

УДК 821.161.2.-2

DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.1\(42\).168915](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2019.1(42).168915)

ХУДОЖНЯ КОМУНІКАЦІЯ ЯК РІЗНОВИД КОМУНІКАЦІЇ

Синявська Л.І.

кандидат філологічних наук, доцент

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Стаття присвячена огляду особливостей художньої комунікації, зокрема, у драматичному творі. В рамках комунікативної теорії драматургічний твір трактується як особливий різновид мовного висловлювання, в якому автор адресує свої інтенції, наміри, мотиви читачеві за допомогою комунікативних стратегій та тактик. Визначаючи драматургічний твір як текст, тип висловлювання, завдяки якому здійснюється комунікація між адресантом та адресатом через обрані комунікативні стратегії та тактики для досягнення прагматичної мети, пропонуємо власну класифікацію комунікативних стратегій. Виділяємо два види комунікативних стратегій: 1) комунікативну стратегію експериментаторства з формою драматичного тексту; 2) змістову комунікативну стратегію. Проаналізувавши вищезазначені моделі комунікації можемо виділити наступні характеристики комунікації в драматургічному тексті: наявність наративу як базової категорії характеристики адресанта; діалогічність, театральність цілісність, інтертекстуальність, протяжність у часі та просторі, можливість сприйняття, конденсації та трансформації інформації як текстової характеристики; ігровий момент як принцип відображення дійсності в тексті та сприйнятті адресата, здатність до інтерпретації та творення нових смислів тексту. Дані характеристики враховують всі складові комунікативного акту в драматургічному тексті та сприяють виявленню комунікативних стратегій тексту, адже саме вони визначають специфіку творів українських драматургів XIX-XX століття.

Ключові слова: художня комунікація, драматургічний твір, комунікативні стратегії і тактики.

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

Синявская Л.И.

кандидат филологических наук, доцент

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

Статья посвящена обзору особенностей художественной коммуникации, в частности, в драматическом произведении. В рамках коммуникативной теории драматургическое произведение трактуется как особая разновидность речевого высказывания, в котором автор адресует свои интенции, намерения, мотивы читателю с помощью коммуникативных стратегий и тактик. Определяя драматургическое произведение как текст, тип высказывания, благодаря которому осуществляется коммуникация между адресантом и адресатом через избранные коммуникативные стратегии и тактики для достижения прагматической цели, предлагаем собственную классификацию коммуникативных стратегий. Выделяем два вида коммуникативных стратегий: 1) коммуникативную стратегию экспериментаторства с формой драматического текста; 2) содержательную коммуникативную стратегию. Проанализировав вышеуказанные модели коммуникации можем выделить следующие характеристики коммуникации в драматургическом тексте: наличие нарратива как базовой категории характеристики адресанта; диалогичность, театральность целостность, интертекстуальность, протяженность во времени и пространстве, возможность восприятия, конденсации и трансформации информации как текстовой характеристики; игровой момент как принцип отражения действительности в тексте и восприятии адресата, способность к интерпретации и

создания новых смыслов текста. Данные характеристики учитывают все составляющие коммуникативного акта в драматургическом тексте и способствуют выявлению коммуникативных стратегий текста, ведь именно они определяют специфику произведений украинских драматургов XIX-XX века.

Ключевые слова: художественная коммуникация, драматургическое произведение, коммуникативные стратегии и тактики.

ARTISTIC COMMUNICATION AS A TYPE OF COMMUNICATION

Synjavska L.I.

candidate of philological sciences, associate professor
Odessa National I.I.Mechnikov University

The article is devoted to the review of peculiarities of artistic communication, in particular, in dramatic works. Within the framework of the communicative theory, the dramatic text is interpreted as a special kind of linguistic expression in which the author addresses his intentions, and motives to the reader through communicative strategies and tactics. By defining a dramatic work as a text, a type of statement through which communication is fulfilled between the addresser and the addressee through the chosen communication strategies and tactics to achieve the pragmatic goal, we propose our own classification of communicative strategies. We distinguish two types of communication strategies: 1) a communicative strategy of experimentation with a form of dramatic text; 2) meaningful communicative strategy. After analyzing the given models of communication we can distinguish the following characteristics of communication in the dramatic text: the presence of the narrative as the basic category of the characteristics of the addressee; dialogicity, theatricality integrity, intertextuality, length in time and space, the ability to perceive, condense and transform information as a textual characteristic; game moment as a principle of reflection of reality in the text and perception of the addressee, the ability to interpret and create new meanings of the text. These characteristics take into account all components of the communicative act in the dramatic text and help to identify the communicative strategies of the text, since they determine the specifics of the works of Ukrainian playwrights of the nineteenth and twentieth centuries.

