

Yuliia V. DEDE,

Lecturer at the Department of Foreign Languages of Natural Sciences Faculties,
Odessa I. I. Mechnikov National University; 24/26 Francuzkyi blvd., Odessa, 65058, Ukraine;
tel.: +38 093 9964605; e-mail: juliadede@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-0701-4216

MITIGATION STRATEGIES OF PROMISE AND REQUEST IN ENGLISH FICTIONAL DISCOURSE

Summary. The *aim* of the study is a contextual and interpretive analysis of mitigation strategies of request and promise which are followed up in the personage speech in English fictional discourse. The *subject* of the article is establishing of the speech means that implement the mitigation strategies (namely, mitigation of promise and mitigation of request), taking into account the aspect of communication situation on the samples from English fictional discourse. The *findings* of the research illustrate how the outlined strategies (mitigation of promise and mitigation of request) are manifested in English fictional discourse. The *results* show that the strategy of request is mostly realized by the tactics of categoricalness reduction. The tactics of categoricalness reduction is determined by the speaker's desire to make interlocutor perform / not perform a certain action. The mitigation strategy of promise is realized by the apology tactics and the tactics of categoricalness reduction which allow the speaker to restore harmony with the listener.

Key words: communication strategy, communication tactics, mitigation, speech act of request, speech act of promise.

Статтю отримано 4.04.2022 р.

DOI: 10.18524/2307-4558.2022.37.261457

УДК 811.111'23'371'42

КОСОВЕЦЬ Маргарита Валеріївна,

аспірант кафедри теоретичної і прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова; Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна; тел.: +38 063 4674101;
e-mail: berrylife777@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-1124-6025

КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ДЕТЕКТИВІ

Анотація. Пропонована стаття містить результати дослідження комунікативної стратегії самопрезентації детектива — персонажа детективного роману — і комунікативних тактик, які її реалізують. **Матеріалом** дослідження слугували англійські детективні романи, в яких **об'єктом** вивчення обрано персонажне мовлення: допити поліцейським свідків і підозрюваних. **Предметом** дослідження є комунікативні тактики самопрезентації як супутні засоби впливу на підозрюваного задля отримання необхідної інформації для розкриття злочину. **Метою** розвідки є когнітивно-прагматичний аналіз комунікативних тактик, якими послуговуються детективи для отримання потрібної інформації для розкриття злочину. Дослідження ґрунтується на загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних **методах**: методах синтезу й аналізу, методі спостереження, описовому методі, прагмалінгвістичному методі та контекстуально-інтерпретаційному аналізі. **Основні результати** дослідження дають змогу зробити деякі **висновки**. Так, когнітивно-прагматичний аналіз стратегічного плану детектива — персонажа детективного дискурсу — уможливив складання власної класифікації комунікативних стратегій і тактик, якими послуговується детектив під час допитування свідків і підозрюваних, намагаючись знайти вбивцю. Виявлено, що однією із головних комунікативних стратегій, до яких вдається детектив, є стратегія самопрезентації. Вона експлікується комунікативними тактиками дистанціювання, солідаризації, належністю до певної групи, кожна з яких маркована певними лексичними, морфологічними та синтаксичними засобами мови. **Перспективою** подальших досліджень є різнобічне вивчення лінгвальних механізмів здійснення стратегії самопрезентації як одного із допоміжних засобів впливу на реципієнта в художньому дискурсі.

Ключові слова: детективний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, самопрезентація, приналежність до певної групи, солідаризація, дистанціювання.

Постановка проблеми. Комунікативні стратегії поліцейського детектива мають на меті психологічний вплив на допитуваного: негативно-емоційний (якщо останній не усвідомлює важливості розслідування, відмовляється надавати відомості або бреше) або позитивно-оцінний (якщо допитуваний нервує, соромиться, боїться). Однією із найважливіших допоміжних стратегій вважають самопрезентацію. У процесі розслідування детектив неодмінно презентує себе у певному світлі, свідомо чи несвідомо намагається створити певне враження та маніпулювати співрозмовником. Пропонована стаття присвячена вивченню комунікативної стратегії самопрезентації як одного із супутніх засобів впливу на підозрюваного задля отримання необхідного результату — розкриття злочину.

