

**Мар'яна ПАЛИВОДА,**

*orcid.org/0009-0006-6793-2672*

*магістр кафедри прикладної лінгвістики*

*Національного університету «Львівська політехніка»*

*(Львів, Україна) [mariana.palyvoda.pvz.2020@lpnu.ua](mailto:mariana.palyvoda.pvz.2020@lpnu.ua)*

**Роксолана ПЕРХАЧ,**

*orcid.org/0000-0002-6466-6122*

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри прикладної лінгвістики*

*Національного університету «Львівська політехніка»*

*(Львів, Україна) [roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua](mailto:roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua)*

## ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОЛОКАЦІЙ У СФЕРІ ЕТИКЕТУ

*Тема перекладацьких трансформацій колокацій у сфері етикету є важливою та актуальною в сучасній лінгвістиці та перекладознавстві. Колокації, тобто стійкі сполучення слів, мають особливе значення у різних мовах, оскільки вони виражають соціальні норми, культурні традиції та поведінкові патерни, які часто бувають унікальними для конкретної мовної спільноти.*

*У статті досліджуються перекладацькі трансформації колокацій у сфері етикету. Було проаналізовано особливості перекладу стійких виразів і мовних зворотів, що використовуються для вираження ввічливості, поваги та соціальних норм. Увага приділяється специфіці кожної мови, культурним розбіжностям та труднощам, які виникають під час перекладу колокацій.*

*У статті розглядаються різні типи трансформацій, зокрема додавання, вилучення, заміна та компенсація лексичних одиниць. Дослідження показує, що успішний переклад етикетних колокацій вимагає не лише лінгвістичної, але й культурної компетенції перекладача, що дозволяє зберегти прагматичний і комунікативний ефект оригіналу.*

*Значну роль у статті відведено адаптації етикетних формул до цільової культури мови перекладу. Підкреслюється, що відсутність прямої відповідності між колокаціями в різних мовах може призвести до невірної трактування повідомлення або навіть до непорозуміння у комунікативній ситуації. Варто зазначити, що для успішного перекладу етикетних колокацій перекладачам необхідно враховувати не лише лексико-граматичні особливості, але й культурні реалії обох мов.*

*Дослідження базується на аналізі перекладів англомовних та україномовних текстів, де використовуються різні форми етикетних виразів, таких як вітання, прощання, подяка, вибачення та прохання. Увагу приділено тому, як перекладачі знаходять баланс між точністю та адекватністю, щоб забезпечити ефективну комунікацію між представниками різних культур. Описані приклади перекладацьких трансформацій дозволяють краще зрозуміти механізми адаптації колокацій у міжмовній комунікації та важливість збереження етикетних норм у перекладі.*

**Ключові слова:** колокації, мовний етикет, мовленнєвий етикет, переклад.

**Mariana PALYVODA,**

*orcid.org/0009-0006-6793-2672*

*Master Department of Applied Linguistics*

*Lviv Polytechnic National University*

*(Lviv, Ukraine) [mariana.palyvoda.pvz.2020@lpnu.ua](mailto:mariana.palyvoda.pvz.2020@lpnu.ua)*

**Roksolana PERKHACH,**

*orcid.org/0000-0002-6466-6122*

*Candidate of Philological Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Applied Linguistics*

*Lviv Polytechnic National University*

*(Lviv, Ukraine) [roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua](mailto:roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua)*

## TRANSLATION TRANSFORMATIONS OF COLLOCATIONS IN THE FIELD OF ETIQUETTE

*The topic of translation transformations of collocations in the field of etiquette is an important and relevant one in modern linguistics and translation studies. Collocations, i.e. stable combinations of words, are of particular importance in different languages, as they express social norms, cultural traditions and behavioural patterns that are often unique to a particular language community.*

*The article investigates the translation transformations of collocations in the field of etiquette. We have analysed the peculiarities of translating stable expressions and phrases used to express politeness, respect and social norms. Attention is paid to the specifics of each language, cultural differences and difficulties that arise when translating collocations.*

