

ДИСКУРСИВНІ МАРКЕРИ "YOU KNOW", "YOU SEE", "I SAY" ЯК РЕАЛІЗАТОРИ ПРИНЦИПІВ КООПЕРАЦІЇ ТА ВВІЧЛИВОСТІ

Бажура Т.А.,

Київський національний лінгвістичний університет,
вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, 03680,
tetianka.90@ukr.net

У діалогічному спілкуванні часто вживанні дискурсивні маркери "you know", "you see", "I say" функціонують як сигнали про намір адресанта залучити співрозмовника до мовленнєвої кооперації. Відштовхуючись від традиційного тлумачення принципу кооперації Г.П. Грайса, розглянуто використання вказаних дискурсивних маркерів у межах встановлених максим. Роль цих маркерів полягає в тому, що вони допомагають реалізації принципу ввічливості та принципу кооперації з його максимами кількості, якості, релевантності, способу мовлення, поряд з тим, що одночасно його порушують через свою плеонастичну природу.

Ключові слова: дискурс, дискурсивний маркер, діалогічне спілкування, принцип кооперації, принцип ввічливості.

Бажура Т.А.

Дискурсивные маркеры "you know", "you see", "I say" как реализаторы принципов кооперации и вежливости

В диалогическом общении часто употребляемые дискурсивные маркеры "you know", "you see", "I say" функционируют как сигналы о намерении адресанта вовлечь собеседника в речевую кооперацию. Отталкиваясь от традиционного толкования принципа кооперации Г.П. Грайса, рассмотрено использование указанных дискурсивных маркерів в пределах установленных максим. Роль этих дискурсивных маркерів заключается в том, что они помогают реализации принципа вежливости и принципа кооперации с его максимами количества, качества, релевантности, способа речи, наряду с тем, что одновременно его нарушают из-за своей плеонастической природы.

Ключевые слова: дискурс, дискурсивный маркер, диалогическое общение, принцип кооперации, принцип вежливости.

Bazhura T.A.

Discourse markers "you know" / "you see" / "I say" as signals of principles of cooperation and courtesy

In dialogic communication frequently used discourse markers "you know" / "you see" / "I say" function as signals of speaker's intention to involve communicators into cooperation. Cooperation in the article is studied according to H. P. Grice's Cooperative Principle drawn on the categories of quantity, quality, relation and manner. The aim of this article is to investigate a functional role of discourse markers "you know / you see / I say" related to the maxims of quality, relation and manner by means of which cooperation is maintained, except the maxim of quantity which they obviously violate. They are redundant and therefore overinformative which is contrary to the maxim of quantity. Participants usually use them in emotionally tense situations when it is difficult to formulate accurate utterance because of personal excitement, unexpected events, or due to an attempt to sound persuasively. However, according to the basic principle of the maxim of quality and its submaxims, these discourse markers guarantee that contribution into the conversation is true and the addresser is aware of the information mentioned. Pertaining to the maxim of relation discourse markers "you know / you see" signal about the coherence of the utterance. Discourse markers "you know / you see" function as markers of the maxim of manner as far as they contribute to a clear formulation of ideas and help to avoid ambiguity of the voiced utterance. Using discourse markers "you know" / "you see" / "I say" during the conversation the speaker demonstrates respect to the hearer and creates a favourable atmosphere for the verbal interaction. Thus these discourse markers realize the Principle of Politeness. The use of discourse markers "you know / you see / I say" enables the speaker to organize the dialogic communication, to make his/her contribution effective and purposeful.

Key words: discourse, discourse marker, dialogic interaction, Cooperative Principle, Principle of Politeness.

На сьогодні дослідження діалогічного дискурсу набуло широкого поширення. У зв'язку з цим у центрі уваги опиняється необхідність вивчення особливостей функціонування

дискурсивних маркерів *you know, you see, I say* як засобів організації та регулювання вербальної комунікації в цілому і кооперативного діалогічного спілкування зокрема.

