

УДК 811.112.2'27

Хорошилова В.М.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

У статті розглянуто сучасні підходи до вивчення такого явища, як невічливість, та однієї із стратегій її реалізації – образи. Окреслено проблеми конституювання невічливості та образи в дискурсі – статус інтенції мовця, вплив та концептуалізація контексту, а також критично осмислені два принципово різних методологічних підходи до вивчення невічливості – дослідження підходу першого порядку та дослідження підходу другого порядку. Наведено методологічну стратегію, застосовну для проведення означеного дослідження.

Ключові слова: адресат, ввічливість, дискурс, інтенція, інтерпретація, комунікативна стратегія, контекст, методологія, мовець, невічливість, образа.

Хорошилова В.Н.. *Методология исследования стратегии оскорбления в немецкоязычном интернет-дискурсе.* В статье рассмотрены современные подходы к изучению такого явления, как невежливость и одной из стратегий её реализации – оскорбления. Очерчены проблемы конститирования невежливости и оскорбления в дискурсе – статус интенции говорящего, влияние и концептуализация контекста, а также критически переосмыслены два основных методологических подхода к изучению невежливости – исследования подхода первого порядка и исследования подхода второго порядка. Приведена методологическая стратегия, примененная в нашем исследовании.

Ключевые слова: адресат, вежливость, дискурс, говорящий, интенция, интерпретация, коммуникативная стратегия, контекст, методология, невежливость, оскорбление.

Khoroshylova V.M. *Methodological approach to impoliteness research in German internet-discourse.* In this paper we review up-to-date approaches to impoliteness studies as well as to one of its strategies – aggravation. We outline some problem issues of constituting of impoliteness and aggravation – the status of intention, context influence and conceptualization as well as we present a critical review of two main methodological approaches to impoliteness study – first order approach and second order approach. We also present a methodological strategy of our research.

Key words: addressee, aggravation, context, discourse, impoliteness, intention, interpretation, methodology, politeness, speaker, speech strategy.

Останнім часом з'являється все більше теоретичних робіт дослідників невічливості, в яких представлений критичний огляд методологічних підходів до вивчення цього явища, а також критеріїв конституювання невічливості, зокрема ролі комунікантів, інтенцій та особливостей контексту (P. Austin, L. M. Beebe, D. Bousfield, J. Culpeper, J. Holmes, L. Lachenicht, M. Kienpointner, M. Locher, M. Marra, M. Terkourafi, A. Wichmann, R. Watts та ін.).

Об'єктом дослідження є аналіз методологічних підходів до вивчення комунікативної стратегії образи як підтипу невічливості, а предметом – проблемні параметри конституювання невічливості та методологічні можливості вирішення цих питань.

Мета цієї статті – проаналізувати, які методологічні підходи до вивчення невічливості пропонує сучасна когнітивно-дискурсивна парадигма,

критично осмислити ці підходи та поетапно описати запропоновану методологію дослідження.

Матеріалом аналізу є теоретичні роботи лінгвістів, що розробляють підходи до вивчення невічливості, аналізують такі параметри, як контекст та інтенція, в конституванні невічливості в дискурсі.

Актуальність зумовлена зростанням соціокультурної ролі такого явища, як невічливість, в сучасній комунікації (насамперед – інтернет-комунікації), а також недостатньою розробленістю методів вивчення й аналізу параметрів, що конституують невічливість у дискурсі.

Нова когнітивно-комунікативна парадигма, на відміну від старої механістичної, базується не на філософії раціоналізму, а на ідеях постмодернізму та постструктуралізму. Це означає, що в антропоцентричному підході, за збереження його функціональності, експланаторності та експансіонізму, принцип інтерпретаціоналізму замінюється принципом соціального конструкціонізму [2; 5; 7; 12].