*The paper examines various types of transformations, including the addition, deletion, replacement and compensation of lexical items. The study shows that successful translation of etiquette collocations requires not only linguistic but also cultural competence of the translator, which allows preserving the pragmatic and communicative effect of the original. A significant role in the article is given to the adaptation of etiquette formulas to the target culture of the target language.*

*It is emphasised that the lack of direct correspondence between collocations in different languages can lead to misinterpretation of the message or even misunderstandings in a communication situation. It should be noted that in order to successfully translate etiquette collocations, translators need to take into account not only lexical and grammatical features, but also cultural realities of both languages.*

*The study is based on the analysis of translations of English and Ukrainian texts that use various forms of etiquette expressions, such as greetings, farewells, expressions of gratitude, apologies and requests. Attention is paid to how interpreters strike a balance between accuracy and appropriateness to ensure effective communication between people from different cultures. The described examples of translation transformations allow us to better understand the mechanisms of adaptation of collocations in interlingua communication and the importance of preserving etiquette in translation.*

**Key words:** collocations, language etiquette, speech etiquette, translation.

**Постановка проблеми.** Мова і культура як головна самобутність менталітету народу втілюють у собі глибину його ідентичності, володіють своїми мовно-культурними кодами, які є основою його ідентичності, джерелом його формування і проростають у мовно-культурні пласти.

Мовні та культурні коди різних етносів не накладаються один на одного. Вони мають свої особливості, межі та «зони відчуження». Наявність такого коду є важливим інструментом перекладу та незамінним посібником для перекладача. Межі мовних і культурних кодів чітко проявляються на прикладах не лише культурно пов'язаної, а й емоційно пов'язаної лексики.

Головна мета перекладача – отримати задовільний переклад вихідного тексту. Крім того, цей (адекватний) переклад має максимально точно передавати зміст тексту документа та відповідати нормам мови перекладу. Щоб виконати ці дві вимоги, часто недостатньо просто перенести всі мови оригіналу з відповідниками цільової мови, оскільки таких паралелей часто просто не існує. Таким чином, головним завданням перекладача на шляху до досягнення задовільних перекладів стає ефективне використання перекладацьких змін, за допомогою яких досягається точність передачі всієї інформації, що міститься у вихідному тексті.

**Аналіз досліджень.** У сучасному мовознавстві етикет ввічливості досліджують як у соціальній сфері спілкування, так і поза культурою спілкування: (Шумейко, 2013:10), (Татаревич, 1998:8), (Богдан, 2001:2), (Гітчінгс, 2013:14), (Фокс, 2005:15) та ін. Проте етикет загалом і проблеми мовної етики й моральної ввічливості зокрема досі є у сфері зацікавлення лінгвістів. Її широкі дослідження також проводяться в сучасній лінгвістиці, як у соціальних сферах спілкування, так і поза межами комунікативної культури.

**Мета статті** – розглянути перекладацькі трансформації етикетних форм.

**Виклад основного матеріалу.** Мовленнєвий етикет є невід'ємною частиною культури, поведінки та спілкування людей. У формулах мовленнєвого етикету фіксуються суспільні відносини і норми поведінки. Норми етикету закодовані в приказках, прислів'ях, ідіомах, усталених фразах типу: *Ласкаво просимо! Як справи? Прощавай! Дякую тобі! і т. д.* Будучи елементом національної культури, мовленнєвий етикет має чітке національне забарвлення.

У лінгвістиці під етикетом розуміють систему правил і умовностей, що регулюють соціальну та професійну поведінку. У будь-якій соціальній одиниці існують загальноприйняті правила поведінки, які підтримуються і закріплюються правовими кодексами або звичаями і закріплюються груповим тиском. Незалежно від типу національної культури, будь-яке суспільство володіє етикетом, і кожна людина знає, якої поведінки очікується від неї по відношенню до інших і від інших по відношенню до себе.