Відповідно до антропоцентричної парадигми сучасного мовознавства людину вважають творцем мовленнєвої діяльності, яка використовує засоби мови для спілкування, кодування та тлумачення висловлювань. Спілкування розглядають як спільну діяльність інтерактантів з обміну різноманітною інформацією для досягнення певних комунікативних цілей, для організації соціального життя людей, їх взаємодії в суспільстві [4, 3]. Така комплексна мовленнєва діяльність реалізується за допомогою мови як інструменту, а доречний вибір мовленнєвих засобів, у тому числі й дискурсивних маркерів, впливає на успішність діалогічного спілкування.

Діалогічне спілкування ми розуміємо (слідом за В.Д. Девкіним та Л.П. Чахоян [2, 4; 5, 6]) як динамічний процес, який характеризується миттєвістю створення в поточний момент мовлення, спонтанністю мовлення співрозмовників, експресивністю та емоційністю і потребує рівноправної взаємодії комунікантів. Діалогічне мовлення є взаємодією, в якій сприйняття та розуміння комунікації залежать від того, чи налагоджено у співрозмовників психологічний контакт, сприйняття повідомлення і ситуації в цілому, спільний контекст. Діалогічна взаємодія базується на співавторстві, кооперативному конструюванні діалогу за допомогою мовленнєвих внесків інтерактантів, які вступили у процес спілкування з подібною метою і розвивають інтеракцію в одному напрямку.

У наукових розвідках минулого століття дискурсивні маркери (далі — ДМ) вважалися паразитарними елементами мови, порожніми словами, що засмічують мову, так званим словесним сміттям (*verbal garbage*) [12; 13; 14], не вартим уваги лінгвістів. Традиційно вважається, що ДМ є ідіоматичними виразами, або кліше [11, 635], стереотипними заповнювачами мовленнєвих пауз (*pause-fillers*) [10, 9; 6, 25], маркерами хезитації [15, 227], вставними словами або конструкціями [11, 862], а також сигналами про зміну фокусу уваги та інтенцій продуцента висловлення. У цій роботі ми розглядаємо функціонування ДМ *you know* (ви знаєте), *you see* (ви бачите), *I say* (я кажу) у прищепленій їм функції залучення співрозмовника до спілкування.

Дискурсивні маркери *you know*, *you see*, *I say* стають у пригоді комуніканту завдяки так званому проханню про спілкування (*plea for cooperation*) (в термінах Я. Остмана) [10, 18]. Вони застосовуються в діалогічному спілкуванні з метою організації злагодженого процесу комунікації, досягнення якого можливе завдяки кооперації співрозмовників між собою.

Матеріалом дослідження є дискурсивні маркери *you know*, *you see*, *I say* в контексті діалогічного спілкування, отриманого методом суцільної вибірки зі сценаріїв сучасних англомовних худож-

ніх фільмів, які є максимально наближеними до реальної живої мови, з використанням комунікативно-функціонального аналізу для встановлення ролі зазначених дискурсивних маркерів у певній комунікативній ситуації.

Мета дослідження — встановити особливості функціонування ДМ *you know*, *you see*, *I say* як мовленнєвих засобів кооперації та визначити, як саме вони сприяють реалізації принципу ввічливості. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання**: простежити та описати функції ДМ *you know*, *you see*, *I say* у прикладах діалогічного спілкування; з'ясувати роль ДМ *you know*, *you see*, *I say* у різних контекстах з позиції інтенцій мовця.

Актуальність дослідження визначається загальною тенденцією сучасних лінгвістичних студій до вивчення функціонування одиниць мовлення, що маніфестують наміри комунікантів на різних етапах інтеракції заради кінцевої мети — досягнення взаєморозуміння та успішної міжособистісної взаємодії.

Об'єктом дослідження є дискурсивні маркери *you know*, *you see*, *I say*, вжиті в межах діалогічного спілкування. Комунікативно-прагматичний та інтерактивний аспекти вказаних ДМ у дискурсі співрозмовників становить **предмет цієї статті**.