Окрім зазначених загальних принципів, характерних для соціального конструкціонізму, всі підходи до дискурс-аналізу демонструють спільні погляди на мову і суб'єкт. Мова – це не просто канал передачі інформації (як в кодovій моделі комунікації) і не просте відображення реальності, а механізм, що генерує та конститує соціальний світ і соціальні ідентичності; мова структурована в патерни або дискурси, що створюються та трансформуються в дискурсивній практиці. Як саме це відбувається, дослідники намагаються з'ясувати за допомогою аналізу специфічних контекстів, в яких функціонує мова [3, 30–35]. Зосередження уваги на аспекті вживання мови породжує дихотомію «текст-як-продукт :: дискурс-як-процес», на базі якої, в свою чергу, виокремлюються протиставлення: «структурність :: функціональність», «статичність :: динамічність», «віртуальність :: актуальність» [8; 4]. При цьому один текст може бути реалізацією різних дискурсів. Дискурс включає ментальні, соціальні, життєві простори комунікантів [6, 140]. Когнітивно-дискурсивний підхід до аналізу дискурсу передбачає єдність його когнітивного й прагматичного аспектів та характеризується недетермінізмом, нелінійністю, системністю й діяльнісним розумінням досліджуваних явищ [1, 10].

Наразі існує велика кількість підходів до аналізу дискурсу, проте можна виділити три найбільших підходи – з позиції: 1) соціального конструкціонізму (теорія дискурсу Ернесто Лакло і Шанталю Муффа) [3, 53–107], 2) критичного дискурс-аналізу [3, 108–162] та 3) дискурсивної психології [3, 163–224]. Спільним для всіх трьох напрямів є загальне уявлення про те, що наш спосіб спілкування зовсім не є нейтральним відображенням світу, ідентичностей та соціальних взаємовідношень [3, 19]. Зазначені підходи базуються на принципах соціального конструкціонізму (що лежить в основі багатьох теорій про суспільні та культурні явища). В. Барр виокремлює чотири загальні принципи для усіх соціально-конструкціоністських підходів [11, 3; 12, 266–267]:

- критичний підхід до знання. Реальність доступна нам лише через певні категорії, тому наші знання про світ – це не пряме відображення, а

результат наших способів її категоризації, тобто продукт дискурсу;

- історична та культурна обумовленість. Способи розуміння та репрезентації світу є культурно та історично обумовленими – світогляд та ідентичності змінюються з часом (міфологічний світогляд змінюється релігійним, релігійний – філософським або науковим). Дискурс – це форма соціальної поведінки, що бере участь в формуванні соціального світу (в тому числі знання, людей та соціальні стосунки) і, таким чином, в підтримці та збереженні соціальних патернів;

- зв'язок між знаннями та соціальними процесами. Знання виникає в процесі соціальної взаємодії;

- зв'язок між знаннями та соціальною поведінкою. В межах певного світогляду деякі способи поведінки стають природними, деякі – неприпустимими.

«Відправним пунктом дискурсаналітичних підходів є встановлення структуралістської та постструктуралістської філософії в тому, що ми отримуємо доступ до реальності через мову. За допомогою мови ми створюємо репрезентації реальності, що не просто відображують те, що в ній міститься, але й конструюють її. Це не означає, що самої реальності не існує. Смысл скоріше в тому, що реальні лише значення та наші уявлення про реальність. Звичайно, фізичні об'єкти існують, проте вони отримують своє значення лише в дискурсі» [3, 29].

Для нашого дослідження, присвяченого дослідженню комунікативної стратегії завдання образи, вважаємо доцільним використати здобутки як діяльнісного, так і функціонального напрямів в якості методологічних платформ у межах когнітивно-дискурсивної парадигми. Функціональний напрям, у свою чергу, об'єднує два основні підходи: 1) ситуативний, що концентрується на вивченні функцій мовного знака та ситуативних факторів (екстралінгвістичних – прагматичних, соціокультурних, психологічних), які впливають на реалізацію цих функцій [6, 12–13], та 2) семіотичний, що трактує дискурс «як соціальні практики лінгвістичного та нелінгвістичного характеру, в основі яких лежать ідеологія або культурні розбіжності» [23, 1–2]. На такому розумінні базується критичний аналіз дискурсу.

