

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Інститут Філології**  
**Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації**

**ГЕНДЕРНО-МАРКОВАНІ ТАКТИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ**  
**ФЛІРТ**

**Кваліфікаційна робота**  
освітнього ступня «магістр»  
студентки II курсу  
ОНП «Англійська мова та література»  
Галузь знань 03- гуманітарні науки  
Зі спеціальності 035 «Філологія»

**Іванової Алли Вікторівни**

**науковий керівник:**  
**Бєлова А. Д.,**  
д. філол. н., проф

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри англійської філології

та міжкультурної комунікації

Протокол № 5 від 24.11.2020

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ д. філол. н., проф. Бєлова А.Д.

**Київ-2020**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. Визначення поняття гендеру у мовній картині світу .....	7
1.1. Прояв гендерних особливостей у процесі мовної комунікації .....	7
1.2. Роль стереотипізації гендерних особливостей у комунікації флірт .....	13
РОЗДІЛ 2. Комунікативні стратегії і тактики у системі понять когнітивної лінгвістики .....	20
2.1. Теоретичні засади явища комунікації .....	20
2.2. Класифікація комунікативних ситуацій .....	25
2.3. Роль гендерного фактору у комунікативних ситуаціях .....	29
РОЗДІЛ 3. Флірт як комунікативна ситуація .....	35
3.1. Традиція флірту як словесної гендерної гри .....	35
3.2. Класифікація стратегій і тактик комунікативної ситуації флірт .....	40
2.3.1. Стратегії завоювання уваги та самопрезентації .....	43
2.3.2. Стратегії емоційного тьюнінгу та інтимізації .....	48
3.3.3. Стратегії дистанціювання та ухилення .....	49
ВИСНОВКИ .....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	57

## ВСТУП

Сучасна світова лінгвістика націлена на вивчення «людського фактору» в мові, що свідчить про певні методологічні зрушення, які покликані наблизити мову до її безпосереднього носія – людини. Вивчення комунікативної поведінки носія мови дає можливість глибше і повніше розкрити мовленнєві закони, закономірності та принципи. Особливості мовленнєвої поведінки жінок і чоловіків – це тема, яка цікавить не тільки психологів, соціологів, а й мовознавців.

Взаємозв'язок між мовою та статтю давно цікавить соціолінгвістику та суміжні дисципліни. На початку ХХ століття дослідження лінгвістичної антропології вивчали відмінності між мовою жінок та чоловіків у різних мовах, у багатьох випадках виявляли різні жіночі та чоловічі мовні форми, хоча на цей момент мова та стать не існували як окремі області досліджень. Тільки з початком новітніх досліджень, починаючи з 1990-х років, гендер було значною мірою переосмислено. Гендер розглядається як менш фіксоване та унітарне явище, ніж дотепер, при цьому у дослідженнях підкреслюються чи, принаймні, визнаються значні різноманітності серед жінок та чоловіків; змінна залежність між статтю та іншими аспектами ідентичності; і значення контексту у визначенні того, як люди використовують мову. З цієї точки зору, гендер розглядається менше як попередній атрибут, що має певний вплив на використання мови, а більше як досягнення взаємодії – те, що може виконуватися конкретними способами у різних контекстах, що обумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Стать та мова є взаємопов'язаними поняттями. З одного боку, носії різних статей по-різному використовують мову відповідно до своїх комунікативних та соціальних потреб, з іншого боку, мова допомагає створювати та посилювати гендерні відмінності. Можна сказати, що представники різної статі мають різні засоби доступу до мови. Існує багато стереотипів щодо чоловіків і жінок, і, зрозуміло, ці стереотипи проникають у мову. Для чоловіків

мова у першу чергу розглядається як засіб збереження незалежності та ведення переговорів, збереження статусу в ієрархічному суспільстві. Жінки набагато частіше сприймають мову як інструмент для встановлення зв'язків та ведення переговорів.

**Метою** даної роботи є теоретичне і практичне дослідження гендерно-маркованих тактик в комунікативній ситуації «флірт».

