

УДК 811.161.2:272:159.964

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-1-24>

## ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ ФЕНОМЕНІВ КОМУНІКАЦІЇ ТА ВПЛИВУ

**Кутуза Наталя Валеріївна,**  
доктор філологічних наук, доцент,  
професор кафедри прикладної лінгвістики  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова  
kutuz@i.ua  
orcid.org/0000-0002-0816-3264

*Статтю присвячено феноменам комунікації та впливу. Метою статті є розгляд специфічних рис феноменів комунікації та впливу. У процесі досягнення мети застосовано такі методи: описовий – для висвітлення особливостей феноменів комунікації та впливу; метод аналізу й синтезу – для з'ясування складників явищ комунікації й впливу й поєднання цих складників у цілісність, метод індукції слугував для конкретизації загальних висновків.*

*У межах статті здійснено огляд тлумачень поняття комунікації в низці мовознавчих наук: психолінгвістиці, комунікативній лінгвістиці, прагмалінгвістиці, теорії мовної комунікації, нейролінгвістичному програмуванні, сугестивній лінгвістиці та ін., і підкреслено, що усталеної дефініції з інтеграцією найважливіших аспектів і складників комунікації не існує. Проведено аналіз складників комунікації, факторів реалізації комунікації, де наголошено на обов'язковому впливовому складнику комунікації. Окреслено структуру комунікації, зокрема описано її певні фази: докомунікативну, комунікативну, післякомунікативну, де в докомунікативній відбувається формування мети й потреби в обміні інформації, у комунікативній – власне процес взаємодії, у післякомунікативній виявляються ефекти й формується зворотний зв'язок. Також увагу звернено на структуру й на такі групи моделей комунікації, як лінійні, інтерактивні, трансакційні, де виокремлюємо інтерактивну модель, оскільки адресант певним чином детермінує дії адресата Акцентовано на типах комунікації за знаковою системою (вербальна / невербальна) і за способом адресованості (персональна / надперсональна, міжіндивідуальна / опосередкована).*

*Наголошено, що комунікація не лише передбачає обмін інформацією, але й притаманна впливова функція. Під час дослідження цього феномену важливим є врахування усіх компонентів і ознак комунікації, які визначають її структуру і результат, а також важливо виокремлювати її ядрові та периферійні функції.*

**Ключові слова:** впливовий компонент, обмін інформацією, спілкування, сугестія, вербальна комунікація, невербальна комунікація.

## THEORETICAL FOUNDATIONS OF COMMUNICATION PHENOMENONS AND IMPACTS

**Kutuz Natalya Valerijvna,**  
Doctor of Philology, Associate Professor,  
Applied Linguistics Department Associate Professor  
Odesa National I. I. Mechnikov University  
kutuz@i.ua  
orcid.org/0000-0002-0816-3264

*The article deals with the phenomena of communication and influence. The purpose of the article is to consider specific features of communication and influence phenomenon. In the process of achieving the goal, the following methods are used: descriptive to highlight the peculiarities of communication and influence phenomena; a method of analysis and synthesis to elucidate the constituents of the phenomena of communication and the influence and combination of these constituents into one, the method of induction served to conclude the general conclusions.*

*The article reviews the interpretations of the notion of communication in a number of linguistic sciences – psycholinguistics, communicative linguistics, pragmalinguistics, the theory of language communication, neurolinguistic programming, suggestive linguistics, etc., and emphasizes the established components of sophistication. The analysis of the components of communication, the factors of implementation of the communication, which emphasized the obligatory influential component of communication. The structure of communication is outlined, in particular its phases are described: pre-communicative, communicative, post-communicative, where in the communicative the purpose and the need for information exchange is formed, in the communicative - the process of interaction, in the post-communicative the effects are revealed and feedback is formed. Attention is also drawn to the structure and groups of communication models, such as linear, interactive, transactional, where we distinguish the interactive model, since the addressee determines in some way the actions of the addressee. / transpersonal, interindividual / indirect).*

*It is emphasized that communication not only involves the exchange of information, it also has an influential function. When investigating this phenomenon, it is important to take into account all the components and features of communication that determine its structure and outcome, and to isolate its core and peripheral functions.*

**Key words:** influential component, information exchange, communication, suggestion, verbal communication, non-verbal communication.