Таким чином, реалізувати стратегію образи можна як конвенційними засобами (конвенційні формули невивчливості [14, 2]), так і неконвенційними, тобто визначальну роль для реалізації стратегії завдання образи та передачі когнітивної сутності ОБРАЗА стає саме контекст (в широкому розумінні), в якому відбувається процес інтеракції. Іншими словами, в дискурсі все залежить від контексту в широкому розумінні, тому необхідно окремо звернути увагу на власне термін «контекст». «Теоретичні терміни «контекст» та «модель контексту (context model)» – це специфічна ментальна модель або суб'єктивна інтерпретація комунікантами релевантних властивостей (соціальної, інтеракційної або комунікативної) ситуації, в якій вони взаємодіють» [16, 24]. Окрім цього, ці моделі – схематизовані (вони базуються на спільних, культурно обумовлених та конвенційних категоріях, що уможливають швидку інтерпретацію актуальної комунікативної події таких як час, місце, комуніканти (та їхні чисельні ідентичності та ролі), дії, цілі та

знання) та вони є динамічними [16, 16–17]. Рівні контекстів певним чином співвідносяться з різними підходами до дискурсу: від широкого до вузького, від макро- до мікрорівня, від формального та об'єктивістського (неактуального для нашого дослідження) до функціонального і конструктивістського (та суб'єкт-центричного). В конкретному дискурсі одночасно активуються і знання про тип та жанр дискурсу, конструюється модель контексту та зміст комунікативних внесків у результаті їхньої інтерпретації за допомогою когнітивних процесів та залучення енциклопедичних знань. Таким чином, під дискурсом ми розуміємо «інтегральний феномен, мисленнєво-комунікативну діяльність, що представляє собою сукупність процесу і результату, і включає як екстралінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект; в якому виокремлюються пресупозиція і контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), що зумовлюють вибір мовних засобів» [8, 38].

Важливо відмітити, що в інтернет-дискурсі частина реальних параметрів, таких як час, місце інтеракції, соціальний статус та вік нівелюються через специфічні характеристики інтернет-дискурсу як комунікативного простору, проте це не означає, що модель контексту відсутня та ідентичності адресата і мовця перестають існувати. Іншими словами, у фокусі опиняються лише релевантні для комунікантів фактори оточуючого середовища і ці фактори стають частиною внутрішнього світу суб'єкта [5, 109]. Саме в цій ситуації відбувається реалізація комунікативних стратегій та конструювання смислів. Під смислом з позицій дискурсивної теорії мовного знаку ми розуміємо не сталу сутність, а результат наділення мовної форми семіотичною значущістю у процесі дискурсивної взаємодії суб'єктів [17, 91]. Відтак дискурс – це не лише інтеракційна подія, результатом якого є поява певного тексту, а й джерело конструювання комунікантами смислів. Комуніканти не просто інтерпретують породжений у результаті комунікативної діяльності статичний текст, який можна порівняти зі «стоп-кадром» [7, 102], а є творцями дискурсу як процесу, творцями смислів.

Підкреслимо важливість контексту (ситуації мовлення) для реалізації будь-якої комунікативної стратегії. Як описує процес розуміння дискурсивного акту Т. ван Дейк, існує «загальна система контролю», яку «живлять» інформація про тип ситуації, дискурс, комунікативний задум, цілі (інтенції), схематичні надструктури або макроструктури. Ця система контролю «наглядає» за процесом опрацювання даних у короткій пам'яті, забезпечує ефективне вилучення даних із довгої пам'яті, активує епізодичні та семантичні знання та попередні ситуативні моделі, співставляє інформацію різного порядку, координує комунікативні стратегії. Таким чином, система контролю керує стратегіями для продукування інформації та відповідних репрезентацій, що узгоджуються з загальними завданнями процесу розуміння, а також для «аранжування» всієї наявної інформації, що не може бути цілісно збережена буфером короткої пам'яті. Тобто кожного разу складається нова «мозаїка». Наприклад, щойно сконструйована макропропозиція та модель ситуації знаходяться в режимі «активовано» та впливають на процес опрацювання інформації на інших рівнях [17, 12, 350].