Key words: artistic communication, dramatic text, communicative strategies and tactics.

Вступ

Комунікація – невід’ємний чинник суспільного, громадського, політичного, бізнесового життя (Почепцов 1999: 5-7), і її різноаспектний аналіз привертає увагу науковців різних наукових напрямів, у межах яких вивчають вербальні й невербальні закономірності спілкування людей, феномен комунікативного впливу як стрижень будь-якої комунікації, дискурсивні особливості людської взаємодії тощо.

Проте максимально ускладнює наукову кваліфікацію і той факт, що саме поняття комунікація не є однозначним. Адже «відтінки комунікації, її види, моделі, функції, методи комунікативного аналізу, сфери застосування надзвичайно різноманітні. А терміни – комунікативне спілкування, діалог, комунікативність, інтерактивність – стають більш місткими за своїм змістом і значенням» (Мальовская 2005: 4). Так, комунікація, за твердженнями вчених, це і назва щоденної діяльності людини; це процес, за допомогою якого соціальні інститути чи індивіди обмінюються інформацією; це засіб розв’язання політичних чи соціальних потреб держави, суспільства, окремого індивіда тощо.

Мета статті полягає в аналізі особливостей художньої комунікації у драматичному творі.

Результати та обговорення

Взагалі існує близько 100 визначень комунікації, зокрема Г.В. Колшанський визначає комунікацію як перенесення інформації в людському колективі, тобто він розглядає її як реалізацію суспільного характеру свідомості (Колшанський 1980: 88-90). Дещо іншого погляду дотримується український дослідник Ф. Бацевич, який розмежовує поняття спілкування та комунікація, де спілкування є більш загальним, а комунікація – конкретним: «Комунікація (лат. *communico* – спілкуюсь з кимось) – смисловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії, облік інформації в різноманітних процесах спілкування» (Бацевич 2004: 28). О. Селіванова зазначає, що «комунікація – це цілеспрямований процес, діяльність, одним із засобів якої є мовлення, а знаковою цілісною формою організації – текст» (Селіванова 2002: 32). В. Красних визначає комунікацію як «процес взаємодії двох і більше мовних особистостей з метою передачі / отримання / обміну інформацією, тобто того чи іншого впливу на співрозмовника, який є необхідним для реалізації спільної діяльності» (Красних 2003: 79). Акцентуючи на шляхах та засобах передачі інформації, Р. Бердвістелл трактує комунікацію як багатоканальну систему, що одночасно є результатом і засобом регуляції форм людської життєдіяльності. Всі засоби комунікації він пов'язує комунікативними відношеннями між собою, а комунікативної ваги вони набувають під час безпосереднього використання в процесі спілкування (Birdwhistell 1970). Комунікацію як процес стимулювання однією персоною іншої персони (або персон) до спілкування за допомогою вербальних і/або невербальних повідомлень визначають В. П. Річмонд та Дж. К. Мак-Кроскі (Richmond, McCroskey 2004: 1), а Л. Медведєва виокремлює одиницю аналізу комунікаційних феноменів: «Для теорії комунікації та мовленнєвих актів безсумнівний інтерес становить комбінація мовленнєвих актів із парамовленнєвими жестами рук і мімікою, які функціонують як знаки» (Медведєва 1989: 46).

Отже, комунікація – це багатогранний феномен, пов'язаний із вивченням виробництва, передачі та споживання значень через різні засоби комунікації (усні, друковані, радіо, фільми, комп'ютерні мережі) в безлічі контекстів (міжособистісних, расових, культурних, політичних, організаційних, міжнародних). Можемо констатувати, що вчені виокремлюють такі ознаки комунікації: процесуальність, цілеспрямованість, передача повідомлення за допомогою семантико-знакової взаємодії, загальносуспільний характер інформації в повідомленні та ін.