## 1. Вступ

Вплив як імманентна ознака комунікації може мати як логічну, усвідомлену, так і неусвідомлену, ірраціональну природу (навіювання, сугестія), проте в інтерпретуванні цих феноменів припускаються деяких неточностей, що вимагає детального розгляду цих феноменів.

Мета нашої статті – розглянути специфіку феноменів комунікації і впливу. Для досягнення мети потрібно вирішити низку завдань: описати поняття комунікації та впливу, що представлено в різних науках; окреслити специфічні риси комунікації і впливу; з'ясувати точки перетину цих феноменів.

У процесі досягнення мети застосовано такі методи: описовий – для висвітлення особливостей феноменів комунікації та впливу; метод аналізу і синтезу – для з'ясування складників явищ комунікації і впливу й поєднання цих складників у цілісність; метод індукції слугував для конкретизації загальних висновків.

## 2. Розділ 1

Антропоцентричне скерування лінгвістики починається із другої половини ХХ ст. у період «переорієнтації наукових інтересів із вивчення внутрішніх закономірностей мовної системи на розгляд функціонування мови як важливішого засобу людського спілкування» (Маслова, 2008: 60), як умови та засобу комунікації. Власне поняття «комунікація» походить із лат. «communicatio» від «communicare» – роблю спільним, спілкуюсь, зв'язувати; шлях повідомлення, форма зв'язку (Шарков, 2002: 5). У психологічній та соціологічній літературі «комунікація нерідко ототожнюється зі спілкуванням, проте вони не є синонімами» (Селіванова, 2011: 32); у лінгвістиці ж – це синонім спілкування й «означає обмін думками, інформацією та емоційними переживаннями між людьми, тобто це актуалізація комунікативної функції мови в різноманітних мовленнєвих ситуаціях» (Семенюк, Парашук, 2010: 14), у процесах соціальної взаємодії, представлених у їхньому знаковому втіленні (Бацевич, 2004: 28).

У межах лінгвістичної парадигми комунікація розглядається в широкому та вузькому смислах, де в широкому – це одна з форм людської життєдіяльності й різноманітні форми мовленнєвої діяльності, у вузькому вона передбачає обмін смисловою інформацією (Маслова, 2008: 60). На думку О.О. Селіванової та Г.Г. Почепцова, поняття комунікації має близько ста дефініцій, проте немає єдиного тлумачення, яке б задовольняло всіх (Селіванова, 2011: 29). Відсутність усталеного

погляду на комунікацію як багатофакторний феномен Т.Ю. Ковалевська пояснює двома факторами: «Це, з одного боку, пов'язано з відсутністю, наскрізною природою комунікації, що чинить опір будь-яким способам обмежити коло досліджуваного явища. З іншого боку, бажання охопити всі можливі елементи спілкування спричиняють те, що воно як таке зникає, розгалужується, втрачаючи свою живу тканину» (Ковалевська, 2008: 12). Ф.І. Шарков наголошує, що поняття «комунікація» має три основні інтерпретації: 1) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу, тобто це певна структура; 2) спілкування, у процесі якого люди обмінюються інформацією; 3) масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство (Шарков, 2002: 178). Отже, наявність обов'язкового впливового компонента фіксуємо в багатьох визначеннях комунікації.

Так, починаючи ще з античних часів, Аристотель у теорії про ораторське мистецтво наголошував на застосуванні тих засобів (установлення довіри, наведення яскравих прикладів, збудження певних емоцій для певної потрібної реакції) (Аристотель, 1978), що дають змогу впливати на аудиторію, переконуючи її, досягаючи потрібної адресанту мети. На початку ХХ ст. Ж. Вандрієс теж зазначав, що «людина говорить не лише для того, щоб висловити думку. Людина говорить також, щоб подіяти на інших і виразити свої власні відчуття, таким чином, ... треба розрізняти одну від іншої мову логічну, вольову й афективну» (Вандрієс, 1937: 134). Це підтримують і сучасні дослідники, наприклад, В.В. Різун, Н.Ф. Непийвода та В.М. Корнеєв: «Ідею впливу закладено в самій природі спілкування» (Різун, Непийвода, Корнеєв, 2005: 7), що і засвідчує наявність впливового компонента у комунікації.