Іншими словами, це механізми, що забезпечують усі рівні компетен-

цій – від когнітивних до комунікативних. Т. ван Дейк влучно називає сукупність усіх цих процесів «епістемологічною машиною» («*knowledge-device*», «*epistemic machine*»), коли адресант постійно оцінює ситуацію та можливу реакцію адресата в процесі розгортання дискурсу, знаходить оптимальні рішення для реалізації свого задуму.

Паралельно до «бази тексту» (*text base*) (встановлення семантичних зв'язків; рівень когерентності тексту, примітка наша – В.Х.) «виробляється «модель ситуації», тобто когнітивна репрезентація подій, дій, особистостей, що інтегрує енциклопедичні знання про слухача та інформацію, отриману із тексту і ці дві складові забезпечують інтерпретацію [17, 337; 11, 163, 308, 340]. Основна семантична та прагматична функція тексту – поповнити цю модель; «Ми здатні зрозуміти ситуацію тоді, коли здатні її уявити» [17, 337]. Іншими словами, розуміння відображене в створеній моделі ситуації. Модель ситуації включає в себе всю релевантну інформацію (знання), що виражена в тексті імпліцитно, або передбачає пресупозицію, як загальні (семантичні), так і специфічні (епізодичні) знання та може включати попередній досвід або попередні бази текстів. Аналогії ми здатні проводити завдяки існуванню кластерів, що містять узагальнений досвід попередніх ситуацій. Завдяки проведенню аналогій трансформуються невірно сконструйовані ситуації. В такому сенсі «зрозуміти дискурс – це завдання усунути такі помилки» [17, 337].

Щодо підходів до аналізу ситуації, то цілком логічно, що ми спираємось на динамічну модель. Різновидом динамічної моделі ситуативного контексту дискурсу є фрейм, а саме інтеракціональний фрейм, тобто «інструмент моделювання соціальної взаємодії індивідів, з урахуванням позиціонування комунікантом себе стосовно інших учасників комунікативної ситуації з метою створення умов продукування і сприйняття висловлення» [18, 128]. Варто зазначити, що існує декілька рівнів, на яких можна розглядати ситуацію і з якими корелюють різні методологічні підходи щодо дослідження мовленнєвої реалізації стратегії завдання образи: 1) реальна ситуація в її зовнішніх, об'єктивних проявах, як вона може бути описана універсальним суб'єктом; 2) ситуація, як вона сприймається реальним індивідом (індивідами); 3) ситуаційний тип в його загальних, позбавлених конкретики характеристик; 4) широке розуміння ситуації як «життєвої ситуації», а також декілька підходів – статичні моделі ситуації та динамічне розуміння ситуації [7, 102–103]. Як актуальну ситуацію образи можна кваліфікувати, якщо один із комунікантів – реальний індивід оцінив її саме так. Типовою така ситуація буде, якщо наявні певні параметри образи: 1) адресант має намір нанести шкоду обличчю адресата (а саме, донести посилання «Ти поганий»); 2) він реалізує такий намір за допомогою відповідної комунікативної стратегії, обравши одну з тактик, у прямий (експліцитний) чи непрямий (імпліцитний) спосіб; 3) настає чи не настає перлокутивний ефект – адресат образився або не образився. Варто зазначити, що у деяких випадках, адресант не мав наміру нанести шкоду обличчю адресата, проте має місце перлокутивний ефект образи. Як «життєва» така ситуація може розглядатись за умови появи в ній суб'єкта, який виконує певні когнітивні операції – інференції, залучить

пресупозицію, проаналізує різні параметри ситуації (вік, стать комунікантів, психологічні ролі і т. д.) та у підсумку розпізнає/сприйме як наявну інтенцію мовця та винесе судження «ЦЕ ОБРАЗА» про зміст повідомлення.