Генрі Гітчінгс, відомий британський письменник, критик і дослідник, припускає, що вперше слово «етикет» можна знайти в збірці листів четвертого графа Честерфілда Філіпа Стенгоупа до свого сина, в яких він давав інструкції, як стати джентльменом (Гітчінгс, 2013:301). Як сказав Гітчінгс, слово «етикет» тоді розуміли як кодекс поведінки, як ідею самоконтролю, як чесноту. Манери відрізняються від етикету: етикет у сучасну епоху – це дивовижний набір правил для соціального невпевнені – такі ж старомодні, як і дебютантки. Манери, навпаки, можуть означати природну витонченість і ставлення до всіх з однаковою увагою. Гітчінгс розглядає це більш формально: манери, слово, що означає широкі принципи поведінки, і «етикет», що позначає дії, які формують ці принципи.

Мовленнєвий етикет пов'язаний із ситуацією спілкування як такою та її параметрами: особистістю, часом, місцем, темою та мотивом спілкування та його метою. Мовленнєвий етикет являє собою комплекс мовних явищ, пов'язаних з адресатом, хоча важливе значення має і особистість мовця.

Етикет також позначається на фонетичному та просодичному рівнях мови, тобто використовується особлива інтонація (ввічливого зразка). На комунікативному рівні це передбачає заборону втручатися в розмову, переривати її тощо. Мовленнєвий етикет можна аналізувати з точки зору мовної норми. Таким чином, розуміння правильних культурно унормованих типів мовлення включає в себе певний мовленнєвий етикет.

Культура поведінки – невід'ємна частина культури людини, зовнішній вияв духовного багатства людини та її внутрішнього світу. Культура мови (мовленнєвий етикет) – це особлива система вимог і приписів до використання мови в мовленні (усному чи письмовому).

Під культурою мови ми розуміємо дотримання загальноприйнятих мовних норм усної та писемної літературної мови, а також свідоме, цілеспрямоване, вміле використання мови та способів висловлювання залежно від мети та ситуації спілкування. Мовленнєвий етикет вважається однією з найважливіших характеристик поведінки людини.

Мовний етикет, який зберігає традиційну структуру морального вираження, не є замкнутою системою, йому притаманні сила та гнучкість. Враховуючи, що кодекс поведінки відноситься до норм поведінки, які визнані в суспільстві і відіграють важливу роль у спілкуванні членів суспільства, ми вважаємо, що інтерес до етикету пов'язаний з розвитком спілкування та навчанням національна мовної спеціалізація, успішність як в академічній лінгвістиці, так і в суміжних науках, а також практичні комунікаційні потреби, володіння іноземними мовами, ознайомлення з культурою та повсякденним життям, традиціями носіїв мови.

Мовленнєвий етикет – це правила мовлення. Якщо етикет – це правила поведінки в суспільстві, відповідно до суспільних вимог, то мовленнєвий етикет можна визначити як правила, що регулюють правила мовленнєвої поведінки.

Мовний етикет (мовлення), необхідний для досягнення комунікації, реалізується шляхом уточнення, підтримки та припинення спеціальних мовних каналів, спрямованих на спілкування.

Тому встановлення та завершення контакту означає дотримання медіаторами певних норм мовної поведінки (мовного етикету) – уважне ставлення до партнера, врахування його потреб,

добре ставлення. У різних мовах світу вироблені особливі лексичні, морфологічні та синтаксичні прийоми вираження хороших манер, особливі формули мовного етикету, які є такими ж, як і мовний етикет (Шумейко, 2013:280).

Мовний етикет встановлюють мовні формули: звертання та привітання, при збереженні контакту – формули вибачень, прохань, подяки тощо, при припиненні контакту – формули прощання, побажання.

Мовний етикет є складовою частиною загального етикету, а також однією зі складових навчально-виховного процесу і відображає правила мовної поведінки, що склалися як у носіїв мови в національному колективі, так і в малих соціальних групах залежно від соціального статусу, віку, способу спілкування тощо. Від інших складових загального етикету він відрізняється своїми властивостями, суть яких полягає, насамперед, у невідворотності, обов'язковості дотримання норм.