Загалом комунікацію розглядають у низці мовознавчих наук: психолінгвістиці, комунікативній лінгвістиці, прагмалінгвістиці, теорії мовної комунікації, нейролінгвістичному програмуванні, сугестивній лінгвістиці тощо.

У межах психолінгвістики чітко визначають впливову природу комунікації В.П. Белянін, Т.М. Дрідзе, О.О. Леонт'єв, К.Ф. Сєдов, Є.Ф. Тарасов та ін. Так, О.О. Леонт'єв наголошував на корегуванні у процесі комунікації певних поглядів, уподобань адресата, що, по суті, і є наслідком впливу: «Спілкування, комунікація – це, в першу чергу, спосіб здійснення тієї чи іншої корекції образу світу співрозмовника (ситуативного, фрагментарного і в той же час безпосереднього, тобто образу «великого» світу, або глобального, але виключеного

з реальної дійсності та реального переживання цього світу, тобто образу «малого світу», світу абстракцій» (Леонтьєв, 2003: 272). В.П. Белянін підтримує цю ж позицію: «Комунікація – це не просто передавання інформації, а насамперед намагання переконати співрозмовника. Відповідно, слова вживаються для впливу на інших людей» (Белянін, 2003: 209), проте відзначимо, що власне вплив може бути різного виду (переконання, сугестія тощо), що, у свою чергу, залежить від комунікативного наміру адресанта.

Ф.С. Бацевич значно розширює поняття комунікації, розглядаючи її з позицій комунікативної та прагмалінгвістики: «Комунікація – особливий модус і одночасно найвища форма існування мови, її сутнісний вияв. У комунікації виявляються всі можливі впливи на засоби мовного коду наявних складових частин спілкування. Серед останніх потрібно виокремити учасників (адресанта, адресата, а у випадку полілогу – інших учасників) – носіїв соціальних і комунікативних ролей та его-станів (за Е. Берном), поточних станів свідомості, когнітивних, духовних, психологічних та інших чинників, – різноманітні нелінгвальні й паралінгвальні засоби, які супроводжують спілкування й активно впливають на нього (кінетика, проксемика, тагмемика, ольфакторика тощо), канали комунікації, зворотній зв'язок і його якість та інші складові» (Бацевич, 2004: 347–348). У такому разі можна стверджувати, що комунікація охоплює й різновиди впливу, й фактори актуалізації цих впливів.

На обов'язковому врахуванні багатьох чинників у дослідженні феномену комунікації наголошує і проф. Т.Ю. Ковалевська, розглядаючи її із позицій нейролінгвістичного програмування та сугестивної лінгвістики: «Для усвідомлення феномену комунікації необхідно враховувати комплекс її складників, до яких уналежнено фактори формальної екстерналіки (поверхневі формотворчі елементи дискурсу – учасники, актуальний контекст тощо) та інтернальні домінанти, які становлять глибинне підґрунтя комунікативної взаємодії, корелюючи з площинами культуральних та психологічних когніцій індивіда, орієнтованих на підсвідоме тяжіння до гармонійності буття» (Ковалевська, 2008: 12–13), що дає змогу з'ясувати всі особливості та специфіку цього феномену з його впливовою домінантою.

В аспекті теорії мовної комунікації О.А. Семенюк і В.Ю. Паращук наголошують, що в процесі спілкування «обмін інформацією між індивідами (від джерела (адресанта)

до одержувача (адресата)) має передаватися засобами спільної системи символів або коду» (Семенюк, Паращук, 2010: 12), що, у свою чергу, «передбачає передачу різних змістів повідомлення: поняттєво-логічного, оцінного, емотивного, експресивного, стилістичного, прагматичного та ін. – і спонукає до певної дії у відповідь. Ця дія може бути мовленнєвою чи когнітивною, емоційною чи поведінковою залежно від способу передачі інформації, намірів адресата та адресанта» (Селіванова, 2011: 28). У. Еко, пояснюючи процес комунікації, наголошує на такій його основній ознаці, як контекст, комунікативна ситуація, кодова варіативність: «Насправді у процесі комунікації можуть одночасно брати участь різні коди та субкоди, повідомлення може породжуватися та сприйматися в різноманітних соціокультурних обставинах (коди адресата можуть відрізнятися від кодів відправника), адресат може виявляти різного роду «зустрічні ініціативи», мати власні вихідні припущення (пресупозиції), будувати власні пояснювальні гіпотези (абдукції) – і через це повідомлення (тією мірою, в якій воно сприймається адресатом і перетворюється на зміст певного висловлення) стає не більше ніж порожньою формою, в яку можуть бути вкладені різні смисли» (Еко, 2005: 14–15), і саме тому кодувально-декодувальні процеси можуть не збігатися.