Щодо загального методологічного підходу до вивчення невірливості (та однієї з її стратегій, досліджуваної нами, – стратегії образи), найістотнішим є розподіл дослідників на тих, хто дотримується підходу першого порядку (тобто орієнтований у вивченні явищ на безпосередню реакцію і судження членів інтеракції) (M. Locher and R. Watts; L. Mullany; W. Graham; H. Limberg; S. Schnurr, M. Marra and J. Holmes) та тих, хто дотримується підходу другого порядку (зорієнтований у підході до вивчення явища на концептуальне розуміння, його технічне визначення самим дослідником) (J. Archer; H. Cashman; M. D. Garcia-Pastor), або комбінує обидва підходи (D. Bousfield; J. Culpeper; M. Terkourafi). Для всіх підходів важливими залишаються контекст з усіма його параметрами й змінними, такими, як влада, дистанція та рівень імпозиції, проблема його конструювання, норми дискурсивної практики та суперечливий пункт – наявність інтенції у мовця – задля визначення висловлювання як *образливого*, *неввірливо-го*, *грубого*, або, навпаки, *вірливо-го*. Проте в першому випадку такі судження робляться власне комунікантами, спираючись на власний досвід та уявлення про норми в конкретній дискурсивній практиці, а в другому – підхід до вищезгаданих концептів визначається дослідником на теоретичному рівні. Іншими словами, (не)вірливість може виступати як універсальний концепт або слугувати як технічний термін. Важливо зазначити, що дослідники, застосовуючи перший підхід у випадку вивчення вірливості, зіштовхнулись з двома можливими судженнями комунікантів: висловлення сприймалось або як вірливе, або як таке, що сформульовано за відсутності вірливості [10, 5] там, де вона очікувалась [15, 357], або «як навмисно невірливе» [13, 42].

Важливим аспектом є відмова від дихотомії «вірливий-невірливий». Як демонструють дослідження першого порядку, комуніканти іноді кваліфікують поведінку як нейтральну, тобто не марковану ані як вірливу, ані як невірливу. Власне дослідники, що дотримуються підходу другого порядку, визнають прояв поведінки, що «в цілому загрожує особі, проте необов'язково є синонімічним поняттю невірливості» [20, 6]. Ми в нашому дослідженні дотримуємось інтегрованого погляду на дослідження стратегії образи, тобто, на нашу думку, невірливість – це інтендована (або така, що сприймається інтендованою) та маркована (не конвенція стосовно певного контексту або неочікувана в певному ситуативному контексті) мовна поведінка, орієнтована на «втрату обличчя» адресатом, яка призводить чи не призводить до відповідного перлокутивного ефекту в процесі розгортання дискурсу з урахуванням дискурсивних правил і норм. Образою ми розглядаємо як специфічний підтип невірливості та визначаємо стратегію завдання образи як специфічний акт загрози «обличчю». Інтендованим змістом такого акту є наступне посилення адресату: «Ти поганій. Твої уподобання, смаки, погляди, оточення, досягнення і т. ін. погані». Важливим і неоднозначним параметром залишається наявність інтенції у мовця та її розпізнавання

адресатом. Проте постає питання, який механізм дозволить дослідникові однозначно констатувати наявність інтенції. Як слушно зазначає А. Грімшоу, дійсно «неможливо залізти в голови людей» [19, 281]. Він же розвиває ідею про те, що за наявності контексту можливо робити певні інференції та припущення щодо інтенцій. На думку Д. Бусфілда, «аналіз є можливим завдяки незмінному урахуванню таких параметрів, як дискурсивні ролі комунікантів, контекст, котекст, тип діяльності, до якої залучені комуніканти, попередні події, наявність афективності у комунікантів, а також владу, права, обов'язки комунікантів та багато інших» [9, 74]. Дж. Калпепер наголошує на тому, що реконструюванню підлягають не фактичні, а саме «можливі» інтенції, позичивши термін «реконструювати», а не «виводити» у Моопеу [22, 900], оскільки до наявної комунікативної події належать «попередній досвід, знання про соціальні ролі і т. д.» [22, 901].

Дж. Калпепер, Д. Бусфілд та М. Теркурафі наголошують у своїх дослідженнях на важливості інтерпретації мовцем та (або) слухачем певного висловлювання, а також на вплив контексту на інтерпретацію. Слушними в такому випадку дійсно стають дослідження першого порядку та орієнтація на мета-коментарі комунікантів задля вияву таких дискурсивних явищ як ввічливість, неввічливість або грубість.