Зв'язок проблеми з попередніми дослідженнями. Дослідження комунікативних стратегій і тактик привертає увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних лінгвістів (Т. А. ван Дейк, Дж. Ліч,

Ф. С. Бацевич, Н. О. Бігунова, І. М. Борисова, Є. М. Верещагін, О. С. Іссерс, В. Г. Костомаров, Л. М. Михайлов, К. Ф. Сєдов, О. П. Сковородников, О. О. Степаненко та ін.).

У роботах О. П. Сковородникова комунікативна стратегія представлена як «загальний план, або «вектор», мовленнєвої поведінки, що виражається у виборі системи продуманих мовцем поетапних мовленнєвих дій» [13, с. 6].

О. С. Іссерс трактує комунікативну стратегію «як сукупність мовленнєвих дій, які спрямовані на досягнення комунікативної мети і реалізуються в комунікативних тактиках» [5, с. 124]. Мовленнєвою тактикою, на думку О. С. Іссерс, слід вважати «одну або кілька дій, які сприяють реалізації стратегії» [5, с. 125]. Отже, дослідники протиставляють стратегію тактиці: якщо стратегія передбачає планування процесу мовної комунікації [5, с. 70], то тактика — це сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії. Отже, комунікативна тактика, на відміну від комунікативної стратегії, перш за все, співвіднесена не з комунікативною метою, а з набором комунікативних намірів [8, с. 19].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми самопрезентації не так давно потрапили до кола інтересів вітчизняних лінгвістів. У 1959 р. цей термін ввів І. Гофман, який розглядав самопрезентацію як постійний процес, що змінює свій характер залежно від цілей автора та обставин, тобто як загальну особливість соціальної поведінки [3, с. 85–86]. На думку І. Гофмана, незалежно від конкретного наміру, індивід зацікавлений у здійсненні контролю за поведінкою інших.

Окрім І. Гофмана, самопрезентацію активно вивчають такі зарубіжні вчені: Дж. Тедеші, М. Ріес, Б. Шленкер, М. Вейголд, М. Лірі, Р. Ковальські; Д. Майерс, Дж. Г. Мід, Ч. Кулі, Р. Баумейстер, А. Стейхлбер, Р. Аркін, А. Шутц, М. Снайдер, Р. Чалдіні, І. Джонс та ін.

За визначенням Р. Аркін, самопрезентація — це комунікативна поведінка, за допомогою якої ми передаємо іншим, хто ми є [14]. У свою чергу, Б. Шленкер потрактовує поняття самопрезентації як визначальний і невід’ємний складник повсякденного соціального життя людини, стверджуючи, що надання інформації про себе обов’язково містить усвідомлену увагу й контроль [18, с. 495].

Г. В. Бороздіна розуміє самопрезентацію як процес управління сприйняттям реципієнта шляхом цілеспрямованого залучення його уваги до таких особливостей свого зовнішнього вигляду, своєї поведінки, ситуації, що запускають механізми соціального сприйняття [1].

В. М. Куніцина розглядає самопрезентацію з двох різних аспектів: як короточасний, специфічно мотивований та організований процес подання інформації про себе у вербальній та невербальній поведінці або як різні поведінкові тактики, що спрямовані на те, щоб вплинути на сприйняття співрозмовника [10, с. 338–340].

О. Ковригіна зазначає, що «комунікативна стратегія самопрезентації передбачає створення певного враження про мовця та соціально прийнятну, допустиму суспільством поведінку» [9, с. 76].

О. С. Іссерс вважає, що стратегія самопрезентації певною мірою реалізується практично в будь-якій мовленнєвій дії. Стратегія самопрезентації наявна за будь-яких умов комунікації як допоміжна стратегія [5, с. 74].

Отже, більшість дослідників розглядають самопрезентацію як свідому поведінку, спрямовану на створення певного враження про мовця. Шляхи ж імплементації цієї стратегії у дискурсі потребують вивчення.

Формулювання завдань. Об’єктом пропонованого дослідження виступає персональне мовлення англomовного художнього детективного дискурсу. Предмет вивчення складають комунікативні тактики реалізації стратегії самопрезентації детектива у спілкуванні з підозрюваними та свідками вбивства. Метою роботи є встановлення мовленнєвих засобів реалізації стратегії самопрезентації детектива. Для вирішення поставлених завдань використано методи синтезу й аналізу, спостереження, описовий метод, прагмалінгвістичний метод і контекстуально-інтерпретаційний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. У пропонованій розвідці самопрезентацію розглянуто як одну з провідних комунікативних стратегій, яка, поряд із стратегіями прямого запиту інформації, контролю над ходом бесіди, позитивного емоційного впливу та стратегією маніпулювання, активно використовується детективом для розслідування вбивства.

