

Наталія КИСЕЛЮК,

orcid.org/0000-0002-8401-8579

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземної та української філології

Луцького національного технічного університету

(Луцьк, Україна) *kyselyuk@ukr.net*

ПРАГМАТИКА ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ І НЕВЕРБАЛЬНИХ ЕМОТИВНИХ ЗАСОБІВ У ФОРМУВАННІ ЕКОЛОГІЧНОСТІ ПОВІДОМЛЕННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена проблемам аналізу взаємодії вербальних і невербальних засобів комунікації. Розглянуто їхній вплив на створення екологічного повідомлення. Стверджується, що емоційна складова частини присутня в будь-якому типі повідомлення і відіграє значну роль у спілкуванні. Розгляд емоційності як важливого регулятора прагматики висловлення визначає місце лінгвістики емоцій у прагма- та комунікативній лінгвістиці. Доведено, що комунікативно-прагматичні й етичні аспекти спілкування безпосередньо впливають на емоційність мовлення та зумовлюють вибір вербальних і невербальних засобів комунікації.

Емоції в мовленні набувають великого значення, оскільки семантика та прагматика засобів мовлення впливають на психоемоційний стан мовця, сприяючи або ж заважаючи досягненню комунікативних цілей. Емотивна компетенція є складовою частиною комунікативної, саме тому правильне використання емотивних невербальних компонентів комунікації значно підвищує комунікативну компетенцію мовленнєвих партнерів у плані прагматики спілкування. Емотивна функція невербальних засобів спілкування розкривається у їхньому потенціалі виражати різні емоції, переживання та почуття комунікантів. Актуальність вивчення взаємозв'язку та закономірностей взаємодії емоцій і невербальної поведінки людини підтверджує той факт, що до 93% емоційно-оцінної інформації передається за допомогою невербальних компонентів спілкування. Включення різних невербальних компонентів до процесу комунікативної взаємодії розглядається як бажання встановлення емоційного контакту, надання позитивної чи негативної оцінки тому, що відбувається.

Дотримання правил невербальної комунікації за умов соціальної інтеракції є вкрай важливим, оскільки знижує імовірність виникнення перешкод на шляху отримання інформації через невербальний канал, а також забезпечує більш чітку та правильну її інтерпретацію. Позитивна ввічливість застосовується з метою демонстрації турботи, співчуття або захоплення; приділення уваги потребам, бажанням та інтересам слухача; встановлення і підтримання контакту та сприяє екологічній комунікації.

Екологічне мовлення персонажів англomовного художнього дискурсу марковано такими прагматичними феноменами: стратегією позитивної ввічливості, актами, загрозливими для обличчя співрозмовників; максимами ввічливості; непреференційними або преференційними мовленнєвими ходами; актомовленнєвою специфікою.

Акти, загрозливі для обличчя співрозмовника, застосовуються як негативна оцінка поведінки співрозмовника, що не відповідає соціальним стереотипам. Такі акти демонструють дотримання кооперативних максимумів і можуть посилюватися невербальними компонентами комунікації.

Стратегію позитивної ввічливості можна розглядати як екологічний регулятор мовленнєвої поведінки, спрямований на підвищення ефективності комунікації та орієнтований на емоційно позитивне спілкування. Невербальні засоби впливу, що використовуються комунікантами в ході конфлікту, мають різкий характер, виражають неприязнь і ворожість, частково або повністю ігнорують принцип ввічливості, тому не відповідають критеріям екологічності. Причиною породження неекологічних емоційних дій є небажання адресанта зберегти позитивне обличчя адресата.

Ключові слова: вербальні та невербальні компоненти комунікації, екологічне / неекологічне мовлення, комунікативні цілі, стратегія позитивної ввічливості, акт, загрозливий для обличчя співрозмовника.