Умови успішної мовленнєвої інтеракції, представлені у максимах принципу кооперації за Г.П. Грайсом [9, 45–49], сприяють взаємодії співрозмовників з метою досягнення спільної комунікативної мети. Взаємодія між адресантом і адресатом регулюється максимою кількості «Зроби свій вклад у розмову настільки інформативним, наскільки необхідно», яка передбачає повідомлення необхідного (не більшого і не меншого) обсягу інформації, максимою якості «Намагайся зробити своє висловлення правдивим», що вимагає повідомлення правдивих фактів, максимою релевантності, відповідно до якої потрібно використовувати доречні контексту спілкування відомості, та максимою манери, що розуміється як чіткий, короткий, ясний спосіб висловлення думок. Таким чином, адресант враховує фактор адресата, турбується про організацію свого мовлення, щоб запобігти невдачам у спілкуванні. Спробуємо проілюструвати, як ДМ *you know*, *you see*, *I say* функціонують під час реалізації принципу кооперації, і розпочнемо з максими кількості.

Порушення максими кількості може призвести до непорозуміння, збентеження співрозмовника, який помилково вважатиме додаткову інформацію суттєвою для теми розмови. Проте недотримання цієї максими є цілком природним процесом, адже для реалізації максими кількості співрозмовникові доводиться порушити максимум якості [там само, 49]. Ці дискурсивні маркери порушують максимум кількості внаслідок своєї

плеонастичної природи, яка суперечить зазначеному постулату.

До основних причин використання плеонастичних ДМ *you know, you see, I say* відносимо такі: прагнення мовця надати емоційного забарвлення мовленню, психічний стан автора висловлення, його прагматичні інтенції, соціальний статус та рівень освіти. Наведемо приклад, в якому плеонастичне використання ДМ *you know* є доказом занепокоєння автора висловлення:

(1) *Kate: Tell me, have you gone on vacation and left your child home?*

Gus: No. But I did leave one at a funeral parlor once. Yeah, it was terrible too. You know, I was all distraught and everything. You know, the wife and I, we left the little tyke there in the funeral parlor. All day. You know, we went back at night, when we... came to our senses, there he was. Apparently, he was there all day with a corpse. He was okay, you know. After six, seven weeks, you know, he came around and started talking again. But he's okay. You know, they get over it. Kids are resilient like that (Home Alone, 1990: 01:32:12).

Чоловік намагається втішити співрозмовницю, яка переживає за свого сина, що випадково залишився вдома один. Він розповідає історію з власного досвіду, проте хвилювання заважає йому висловити свою думку обдуманно, аргументовано. Хоча Гус і вживає ДМ *you know* регулярно, очевидно, що Кейт нічого не знає про події з його життя, тому *you know* сприймається як десемантизований ДМ, використання якого допомагає адресанту знизити рівень хвилювання, спричиненого неприємними спогадами, та підшукати правильні слова у виправданні своїх дій.

Наведемо інший приклад, в якому надлишковий ДМ *I say* використовується адресантом для посилення достовірності повідомлення, наголошення на щирості вибачення:

(2) *Pettigrew: I saw you at the jail. I saw you.*

Michael: Oh, it's you! I say, I'm awfully sorry about that (Miss Pettigrew Lives for a Day, 2008: 38:27).

Спонтанність ситуації та емоційність мовця зумовлюють вживання плеонастичного ДМ *I say*, що суперечить максимі кількості інформації. Підтвердження цьому знаходимо й у роботі А. Вежбицької, яка вважає використання перформативу *I say* (я кажу) зайвим, непотрібним, «ситуаційно плеонастичним компонентом» / «метатекстовим плеоназмом» / «металеоназмом» [1, 407–418], оскільки мовець дублює на метатекстовому рівні дії, які фактично виконує.

Отже, порушення максими кількості інформації спостерігаємо у випадках емоційно забарвленого мовлення комунікантів. Таке недотримання

максими кількості можна вважати виправданим, оскільки плеонастичні мовленнєві засоби, у нашому випадку ДМ *you know, you see, I say*, використовуються адресантом у результаті власних переживань, неочікуванності подій та прагнення звучати переконливо.

