу за послугу чи благодіяння як словесно, так і діяльнісно (Ківенко, 2018: 190).

В теорії мовленнєвих актів подяку потрактовують як *бехабітив*, *конвівіал*, *експресив*, *сатисфікатив* або *регламентив* — в залежності від того, яку ілокутивну ціль той чи інший вчений визнає домінуючою в даному мовленнєвому акті. Дж. Остін уналежнює МА подяки до класу *бехабітивів*, які об'єднують етикетні формули спілкування та виражають реакцією на поведінку людей (Austin, 1975: 159). Дж. Ліч відносить подяку до *конвівіалів* (Leech, 1983: 104–105), ілокутивною ціллю яких є забезпечення гармонійного перебігу комунікації. У таксономії ілокутивних актів Дж. Сьорла подяка віднесена до групи *експресивів*, що виражають почуття та ставлення (Searle, 1976). О. Халіман кваліфікує мовленнєвий акт подяки як оцінний, «оскільки він пов'язаний з репрезентацією аксіологічних смислів» (Халіман, 2022: 329).

Т. Врabelь вважає, що «як соціально значущі, мовленнєві акти подяки у ритуалізованих ситуаціях є знаком поваги мовця до розроблених суспільством норм вербальної поведінки, а їхнє вживання, відповідно, свідчить про визнання співрозмовника рівноправним членом цього культурно-мовного соціуму, на якого поширюються вимоги поважного ставлення» (Врabelь, 2020: 129).

Отже, користуючись комунікативною тактикою подяки, мовець показує своє добре ставлення до співбесідника, викликає приємні почуття, створює доброзичливу атмосферу бесіди, зокрема світської

бесіди. Проілюструємо епізодом з літературного англомовного дискурсу, в якому Енн вперше зустрічається з Джулі, дівчиною свого сина, та дякує їй за те, що вона проявляє терпіння в їх стосунках:

*Julie reached for a warm sourdough roll. “I’m glad you asked me to lunch. — and I want to thank you for being so patient with my son”* (Macomber, 2013: 228–229).

Учасники світської бесіди вдячні за запрошення, за надану інформацію, отримані компліменти, за схвалення їхніх дій, за вияв турботи та уваги до них, за підтримку.

Нещира подяка передбачає, що адресант не відчуває вдячності до адресата. Висловлювання залишається формальним етикетним вираженням подяки в своїй поверхневій структурі, адресант не вважає дії адресата бенефактивними для себе, однак зовні цього не експлікує (Ківенко, 2019: 88). Формальна подяка реалізована типовими мовними засобами. Здебільшого мовці використовують дієслово *to thank* в еліптованих конструкціях (*Thank you, Thanks*), рідше дієслова *to appreciate*, прикметники *grateful* та *thankful*. В такому випадку подяка викликана ввічливістю та дотриманням етикету. Наприклад:

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

*Lisa: Thanks* (Afterlife of the party. 01:11:46–01:12:48) (подяка за запрошення).

2) *Max: Keziah — some woodcock?*

*Keziah: No, thank you — I’m a fruitarian* (Notting Hill. 1:03:00–1:03:20) (подяка за пригощання).

У нижченаведеній комунікативній ситуації за допомогою етикетного висловлювання *Thanks* тактика подяки реалізується в ситуації гостинності, коли Причер проявляє ініціативу та пропонує покликати Джека, на якого чекає Мел:

*Mel: Hey, Preach. Is Jack around?*

*Preacher: Yeah, he’s in the office. Um... I’ll go get him.*

*Mel: Thanks* (Virgin River. S2. S1. 00:15:17).

Від таких ситуацій відрізняються ті, у яких «критерій щирості описується в комунікативному фокусі», оскільки адресант «високо оцінює дії / вчинки адресата та вважає їх бенефактивними для себе» (Ківенко, 2018: 66). Його подяка не є простим етикетним кліше, а слугує засобом вираження істинної вдячності та позитивного емоційного стану. На це звертає увагу й І. Чемеринська, зауважуючи, що денотативним значенням таких фраз «є вираження почуття вдячності за

послугу, пораду, подарунок тощо, але висловлення здатне набувати й емоційно-експресивної конотації» (Чемеринська, 2012: 100).

Як слушно зазначає І. О. Ківенко, одним з головних чинників подяки вважається критерій ширості. В художньому дискурсі ступінь ширості подяки визначається екстралінгвальним контекстом або авторськими кваліфікаторами персонажного мовлення (Ківенко, 2019: 88).

У наступній світській бесіді відомий письменник Джейк зустрічає сусідку та знайомиться з її бойфрендом Іаном. Іан зізнається, що є фанатом творчості Джейка. В свою чергу Джейк висловлює шире почуття, про що свідчить не лише використання фрази-кліше *thank you*, а й підсилення її вигуком-інтенсифікатором *Oh*.