У нашому дослідженні ми, по-перше, спираємось на попередні теоретичні роботи дослідників (не)ввічливості, а по-друге, на доступний для дослідження масив даних з інтернету із подальшим його описом, аналізом та висновками на його основі. В нашому дослідженні ми шукаємо відповідь на питання, які саме особливості мовленнєвого втілення стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі, а також які особливості інтернет-дискурсу впливають на мовленнєве втілення стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі. Корпусна лінгвістика виходить із індуктивного/емпіричного методу здобуття знань про мову. На базі вивчення якомога більшої кількості конкретних поодиноких прикладів можна зробити узагальнення щодо об'єкта, що вивчається. Такий підхід, що базується на емпіризмі, своїм основним положенням має наступне: усі знання про світ спираються на досвід. Протилежним до вищезазначеного є дедуктивний метод, що базується на філософській традиції раціоналізму. В аналогічних контрастивних відносинах знаходиться корпусна лінгвістика та генеративна трансформаційна граматики Н. Хомського (це протиставлення відоме також як «протистояння» Н. Хомського та Дж. Лакоффа [21]). Основна претензія генеративістів до методів корпусної лінгвістики – це положення про те, що *мовна компетенція (Sprachkompetenz)* суттєво відрізняється від індивідуального *використання мови (Sprachperformanz)* [12], адже в природній мові часто трапляються помилки. Корпусна лінгвістика нівелює різницю між цими двома аспектами. На наш погляд, таке протиставлення можна перевести в іншу площину: вивчення норми vs. вивчення узусу. Як відповідь – надання переваги дослідженням першого або другого порядку. Проте обидві позиції останнім часом зближуються.

На прикладі питань, пов'язаних із феноменом неввічливості, окреслимо в загальних рисах, яку, на наш погляд, стратегію може використовувати

дослідник у такій роботі:

Етап 1. Поверхнєве дослідження за словниками, яке допомагає встановити, в яких саме мовних одиницях (лексемах, ідіомах та фразеологізмах) втілюється концепт BELEIDIGUNG. Нами, зокрема, було встановлено, що це такі одиниці: *Beleidigung, Missachtung, Verachtung, Urteil, Spott, Angriff, Verletzung, üble Nachrede, Frechheit, Unterschätzung, Überhebung, Unhöflichkeit, verbale Aggression*.

Етап 2. Аналіз даних корпусу DWDS. Тут нами проведено контент-аналіз у вузькому розумінні [24, 88–108], тобто кількісний пошук конкретних лексичних одиниць, в яких згідно зі словниковими даними втілюється концепт BELEIDIGUNG, а саме: *Beleidigung, Urteil, Spott, Aggression, Verachtung*. У процесі роботи з фактичним матеріалом було встановлено й інші одиниці на позначення концепту BELEIDIGUNG та відповідних дій і психічних станів адресата і мовця: *mit Beleidigungen um sich schmeißen, mit Beschimpfungen jonglieren, j-n niedermachen, j-n rüde angehen, nicht legitime Kritik* і т. д.

Етап 3. Дослідження першого порядку та пошук коментарів з експліцитною кваліфікацією адресатом висловлення як образливого із використанням лексем, вказаних у попередньому пункті. Така пряма номінація у респондивних мовленнєвих актах трапляється, проте неоднорідно в різних ресурсах. Найвищий кількісний показник був досягнутий на ресурсі YouTube. Окрім того, пряма номінація траплялась і в висловлюваннях автора вихідного повідомлення, який констатував, що адресат образився, після надходження реакції адресата на вихідне висловлювання. Найчастотнішими лексемами на позначення концепту BELEIDIGUNG виявлено такі – *Beleidigung, Angriff, Verachtung, Verleumdung* та *Urtel*.