Natalia KYSELIUK,

orcid.org/0000-0002-8401-8579

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Foreign and Ukrainian Philology

Lutsk National Technical University

(Lutsk, Ukraine) *kyselyuk@ukr.net*

PRAGMATICS OF INTERACTION OF VERBAL AND NON-VERBAL EMOTIVE MEANS OF COMMUNICATION IN FORMATION OF ECOLOGICAL MESSAGE IN ENGLISH LITERARY DISCOURSE

The article deals with analyzing interaction of verbal and nonverbal means of communication and their impact on an ecological message. The emotional component is stated to be present in any type of a message and to play a significant role in communication. Emotivity, as an important regulator of pragmatics of the utterance, determines the place of emotive linguistics in pragmatology and communicative linguistics. It is proved that the communicative-pragmatic and ethical aspects of communication affect directly emotional capability of speech and determine the choice of verbal and nonverbal means of communication.

Emotions in speech play a very important role, since the semantics and pragmatics of the communicative means affect the psychoemotional state of the speaker, contributing or hindering the achievement of communicative goals. Emotive competence is a component of communicative competence. Consequently, the correct use of emotive non-verbal components of communication improves greatly the linguistic performance of speech partners in terms of pragmatics. The emotional function of non-verbal means of communication is revealed in their ability to express various emotions and feelings of communicants. The relevance of studying the relationship between a person's emotions and non-verbal behavior proves the fact that up to 93% of emotional-evaluative information is transmitted by means of non-verbal components of communication. The involvement of various non-verbal components in the process of communicative interaction is considered as an intention to establish emotional contact, provide a positive or negative assessment of circumstances.

Implementation of regulations in non-verbal communication during social interaction is extremely important, as it reduces the risk of obstacles while obtaining information through a non-verbal channel. Besides, it provides clearer and more correct interpretation of the information. Positive politeness is used to show concern, empathy, or admiration; to pay attention to the needs, desires, and interests of the listener; to establish and maintain contact. So, it contributes to ecological communication.

Ecological speech of characters in English literary discourse is marked by the following pragmatic phenomena: the strategy of positive politeness, acts that threaten an addressee's positive face; maxims of politeness; non-referential or preferential speech moves; speech act peculiarities.

Face-threatening acts are used as a negative assessment of the other person's behavior that does not correspond to social stereotypes. Such acts demonstrate compliance with cooperative maxims and can be enhanced by non-verbal components of communication.

Positive politeness strategy can be considered as an ecological regulator of speech behavior, aimed at improving the effectiveness of communication and focused on emotionally positive communication. Non-verbal means of influence used by communicants during a conflict are harsh, they express hostility and partially or completely ignore the principle of politeness. Therefore, they do not correspond to the criteria of ecological communication. Non-ecological emotional actions are generated by unwillingness of the addresser to maintain a positive face of the addressee.

Key words: *verbal and non-verbal components of communication, ecological / non-ecological speech, communicative goals, positive politeness strategy, face-threatening act.*

Свідомість і комунікативна поведінка людини в дискурсивних практиках неодноразово ставали об'єктом вивчення різних лінгвістичних студій. З огляду на загальну тенденцію сучасної науки до антропоцентризму виправданим є незмінний інтерес до осмислення прагматики вербальних і невербальних емотивних засобів у мовленні. За останні роки спостерігається підвищений інтерес науковців до нового напрямку лінгвістичних досліджень – емотивної еколінгвістики, яка набула наукової значущості та практичної цінності у багатьох царинах діяльності людини, а особливо у комунікації (Шаховский, 2013).

Постановка проблеми. Однак поза межами наукових пошуків залишається низка проблем, пов'язаних із прагматичною зарядженістю різнорівневих одиниць, що використовуються для створення екологічного повідомлення. Крім того, питання про роль емоційної складової частини та її вплив на екологічну / неекологічну комунікацію, на наш погляд, залишається відкритим.

Аналіз досліджень. Проблема оптимізації спільної діяльності за допомогою ефективної комунікації пояснює той факт, що в останні роки стали особливо інтенсивно розроблятися теоретичні проблеми, пов'язані із задоволенням інтересів комуніканта. Із цього погляду особливий інтерес становлять теоретичні аспекти мовного впливу адресанта на адресата, можливість програмування реакції одержувача повідомлення за допомогою вербальних та невербальних засобів (Пирогова, 2001; Иссерс, 2008; Серякова, 2012). Це пов'язано з тим, що семантика слова і його прагматика через енергетичну потужність емоцій впливає на емоційну свідомість і волю людини, що відбивається на її поведінці. Актуальність вивчення взаємозв'язку та закономірностей взаємодії емоцій і невербальної поведінки людини підтверджує той факт, що до 93% емоційно-оцінної інформації передається за допомогою невербальних компонентів спілкування (Mehrabian, 2009: 182).