Для досягнення поставленої мети ми маємо вирішити наступні **завдання**:

- 1) дослідити гендерні особливості мовної комунікації;
- 2) визначити роль стереотипізації гендерних особливостей у комунікації флірту;
- 3) розкрити сутність флірту як активації гендеру у мовній ситуації;
- 4) розглянути теоретичні основи явища комунікації;
- 5) систематизувати комунікативні ситуації;
- 6) визначити роль гендерного фактору у комунікативних ситуаціях;
- 7) дослідити традиції флірту як словесної гендерної гри;
- 8) проаналізувати класифікації стратегій і тактик комунікативної ситуації флірту.

**Предметом** дослідження є флірт як комунікативна стратегія.

**Об'єктом** дослідження виступають мовні тактики і стратегії реалізації гендеру у комунікативній ситуації флірту.

**Матеріалом** дослідження послуговували такі художні твори: "GreatExpectations" by CharlesDickens, "Theater" by Somerset Moeem, "Theportraitof a Lady" by HenryJames, "VanityFair" by William Thackeray, "Middlemarch" by Geroge Eliot, "GonewiththeWind" by Margaret Mitchell, "SenseandSensibility" by Jane Austen, Movie "BasicInstinct".

**Вибір методів та прийомів** дослідження вмотивований специфікою об'єкта дослідження та конкретними завданнями, обумовленими темою дослідження. У роботі використано: метод систематизації теоретичного і практичного матеріалу з теми дослідження для узагальнення досліджень, присвячених вивченню комунікативних тактик і стратегій;

лінгвостилістичний метод для аналізу художніх текстів; метод вибірки для відбору практичного матеріалу, на основі якого буде розкрито типи мовних тактик і стратегії у реалізації комунікативної стратегії флірту.

**Наукова новизна** роботи полягає у всебічному дослідженні флірту як способу вираження гендерної приналежності у дискурсивній практиці художньої мови.

**Практичне застосування** результатів дослідження полягають у розробці матеріалів для теоретичних і практичних курсів з мови, стилістики, ораторського мистецтва, а також англійської літератури; можуть бути використані студентами в їх кваліфікаційних роботах.

**Структура роботи:** робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

## РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

### 1.1. Прояв гендерних особливостей у процесі мовної комунікації

Систему відображення гендерних ролей у лінгвістичній картині світу можна взяти за дихотомію «чоловік / жінка». Це протиставлення було одним із перших, загалом усвідомленим людством, і в будь-якій мові є розвинена система лексичних засобів вираження, пов'язана з конотативними значеннями, фразеологічними одиницями, прислів'ями та приказками. В той же час, коли не менш важлива для мовної картини світу система просторово-часових відносин була досліджена на всіх рівнях мови, мовна система відображення гендерних ролей була недостатньо вивчена.

Згідно положенням лінгвістичної гендерології, мова співвідноситься з особистістю за ознакою соціальної статі або гендеру. На думку Л. Ставицької, сучасна лінгвістика переживає своєрідний «гендерний бум», так, слід робити вклад у становлення української лінгвістичної гендерології, бо гендер як ніяке інше соціолінгвістичне поняття, закорінений в умови життя, реалії, норми і традиції будь-якої культури [76, с. 30].

Гендерні ознаки мовної картини світу – це «сутнісні прояви пізнання світу крізь призму чоловічого і жіночого світосприйняття, що інтегрують універсальні та національно специфічні ознаки, оприявлюють особливості номінативної та комунікативної діяльності чоловіків і жінок, а також вплив статі на мовну практику та мовну поведінку» [3]. В Україні гендерна лінгвістика знаходиться на стадії розвитку, тому дослідження проводяться на основі випробуваних у зарубіжній лінгвогендерології методів, а у дослідженнях використовується іноземний мовний матеріал. Термін «гендер» використовується на позначення соціальної статі у соціальних, культурних і психологічних аспектах, які можна співвіднести з характерними рисами, нормами, стереотипами і ролями для тих, кого суспільство вважає чоловіками або жінками [79].

Категорія *gender* була введена у систему наукових понять в кінці 60-х – на початку 70-х років минулого століття і використовувалась спочатку в історії, соціології і психології, а пізніше була запроваджена у лінгвістиці, виявившись продуктивною для антропо-орієнтованого опису. Так, поєднуючи в собі природну стать людини і її соціальне самовизначення, та виконучи функцію індикатора судб'єкта іншими членами суспільства, гендерний фактор є однією з найважливіших характеристик особистості [33].