Максима якості передбачає повідомлення інформації, в правдивості якої адресант абсолютно переконаний [9, 46]. Кооперативні ДМ *you know, you see, I say* сприяють її реалізації, оскільки вказують на те, що співрозмовник не сумнівається в достовірності сказаного. Наприклад:

(3) *Monty: What the...?*

Snow: I say, they're really putting some wild prizes in there, huh, Monty (Stuart Little, 1999: 25:37)?

У наведеному прикладі Сноу висловлює невдоволення вмістом коробки з пластівцями. На його думку, такі іграшки є безглуздими. ДМ *I say* допомагає автору висловлювання наголосити на своїй позиції та підкреслити дотримання максими якості повідомлення.

Проілюструємо приклад, в якому ДМ *you know* демонструє бажання комуніканта переконати адресата в істинності інформації:

(4) *Sebastian: You said it yourself, you were a child prodigy playwright.*

Mia: That is not what I said.

Sebastian: Well, you're too modest to say it, but it's true. So you could just write your own roles, you know. Write something that's as interesting as you are, and you don't have to audition for this.

Mia: Y-Yeah (La La Land, 2016: 42:10).

Себастьян пропонує своїй талановитій подрузі розпочати писати власні п'єси. Хлопець впевнений у успішності такого задуму і за допомогою ДМ *you know* закликає адресата підтримати його ідею.

Особливість функціонування ДМ *you know, you see, I say* полягає в тому, що за допомогою цих кооперативних маркерів адресант спонукає адресата погодитись з висловленням, визнати повідомлення правдивим і, таким чином, підкреслює застосування кооперативної максими якості. Наприклад:

(5) *Oliver: Yeah, you have blonde hair that goes down to about here. You smoke in non-smoking rooms. You bite sometimes.*

Anna: Oh, yeah? You drive on the sidewalk. You were raised by animals. Sometimes you look very alone, like you just got here.

Oliver: Yeah, you see, you don't know me at all (Beginners, 2010: 39:29).

У перші дні знайомства співрозмовники вирішили обмінятися інформацією, яку вони встигли

дізнатися один про одного за такий короткий період спілкування. У своїй другій репліці Олівер використовує ДМ *you see* в значенні «визнай» і тим самим спонукає Анну погодитись, що вона ще нічого про нього не знає, він насправді не є таким поганим, як вона його описала.

У випадку невпевненості автора репліки у достовірності інформації, яка повідомляється, адресант знімає з себе відповідальність за можливі подальші непорозуміння з цього приводу, оскільки співрозмовник підтвердив / не заперечив істинність щойно наведеного факту.

Раніше було зазначено, що релевантність як третя максима принципу кооперації передбачає максимальне дотримання теми розмови. З позиції релевантності дискурсивні маркери вважаються елементами, що забезпечують когерентність дискурсу [10, 7; 7, 223]. Для того щоб проілюструвати, як функціонує ДМ *you know* в цьому аспекті, наведемо приклад:

(6) *Reverend: Yes, good people, we are not havin' service this morning. This morning, we're havin' church! You know, the Lord got me to thinking the other day that maybe it's time that I stopped preaching and started listening! And maybe one of our saints here could offer us a word from above (Big Momma's House, 2000: 01:08:26).*

З огляду на запропоновану ситуацію стає зрозумілим, що прихожани церкви ніяк не можуть знати, яке послання отримав священник з небес. Тому очевидно, що ДМ *you know* було використано адресантом для створення цілісності висловлення, а також для скорочення дистанції між співрозмовниками, солідаризації, створення приємної атмосфери та зацікавлення аудиторії в цілому, що стане в пригоді для подальшого розгортання комунікативного процесу.

Дискурсивний маркер *you see* також виконує роль зв'язуючого елемента в дискурсі і сприяє реалізації максими релевантності. Наприклад:

(7) *Patrick: Milwaukee.*

Kat: What?

Patrick: That's where I was last year. I wasn't in jail. I don't know Marilyn Manson and I didn't sleep with a Spice Girl, I don't think. You see, my grandpa, he was ill so I spent most of the year on his couch... watching Wheel of Fortune and making Spaghettios. End of story.

Kat: No way (Ten Things I Hate About You, 1999: 1:24:14).