Основними вимогами мовного етикету є ввічливість, увага, порядність і тактовність. У різних людей різні уявлення про те, що розумно, а що ні. Правила пристойності умовні, і їх недотримання не тягне за собою відповідальності, але в той же час не можна покладатися на прихильність оточуючих. Потік ідей має бути послідовним, повним і логічним.

Кожна нація з часом виробила традиційні звичаї; крім того, в кожному регіоні та суспільстві склалися характерні формули мовного етикету, що впливають з різних звичаїв, манер і особливостей використання мови.

У вузькому значенні мовленнєвий етикет – це національно специфічні правила мовленнєвої поведінки, які застосовуються в ситуаціях контакту та підтримання спілкування в обраній тональності відповідно до обставин спілкування, соціальних особливостей осіб, які спілкуються, і характеру спілкування їх стосунків.

Мова є продуктом культури. Використання мови в суспільстві відображає загальну культуру населення. Водночас мова є частиною культури. Культурою спілкування можна вважати будь-який прояв людської культури, як і культуру взагалі.

Мовний етикет українців, як зазначає Богдан С. К. (Богдан, 2001:11), є унікальною й універсальною моделлю їхньої мовної діяльності. Знання цієї системи, а тим паче: її повсякденне впровадження, гармонія знань і внутрішнього світу людини, без перебільшення, є своєрідним барометром духовної зрілості нації.

Враховуючи національну специфіку мовленнєвого етикету, варто сказати, що його структура

склалася в кожного народу на своїй національній основі під впливом різноманітних психологічних, політичних і культурних факторів. Позначка мовлення як соціолінгвістичного явища визначається з функціонального боку, тобто його виділення здійснюється на основі спеціалізованих функцій. Їх близько шести: контактна функція: встановлення, збереження або закріплення зв'язків і підтримуваних відносин, індивідуальної чи соціальної маси; функція ввічливості (конотативна) пов'язана з проявами ввічливої поведінки членів команди один до одного; регулятивна функція поширюється також на всі прояви мовленнєвого етикету, оскільки вибір певної форми при встановленні контакту регулює характер стосунків між адресантом і адресантом.

Таким чином, мовленнєвий етикет, маючи давню історію і будучи важливим і цікавим явищем, залишається актуальним предметом вивчення в різних дисциплінах. Проте при вивченні явищ мовленнєвого етикету звертаються до двох основних аспектів: соціолінгвістичного та стилістичного. Соціолінгвістику цікавить соціальна сторона мовленнєвого етикету. За допомогою мовленнєвого етикету виникає соціальний вплив комунікантів один на одного, що характерно для спілкування взагалі, а в мовленнєвому етикеті особливо виражено.

Серед мовних засобів вираження етикету в сучасній англійській мові провідне місце належить слову як найбільш регламентованому елементу мовної системи. Відображення культури поведінки, як і всіх дій, фіксується в слові, тобто насамперед у лексичному вимірі. Будь-яке слово не є окремим, а входить до складу лексичної системи мови як її компонент, що свідчить про своєрідність семантичної структури слів у мовах, а відповідні семантичні одиниці займають різні позиції в різних семантичних системах.

У вивченні етикетної лексики виникає багато проблем, які в загально-лінгвістичному плані досі залишаються дискусійними. Одні вчені вважають визначальною для слова його лексико-семантичну ознаку, інші – формальною. Як відомо, жодна з них окремо себе не виправдала. На нашу думку, більш правильним при визначенні слова є поєднання зазначених ознак, які виражаються в цілісності змісту та форми.

У сучасній ситуації більшості людей доводиться виконувати багато соціальних ролей і стикатися з різними ситуаціями спілкування. Ці ситуації можуть бути типовими і становити певну систему, в якій можна виділити наступні види спілкування: практичне спілкування, засноване на професійній (громадській) діяльності.