Зауважимо, що Дж. Хаймс узагалі вважає, що комунікацію як таку доволі важко визначити наперед, є лише загальні характеристики, яким може відповідати комунікація в конкретній реалізації (цит. за: Почепцов 1999: 18). Проте у нашій роботі «Під комунікацією ми будемо розуміти процеси перекодування вербальної в невербальну й невербальної в вербальну сфери. Історично комунікацією було саме: примусити іншого до виконання певної дії. Тобто для комунікації важливий перехід від говоріння Одного до дій Другого. Саме заради цього реалізується передача значення між двома різними автономними системами, якими є дві людини» (Почепцов 2001: 14). У наведеному визначенні виокремлено найважливіші компоненти ко-

мунікації як надскладного гетерогенного феномену та її наскрізна мета – вплив на іншу особу.

Спілкування можливе за допомогою різних матеріальних знаків та мов, однак предметом нашого дослідження є спілкування за допомогою художніх текстів, художніх творів, зокрема драматичних, тобто художня комунікація.

Художня комунікація як практична діяльність, разом із перекладом є, напевно, однією з найдавніших видів філологічної діяльності людини, яка пов'язана з появою писемності. Саме писемність фіксує усне висловлювання у стійкій та закріпленій формі, віддаляючи його від адресанта та дає змогу розуміння, тлумачення і сприйняття тексту адресатом.

Для дослідження художньої комунікації важливо те, що вона є міждисциплінарним об'єктом, який досліджується у філології, антропології, психології, соціології, педагогіці, біології, інформатиці та інших дисциплінах.

На сьогоднішній день накопичено великий досвід комунікативного аналізу у різних сферах наукового знання, а комунікація є об'єктом дослідження гуманітарної науки, яка пропонує різні теоретичні підходи для аналізу художньої комунікації: це і літературна модель В. Шкловського, театральна модель М. Євреїнова, фольклорна модель В. Проппа, культурологічна модель М. Бахтіна, наративна модель Цв.Тодорова, театральна модель П. Єршова, текстова модель О. П'ятигорського, ігрова модель Й. Гейзінга.

Так, літературна модель В. Шкловського функцію мистецтва пояснює через поняття "відсторонення", яке із відомого об'єкта творить новий невідомий об'єкт.

Відсторонюючись від біографічних та позатекстових категорій, параметрів, В. Шкловський робить акцент на питанні форми. "Літературний твір є чистою формою, він є не річчю, матеріалом, а відношенням матеріалів. Жартівливі, трагічні, світові, кімнатні твори, протиставлення світу світові чи кішки камінню – рівні між собою (Шкловський 1983: 4).

Дослідник одним з перших пропонує формули – схеми, за якими творяться художні тексти.

Отже, В. Шкловський з погляду комунікативістики акцентує увагу на тексті як об'єкті спілкування та його функціях у процесуальному вимірі.

М. Євреїнов у своїй театральній моделі досліджує питання ролі художника в театрі, проблему взаємостосунків режисера, акторів, художників, постановників, поєднання в одному тексті знаків різних семіотичних систем. Успішність комунікації, на думку вченого, досягається завдяки театральності, яка властива людині в повсякденному житті (Євреїнов 1911: 101). Ось ця думка про театральність береться нами для дослідження комунікативних стратегій драматургічного тексту.

Модель В. Проппа допомагає виокремити функції, на яких базується текст, їхню послідовність та кількість. Ці функції дослідник аналізує в праці «Морфологія казки», розуміючи під функціями елементарні складові казки (Пропп 1968: 285). Одночасно В. Пропп дослідив у фольклорних текстах прояви комізму (там само: 286).

Культурологічна модель комунікації М. Бахтіна враховує категорію адресатності в комунікативному акті. «Слово орієнтоване на співрозмовни-

ка, орієнтоване на те, хто цей співрозмовник. Абстрактного співрозмовника, так би мовити, людини в собі, не може бути» (Бахтин 1997: 93).

М. Бахтін вводить поняття металінгвістики, куди відносить і діалогічні стосунки, включаючи й ставлення мовця до власного слова (там само: 311).

Друга фундаментальна ідея М. Бахтіна – карнавалізація, яка стирає межу між актором та глядачем. «Карнавал не знає поділу на глядачів та виконавців. Він не знає рампі навіть в початковій формі» (там само: 12).

Діалогічність та карнавальність – основні ідеї М. Бахтіна, які виокремлюють культурологічну модель комунікації.

Наративна модель комунікації пояснює характер фігури адресанта драматургічного тексту та виступає складною багаторівневою схемою, де поєднано автора, оповідача, наратора, бажаного автора, реального та бажаного читача.