Мета цієї роботи – з'ясувати, як вербальні та невербальні компоненти, взаємодіючи між собою, формують екологічні / неекологічні повідомлення та впливають на адресата, а також проаналізувати виявлені прагматичні особливості вербальних і невербальних засобів при формуванні екологічного повідомлення.

Виклад основного матеріалу. Нині у лінгвістиці немає чіткого визначення термінів «екологічна / неекологічна комунікація». У цьому дослідженні ми пропонуємо відносити до неекологічної комунікації будь-які вербальні / невербальні засоби, стратегії та тактики комунікативної поведінки, які суперечать комунікативно-прагматичним та етичним нормам і, таким чином, знижують ефективність мовленнєвого спілкування та досягнення комунікативних цілей.

З огляду на це особливо актуальним стає розгляд теоретичних аспектів функціонування у мовленні стратегічних засобів впливу і побудови структури мовленнєвих актів, способів і особливостей нарощування ілюктивних сил. З іншого боку, функціонально-прагматичний аналіз дозволяє дослідити прикладний аспект проблеми мовного впливу на адресата.

Як відомо, основною одиницею стратегії вважається тактика – сукупність прийомів і форм діяльності, спрямованих на реалізацію тієї чи іншої стратегії. В основі комунікативної тактики лежить невизначена кількість мовленнєвих дій, які безпосередньо сприяють здійсненню конкретної комунікативної стратегії (Иссерс, 2008).

Варто зазначити, що інформація, яка передається невербальними засобами, також відіграє важливу роль у процесі спілкування. На користь цього твердження висувуються різні аргументи: 1) у комунікації невербальна інформація володіє високим ступенем довіри; 2) невербальні компоненти сприймаються на підсвідомому рівні, отже, їх складніше виділити в мові; 3) за неузгодженості вербальних і невербальних складників повідомлення може виникнути недовіра до поданої інформації. (Пирогова, 2001: 546). Крім того, аналіз функціонального потенціалу невербальних знаків у номінативному просторі є невід'ємною частиною наукових досліджень у галузі невербалістики. У низці наукових праць, виконаних на матеріалі англійського художнього дискурсу (Крейдлин, 2002; Серякова, 2012; Calero, 2005), простежується тенденція розгляду невербальних компонентів комунікації (голосу, усмішки, виразу обличчя, проксемічних дій, зорової поведінки) як функціонально необхідних і значущих.

Комунікативна поведінка, як вербальна, так і невербальна, має свої особливості через відмінності вибору тих чи інших засобів комунікації, їх вживання в різноманітних ситуаціях спілкування. Функціональний потенціал невербального каналу комунікації далі розкривається в його здатності передавати інформацію про роль, соціальний статус, домінуючу позицію учасників комунікативного акту, їхню професійну належність (Calero, 2005: 17). Ідеться про так звану дейктичну функцію, завдання якої – вказувати на референта та його характеристики (Серякова, 2012: 123).

Вибір засобів комунікації у процесі спілкування не є вільним. Цей вибір має соціокультурну природу і зумовлюється особливостями соціальних відносин, якими керується людина у повсякденній діяльності, включаючи комунікативну. Принцип відбору мовних засобів залежить від організації суспільства, зокрема від того, які ситуації суспільство вважає типовими та якої поведінки воно вимагає від людини в цих типових ситуаціях. Наприклад:

ALBUS: So how do we decide – which compartment to go in ...

ROSE: We rate them all and then we make a decision.

ALBUS opens a door – to look in on a lonely blond kid – SCORPIUS – in an otherwise empty compartment. ALBUS smiles. SCORPIUS smiles back.

ALBUS: Hi. Is this compartment ...

SCORPIUS: It's free. It's just me.

ALBUS: Great. So we might just – come in – for a bit – if that's okay?

SCORPIUS: That's okay. Hi. (Thorne, Tiffany, Rowling, 2016: 6).