Висловлення Патріка умовно можна поділити на дві частини: плітки про його пригоди минулого року та істинна причина відсутності юнака в школі. ДМ *you see* знаходиться на межі

між загальновідомим фактом, що постійно обговорювався однокласниками, і секретною інформацією, яку він наважився повідомити друзі. Зазначений ДМ забезпечує плавний перехід від однієї частини репліки до наступної.

Таким чином, ДМ *you know, you see* сприяють дотриманню максими релевантності принципу кооперації за рахунок створення когерентного дискурсу, що легко сприймається співрозмовниками.

Дискурсивні маркери *you know, you see* допомагають реалізації четвертої максими принципу кооперації з метою чіткого висловлення думок, забезпечення послідовності викладу інформації, уникнення непорозуміння між співрозмовниками. Наприклад:

(8) *Mr. Little: What did you want to ask us?*

Stuart: About my real family. You know, the ones I look like.

Mrs. Little: He hates us (Stuart Little, 1999: 21:14).

У розмові зі своїми новими опікунами Стюарт цікавиться інформацією про рідних батьків. Він намагається уникнути можливої образи з боку містера та місіс Літл та пом'якшити удар, спричинений дитячою цікавістю. Тому вжитий безпосередньо перед поясненням ДМ *you know* акцентує увагу співрозмовників на інтенціях сина попередити виникнення непорозуміння.

Наміри адресанта дотримуватись максими манери бачимо також у наступному прикладі:

(9) *Kit: San Francisco's not that great, you know... It's bad climate. It's foggy. It's unpredictable.*

Vivian: I'll wear a sweater (Pretty Woman, 1990: 1:51:15).

Для того щоб переконати подругу не їхати з дому, Кіт стверджує, що Сан-Франциско не таке вже й хороше місце. Намагаючись пояснити, що вона мала на увазі, дівчина використовує ДМ *you know*, який вводить перелік недоліків нового міста та запобігає виникненню можливого непорозуміння. До того ж у даному контексті ДМ *you know* виконує подвійну функцію. Він є сигналом про завершення ствердження та наголошує на введенні пояснення до нього. Таким чином, вказаний ДМ допомагає адресанту чітко повідомити свої аргументи.

Дискурсивний маркер *you see* також може стати у пригоді, коли автор висловлювання намагається пояснити причину, чому він не в змозі допомогти співрозмовнику. Наприклад:

(10) *Girl: To have my family back.*

Oscar: I know. I'm sorry. I can't grant wishes. I'm not that kind of wizard.

Girl: *That's what I thought.*

Oscar: *Um, you see, where I come from there aren't any real wizards (Oz the Great and Powerful, 2013: 01:28:54).*

Під час розмови з дівчинкою Оскар змушений відмовити їй у виконанні бажання, адже повернути рідних насправді він не може, бо є лише фокусником, а не чарівником. ДМ *you see* вводить чітке пояснення у висловлення і тим самим сприяє дотриманню максими манери.

Зазначене раніше використання ДМ *you know, you see, I say* з метою скорочення психологічної дистанції між співрозмовниками, досягнення ефекту солідаризації та створення приємної атмосфери є наслідком реалізації принципу ввічливості [8, 62–277], позитивні стратегії якого тісно пов'язані з принципом кооперації. Дискурсивні маркери *you know, you see* містять припущення про наявність відповідних знань у адресата (для прикладу ситуації 1, 4, 6, 7 та 10) і тим самим дають змогу поставити співрозмовника на один рівень з адресантом або навіть вищий, оскільки значення вказаних ДМ «вам відомо» / «ти сам знаєш» / «як бачиш» створює враження, ніби співрозмовник володіє набагато більшою інформацією, ніж автор висловлення. Таким чином, між учасниками інтеракції відбувається уподібнення соціально-рольових статусів, що в результаті знижує різкість подальших висловлювань, прохань, звернень, створює сприятливу атмосферу кооперації, наголошує на важливості особи адресата у розмові та підтримує доброзичливі умови комунікативного процесу. Використовуючи ДМ *you know / you see*, адресант робить вигляд, що він абсолютно переконаний в ідентичності висловленої думки з позицією співрозмовника. Такий хід гарантує йому можливість бути почутим, оскільки, за словами Г.Г. Почепцова, люди сприймають інформацію вибірково. Вони беруть те, що співпадає з їхньою точкою зору, і відкидають решту [3, 242].