У рамках пропонованої статті звернемося лише до комунікативної стратегії самопрезентації і до комунікативних тактик, які її реалізують.

Для простеження виявів самопрезентації в детективному дискурсі ми спираємося на таксономію А. Шутца, відповідно до якої стилі самопрезентації поділяють на чотири групи: *стверджувальний (assertive)*, *наступальний (offensive)*, *оборонний (defensive)* і *захисний (protective)*. Стверджувальний і наступальний стилі самопрезентації є активними тактиками, які слугують для створення позитивного образу, проте оборонна і захисна самопрезентації — пасивні тактики, які, здебільшого, використовують як стратегії ухилення [19].

Стверджувальна самопрезентація включає активні, але не агресивні спроби створити позитивне враження. Наступальна самопрезентація — «це агресивний спосіб створення бажаного образу» [19]: презентування себе у більш вигідному світлі є основним методом передачі бажаного враження. Оборонна самопрезентація використовується з метою мінімізації негативного враження на співрозмовника. Захисна самопрезентація належить до пасивних спроб уникнути негативних вражень та

незручних або принизливих ситуацій: співрозмовник не хоче виглядати погано і тому применшує свої якості.

Контекстуально-прагматичний аналіз спілкування героїв детективного дискурсу дає змогу дійти висновку про те, що стратегія самопрезентації реалізується комунікативними тактиками приналежності до певної групи, солідаризації з адресатом та дистанціювання. Розглянемо вживання окреслених тактик реалізації стратегії самопрезентації персонажами літературного дискурсу.

Щодо *тактики дистанціювання*, слід зазначити, що будь-який комунікативний акт передбачає певну дистанцію між учасниками, зумовлену врахуванням інтересів кожного. Обережність (тактовність) як механізм мовленнєвої поведінки передбачає як «розумний егоїзм» адресанта, так і врахування інтересів адресата [4, с. 43].

У комунікативній лінгвістиці виокремлюється соціально-рольовий підхід, згідно з яким комунікантів поділяють за соціальною функцією, статусними, позиційними та ситуаційними ролями. Тип ролей комунікантів зумовлює репертуар мовленнєвих засобів, які використовують у ситуації спілкування. Зокрема, міжособистісні відносини детективу та підозрюваних ґрунтуються на соціально-рольовій ситуації «слідчий — підозрюваний», учасники якої розділені дистанцією влади (*powerdistance*) [11, с. 598]. Наведемо приклад, у якому молодий поліцейський, обурений тим, що його не сприймають серйозно, гордовито (*huffily*) заявляє, що він поліцейський, підкреслюючи таким чином дистанцію між собою та дівчиною-свідком:

“You are not really like a policeman, you know.”

“I am verra like a policeman,” said Hamish huffily. “Mair like one than that great bullying fathead inside” [23, р. 29].

У наступному прикладі детектив здогадується про те, що Білі є головним підозрюваним у справі, і тому намагається обережно пояснити, що він має його допитати і не може приховати деталі слідства:

Hamish was sure that Miss Beattie had guessed the identity of the poison-pen writer and that somehow Miss McAndrew had killed her and then someone had killed Miss McAndrew. And Billy was a prime suspect. He would need to take him in for questioning. He knew that probably someone other than Mrs. Harris would know about the affair.

He said gently, “I’m afraid I can’t hush this up, Billy. I’ve got to take you in for questioning” [22, р. 12–13].

Про «обережність» детектива у переконанні співрозмовника свідчить імплементація автором прикметника *gently* (спокійно, обережно) та мітїгативної фрази *I’m afraid*. За таксономією стилів самопрезентації А. Шутца, обидва наведені приклади належать до оборонного стилю самопрезентації: детектив намагається мирним шляхом виконати свою справу.

Наступальний стиль тактики дистанціювання застосовано детективом у ситуації, коли підозрювана у злочині не сприймає його як авторитет і навіть насміхається над ним. Отже, Хейміш демонструє свою владу й забороняє жінці керувати авто:

“I am here to tell you,” said Hamish, “that if you continue to supply drugs to the people of this village, it will be the worse for you.”