Етап 4. Наступним кроком має стати методичний лінгвопрагматичний аналіз із залученням методів структурно-семантичного, логіко-семантичного, стилістичного, трансформаційного, контекстуального, інтенційного, інференційного, мовленнєвоактового аналізу, методів парафразування, експлікації імпліцитного смислу та елементів методик формалізації та кількісних підрахунків.

Етап 5. Нарешті, завершити роботу має виявлення того, яким саме чином впливає на мовленнєву реалізацію стратегії завдання образи специфіка інтернет-комунікації.

В нашому дослідженні застосовується інтегральний підхід, який поєднує дослідження першого і другого порядку. По-перше, залучається інтернет-дискурс як особливий контекст комунікації та матеріал аналізу, по-друге, увага фокусується на інтерпретаційній діяльності адресата щодо образливих смислів висловлень мовця, а також на інтенціях мовця, звідки підходимо до аналізу стратегії завдання образи з позицій когнітивних, комунікативних і соціокультурних аспектів її реалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі. / Л.Р. Безугла. – Харків : Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2007. – 330 с.
2. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен : [коллективная монография / науч. ред. И.С. Шевченко]. – Харьков : Константа, 2006. – 356 с.

3. Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс; [пер. с англ. А. А. Киселева]. – Харьков : Гуманитарный центр, 2008. – 352 с.
4. Мартынюк А. П. Разграничение текста и дискурса с позиций интеграционного подхода / А.П. Мартынюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2009(6). – № 866. – С. 49-54.
5. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. / А. П. Мартинюк. – Харків : Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. – 195 с.
6. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : [монография] / Морозова Е. И. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
7. Морозова Е. И. Мирозозреческие параллели в трактовке содержания терминов «дискурс», «контекст», «ситуация» // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2010. – №897(62). – С. 99-105.
8. Шевченко И. С., Морозова Е. И. Дискурс как мыслекommunikативное образование // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2003. – №586. – С. 33-38.
9. Bousfield D. Impoliteness in Interaction / D. Bousfield. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2008. – 282 p.
10. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc. : CUP, 1987. – 345 p.
11. Burr V. An introduction to Social Constructionism / V. Burr. – L., N.Y. : Routledge, 1995. – 144 p.
12. Chomsky N. Knowledge of Language: Its Nature, Origin and Use / N. Chomsky. – New York : Praeger, 1986. – 307 p.
13. Culpeper J. Impoliteness and The Weakest Link / J. Culpeper // Journal of Politeness Research. – 2005. – № 1 (1). – P. 35–72.
14. Culpeper J. Impoliteness: Using language to cause offense / J. Culpeper // Studies in Interactional Sociolinguistics. – 2011. – №28 (28). – 288 p.
15. Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness / J. Culpeper // Journal of Pragmatics. – 1996. – № 25. – P. 349–367.
16. Dijk T. van. Discourse and Context. A sociocognitive approach / T. van Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
17. Dijk T. van. Strategies of Discourse Comprehension / T. van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic Press, 1983. – 418 p.
18. Goffman E. Forms of talk / E. Goffman. – Oxford : Blackwell, 1981. – 335 p.
19. Grimshaw A. D. Conflict Talk: Sociolinguistic investigations of arguments and conversations / A. D. Grimshaw. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 356 p.
20. Impoliteness in language : Studies on its interplay with power in theory and practice : [edited by Derek Bousfield, Miriam A. Locher]. – Berlin : de Gruyter, 2008. – 346 p.
21. Köhler R. Korpuslinguistik. Zu wissenschaftstheoretischen Grundlagen und methodologischen Perspektiven / R. Köhler // LDV-Forum. – 2005. - № 20 (2). – P. 1-16.
22. Mooney A. Cooperation, violations and making sense / A. Mooney // Journal of Pragmatics. – 2004. - № 36. – P. 899-920.
23. Schiffrin D. Approaches to discourse. / D. Schiffrin. – Oxford : Blackwell, 1994. – 470 p.
24. Wodak R. Methods of Critical Discourse Analysis / R. Wodak, M. Meyer. – L. New Delhi, Singapore etc. : SAGE, 2009. – 216 p.

Стаття надійшла до редакції 20.10.2014 р.