Наприклад, ділові відносини між незнайомими людьми, принаймні один з яких є державною посадовою особою (юрист і клієнт; лікар і пацієнт, поліцейський і громадянин). Також може бути публічне спілкування в колективі між співробітниками, в рамках якого розрізняють симетричні ситуації спілкування (співрозмовники рівні за службовим статусом – колеги) та асиметричні ситуації спілкування (керівник і підлеглий); неформальне спілкування, тобто стосунки в різних групах інтересів (спортивні клуби тощо), стосунки між друзями, сусідами тощо; анонімне спілкування, тобто стосунки між незнайомими людьми, тимчасове спілкування, що не передбачає подальшого спілкування (у громадських місцях, на вулицях, у транспорті); тісні родинні стосунки, тобто відносини між батьками та дітьми, подружжям, родичами тощо.

Мовні звичаї характеризуються етнічними особливостями, що базуються на традиціях кожного народу, його історії, культурі та менталітеті. Сучасний світ демонструє нам загальноприйняті, універсальні правила, але є й відмінності у проявах мовленнєвої поведінки представників різних національностей.

Більшість ситуацій взаємодії людей супроводжується різними проявами мовленнєвого етикету. У комунікативних ситуаціях мова є гнучким інструментом, який може створювати різноманітні комунікативні ефекти. Один і той самий зміст, наприклад заборона будь-чого, може бути виражений по-різному: категорично, ввічливо підкреслено, коректно тощо.

Використовуючи прояви ввічливості в повсякденній взаємодії між людьми, слід враховувати традиції мовної групи, в якій відбувається взаємодія. Особливо важливо враховувати особливості питань у ситуаціях, які не виключають, а іноді навіть передбачають конфлікт – відмова, заборона, зауваження, незгодна думка співрозмовника тощо.

Серед багатьох складних тем, що вивчаються сучасною лінгвістикою, важливе місце займають проблеми перекладу. Як відомо, процес перекладу – це не просто заміна одиниць однієї мови на одиниці іншої мови. Навпаки, це складний процес, який включає цілий ряд операцій.

Форми і способи вираження етикету визначаються позамовними соціальними чинниками, які залежать від характеру ситуації, особливостей співрозмовників (статі, віку, соціального статусу, ролі тощо), ієрархії соціального статусу співрозмовників (нижчий, рівний, вищий), роль вираження (прохання, наказ і т. п.). Поєднання цих факторів визначає різноманіття комунікатив-

ної етики, яка потенційно можлива в природних мовах різних народів.

Кодекс поведінки українців відображає національну ідентичність і менталітет, тобто склад розуму, оригінальність думки, світогляд, вихованість, чуйність. Завдяки цьому можна провести паралель між характером людей та їх мовленнєвою поведінкою.

Мовні звичаї мають національну специфіку, а також специфічні соціальні особливості». Мовні ритуали включають спілкування, засноване на обміні інформацією, новими знаннями та спілкування заради спілкування. У кожному суспільстві існують правила і норми поведінки та спілкування. Це система постійних словесних формул, завдяки яким встановлюється взаєморозуміння і підтримується доброзичливий тон.

Культура сучасності, відображена в дискурсних практиках повсякденної комунікації, що функціонують у різноманітних формах, способах і жанрах, співвідноситься з категорією повсякденності, яка, у свою чергу, породжує дискурси та їхні концепти. Таким чином, аналіз і опис категорії повсякденного життя через аналіз її дискурсів і концептів дозволяє краще зрозуміти природу сучасної мовної культури, природу і тенденції розвитку культури в цілому.

Багато дослідників англійської комунікативної поведінки припускають, що ввічливість є, очевидно, найбільш типовою рисою їх поведінки. Як зауважила відомий англійський соціальний антрополог Кейт Фокс, хоча багато іноземних відвідувачів скаржилися на англійську стриманість, усі вони, як правило, були вражені нашою ввічливістю (Фокс, 2005:187).

Стриманість, обережність і уникнення контактів англійських пасажирів громадського транспорту – відстороненість, на яку скаржаться іноземці – все це характерні риси негативної ввічливості. Те, що виглядає як недружелюбність, насправді є своєрідним міркуванням: вони судять інших по собі та припускають, що всі поділяють їхню нав'язливу потребу в приватності, тому вони займаються своїми справами та ввічливо ігнорують їх (Гітчінгс, 2013:304).