Отже, для всебічного вивчення комунікації, її впливових ефектів обов'язково мають бути залучені всі складники, компоненти, засоби, які впливають на результат спілкування, оскільки в цьому процесі відбувається не лише власне передавання інформації, а й корегуються певні погляди, вподобання адресата, що загалом характеризує впливову природу комунікації.

### 3. Розділ 2

Комунікацію описують і в аспекті її структури, виокремлюючи певні фази та моделі. Наприклад, І.М. Дзялошинський та В.В. Москаленко наголошують, що «будь-яка комунікація містить три фази: докомунікативну, в якій відбувається формування цілей і потреб в обміні інформацією і намічаються способи їх реалізації; власне комунікативну, що містить безпосередньо процес взаємодії, й післякомунікативну фазу, де виявляються наслідки (ефекти) комунікації і утворюється зворотний зв'язок» (Москаленко, 2007: 39). На думку І.М. Дзялошинського, головною є докомунікативна фаза, яка пов'язана з визначенням мети сприйняття та формуванням домінувальної мотивації: «Докомунікативна фаза в багатьох випадках стає



вирішальною: встановивши, з яких причин повідомлення не становить для нього інтересу (виходячи з освітнього рівня, запитів, мети діяльності), адресат відмовляється від комунікації або ж, навпаки, приступає до вибудовування відношень з ініціатором комунікації» (Дзялошинский, 2012: 138). Із цього випливає, що докомунікативна фаза відіграє провідну роль, оскільки закладає основи, формуючи комунікативний намір, впливає на наступні фази, певним чином корегуючи їх.

Також учені виявляють інші різноманітні структурні моделі комунікації та підходи до їхнього виокремлення. Зокрема, на думку В.А. Маслової, в сучасній теорії комунікації наявні два підходи до тлумачення комунікації: механістичний (трансляційний) і діяльнісний (інтеракційний). За механістичного підходу під комунікацією розуміють односкерований процес кодування та передавання інформації від джерела й отримання інформації адресатом повідомлення, тобто людину розглядають як механізм, дії якого можуть бути описані певними кінцевими правилами, контекст зовнішнього середовища комунікації тут сприймається як шум, перешкода. Головна функція мови при цьому – інструментальна: мова розуміється як інструмент мовленнєвої взаємодії людей (Маслова, 2008: 61). Із позицій діяльнісного підходу комунікація кваліфікується як спільна діяльність учасників комунікації (комунікантів), у процесі якої виробляється загальний (до певної межі) погляд на речі та дії з ними з характерною процесуальністю, континуальністю, контекстуальністю (там само): спілкування є не абстрактною схемою передачі – прийому, а безперервним процесом, що здійснюється в певному місці, в певний час і з конкретними учасниками (Кашкин, 2007: 8) та вважається одним із виявів антропоцентризму (Маслова, 2008: 61).

Головні відмінності між трансляційним та інтеракційним підходами Б.В. Кашкін визначає так: 1) трансляційний є односкерованим процесом, інтеракційний – спільною діяльністю комунікантів; 2) у трансляційному інформація передається від адресанта до адресата, в інтеракційному інформація відтворюється самим адресатом (під впливом адресанта); 3) у трансляційному зовнішнє середовище створює шум, є перешкодою, в інтеракційному – зовнішнє середовище є контекстом комунікації (Кашкин, 2007: 84). Наведені вище підходи відбиваються в певних моделях комунікації, які Ф.С. Бацевич називає «моделями комунікативного акту... Ці моделі з урахуванням різних складників комунікативного акту, типів зв'язків між учасниками і плин

спілкування класифікують на три групи: лінійні, інтерактивні, трансакційні» (Бацевич, 2004: 47), які ми більш детально розглянемо нижче.