Розглянемо ситуацію, в якій ДМ *you know* спонукає співрозмовника продовжувати інтеракцію, стимулює його відповісти на попередній мовленевий крок мовця, відреагувати на попередні дії:

(11) *Stephen: Yeah. He was talking about the budget cuts that are happening now. There's no money for anything. There's no music classes, there's no arts classes. They're volunteering their time to do all of this after school. They're educating our kids, you know.*

Liz: I think you'd make a great teacher, honey (Eat, Pray, Love, 2010: 6:23).

Стефен розповідає дружині про розмову з товаришем, про стан освітнього закладу, в якому той працює. Застосовуючи ДМ *you know*, чоловік запрошує Ліз долучитись до теми обговорення, демонструє свою повагу до особистості співрозмовниці, що є одним з проявів позитивної ввічливості, відповідно до праці П. Браун та С. Левінсона [8, 62–277].

Таким чином, учасники діалогічного спілкування вдаються до мовленнєвої кооперації та принципу ввічливості з метою полегшити процес досягнення комунікативних цілей. Кооперація є складним поняттям, до складу якого входить перелік максим, яких необхідно дотримуватись кожному зі співрозмовників під час реалізації кооперативного принципу. ДМ *you know, you see, I say* своєю плеонастичною природою суперечать максимі кількості, проте гарантують достовірність сказаного, що є основним постулатом категорії максими якості, закликають адресата погодитися з позицією комуніканта і сприяють беззаперечному сприйняттю інформації. ДМ релевантності *you know, you see* сигналізують про наміри адресанта зробити своє висловлення максимально когерентним, бо це суттєво полегшить завдання співрозмовника, сприйняття репліки. ДМ *you know, you see* в межах максим способу мовлення сприяють чіткому формулюванню думок, послідовності викладу та, як наслідок, уникненню неоднозначностей між інтерактантами. Використання ДМ *you know, you see, I say* в межах принципу ввічливості нагадує адресанту про демонстрацію поваги до особи адресата та створення сприятливої атмосфери процесу мовленнєвої взаємодії. Отже, вживання ДМ *you know, you see, I say* є цілеспрямованим, прагматично зумовленим наміром адресанта максимально чітко передати інформацію. Різноманітне функціонування вказаних дискурсивних маркерів дає можливість авторові висловлення повноцінно застосувати згадані принцип ввічливості та максими принципу кооперації для ефективної організації діалогічного процесу і досягнення поставлених цілей спілкування.