Поняття «гендер» був введений у 1968р. американським психоаналітиком Столлером у науковій роботі «Стать і гендер». Він вперше запропонував розрізнити біологічне поняття «стать» і психологічно-культурне поняття «гендер», які до того часу вважались синонімами.

Гендерні дослідження стають все більш поширеними в Україні. В гуманітарних науках гендерний підхід виник наприкінці 60-х років 20ст. Сучасна українська дослідниця Ніла Зборовська пояснює гендер як «соціостать» на протизвагу біологічної статі [16]. А у 80-ті роки поняття гендер охоплювало проблеми усестороннього дослідження жіночності і мужності, а в 90-ті роки виник напрям (*hegemonic masculinity*), який досліджував виключно мужність та її прояви у суспільстві [33].

Як зазначають К. Вест та Д. Зіммерман, поняття статі пояснюється біологією через фізіологію, тоді як поняття гендеру – це досягнутий статус, сформований у психологічних та соціокультурних обставинах [95].

На відміну від поняття «стать» як сукупність анатомо-біологічних особливостей, поняття «гендеру» було введено у соціологічні дослідження для позначення соціальної та культурної концепції, яку суспільство будує над фізіологічною реальністю. Поняття «гендер» позначає не лише процес розбіжностей між чоловічими та жіночими ролями в суспільстві, але сам результат – соціальна гендерна концепція.

Особливості гендерної комунікації мають глибоке соціо-фізіологічне підґрунтя, що пов'язане з еволюцією людини. У доісторичному суспільстві просліджується диференційована діяльність давнього чоловіка й

жінки – чоловіка як мисливця, переважно мовчазного, який має логічно мислити й орієнтуватися в просторі, та жінки як домашньої господині й виховательки дітей, що відповідно вплинуло на відмінності їх вербальної активності [17]. Звідси й специфіка сприйняття в комунікації: чоловіче – переважно лівою півкулею головного мозку, що відповідає за аналітичне мислення, жіноче – як лівою, так і правою півкулею [17]. Так, для чоловіків важливо те, що говорять, а для жінок – те, як говорять; чоловіки вважаються емоційними через превалювання в них тестостерону – гормону «мужності», а жінок – чуттєвими через превалювання в них естрогену, що сприяє активізації пристосувальних реакцій і є, відповідно, гормоном «жіночності» [17].

Фізіологи зазначають, що чоловік і жінка різняться між собою як види. Є твердження, що людина й мавпа мають однакову генетичну спадковість – 98,4%, зокрема чоловіка або жінку від самця або самиці мавпи віддаляють лише 1,6 % цієї спадковості. Натомість чоловіка й жінку різнять 5% геному людини, отже, цей постулат дає змогу вченим стверджувати, що чоловік або жінка є природно ближчими до своїх видових прашчурів, аніж один до одного в межах одного виду [17].

Звичайні терміни адреси та назв англійською та багатьма іншими мовами змушують жінок вибирати форми, які якимось чином позначені: *Mr. (Пан)* та *Mrs. (Пані)* вказують на сімейний стан на додаток до статі, тоді як чоловіче звання *пан* сигналізує лише про те, що вказана особа є чоловіком. Такі звичаї відображають соціальні припущення щодо статі та гендерних ролей. Коли хтось описує колір як блакитний блакитний, рожевий гвоздиковий, лавандовий або ліловий, він, швидше за все, уявляється жінкою, а не чоловіком. Коли читачі бачать у газетах розповіді про вчених, у багатьох все ще є уявні уявлення про чоловіків, незважаючи на те, що зараз багато жінок є вченими. Коли багато людей читають заголовки газети, в якій лікар спокусив, вони припускають, що лікар – чоловік, а пацієнт – жінка. Використання терміну «чоловік» замість більш гендерно нейтрального терміну, такого як

людина (люди), людство, люди тощо, затьмарює внесок жінок у мову та її еволюцію.