She gave a mocking laugh. “Couldn’t get your search warrant, could you?”

He turned and looked at her Volvo, parked at the side of the cottage. He went over to it and shone his torch on it. “You need new tyres,” he said. “You cannot drive that car until you have them fitted. Your vehicle is not roadworthy” [25, р. 11].

Далі звернемося до *тактики емпатії* або *солідаризації*. Поняття емпатії введено американським психологом Е. Тітченером і передбачає здатність до розуміння емоційно-психологічного стану співрозмовника у формі співпереживання [20]. Емпатія припускає залежність успішності розуміння від можливості для реципієнта знайти відбиття себе самого, свого життя, досвіду [11, с. 221]. Підтвердженням вищесказаного може слугувати такий приклад:

“She don’t want to see you.”

I can well understand that,” said Hamish. “I’ll try not to take up too much of your time.”

“You seem harmless enough,” said Mrs Frobisher. “Come in. Bring us some coffee, Miranda” [21, р. 178].

У наведеному прикладі застосована тактика емпатії, детектив висловлює розуміння (*I can well understand that*), яке увиразнює обіцянка не забирати багато часу (*I’ll try not to take up too much of your time*). Відповідь співрозмовника експлікує ефективність застосування тактики емпатії (*You seem harmless enough*).

Розглянемо ще один приклад тактики емпатії, яка ґрунтується на проханні поліцейського до свідків мовчати і надії на те, що всі вони не потраплять у біду. При цьому він уналежнює себе до однієї з ними групи (*we*), що є спробою зменшити дистанцію та виявом солідарності:

“Surely she murdered him,” said Angela.

*“I would like to think that,” sighed Hamish. “But at the time of the murder she was performing with a pop group in front of witnesses, and I can try break her alibi. **Keep quiet, all of you, and we might come out of this**”* [24, с. 77–80].

Як відомо з подальшого контексту, детектив зумів отримати довіру з боку підозрюваних саме завдяки солідаризації, і як результат — підозрювані повірили йому та розповіли важливу для слідства інформацію. За класифікацією А. Шутца, приклад є виявом стверджувального стилю самопрезентації.

Розглянемо ще один приклад тактики солідаризації, розрахований на створення потрібного фону: допитувані мають відчутти свою провину та намагатися допомогти слідству:

“The situation is this,” said Hamish. “I have found the money and the morphine, but I cannot do anything about returning it. I should be down in Strathbane showing this video at headquarters. The reason I have not done so should be obvious to all of you. For some reason you let this man trick you and blackmail you. The only way out of it is to try to find the murderer and get the case closed.”

“But if you find the murderer,” said Angela in a croaky voice, “it will all come out in court and the video will be shown as well” [24, p. 77].

Тут бачимо, як детектив хоче долучити допитуваних до процесу розкриття справи. Для цього він застосовує тактику солідаризації та відкрито пояснює ситуацію і що необхідно зробити для того, щоб вирішити проблему з мінімальними втратами.

Наступною є *тактика приналежності до певної групи*. Будь-яке висловлювання орієнтоване на співрозмовника і враховує його соціальний статус, приналежність до певної соціальної групи. Під соціальним статусом розуміємо «співвідносне положення людини в соціальній системі, що включає права і обов'язки і витікаючі звідси взаємні очікування від поведінки» [6].

У наступному прикладі детектив вдався саме до елементів формальності та штучного утаємнення з метою налаштування допитуваного на необхідну конструктивну розмову, щоб забезпечити себе певною дистанцією.

“We are from the police department and not the Moral Rearmament. It would be quite easy, I think, to prove that you had an affair with Captain Bartlett. Now, that is your own business. You are a very beautiful woman and must often be plagued with men chasing you.”

Vera gulped and looked at Hamish, who gave her a charming smile.

“Freddy doesn't know,” she said. “Freddy mustn't ever know” [21, c. 107].

Детектив застосовує стратегію самопрезентації, посиляючись на своє соціальне становище. Використана стратегія слугувала вагомим аргументом для подальшого з'ясування потрібної слідству інформації. Як наслідок — допитувана розгубилася під таким тиском і почала відповідати на запитання. За класифікацією А. Шутца, детектив вдався до наступального стилю самопрезентації.