*Jake: Oh, Ian Page. Pleased to meet you.*

*Ian: I'm a big fan of your work, really.*

*Jake: Oh, thank you* (The Noel Diary. 00:35:45).

У разі неформальної, широї подяки мовці часто вдаються до непрямих засобів, а саме до прикметників позитивно-оцінної семантики: *nice, sweet* та *kind*, наприклад:

1) *Dana Sue: I learned a little bit more about why Miss Frances left me the money. It's complicated, but she felt close to me... Us. Like family.*

*Annie: That's sweet. I always remembered her favorite order because you taught me to treat customers at Sullivan's like visitors in our home* (Sweet Magnolias. S3. E4. 00:34:39–00).

2) *Mr. Van: Hmm. Good. Sullivan's is the closest I've come to a home-cooked meal since my wife passed. For a man that can't cook, y'all are a godsend.*

*Dana Sue: Well, that's the sweetest thing I've heard all week. I'll be sure to share that with Erik* (Sweet Magnolias. S1. E4. 00:34:19–00:35:14).

Розглянемо ще одну бесіду, яка трапляється, коли в холі Ліза зустрічає нового сусіда з коробками в руках та пропонує відкрити двері, що стає початком світської бесіди:

*Lisa: Oh! Here. Let me open the door for you.*

*Max: Brilliant. Cool.*

*Lisa: Cool* (Afterlife of the party. 00:02:50).

Тут подяка теж висловлена непрямо, за допомогою прикметників позитивно-оцінної семантики *brilliant* та *cool*.

В іншому епізоді спостерігаємо реалізацію тактики подяки прикметником *grateful*, який непрямо виражає подяку Ліенн за запрошення на зустріч:

*We both stopped and looked at each other. I motioned for her to speak first. She was a bit flushed, as though she found this situation as awkward as I did.*

*“I was about to say **I’m grateful** Patrick and Melanie invited me to join them” (Macomber, 2010: 109).*

Щирість подяки інтенсифікують прислівники-інтенсифікатори *a lot, much, enough*, наприклад:

1) ***How can I ever thank you enough** for giving me the opportunity to live in this astounding city!* (Wodehouse, 2012: 98).

2) *When the reel came to an end every one stirred luxuriously.*

*‘Well, that was very nice,’ said the Rector’s wife, ‘very nice and instructive.’*

*‘I really must congratulate you, Colonel. A production of absorbing interest. I had no idea Wesley’s life was so full of adventure. I see I must read up my Lecky.’*

*‘Too divine, Papa.’*

***Thank you so much, sir, I enjoyed that immensely*** (Vaugh, 2012: 149).

**Висновки.** Таким чином, в англомовній світській бесіді подяка є однією з комунікативних тактик, що реалізують стратегію виявлення інтересу до співрозмовника. Учасники світської бесіди виражають подяку за запрошення, за надану інформацію, отримані компліменти, за схвалення їхніх дій, за вияв турботи та уваги до них, за підтримку. Подяка часто функціонує як етикетний засіб, який не має емоційно-оцінного навантаження. Щира подяка не так поширена в світській бесіді, проте є цілком можливою. Подяка здебільшого реалізована дієсловом *thank* в еліптованих конструкціях (*Thank you, Thanks*), прикметниками *grateful* та *thankful* та рідше, особливо для вираження щирої подяки, вживаються непрямі засоби, зокрема позитивно-оцінні прикметники *nice, sweet* та *kind*. Щирість мовця увиразнюють прислівники-інтенсифікатори *a lot, much, enough* та вигук *oh*.

### Список літератури

Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 343 с. URL: [http://document.kdu.edu.ua/info\\_zab/061\\_123.pdf](http://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_123.pdf)

Бігунова Н. О. Схвалення як тактика реалізації стратегії пом’якшення висловлювання (на матеріалі англомовного літературного дискурсу). *Актуальні питання гуманітарних наук / Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*. 2019. № 23. С. 58–62. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/23.166094>

Врабель Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові. Берегове ; Ужгород : ЗУІ ім. Ф. Ракоці II ; ТОВ «РІК-У», 2020. 236 с.



Ківенко І. О. Інтонаційна організація висловлювань іронічної подяки. Закарпатські філологічні студії. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Вип. 7, т. 1. С. 87–91.

Ківенко І. О. Мовленневий акт подяки: прагмалінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філ. наук : 10.02.04. Одеса, 2018. 226 с.

Марченко В. В., Старкіна А. А. Прагматичний ефект використання гумору у публічних політичних виступах. *Young Scientist*. 2020. № 11 (87). November. С. 463–467. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304–5809/2020–11–87–100>

Передон Н. О. Вербальні та невербальні засоби реалізації стратегій і тактик учасників комунікативної ситуації «примирення» (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філ. наук : 10.02.04. Херсон, 2018. 260 с.

Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивнодискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр, 2008. 332 с.

Халіман О. В. Мовленневий акт подяки в аспекті лінгвоаксіології. *Полігеранна філологія без кордонів*. Харків : Вид. Іванченко І. С., 2022. С. 324–332.

Чемеринська І. Подяка як оцінний мовленневий акт. *Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки*. 2012. № 6. С. 99–106.

Austin J. L. *How to do things with words*. 2<sup>nd</sup> edition. Harvard University Press, 1975. 192 p.

Leech G. *Principles of Pragmatics*. London ; New York : Longman, 1983. 250 p.

Searle J. R. A classification of illocutionary acts. *Language in Society*. 1976. 5(1). P. 1–23.

*Afterlife of the party*. Front Row Films DAE Light Media / directed by Stephen Herek, 2021.

*Bridget Jones's Diary*. Miramax Films / directed by Sharon Maguire, 2001.

*Notting Hill*. Universal Pictures / directed by Roger Michell, 1999.

Macomber D. *Those Christmas Angels*. London : MIRA, 2013. 210 p.

Macomber D. *Hannah's list*. Ontario : MIRA, 2010. 397 p.

*The Noel Diary*. Johnson Production Group, Off Camera Entertainment / directed by Charles Shyer, 2022.

*Virgin River*. Netflix / Directed by Sue Tenney. 2019.

Waugh E. *Vile bodies*. New York : Back Bay Books, 2012. 320 p.

Wodehouse P. G. *My man Jeeves*. Chicago : A public domain book, 2012. 134 p.

## References

Bigunova N. O. (2019). Skhvalennia yak taktyka realizatsii stratehii pom'iakshennia vyslovliuvannia (na materialii anhlovmovnoho literaturnoho dyskursu). Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. Vyp 23, tom 1, 58–62.

Vrabel T. (2020). Slovtvorcha prahmatyka u suchasni anhliskii movi. Berehove – Uzhhorod : ZUI im. F. Rakotsi II — TOV «RIK-U», 236.

- Kivenko I. O. Intonatsiina orhanizatsiia vyslovliuvan ironichnoi podiaky. Zakarpatski filolohichni studii. T. 1 № Vyp. 7. Uzhhorod: Vydavnychiy dim “Helvetyka”, 2018. S. 87–91.
- Kivenko I. O. (2018). Movlenniievi akt podiaky: prahmalinhvistychnyi analiz (na materiali anhliiskoi movy): dys. kand. fil. nauk: 10.02.04. Odesa, 226.
- Marchenko V. V., Starkina A. A. Prahmatychnyi efekt vykorystannia humoru u publichnykh politychnykh vystupakh. «Young Scientist» № 11 (87) November, 2020. S. 463–467. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304–5809/2020–11–87–100>
- Peredon N. O. (2018). Verbalni ta neverbalni zasoby realizatsii stratehii i taktyky uchashnykiv komunikatyvnoi sytuatsii «prymyrennia» (na materiali anhliiskoi movy): dys. kand. fil. nauk : 10.02.04. Kherson, 260.
- Prykhodko A. M. (2008). Kontsepty i kontseptosystemy v kohnityvnodyskursyvnii paradyhmi linhvistyky. Zaporizhzhia: Prem'ier, 332.
- Khaliman O. V. (2022). Movlenniievi akt podiaky v aspekti linhvoaksiolohii. Polihhranna filolohiia bez kordoniv: kolektyvna monohrafiia. Kharkiv: Vydavnytstvo Ivanchenka I. S., 324–332.
- Chemerynska I. (2012). Podiaka yak otsinnyi movlenniievi akt. Naukovyi visnyk VNU imeni Lesi Ukrainky. № 6. Volyn, 99–106.
- Austin J. L. (1975). How to do things with words. Harvard University Press; 2<sup>nd</sup> edition, 192.
- Leech G. (1983). Principles of Pragmatics. London & New York: Longman, 250.
- Searle J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5(1), 1–23.
- Afterlife of the party. Front Row Films DAE Light Media: directed by Stephen Hersek, 2021.
- Bridget Jones's Diary. Miramax Films: directed by Sharon Maguire, 2001.
- Notting Hill. Universal Pictures: directed by Roger Michell, 1999.
- Macomber D. Those Christmas Angels. London: MIRA, 2013. 210 p.
- Macomber D. Hannah's list. Ontario: MIRA, 2010. 397 p.
- The Noel Diary. Johnson Production Group, Off Camera Entertainment: directed by Charles Shyer, 2022.
- Virgin River. Netflix. Directed by Sue Tenney. 2019.
- Waugh E. Vile bodies. New York: Back Bay Books, 2012. 320 p.
- Wodehouse P. G. My man Jeeves. Chicago: A public domain book

*Стаття надійшла до редакції 12.12.2023 року*