О. П'ятигорський у своїй моделі акцентує увагу на понятті тексту та його зв'язках з категоріями часу та простору, аналізує проблему Іншого, виділяє ознаки тексту: «Текст як дещо існуюче тільки в сприйнятті, читанні та розумінні тих, хто вже сприйняв його» (Пятигорский 1962: 59). Текст як інтенція бути посланим та прийнятим, тобто текст як сигнал. «Конкретний текст не може бути породженим ні чим іншим ніж другим текстом» (там само: 56). Отже, в моделі О. П'ятигорського актуалізується схема комунікації та особливості тексту як сигналу, факту об'єктивізації свідомості та здатності породжувати нові тексти посередництвом сюжету та ситуації.

Аналізуючи українську драматургію кінця XIX – початку XX ст. з погляду реалізації комунікативних стратегій у нашому дослідженні продуктивним буде філософсько-культурологічний підхід до комунікативних процесів, в яких реалізуються комунікативні потреби та інтенції мовця. Загальна інтенція обумовлює комунікативну стратегію, її вибір. Комунікативна інтенція є осмисленим чи інтуїтивним наміром адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення (Бацевич 2004: 116). Тобто найкраща оптимальна реалізація інтенцій адресанта щодо досягнення конкретно поставленої мети, вибір успішних та дієвих ходів спілкування визначає комунікативну стратегію, яка реалізується в комунікативному акті посередництвом тексту.

Драматичний художній твір – унікальне словесне утворення, результат діяльності адресанта й адресата, які ведуть умовний уявний діалог. Створюючи художній твір, автор закладає своє, тільки йому деколи зрозуміле авторсько-митстецьке осмислення дійсності, однак він при цьому адресує свої інтенції і задум читачеві, готовому долучитися до процесу декодування цих інтенцій, смислів, значень, втілених в образному слові тексту. Один із шляхів осмислення проблем психології художньої творчості є аналіз комунікативних стратегій як авторських, так і жанрово-видових, котрі у своєрідний спосіб прочитуються в художньому творі, зокрема й у драматургії.

Комунікативний потенціал драматургії на сьогодні майже не вивчений, є лише поодинокі дослідження. Враховуючи результати даних досліджень, дослідження літературознавців, театральних критиків, комунікативістів, ставимо за мету дослідити комунікативні стратегії української драматургії кінця XIX – початку XX ст.

Комунікативну стратегію визначатимемо як реалізацію інтенцій адресанта для досягнення комунікативної мети в ході комунікативного акту.

Комунікативна стратегія передбачає вибір дієвих ходів спілкування, комунікативних тактик які безпосередньо задіяні в процесі текстотворення.

Питання типології комунікативних стратегій на сьогодні не вирішено, адже у запропонованих класифікаціях враховуються, беруться до уваги лише окремі аспекти, як-от: форми комунікації, сфера спілкування, види дискурсів.

Так, Т. ван Дейк, беручи за основу класифікації вид дискурсу, виділяє наступні стратегії: когнітивні, контекстуальні, розуміння, мовленнєві, семіотичні, синтаксичні, схематичні, текстові (Бацевич 2004: 119). Інші дослідники виділяють два типи стратегій: власне комунікативну і змістову.

О. Іссерс виокремлює також дві комунікативні стратегії: 1) першорядну масштабну стратегію активізації мислення (з метою активізації розумової діяльності); 2) другорядну стратегію формування нової позиції (Іссерс 2002). Проаналізувавши наявні типології комунікативних стратегій можемо констатувати, що спільним для них є врахування мети комунікації, а відмінними будуть шляхи, способи її досягнення, тобто комунікативна тактика.

Комунікативна стратегія та тактика об'єднані родо-видовими стосунками як на вербальному, так і на невербальному рівнях тексту. У текст автор закладає власне розуміння, інтерпретацію дійсності, кодує смисли, значення, які посередництвом знову ж таки того самого тексту декодує адресат.

Комунікативна стратегія характеризується набором та індивідуальним поєднанням мовленнєвих та паралінгвістичних тактик, що реалізуються в дискурсі драматичного тексту й по-різному впливають на адресата. Втілення власної індивідуально-авторської стратегії – це вибір між певними дискурсивними ситуаціями, умовами, в яких відбувається комунікація, відносинами між комунікантами і, власне, їх особистістю, соціальною, когнітивною та психологічною.