Висновки. В англомовному детективному дискурсі стратегію самопрезентації детектива зреалізовано комунікативними тактиками дистанціювання, приналежності до однієї групи та солідаризації з адресатом. Детектив часом намагається підкреслити дистанцію між собою, представником влади, та підозрюваними у вбивстві; примусити допитуваних до співпраці йому допомагає аргесивна вербальна поведінка. В інших ситуаціях, коли підозрювані нервують, бояться або соромляться власних вчинків, змусити їх бути відвертими детективу допомагає презентація себе як чуткої, доброї людини, яка, на відміну від керівництва, розуміє їх і готова підтримати й захистити від влади. У такому разі детектив послуговується тактиками приналежності до однієї групи та солідаризації з адресатом.

Література

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения. Москва : ИНФРА-М, 1999. 224 с.
2. Ван Дейк Т. А. *Язык, познание, коммуникация* : сб. трудов. Благовещенск : РИО ВГК им. И. А. Бодуэна де Куртене, 2000. 308 с.
3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни (пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалёва). Москва : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
4. Дегтярьова К. В. Основы теории мовой комунікації : Навч.-метод. посібник. Полтава : ПДПУ ім. В. Г. Короленка, 2012. 70 с.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
6. Карасик В. И. Социальный статус человека в лингвистическом аспекте. *«Я», «субъект», «индивид» в парадигмах современного языкознания* : Сб. науч.-аналитич. обзоров. Москва : Ин-т языкознания РАН, 1992. С. 47–85.
7. Карасик В. И. Язык социального статуса. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2002. 333 с.
8. Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Москва : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
9. Ковригина Е. А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе интернет-интервью : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Кемерово, 2010. 177 с.
10. Куницына В. Н. Межличностное общение. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 544 с.
11. Селванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
12. Сёрль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов. *Новое в зарубежной лингвистике : Теория речевых актов*. Москва : Прогресс, 1986. Вып. XVII. С. 170–195.
13. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический приём», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии. *Риторика ↔ Лингвистика* : сб. статей. Смоленск : СГПУ, 2004. С. 5–12.
14. Arkin R. M. Self-presentation styles. *Impression management theory and social psychological research*. New York : Academic Press, 1981. P. 313–333.

15. Goffman E. *Presentation of Self in Everyday Life Text*. New York : Doubleday Anchor, 1959. 259 p.
16. Leary M. R. Impression management : a literature review and two-component model. *Psychological bulletin*. 1990. Vol. 107. № 1. P. 34–47.
17. Searle J. R. A classification of illocutionary acts. *Language in Society. Great Britain : Cambridge University Press*, 1976. Vol. 5 (1). P. 1–23.
18. Shlenker B. Self-presentation. *Handbook of Self and Identity*. New York : Guilford, 2003. 207 p.
19. Shutz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self- presentation : *A taxonomy. Journal of Social Psychology*. 1998. Vol. 132. No 6. P. 611–628.
20. Titchener E. B. *Lectures on the experimental psychology of the thought-processes*. New York : The Macmillan Co, 2010. 342 p.

Source material

21. Beaton M. C. *Death of a Cad*. London : C & R, 2015. 214 p.
22. Beaton M. C. *Death of a Poison Pen*. London : C & R Crime, 2004. 227 p.
23. Beaton M. C. *Death of a Prankster*. London : Grand Central Publishing, 2012. 178 p.
24. Beaton M. C. *Death of a Traveling Man*, 1993. London : C & R Crime. 272 p.
25. Beaton M. C. *Death of a Witch*. London : Grand Central Publishing, 2009. 256 p.