Як свідчить вищенаведений приклад, невербальний компонент комунікації «посмішка», яким обмінялися комуніканти, разом із вербальними засобом на позначення оцінки ситуації (*great*), а також ввічливим припущенням (*we might just, if that's okay*) є соціально зумовленим ситуацією першого знайомства і прагненням комунікантів справити один на одного гарне враження. Така взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації повністю відповідає комунікативно-прагматичним та етичним нормам спілкування, а отже, є екологічною. З огляду на вищезгадані компоненти комунікації можемо говорити про застосування мовцями стратегії позитивної ввічливості, основна мета якої – зберегти позитивне обличчя мовця. Під позитивним обличчям мовця ми маємо на увазі особу, сповнену позитивного змісту, яка бажає бути позитивно сприйнятою партнером по комунікації.

Стиль комунікації безпосередньо пов'язаний зі стратегією ввічливості, яка передбачає комплекс певних мовленнєвих дій, направлених на досягнення комунікативної цілі – продемонструвати солідарність, задоволення, бути помічним, зрозумілим тощо. Лінгвістична реалізація позитивної ввічливості у багатьох відношеннях є вербальною поведінкою близьких людей, котрі у повсякденному спілкуванні виявляють інтерес один до одного. Аналізуючи стратегії позитивної ввічливості або солідаризації зі співрозмовником, не можна оминати питання максимум ввічливості, насамперед максимум великодушності, симпатії, згоди та скромності. Наприклад:

And suddenly we're in the Great Hall and PROFESSOR McGONAGALL is standing at the front with a big smile on her face.

PROFESSOR McGONAGALL: And I'm pleased to announce Gryffindor's newest member of the Quidditch team – our – (she realizes she can't be partial) your superb new Chaser – Rose GrangerWeasley.

The hall erupts into cheers. SCORPIUS claps alongside them all.

ALBUS: Are you clapping her too? We hate Quidditch and she's playing for another House.

SCORPIUS: She's your cousin, Albus.

ALBUS: Do you think she'd clap for me?

SCORPIUS: I think she's brilliant. (Thorne, Tiffany, Rowling, 2016: 15).

Втілена у прикладі максима великодушності передбачає обмеження або навіть відмову мовця від власних інтересів на користь інтересів іншого. Дотримуючись такої максими, співрозмовники підтверджують важливість для них іншої людини, її здібностей, побажань тощо. У наведеному прикладі максими симпатії та великодушності репрезентовані невербальними кінесичними засобами посмішки (*a big smile on her face*) та фонаціями (*The hall erupts into cheers*). Даючи позитивну оцінку призначення Роуз ловцем (*SCORPIUS claps, she's brilliant*), адресат (Скорпіус) задля збереження свого позитивного обличчя готовий відмовитися від конкуренції та традиційних поглядів на гру, які склалися на факультеті (*We hate Quidditch and she's playing for another House*). Таким чином, взаємодія вербальних і невербальних засобів у вищеописаній ситуації свідчить не лише про екологічність обраної стратегії, а й про екологічність супутніх їй максимумів.

Звернення до категорії ввічливості має надзвичайно важливе значення, оскільки комунікація – це не лише обмін інформацією, але також і засіб демонстрації відносин. Саме невміння або неба-

жання співрозмовників продемонструвати своє ставлення один до одного відповідно до норм суспільства і до конкретних очікувань партнера призводить до комунікативних невдач. Наприклад:

ALBUS: – (ROSE hits him again.) Rose, will you please stop hitting me?

ROSE: I'm not hitting you.

ALBUS: You are hitting me, and it hurts.

SCORPIUS's face falls.

SCORPIUS: She's hitting you because of me.

ALBUS: What?

SCORPIUS: Listen, I know who you are, so it's probably only fair you know who I am.

ALBUS: What do you mean you know who I am?

SCORPIUS: You're Albus Potter. She's Rose Granger-Weasley. And I am Scorpius Malfoy. My parents are Astoria and Draco Malfoy. Our parents – they didn't get on.

ROSE: That's putting it mildly. Your mum and dad are Death Eaters!

SCORPIUS (affronted): Dad was – but Mum wasn't.

ROSE looks away, and SCORPIUS knows why she does.

ALBUS looks from an uncomfortable ROSE to a desperate SCORPIUS (Thorne, Tiffany, Rowling, 2016: 7).