Враховуючи особливості та специфіку предмета дослідження – українська драматургія, – комунікативну стратегію у роботі визначаємо як авторську інтенцію планування дискурсу художнього твору для досягнення ефективності сприйняття його реципієнтом (адресатом). Реалізація комунікативної стратегії забезпечується комунікативною тактикою, яка в тканині тексту реалізується комбінаторикою різних ходів.

Комунікативна стратегія – це «вектор» мовленнєвої поведінки конкретного автора, що реалізується у виборі адресантом продуманих поетапних мовленнєвих дій, що приводять до розуміння між автором і читачем; це лінія мовленнєвої поведінки обрана на основі усвідомлення комунікативної ситуації загалом і спрямована на досягнення ефекту успішного, умовно синхронного спілкування з читачем.

Комунікативна тактика – це конкретний мовленнєвий крок, що відповідає певному етапу реалізації авторської комунікативної стратегії і спрямована на розв'язання конкретного комунікативного завдання.

Обидві ці комунікативні стратегії мають досить різнопланову систему комунікативних тактик та ходів.

Експериментаторство з формою драматичного тексту – це правила і послідовність організації висловлювань, яких дотримується адресант у драматичному тексті як наперед визначеної родо-жанрової форми, яка ним, вочевидь, корелюється.

Змістова стратегія – це покрокове змістове планування мети комунікації із залученням для її досягнення ідейно-тематичної та художньо-образної системи драматичного твору.

Обидві ці стратегії, на наш погляд, визначають індивідуально-авторський стиль комунікації, її неповторність, взаємодію тактик та ходів в тексті п'єси, тобто є способами і засобами досягнення мети. У результаті аналізу драматичного доробку українських драматургів кінця XIX – початку XX ст. в межах даних комунікативних стратегій виділяємо комунікативні процеси «олітературнення», «літературизації» інтертекстуальності драми як висловлювання, авторської присутності, родо-жанрових трансформацій текстів п'єс означеного періоду.

Висновки

Враховуючи вищевикладені поняття можемо констатувати, що в рамках комунікативної теорії драматургічний твір трактується нами як особливий різновид мовного висловлювання, в якому автор адресує свої інтенції, наміри, мотиви читачеві за допомогою комунікативних стратегій та тактик. Визначаючи драматургічний твір як текст, тип висловлювання, завдяки якому здійснюється комунікація між адресантом та адресатом через обрані комунікативні стратегії та тактики для досягнення прагматичної мети, пропонуємо власну класифікацію комунікативних стратегій. Означивши драматургічний текст як висловлювання, яке забезпечує комунікацію та визначається єдністю змісту і форми як завершене художнє творіння, виділимо два види комунікативних стратегій: 1) комунікативну стратегію експериментаторства з формою драматичного тексту; 2) змістову комунікативну стратегію. Отже, проаналізувавши вищезазначені моделі комунікації можемо виділити наступні характеристики комунікації в драматургічному тексті: наявність наративу як базової категорії характеристики адресанта; діалогічність, театральність цілісність, інтертекстуальність, протяжність у часі та просторі, можливість сприйняття, конденсації та трансформації інформації як текстової характеристики; ігровий момент як принцип відображення дійсності в тексті та сприйнятті адресата, здатність до інтерпретації та творення нових смислів тексту. На наш погляд, дані характеристики враховують всі складові комунікативного акту в драматургічному тексті та сприяють виявленню комунікативних стратегій тексту, адже саме вони визначають специфіку творів українських драматургів рубежу XIX-XX століття.

Список літератури

- Бахтин М. М. Из архивных записей к работе «Проблемы речевых жанров» // Собр.соч. в 7 т. Т. 5. М.: Русские словари, 1997. С. 207-286.
- Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики (Підручник). Київ: Академія, 2004.
- Гейзинга Й. Homo Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури. К.: Основа, 1994.
- Евреинов Н. Н. Художники в театре В. Ф. Комиссаржевской // Памяти Веры Федо-

ровны Комиссаржевской. URL: <https://www.twirpx.com/file/2402394/> <https://www.twirpx.com/file/2402394/>