Не можна не погодитися з думкою Г. Татаревич, яка наводить низку лексичних одиниць етикету, що супроводжують розваги. Дослідник вважає їх «ввічливістю, що вказує на певний тон у соціальній поведінці». Г. Татаревич у своїй статті «Етикет і ментальність» наводить приклад етикету відмови (Татаревич, 1998:12). Таким чином, звичаї української мови, поєднані всіма кодексами поведінки, є прогресивним і суто національним явищем, оскільки відображають національні особливості українців, їхню ментальність, менталітет, оригінальний спосіб мислення та світогляд. У комплексі етики ця категорія стала основною.

**Висновки.** У процесі дослідження перекладацьких трансформацій колокацій у сфері етикету на матеріалі української, англійської, німецької, польської та чеської мов було виявлено кілька важливих аспектів. По-перше, колокації, що виражають етикетні норми, мають глибокі культурні корені, що суттєво ускладнює їх переклад без втрати змісту та комунікативної функції. Перекладачам доводиться використовувати різні трансформаційні стратегії (додавання, вилучення, заміна, перестановка), щоб адаптувати вирази до мовних і культурних реалій цільової аудиторії.

По-друге, переклад колокацій, пов'язаних з етикетом, не можна здійснювати лише на лексичному рівні. Необхідним є розуміння культурно-специфічних аспектів етикету, що відрізняються в різних мовних спільнотах. Успішний переклад таких колокацій вимагає не тільки знання мовних структур, а й соціокультурних норм і правил поведінки, характерних для кожної мови.

По-третє, дослідження показало, що часто прямі еквіваленти в перекладі відсутні, що змушує перекладача використовувати такі прийоми, як компенсація або семантичне розширення. Це підтверджує необхідність володіння культурною компетенцією, що є ключовим фактором для адекватного передачі значення та функції колокацій.

Таким чином, перекладацькі трансформації колокацій у сфері етикету є складним багаторівневим процесом, що вимагає поєднання лінгвістичних знань з глибоким розумінням культурних особливостей мов.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березинський В. П. Українсько-англійські семантико-стилістичні паралелі на морфологічному рівні. Львів : Фенікс, 2002. 232 с.
2. Богдан С. К. Мовний етикет як елемент мовної картини світу волинян. *Дивослово*. 2001. № 10, С. 11–14.
3. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посіб. з етикету для студентів. Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. 208 с.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посіб. Київ : Кондор, 2008. 356 с.

6. Радевич-Винницький Я. К. Етикет і культура спілкування. Львів: Сполом, 2001. 223 с.
7. Сивак Н. Збагачення мовленнєвого етикету школярів засобами парамеографії. *Початкова школа*. 1997. №4. С. 50–51.
8. Татаревич Г. Етикет і ментальність. *Дивослово*. 1998. № 3. С. 18–19.
9. Шевчук С. В. Ділове мовлення для державних службовців. Київ: Література ЛТД, 2004. 400 с.
10. Шумейко О. А. Мовленнєвий етикет як складова виховного процесу. *Сучасні аспекти виховання студентської молоді* : тези доп. Міжнарод. наук.-практ. конфер. 4–5 квіт. 2013 р. Харків, 2013. С. 280–282.
11. Шумейко О. А. Мовлення як індикатор культури міжперсонального спілкування. *Шістдесят сьомі економіко-правові дискусії. Серія: Соціальні та гуманітарні науки*: матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції. Львів: ФОП Шпак В. Б. С. 40–44.
12. Шумейко О. А. Культура спілкування як складова естетичного виховання. *Соціально-гуманітарні вектори педагогіки вищої школи* : зб. матеріалів IV Міжнар. наук. конф. Харків, 2013. С. 193–194.
13. Brown R., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978. P. 28–39.
14. Henry Hitchings. *Sorry! The English and Their Manners*. John Murray Publishers Ltd, 2013. 400 p.
15. Kate Fox. *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. 2005. 432 p.
16. Mackay H. A. Developing syntactic repertoires: Syntheses of stimulus classes, sequences, and contextual control. *European Journal of Behavior Analysis*, 2013. P. 14, 69–85.