References

1. Borozdina, G. V. (1999), *Psychology of business communication [Psihologiya delovogo obscheniya]*, INFRA-M, Moscow, 224 p.
2. Van Dijk, T. A. (2000), *Language, knowledge, communication : collection of works [Yazyk, poznanie, kommunikatsiya]*, Blagoveshchensk I. A. Baudouin de Courtenay Humanitarian College Press, Blagoveshchensk, 308 p.
3. Hoffman, I. *Presenting oneself to others in everyday life [Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoy zhizni]*, “KANON-press-C”, “Kuchkovo field”, Moscow, 304 p.
4. Dehtyariova, K. V. (2012), *Fundamentals of the theory of movable communication : Initial and methodological guide for students [Osnovy teoriiy movnoyi komunikatsiy : Navchal'no-metodychnyi posibnyk]*, Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University Press, Poltava, 70 p.
5. Issers, O. S. (2003), *Communicative strategies and tactics of the Russian language [Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi]*, Editorial URSS, Moscow, 284 p.
6. Karasik, V. I. (1992), “The social status of a person in the linguistic aspect”, “I”, “subject”, “individual” in the paradigms of modern linguistics : Collection of scientific and analytical reviews [“Sotsialnyy status cheloveka v lingvisticheskom aspekte”, “Ya”, “sub'ekt”, “individ” v paradigmakh sovremennogo yazykoznaniiya : Sbornik nauchno-analiticheskikh obzorov], Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences, Moscow, pp. 47–85.
7. Karasik, V. I. (2002), *The language of social status [Yazyk sotsialnogo statusa]*, Gnosis Publishing house, Moscow, 333 p.
8. Klyuev, E. V. (2002), *Speech communication [Rechevaya kommunikatsiya]*, RIPOL KLASSIK, Moscow, 320 p.
9. Kovrigina, E. A. (2010), *Communicative strategy of self-presentation in the discourse of Internet interviews : Thesis [Kommunikativnaya strategiya samoprezentatsii v diskurse internet-intervyu : dis. for the degree of Candidate of Philology : 10.02.19]*, Kemerovo, 177 p.
10. Kunitsyna, V. N. (2001), *Interpersonal communication [Mezhlichnostnoe obschenie]*, Piter Publishing house, St. Petersburg, 544 p.
11. Selivanova, O. O. (2008), *Modern Linguistics : Trends and Challenges : Tutorial [Suchasna linhvistyka : naryami ta problemy : Pidruchnyk]*, Dovkillya-K Publishing house, Poltava, 712 p.
12. Searle, J. R. (1986), “Classification of illocutionary acts”, *New in foreign linguistics : Theory of speech acts [“Klassifikatsiya illokutivnykh aktov”, Novoe v zarubezhnoy lingvistike : Teoriya rechevykh aktov]*, Progress, Moscow, vol. 17, pp. 170–195.
13. Skovorodnikov, A. P. (2004), “On the need to distinguish between the concepts of “rhetorical device”, “stylistic figure”, “speech tactics”, “speech genre” in the practice of terminological lexicography”, *Rhetoric ↔ Linguistics : collection of articles [“O neobkhodimosti razgranicheniya ponyatiy “ritoricheskiy priyom”, “stilisticheskaya figura”, “rechevaya taktika”, “rechevoy zhanr” v praktike terminologicheskoy leksikografii]*, *Ritorika ↔ Lingvistika : sb. statey*], Smolensk State University Press, Smolensk, pp. 5–12.
14. Arkin, R. M. (1981), “Self-presentation styles”, *Impression management theory and social psychological research*. Academic Press, New York, pp. 313–333.
15. Goffman, E. (1959), *Presentation of Self in Everyday Life Text*, Doubleday Anchor, New York, 259 p.
16. Leary, M. R. (1990), “Impression management : a literature review and two-component model”, *Psychological bulletin*, vol. 107, pp. 34–47.
17. Searle, J. R. (1976), “A classification of illocutionary acts”, *Language in Society*, vol. 5 (1), pp. 1–23.
18. Shlenker, B. (2003), *Self-presentation : Handbook of Self and Identity*, Ed. by M. Leary et al., Guilford, New York, 207 p.
19. Shutz, A. (1998), “Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-presentation : A taxonomy”, *Journal of Social Psychology*, vol. 132, no. 6, pp. 611–628.
20. Titchener, E. B. (2010), *Lectures on the experimental psychology of the thought-processes*, The Macmillan Co, New York, 342 p.

Source material

21. Beaton, M. C. (2015), *Death of a Cad*, C & R, London, 214 p.
22. Beaton, M. C. (2004), *Death of a Poison Pen*, C & R Crime, London, 227 p.
23. Beaton, M. C. (2012), *Death of a Prankster*, Grand Central Publishing, London, 178 p.
24. Beaton, M. C. (1993), *Death of a Traveling Man*, C & R Crime, London, 272 p.
25. Beaton, M. C. (2009), *Death of a Witch*, Grand Central Publishing, London, 256 p.