Перспективою подальших досліджень є встановлення гендерних особливостей використання дискурсивних маркерів *you know, you see, I say* у діалогічному спілкуванні та впливу соціальних факторів на вживання зазначених дискурсивних маркерів співрозмовниками під час комунікації, визначення закономірностей функціонування цих дискурсивних маркерів на різних етапах онтогенезу мови тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вежбицка А. Метатекст в тексте / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике / Т.М. Николаева. — М. : Прогресс, 1978. — Вып. 8. — С. 402–424.
2. Девкин В.Д. Диалог. Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской : учеб. пособ. (для ин-тов и фак-тов иностр. языков) / В.Д. Девкин. — М. : Высш. шк., 1981. — 160 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. — 656 с.
4. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. — М. : Рус. яз., 2002. — 216 с.
5. Чахоян Л.П. Синтаксис диалогической речи современного английского языка : учеб. пособ. / Л.П. Чахоян. — М. : Высш. шк., 1979. — 168 с.
6. Aijmer K. Understanding Pragmatic Markers: A Variational Pragmatic Approach / Karin Aijmer. — Edinburgh : Edinburgh University Press, 2013. — 162 p.
7. Blakemore D. Discourse Markers / Diane Blakemore // The Handbook of Pragmatics / L.R. Horn, G. Ward. — Oxford : Blackwell Publishing, 2006. — P. 221–240.
8. Brown P. Universals in Language Usage: Politeness Phenomena / P. Brown, S. Levinson // Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction / E. Goody. — Cambridge : Cambridge University Press, 1978. — P. 56–310.
9. Grice H.P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics / P. Cole, J.L. Morgan. — New York : Academic Press, 1975. — Vol. 3. — P. 41–58.
10. Östman J.-O. You Know: A Discourse Functional Approach / Jan-Ola Östman // Pragmatics and Beyond. — Amsterdam : John Benjamins, 1981. — 91 p.
11. Quirk R. A Grammar of Contemporary English / R. Quirk, S. Greenbaum, G. Leech, J. Svartvik. — London : Longman, 1972. — 1120 p.
12. Schiffrin D. Discourse Markers / Deborah Schiffrin. — Cambridge : Cambridge University Press, 1987. — 364 p.
13. Schourup L. Discourse Markers: Tutorial Overview / Lawrence Schourup // Lingua. — 1999. — Vol. 107. — P. 227–265.
14. Stubbe M. You know, Eh and Other “Exasperating Expressions”: An analysis of social and stylistic variation in the use of pragmatic devices in a sample of New Zealand English / M. Stubbe, J. Holmes // Language & Communication. — 1995. — Vol. 15 (1) — P. 63–88.
15. Zienkowski J. Discursive Pragmatics / J. Zienkowski, J. Östman, J. Verschueren // Handbook of Pragmatics Highlights. — Amsterdam : Benjamins, 2011. — Vol. 8. — 307 p.

REFERENCES

1. Vezhbítska, A. (1978). Metatekst v tekste [Metatext in the Text]. *Novoie v zarubezhnoi lingvistike*. M. : Progress, 8, 402–424.
2. Devkin, V.D. (1981). *Dialog. Nemetskaia razgovornaia rech v sopostavlenii s russkoi* [Dialogue. German Colloquial Speech in Comparison with Russian]. M.: Vyssh. shkola, 160 p.
3. Pocheptsov, G.G. (2001). *Teoriia kommunikatsii* [Theory of Communication]. M.: Refl-buk; K.: Vakler, 656 p.
4. Formanovskaia, N.I. (2002). *Rechevoie obshcheniie: kommunikativno-pragmaticheskii podkhod* [Speech Communication: Communicative and Pragmatic Approach]. M.: Rus. yaz., 216 p.
5. Chahoyan, L.P. (1979). *Sintaksis dialogicheskoi rechi sovremennogo angliiskogo yazyka* [Syntax of Dialogue of Modern English]. M.: Vyssh. shkola, 168 p.
6. Aijmer, K. (2013). *Understanding Pragmatic Markers: A Variational Pragmatic Approach*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 162 p.
7. Blakemore, D. *Discourse Markers*. (2006). *The Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell Publishing, 221–240.
8. Brown, P. (1978). *Universals in Language Usage: Politeness Phenomena. Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*. Cambridge : Cambridge University Press, 56–310.
9. Grice, H.P.(1975). *Logic and Conversation. Syntax and Semantics*. P. Cole, J.L. Morgan. New York : Academic Press, vol. 3, 41–58.
10. Östman, J.-O. (1981). *You Know: A Discourse Functional Approach. Pragmatics and Beyond*. Amsterdam : John Benjamins, 91 p.
11. Quirk, R., Leech, G., Svartvik, J., & Greenbaum S. (1972). *A Grammar of Contemporary English* London: Longman, 1120 p.
12. Schiffrin, D. (1987) *Discourse Markers*. Cambridge : Cambridge University Press, 364 p.
13. Schourup, L. (1999). *Discourse Markers: Tutorial Overview*. *Lingua*, vol. 107, 227–265.

14. Stubbe, M., & Holmes, J. (1995). You know, Eh and Other “Exasperating Expressions”: An analysis of social and stylistic variation in the use of pragmatic devices in a sample of New Zealand English. *Language & Communication*, vol. 15 (1), 63–88.
15. Zienkowski, J., Östman, J., & Verschueren J. (2011). Discursive Pragmatics. Handbook of Pragmatics Highlights. Amsterdam : Benjamins, vol. 8, 307 p.