У лінійних моделях, варіанти яких були запропоновані Г. Лассвеллом, К.-Е. Шенноном, Р. Якобсоном та Ю. Лотманом, комунікацію розглядають як лінійний, односкерований процес – від відправника (адресата) до отримувача (адресата), де лише частково охоплено особливості процесу міжособистісного спілкування, оскільки представлені не всі важливі для реальної комунікації чинники (див. Бацевич, 2004: 47–49). Однак неврахування, наприклад, специфіки міжособистісного спілкування, може звести нанівець увесь процес комунікації.

Інтерактивні моделі, представлені М. Бахтіним, Р. Бартом і Г. Шпетом, передбачають активність усіх учасників спілкування, тому обов'язковим елементом комунікації є зворотний зв'язок. Ці моделі зображають комунікацію як низку дискретних (переривчастих) актів, що мають початок і в яких відправник значною мірою детермінує дії адресата. Проте в цих моделях недостатньо диференційовано канали комунікації, не враховано психологічні, соціальні та інші чинники, які впливають на перебіг міжособистісного спілкування (Бацевич, 2004: 50). Але такий елемент, як зворотний зв'язок, дає змогу оцінити власне результат комунікації, досягнення / не досягнення мети комунікатора.

Трансакційні моделі комунікації відзначаються одночасним відправленням і отриманням повідомлень комунікаторами, що залежать один від одного як творці комунікативного акту, тобто комунікація постає у вигляді процесу, де люди формують стосунки, взаємодіють один з одним. Серед трансакційних моделей комунікації найбільшої популярності набула модель В. Шрамма, який тлумачить комунікацію як постійну інформаційну, психологічну, емоційну налаштованість комунікантів один на одного, коли і адресант, і адресат не міняються місцями, а виконують свої функції одночасно (Бацевич, 2004: 50), що певним чином може відповідати рапорту як першого етапу сугестії (див. праці М. Еріксона).

Усі моделі використовують їх залежно від окреслених завдань, незважаючи на те, що кожна з них має не лише переваги, а й недоліки.

Окрім наведених моделей, комунікацію кваліфікують і за різними типами, зокрема 1) за знаковою системою; 2) за способом адресованості.

1. Залежно від використовуваних знакових систем (семіотичних) комунікація розподіля-

ється на вербальну та невербальну (Шарков, 2002: 42). Вербальна комунікація є цілеспрямованою лінгвопсихоментальною діяльністю адресанта й адресата в процесі інформаційної передачі, обміну інформацією та впливу на співрозмовника (адресата) за допомогою коду природної мови (Селіванова, 2011: 30) і «позамовних кодів із метою досягнення змін у поведінці чи свідомості адресата, необхідних для спільної діяльності» (Семенюк, Паращук, 2010: 13). До вербальних засобів належить усний і письмовий різновид мови (Кашкин, 2007: 40), але вербальна комунікація «не існує в чистому вигляді, адже інтерпретаційними ключами для людини є пізнавальні функції свідомості, зокрема, мислення як скарбниця знань, відчуття, почуття й інтуїція, а також паравербальні засоби спілкування» (Селіванова, 2011: 30).

Невербальна комунікація – це «застосування немовних засобів для створення та передавання повідомлення» (Семенюк, Паращук, 2010: 13), де велике значення надається жестам, позі, міміці, погляду тощо, які активізують різні рецептори при їх сприйманні (Мацько, Калита, Поворознюк, 2015: 104). На відміну від слова (речення), невербальні засоби сприймаються людиною безпосередньо та діють досить сильно, передаючи нюанси ставлення (Шарков, 2002: 43), а «іноді створюють підтекст, відмінний від словесно вираженої інформації» (Мацько, Калита, Поворознюк, 2015: 104). Невербальна комунікація є «цілеспрямованим процесом передачі інформації, обміну нею та впливу, опосередкованим різноманітними знаковими системами, крім природної мови. Кодами цього типу комунікації можуть бути біологічно доцільні поведінкові сигнали тварин, спрямовані на сумісну адаптацію до навколишнього середовища, парамови жестів і міміки, математична та комп'ютерна символіка, мистецтва, гра, телепатичний зв'язок та ін. Урешті-решт, взаємодію людини з довкіллям за допомогою органів чуття без участі мови, що зумовлює отримання інформації, можна також кваліфікувати як невербальну комунікацію» (Селіванова, 2011: 30). Невербальні засоби разом із вербальними виконують базові функції комунікації (інформаційну, прагматичну й експресивну) (Шарков, 2002: 43–44), які доповнюють і посилюють, а іноді й замінюють засоби вербальної комунікації (Мацько, Калита, Поворознюк, 2015: 104). У такий спосіб максималізований комунікативний ефект створює кореляція вербальної і невербальної комунікації.