Коли Ніл Армстронг став першою людиною, яка ступила на Місяць у 1969 році, він вимовив ці слова: «Це один маленький крок для людини (чоловіка), але один гігантський стрибок для людства» [33, с. 2]. У наш час таке вживання називають «сексистським». Більшість видавців та багато організацій, включаючи державні установи у багатьох країнах, мають керівні принципи, що вказують авторам, як уникати мови, яка або виключає жінок, або негативно формулює стереотипи щодо них. Переважними висловами є: *людство, люди, голова* тощо. У багатьох сферах суспільного життя зараз переважає так звана «гендерно нейтральна» мова. Зараз університетські кафедри мають керівників або голів, а в деяких ресторанах є офіціанти або обслуга. Хоча ці терміни не позначають стать, вони все ще змушують ораторів робити вибір, а різні альтернативи соціально або політично навантажені. У деяких випадках вибір передає значення, які їхні користувачі не мають наміру висловлювати. Тим часом, здавалося б, гендерно нейтральні терміни, такі як *людина, член суспільства, науковець, лікар* тощо, часто все ще інтерпретуються як чоловічі за замовчуванням [93, с. 2].

У деяких мовах, особливо в тих, що мають так звану «граматичну стать», як французька та українська, стать є більш відкритим поняттям, ніж у таких мовах, як англійська. Граматичні конфлікти виникають зараз, коли жінки обіймають звання чи посади, які традиційно були чоловічої статі. В англійських іменниках такі слова, як *секретар, медсестра та вчитель*, що відносяться до професій з низьким статусом, є технічно гендерно нейтральними, оскільки вони не відверто позначають стать. Хоча, як правило, англійська мова не кодує гендер відверто у своїх професійних термінах, особисті займенники обов'язково вказують стать у займенниках третьої особи однини, як *вона / вона, її / його, її / його*. Такі іменники, як *адвокат, лікар* тощо, що стосуються професій із високим статусом, традиційно прономіналізуються

із займенниками чоловічої статі, коли невідома стать людини, наприклад: *Лікар повинен завжди надавати своїм пацієнтам найкращий догляд* [93, с. 3].

Категорія статі в англійській мові відрізняється від категорії статі в багатьох інших мовах, наприклад, в українській, французькій або німецькій. Категорія гендеру в лінгвістичному плані може бути або природною, що надає фактичні ознаки гендеру на основі статі, або формально. В українській та деяких інших мовах категорія роду має значення лише для іменників особи, а для іменників на позначення неживих предметів, вона є формальною; тобто вона не відповідає фактичному біологічному сенсу, наприклад: *рука* жін, *палець*чол., *тіло* ср., хоча всі вони позначають частини людського тіла. В англійській мові гендер є значущою категорією для всього класу іменників, оскільки він відображає справжні гендерні атрибути зазначеного референта. Це реалізується через обов'язкову відповідність кожного іменника займенникам 3-ї особи однини – *він, вона, або воно*: чоловік – він, жінка – вона, дерево – воно [31].

Стать є постійною категорією ознак: вона виражається не через змінні форми слів, а через класифікацію іменників; кожен іменник належить лише одному з трьох родів. Крім того, існує група іменників англійською мовою, які можуть позначати або жінку, або чоловіка у різному контексті; ці іменники можуть бути замінені ним чи нею, наприклад: *президент, професор, друг* тощо. Вони складають окрему групу іменників – загальні іменники роду. Для них категорія статі є змінною категорією ознак. Немає офіційних ознак, що дозволяють розрізнити сильних та слабких членів жодної з гендерних опозицій. Їх можна виділити семантично: іменники середнього роду у верхньому рівні опозиції є більш абстрактними порівняно з іменниками чоловічого та жіночого роду; вони є слабким членом опозиції і природно використовуються в позиції нейтралізації? [92].

Отже, чоловіки концентрують увагу на інформаційному аспекті, і саме тому вони застосовують прагматичний діловий стиль, що допомагає їм у проблемних ситуаціях. Жінки концентруються переважно на аспекті

встановлення відносин, тому їх мова емоційна, із використанням зменшувальних форм, евфемізмів та епітетів. Проте з підвищенням рівня освіти розбіжності в мові стираються. Тому мовленнєвий стиль успішної жінки сьогодні не відрізняється від чоловічого стилю спілкування. Більшість жінок вчиться переключатися з жіночої мови на нейтральну. Проте «жіноча» мова все ж залишається для неї природною, а друга – набутою якістю. Більше того, чим впевненіше позиціонують себе емансиповані жінки, тим більш шовіністично реагують на них чоловіки, не сприймаючи не корелюючий з їх гендерними стереотипами, «нежіночним», стилем мовлення [62, с. 111]. Реалізація чоловіками та жінками гендерних ролей передбачає використання мовних засобів, які, на їх думку, відповідають їх гендерній групі [49, с. 233].