Marharyta V. KOSOVETS,

Postgraduate student of the Department of Theoretical and Applied Phonetics of English, Odessa I. I. Mechnikov National University; 24/26 Frantsuzkyi Blvd., Odessa, 65058, Ukraine; tel.: +38 063 4674101; e-mail: berrylife777@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-1124-6025

**COMMUNICATIVE TACTICS MANIFESTING SELF-PRESENTATION STRATEGY IN ENGLISH
DETECTIVE DISCOURSE**

Summary. The present article reports on the study of the communicative strategy of self-presentation and the communicative tactics that manifest it in detective discourse. The analysis is based on the *data* from English detective novels. **The object** of the study is the characters' speech: the detective's interrogation of witnesses and suspects. **The scope** of the study is the communicative tactics of self-presentation as the means of influencing the suspect in order to obtain the necessary information to solve the crime. **The purpose** is cognitive and pragmatic analysis of the communicative tactics applied by the detectives to obtain the necessary information to solve a crime. The investigation is based on the general and special linguistic **methods**: synthesis and analysis, method of observation, descriptive method, pragmatic and linguistic method, analysis of contextual interpretation. **The main results of the study.** The cognitive and pragmatic analysis of the detective's strategic plan has resulted in our own classification of communicative tactics and strategies applied by the detective during the interrogation of witnesses and suspects. It has been established that one of the major communicative strategies used by the detective is self-presentation. Self-presentation is realized by the following communicative tactics: tactics of distancing, solidarity, belonging to a certain group. Each of these tactics is manifested by certain lexical, morphological and syntactic means of the English language. **The perspective** for further research is seen in the comprehensive study of the linguistic mechanisms of manipulative impact on the recipient in fiction.

Key words: detective discourse, communicative strategy, communicative tactics, self-presentation, belonging to a certain group, solidarity, distancing.

Статтю отримано 5.04.2022 р.

DOI: 10.18524/2307-4558.2022.37.261465

УДК 811.161.1'221.22:316.66/.772:821.161.1Достоевський

ЧАН ТХІ СУЄН,

аспірантка кафедри загального та слов'янського мовознавства Одеського національного університету імені І. І. Мечникова; Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна; тел.: +38 067 8950289; e-mail: tranthixuyen12sls@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-0530-2668

**НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ
ЧИНОВНИКІВ У РОМАНІ Ф. М. ДОСТОЄВСЬКОГО «ІДІОТ»**

Анотація. Основна *мета* цього дослідження — проаналізувати майстерність Ф. М. Достоевського у зображенні за допомогою одиниць мови невербальних засобів комунікації та реалізації соціального статусу чиновників у романі «Ідіот». **Об'єктом** вивчення є мовні одиниці, що вказують на поведінку чиновників різних рівнів: високого (генерала Івана Федоровича Єпанчина), середнього (Гаврила Ардаліоновича Іволгіна) та низького (Лук'яна Тимофійовича Лебедєва). **Предмет** аналізу — спільні та відмінні риси невербальної комунікації зазначених чиновників і способи характеристики спільного та відмінного в їхньому соціальному статусі. У **результаті** проведеного аналізу системи опису невербальних засобів комунікації персонажів зі статусом державного чиновника, яку представив Ф. М. Достоевський, у роботі встановлені жести й міміка, що характеризують генерала Івана Єпанчина та членів його родини (манірність, дотримання статусних норм пристойності, здатність критично мислити, допитливість); чиновника Гаврила Іволгіна (амбітність, нещирість, неввічливість, недовіра, іронічність, агресивність); чиновника Лук'яна Лебедєва (услесливість, нестриманість, нечесність). У статті зроблено **висновки**, що опис невербальної поведінки персонажів художнього твору має важливе значення в експлікації їхнього соціального статусу, приховуючи частину підтекстової інформації. За допомогою жестів і міміки персонаж стає впізнаваним. Ф. М. Достоевський пристосовує наявні у комунікативній поведінці людей паравербальні засоби до характерних особливостей, життєвої позиції кожного свого персонажа, його ролі в художньому творі.

Ключові слова: невербальні засоби, комунікація, жест, міміка, соціальний статус, чиновник, літературний персонаж, Ф. М. Достоевський.