2. За способом (типом) адресованості інформації виокремлюють персональну і надперсональну, міжіндивідуальну (конкретно-адресовану, аксіальну) й опосередковану (масову, ретіальну) комунікацію (див. Брудный, 1989: 6; Ковалевська, 2008: 14; Селіванова, 2011: 29). В аксіальній комунікації (з лат. «axis» – вісь) інформація безпосередньо скерована до реципієнта (Харитонов, 2008: 34). Ретіальна комунікація (з лат. слова «rete» – сітка, мережа) передбачає передавання інформації великій кількості реципієнтів (Харитонов, 2008: 34), у тому числі й опосередковано через ЗМІ (див. Брудный, 1989: 6); це комунікативний процес без чіткої адресатної орієнтації (Мацько, Калита, Поворознюк, 2015: 139), що вимагає більш ретельного відбору впливових компонентів для досягнення потрібного ефекту.

#### 4. Висновки

Отже, комунікація витлумачується в багатьох науках, проте усталеної дефініції, яка б інтегрувала найважливіші аспекти та складники комунікації, і досі не існує. Досліджуючи цей феномен, украй необхідно враховувати весь спектр компонентів і ознак комунікації, які визначають її структуру й результат, та виокремлювати її ядрові та периферійні функції. Провідною функцією комунікації визнано впливову як її субстратну основу, структура ж комунікації визначається трьома фазами (докомунікативна, комунікативна, післякомунікативна) та виявляється у трьох основних моделях (лінійна, інтерактивна й трансакційна), де основну увагу зосереджуємо на інтерактивній моделі, оскільки адресант певним чином детермінує дії адресата. Вербальна комунікація корелює з невербальною і може синтезувати коди різноманітних знакових систем, що максимально употужнює її впливовий потенціал. Загалом комунікація не лише передбачає обмін інформацією, вона є впливовим феноменом, у межах якого відбувається корекція поведінки, настанов, уподобань особистості / особистостей тощо.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Аристотель. Риторика. Античные риторики / под ред. А.А. Тахо-Годи. Москва : Изд-во Московского университета, 1978. С. 15–166.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
3. Бацевич Ф. Смысл: суть і сфери вияву в мові. *Вісник Львівського університету: Серія філологічна* : зб. наук. праць / відп. ред. Т.Ю. Салига. (2004). Вип. 34. Ч. I. С. 346–353.
4. Белянин В.П. Психолінгвістика. Москва : Флинта, 2003. 232 с.