- Женетт Ж. Фигуры. Работы по поэтике. В 2-х т. М.: Изд. им. Сабашниковых, 1998.
- Иссерс О. С. Коммуникативная стратегия и тактика русской речи. М.: УРСС, 2002. 284 с.
- Каменская О. Л. Текст и коммуникация. М.: Высшая школа, 1990. 151 с.
- Колшанский Г. В. Контекстная семантика. М.: Наука, 1980. 149 с.
- Красних В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.
- Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М.: КомКнига, 2005. 240 с.
- Медведева Л. М. О типах речевых актов // Вестник Харьковского гос. ун-та. 1989. №339. С. 42-46.
- Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
- Пропл В. Я. Морфология сказки. М., 1968.
- Пятигорский А. М. Некоторые общие замечания описательного рассмотрения текста как разновидности сигнала // Структурно-типологические исследования. М.: Наука, 1962.
- Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации (Монографическое учебное пособие). Киев: Изд-во укр. Фитосоциологического центра, 2002. 336 с.
- Тарасов Е.Ф. Статус и структура теории речевой коммуникации // Проблемы психолингвистики. М., 1975. С. 139-150.
- Тодоров Цв. Поняття літератури та інші есе. К.: Києво-Могилянська академія, 2006. 162 с.
- Федоров В. В. Три лекции об авторе / В. В. Федоров. Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2002. 86 с.
- Шкловский В. Б. О теории прозы. М.: Сов. писатель, 1983. 383 с.
- Birdwhistell R.L. Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication. Philadelphia, 1970. 338 p.
- Richmond V. P., McCroskey J.C. Non-verbal Behavior in Interpersonal Relations. Boston: Pearson Education, Inc, 2004. 350 p.

References

- Bakhtin, M. M. (1997). Iz arkhivnykh zapisyey k rabote «Problemy rechevykh zhanrov». In *Sobr.soch. v 7 t. T. 5. M.: Russkiye slovari*, 207-286.
- Batsevich, F. S. (2004). *Osnovi komunikativnoy lingvistiky (Pidruchnik)*. Kiyv: Akademiya.
- Geyzinga, Y. (1994). *Homo Ludens. Dosvid viznachennya igrovogo yelementa kul'turi*. K.: Osnova.
- Yevreinov, N. N. (1911). *Khudozhniki v teatre* V. F. Komissarzhevskoy. In *Pamyati Very Fedorovny Komissarzhevskoy*. URL: <https://www.twirpx.com/file/2402394/>
- Zhenett, Zh. (1998). *Figury. Raboty po poetike*. V 2-kh t. M.: Izd. im. Sabashnikovykh.
- Issers, O. S. (2002). *Kommunikativnaya strategiya i taktika russkoy rechi*. M.: URSS.
- Kamenskaya, O. L. (1990). *Tekst i kommunikatsiya*. M.: Vysshaya shkola.
- Kolshanskiy, G. V. (1980). *Kontekstnaya semantika*. M.: Nauka.
- Krasnikh, V. V. (2003). «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili real'nost'? M.: ITDGGK.
- Mal'kovskaya, I. A. (2005). *Znak kommunikatsii. Diskursivnyye matritsy*. M.: KomKniga.
- Medvedeva, L. M. (1989). O tipakh rechevykh aktov. In *Vestnik Khar'kovskogo gos. un-ta. №339*, 42-46.
- Pochepstov, G. G. *Teoriya komunikatsii*. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
- Propp, V. Ya. (1968). *Morfologiya skazki*. M.
- Pyatigorskiy, A. M. (1962). *Nekotoryye obshchiye zamechaniya opisatel'nogo rassmotreniya teksta kak raznovidnosti signala* Struktorno-tipologicheskiye issledovaniya. M.: Nauka.
- Selivanova, Ye.A. (2002). *Osnovy lingvisticheskoy teorii teksta i kommunikatsii* (Monograficheskoye uchebnoye posobiye). Kiyev: Izd-vo ukr. Fitosotsiologicheskogo tsentra.
- Tarasov, Ye.F. (1975). Status i struktura teorii rechevoy kommunikatsii. In *Problemy psikholingvistiky*. M., 139-150.
- Todorov, Tsv. (2006). *Ponyattya literaturi ta inshi yese*. K.: Kiëvo-Mogilyans'ka akademiya.

- Fedorov, V. V. (2002). Tri lektsii ob avtore. Donetsk: ООО «Yugo-Vostok, LTD».
- Shklovskiy, V. B. (1983). O teorii prozy. M.: Sov. pisatel'.
- Birdwhistell, R.L. (1970). Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication. Philadelphia.
- Richmond, V. P., McCroskey, J.C. (2004). Non-verbal Behavior in Interpersonal Relations. Boston: Pearson Education, Inc.

Стаття надійшла до редакції 23.01.2019 р.