Із прикладу видно, що небажання одного з комунікантів (*ROSE*) спілкуватися з новим знайомим, які проявляються через невербальні знаки (*ROSE hits him, ROSE looks away*), зводить нанівець старання іншого учасника комунікації бути ввічливим (*desperate SCORPIUS, SCORPIUS (affronted), SCORPIUS knows why she does*). Тактильний засіб впливу, що використовуються комунікантом у ході спілкування, має різкий, брутальний і навіть больовий характер (*You are hitting me, and it hurts*) і виражає неприязнь і ворожість, ігнорує принцип ввічливості, тому не відповідає критеріям екологічності. Таким чином спілкування зазнає невдачі, а мета – справити гарне враження під час першого знайомства – не досягнута. Така невербальна поведінка комуніканта є некоректною, оскільки загрожує негативному і позитивному обличчю його співрозмовника, який, по-перше, має виправдовуватися, спростовуючи відкриті звинувачення (*Your mum and dad are Death Eaters!*), що порушує свободу його комунікативних дій (загроза негативному обличчю), і, по-друге, не зважає на почуття адресата (небезпека позитивному обличчю), котрому може бути неприємно розповідати про своїх батьків.

З іншого боку, негативне обличчя адресанта (Роуз) надає їй певну свободу дій, реалізує її право

бути незалежною від етикетних норм. Дівчинка не маскує свої мовленнєві акти під «ввічливі» та не переймається психологічним станом співрозмовника. Обрана нею комунікативна поведінка суперечить етичним нормам спілкування. З погляду коопераційної раціональності та цілеспрямованості спілкування така поведінка порушує максимум релевантності та є неекологічною.

Отже, повернення другого співрозмовника до основного ходу розмови та виправдання за своє походження не змінює ані факту загрози його обличчю, ані комунікативного ускладнення його відповіді бічним мовленнєвим ходом, а також ходом-виправданням. Такі комунікативні дії свідчать про неприференційність не лише мовленнєвого ходу, що містить звинувачення у негідному походженні, але й висловлень, які є відповіддю на таке звинувачення. Таким чином, можемо зробити висновок про те, що максима релевантності / нерелевантності сприяє формуванню екологічності / неекологічності повідомлення, а неприференційні мовленнєві ходи порушують екологічність спілкування.

У реальному спілкуванні обов'язково виникають відхилення від принципу кооперації, оскільки комуніканти не завжди дотримуються максимум кооперації та релевантності та тим самим створюють загрозу для обличчя адресата. Як свідчить опрацьований ілюстративний матеріал, мовленнєвими актами, що несуть найбільшу загрозу позитивному обличчю адресата, є вираження несхвалення, критика, скарга, обговорення табуйованих тем тощо. Загроза позитивному обличчю адресата полягає передусім в індивідуальності адресанта стосовно почуттів і потреб слухача. Наприклад:

HARRY: Al-Albus, I've been exchanging owls with Professor McGonagall – she says you're isolating yourself – you're uncooperative in lessons – you're surly – you're –

ALBUS: So what would you like me to do? Magic myself popular? Conjure myself into a new House? Transfigure myself into a better student? Just cast a spell, Dad, and change me into what you want me to be, okay? It'll work better for both of us. Got to go. Train to catch. Friend to find.

ALBUS runs to SCORPIUS, who is sitting on his case – numb to the world. (Thorne, Tiffany, Rowling, 2016: 25).

У наведеному прикладі адресант (Гарі Поттер) критикує адресанта (Албуса) за його небажання вчитися належним чином у Хогвартсі. Ефект критики посилюється за рахунок полярності думок співрозмовників. В аналізованому фрагменті спостерігаємо використання такої стилістичної фігури, як повтор (*you're isolating yourself – you're uncooperative in lessons – you're surly – you're –*), а також еліптичні конструкції (*Magic myself popular? Conjure myself into a new House? Transfigure myself into a better student?*), які свідчать про надзвичайну емоційну напругу мовців. Несхвалення поведінки Албуса призводить до загрози його позитивному обличчю.