5. Брудный А.А. Понимание и общение. Москва : Знание, 1989. 42 с.
6. Вандриес Ж. Язык. Лингвистическое введение в историю / пер. с фр., примеч. П.С. Кузнецова / под ред. и с предисл. Р.О. Шор. Москва : Госуд. соц.-экономич. изд-во, 1937. 412 с.
7. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии: монография. Москва : НИУ ВШЭ, 2012. 572 с.
8. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного. Санкт-Петербург : Симпозиум, (2005). 502 с.
9. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс. Изд. 3-е, перераб. и доп. Москва : АСТ; Восток – Запад, 2007. 256 с.
10. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія. Вид. 2-ге, випр. і доп. Одеса : Астропринт, 2008. 344 с.
11. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. 3-е изд. Москва : Смысл ; Санкт-Петербург : Лань, 2003. 287 с.
12. Маслова В.А. Современные направления в лингвистике : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений. Москва : Издательский центр «Академия», 2008. 272 с.
13. Мацько Л.І., Калита О.М., Поворознюк С.І. Комунікативна лінгвістика : навч.-метод. посібник. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. 256 с.
14. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
15. Різун В.В. Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу: монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.
16. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
17. Семенюк О.А. Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
18. Харитонов М. В. Реклама и PR в массовых коммуникациях. Санкт-Петербург : Речь, 2008. 98 с.
19. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: учебник. Москва : Социальные отношения; Перспектива, 2002. 246 с.
5. Brudnyy A.A. (1989). Ponimaniye i obshcheniye [Understanding and communication]. Moskva: Znaniye, 42 p. [in Russian]
6. Vandriyes Zh. (1937). Yazyk. Lingvisticheskoye vvedeniye v istoriyu [Language. Linguistic introduction to history] / per. s fr., primech. P.S. Kuznetsova / pod red. i s predisl. R.O. Shor. Moskva: Gosud. sots.-ekonomich. izd-vo, 412 p. [in Russian]
7. Dzyaloshinskiy I.M. (2012). Kommunikativnoye vozdeystviye: misheni, strategii, tekhnologii [Communicative impact: targets, strategies, technologies]. Moskva: NIU VSHE, 572 p. [in Russian]
8. Eko U. (2005). Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta [The Role of the Reader. Studies on the semiotics of the text] / per. s angl. i ital. S.D. Serebryanogo. Sankt-Peterburg: Simpozium, 502 p. [in Russian]
9. Kashkin V. B. (2007). Osnovy teorii kommunikatsii [Fundamentals of the theory of communication]. – Izd. 3-ye, pererab. i dop. Moskva: AST; Vostok – Zapad, 256 p. [in Russian]
10. Kovalevs'ka T.Yu. (2008). Komunikatyvni aspekty neyrolinhvistichnoho prohramuvannya [Communicative Aspects of Neurolinguistic Programming]. – Vyd. 2-he, vypr. i dop. Odesa: Astroprynt, 344 p. [in Ukrainian]
11. Leont'yev A.A. (2003). Osnovy psikholingvistiki [Fundamentals of Psycholinguistics]. – 3-ye izd. Moskva: Smysl; Sankt-Peterburg: Lan', 287 p. [in Russian]
12. Maslova V.A. (2008). Sovremennyye napravleniya v lingvistike [Modern trends in linguistics]. – Moskva: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 272 p. [in Russian]
13. Mats'ko L.I., Kalyta O.M., Povoroznyuk S.I. (2015). Komunikatyvna linhvistyka [Communicative linguistics]. Kyiv: Vyd-vo NPU imeni M.P. Drahomanova, 256 p. [in Ukrainian]
14. Moskalenko V.V. (2007). Psykholohiya sotsial'noho vplyvu [Psychology of social influence]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury, 448 p. [in Ukrainian]
15. Rizun V.V. Nepyvoda N.F., Kornyyev V.M. (2005). Linhvistyka vplyvu [Linguistics of influence]. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Kyivskyy universytet», 148 p. [in Ukrainian]
16. Selivanova O.O. (2011). Osnovy teoriiy movnoyi komunikatsiyi [Fundamentals of the theory of language communication]. Cherkasy: Vydavnytstvo Chabanenko Yu.A., 350 p. [in Ukrainian]
17. Semenyuk O.A. Parashchuk V. Yu. (2010). Osnovy teoriiy movnoyi komunikatsiyi [Fundamentals of the theory of language communication]. Kyiv: VTS «Akademiya», 240 p. [in Russian]
18. Kharitonov M.V. (2008). Reklama i PR v massovykh komunikatsiyakh [Advertising and PR in mass communications]. Sankt-Peterburg: Rech', 98 p. [in Russian]
19. Sharkov F.I. (2002). Osnovy teorii kommunikatsii [Fundamentals of communication theory]. Moskva: Sotsial'nyye otnosheniya; Perspektiva, 246 p. [in Russian]

#### REFERENCES:

1. Aristotel'. (1978). Ritorika [Rhetoric] // Antichnyye ritoriki / pod red. A.A. Takho-Godi. Moskva: Izd-vo Moskovskogo universiteta, P. 15–166. [in Russian]
2. Batsevych F. S. (2004). Osnovy komunikativnoyi linhvistyky [Basics of communicative linguistics]. Kyiv: Akademiya, 344 p. [in Ukrainian]
3. Batsevych F. (2004). Smysl: sutnist' i sfery vyjavu v movi [Meaning: essence and spheres of expression in language] // Visnyk L'vivs'koho universytetu: Seriya filolohichna: zb. nauk. prats' / vidp. red. T.Yu. Salyha. Vyp. 34. Ch. I. Pp. 346–353. [in Ukrainian]
4. Belyanyn V.P. (2003). Psykholinhvistyka [Psycholinguistics]. Moskva: Flynta, 232 p. [in Russian]

*Стаття надійшла до редакції 04.03.2020.  
The article was received March 4, 2020.*