## REFERENCES

1. Berezynskiy V. P. (2002) Ukrainsko-anhliiski semantiko-stylistychni paraleli na morfolohichnomu rivni. [Ukrainian-English semantic and stylistic parallels at the morphological level] Lviv : Feniks, 2002. 232. [in Ukrainian].
2. Bohdan S. K. (2001) Movnyi etyket yak element movnoi kartyny svitu volynian. [Speech etiquette as an element of the Volynians' linguistic worldview] *Dyvoslovo*. 2001. №10. 11–14. [in Ukrainian].
3. Hrytsenko T. B (2007): *Etyka dilovoho spilkuvannia*. [Ethics of business communication] navch. posibnyk. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury. 344. [in Ukrainian]
4. Kubrak O. V. (2002) *Etyka dilovoho ta povsiakdennoho spilkuvannia*. [Ethics in business and everyday communication] navch. posib. z etyketu dlia studentiv. Sumy. VTD «Universytetska knyha». 208. [in Ukrainian]
5. Palekha Y. I. (2008) *Etyka dilovykh vidnosyn* [Ethics of business relationships]: navch. posibnyk. Kyiv. Kondor. 356. [in Ukrainian]
6. Radevych-Vynnytskyi Y. K. (2001) *Etyket i kultura spilkuvannia*. [Etiquette and culture of communication] Lviv. Vydavnytstvo «Spolom». 223. [in Ukrainian]
7. Syvak N. (1997) *Zbahachennia movlennievoho etyketu shkolariv zasobamy parameoografii*. [Enrichment of schoolchildren's speech etiquette by means of paraméographies] *Pochatkova shkola*. №4. 50–51. [in Ukrainian]
8. Tatarevych H. (1998) *Etyket i mentalnist*. [Etiquette and mentality] *Dyvoslovo*. № 3. 18–19. [in Ukrainian]
9. Shevchuk S. V. (2004) *Dilove movlennia dlia derzhavnykh sluzhbovtiv*. [Business broadcasting for civil servants] Kyiv. Literatura LTD. 400. [in Ukrainian]
10. Shumeiko O. A. (2013) *Movlennievyy etyket yak skladova vykhovnoho protsesu*. [Speech etiquette as a component of the educational process] *Suchasni aspekty vykhovannia studentskoi molodi : tezy dop. Mizhnarod. nauk.-prakt. konfer. 4–5 kvit. 2013*. Kharkiv. 280–282. [in Ukrainian]
11. Shumeiko O. A. (2022) *Movlennia yak indykator kultury mizhpersonalnoho spilkuvannia*. [Speech as an indicator of interpersonal communication culture] *Shistdesiat somi ekonomiko-pravovi dyskusii. Seria: Sotsialni ta humanitarni nauky: materialy Mizhnarodnoi naukovoї internet-konferentsii*. Lviv. FOP Shpak V. B. 40–44. [in Ukrainian]
12. Shumeiko O. A. (2013) *Kultura spilkuvannia yak skladova estetychnoho vykhovannia*. [Culture of communication as a component of aesthetic education] *Sotsialno-humanitarni vektory pedahohiky vyshchoi shkoly : zb. materialiv IV Mizhnar. nauk. konf., Kharkiv, 2013*. 193–194. [in Ukrainian]
13. Brown R., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978. P. 28–39.
14. Henry Hitchings. *Sorry! The English and Their Manners*. John Murray Publishers Ltd, 2013. 400 p.
15. Kate Fox. *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. 2005. 432 p.
16. Mackay H. A. Developing syntactic repertoires: Syntheses of stimulus classes, sequences, and contextual control. *European Journal of Behavior Analysis*, 2013. P. 14, 69–85.