Слід звернути увагу на те, що відповідно до дотримання або порушення максимум кооперації акти, які містять загрозу для обличчя співрозмовника, цілком відповідають принципу кооперації, оскільки вони позбавлені ухильності, засобів непрямого вираження інформації. Такі акти переважно є прозорими й інформативними за своєю іллокуцією, відповідають максимум якості інформації та є безпосередньою реакцією на попередній мовленнєвий хід співрозмовника, демонструючи відповідно дотримання максимум релевантності. Що ж до екологічності, то такі мовленнєві акти негативно впливають на емоційний стан мовця. Крім того, комунікативна ціль впливу на адресата не досягнута. Отже, можемо зробити висновок про те, що мовленнєві акти, які містять загрозу позитивному обличчю адресата, є неекологічними.

Висновки. Аналіз теоретичних джерел та ілюстративного матеріалу допоміг нам дійти висновку, що комунікативно-прагматичні й етичні аспекти спілкування безпосередньо впливають на емоційність мовлення і, таким чином, зумовлюють вибір вербальних і невербальних засобів комунікації. Емоції в мовленні набувають великого значення, оскільки семантика та прагматика засобів мовлення впливають на психоемоційний стан мовця, сприяючи або ж заважаючи досягненню комунікативних цілей. Причиною породження неекологічних емоційних дій є небажання адресанта зберегти позитивне обличчя адресата. Стратегію позитивної ввічливості можна розглядати як регулятор мовленнєвої поведінки, спрямований на підвищення ефективності комунікації та орієнтований на емоційно позитивне спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
2. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. Москва : Новое литературное обозрение, 2002. 592 с.
3. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия и их отражение в рекламном тексте *Текст. Интернет-текст. Культура* : сборник докладов междунар. науч. конф. Москва, 2001. С. 543–553.

4. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках : монография. Киев : Изд. центр КНЛУ, 2012. 280 с.
5. Шаховский В. И. Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: коллективная монография / отв. ред. Н. Н. Панченко, редколл. : Я. А. Волкова, А. А. Штеба, Н. И. Корокина. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. 450 с.
6. Calero H. The Power of Nonverbal Communication. Los Angeles, CA : Silver Lake Publishing, 2005. 308 p.
7. Mehrabian A. Nonverbal Communication. New Brunswick : Aldine Transaction, 2009. 226 p.
8. Thorne J., Tiffany J., Rowling J. K. Harry Potter and the Cursed Child. Parts One and Two. London : Arthur A. Levine Books, 2016. 241 p.

REFERENCES

1. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Moskva : Publishing House LKI, 2008. 288 p. [in Russian].
2. Kreidlin G. E. Neverbalnaia semiotika: jazyk tela i estestvennyi jazyk [Non-verbal semiotics: body language and natural language]. Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie, 2002. 592 p. [in Russian].
3. Pirohova Ju. K. Strategii kommunikativnogo vozdeistviia i ih otrazhenie v reklamnom tekste [Strategies of communicative impact and their representation in the discourse of advertisement] Tekst. Intertekst. Kultura : sb. dokladov mezhdunar. nauch. konf. Moskva. 2001. P. 543–553 [in Russian].
4. Seriakova I. I. Neverbalnyi znak kommunikatsii v anglojazychnyh diskursivnyh praktikah [Non-verbal sign of communication in English discourse practics] : monografia. Kiev : Publishing crnter of KNLU, 2012. 280 p. [in Russian].
5. Shakhovskii V. I. Emotivnaia lingvoekologia v sovremennom kommunikativnom prostranstve [Emotive lingvoecology in modern communicative space] : kollektivnaia monographia / nauchnyi redactor N. N. Panchenko, redkollegia: Ja. A. Volkova, A. A. Shteba, N. I. Korokina. Volhohrad : izd-vo VGSPU “Peremena”, 2013. 450 p. [in Russian].
6. Calero H. The Power of Nonverbal Communication. Los Angeles, CA : Silver Lake Publishing, 2005. 308 p.
7. Mehrabian A. Nonverbal Communication. New Brunswick : Aldine Transaction, 2009. 226 p.
8. Thorne J., Tiffany J., Rowling J. K. Harry Potter and the Cursed Child. Parts One and Two. London : Arthur A. Levine Books, 2016. 241 p.