Лінгвістичний аспект гендеру охоплює дві групи проблем:

- 1) аналіз мови і відображеної в ній статі (номінативна система, лексикон, синтаксис, категорія роду тощо);
- 2) комунікативна в цілому та мовленнєва зокрема поведінка чоловіків та жінок.

Такі вчені, як Горошко Е. І., Земська Є. А., Китайгородська М. А., Кирилина А.В.Ерофеева Т. І. Ставицька, відомі саме лінгвістично зорієнтованими гендерними дослідженнями [25; 77]. Наприклад, у науці до цього часу не склалася єдина концепція вивчення гендеру в комунікації. Так, мовленнєва поведінка чоловіків та жінок аналізується не в комплексі, а більше уваги приділяється жіночому мовленню та фемінності.

Виокремлення та аналіз відмінностей, що притаманні усім аспектам комунікативної поведінки різних гендерів, має практичну значущість. Розуміння гендерних особливостей спілкування сприяє досягненню взаєморозуміння чоловіків і жінок, допомагає у виявленні гендерних стереотипів, і набуває актуальності у криміналістичній експертизі тощо [41, с. 106].

Отже, ми розуміємо гендер як безперервний процес формування соціумом відмінностей в чоловічих та жіночих ролях, на ментальному та емоційному рівнях.

## **1.2. Роль стереотипізації гендерних особливостей у комунікації флірт.**

Оскільки гендерні стереотипи беруть свої витoki із сексизму, вони грають першочергову роль у міжгендерній комунікації. Так, незалежно від гендеру обох учасників комунікативної ситуації флірт, їх поведінка базується на стереотипах про домінуючу позицію чоловіків та піддатливу – жінок. Формування сучасного соціуму починається з усвідомлення того, як глибоко в нас закоренілі сексистське ставлення в першу чергу до себе як представника своєї статі, що впливає у нашій стратегії під час флірту.

Одним із невирішених питань сучасного суспільства залишається сексизм – дискримінації за ознакою статі. Сексизм може визначати позицію чи дії, які принижують, недооцінюють та накладають на людей стереотипи залежно від статі. Гендерні стереотипи – це один із типів соціальних стереотипів, який базується на сприйнятті та поглядах, прийнятих у суспільстві, про чоловіків та жінок та їх ієрархію. Гендерні стереотипи часто відзначаються сексизмом стосовно жінки [67].

Жіночі гендерні стереотипи частіше обговорюються в суспільстві, оскільки багато хто вважає, що гендерні стереотипи жінок стали величезним недоліком для просування жінок у соціальному плані, через освіту та робочу силу. Загальними гендерно-стереотипними якостями жінок є: покірні, тихі, охайні, слабкі, чисті, незграбні, некомпетентні та материнські. Оскільки соціальний тиск на здійснення цих очікувань сильний, як правило, нав'язаний батьками, друзями, вчителями та засобами масової інформації, багато жінок намагаються відповідати цим якостям. Тих, хто не відповідає гендерним ролям, часто вважають суворим або чоловікоподібними [90].

Чоловіки також залежні від певних гендерних стереотипів, які, як правило, підкріплюють думку про те, що чоловіки не мають жодних жіночих якостей. По суті, це означає, що для чоловіків культурно неприйнятно проявляти якості охайності, емоційності, слабкості. Це залишає у чоловіків стереотипні якості атлетизму, гучності, сили, домінування та повного контролю над емоціями. У фінансовому плані гендерні стереотипи, схоже, впливають на чоловіків позитивно, але гендерні стереотипи мають тенденцію обмежувати чоловічу творчість та емоційний ріст. Творчих та емоційних чоловіків, які не відповідають стереотипу, як правило, сприймають негативно.

Гендерні стереотипи передбачають наявність нерівності в талантах обох статей. Оскільки стереотипи поширені в соціальній взаємодії, вони часто впливають на типи роботи, які можуть отримати чоловіки та жінки. Наприклад, багато жінок наймаються в індустрію надання послуг, оскільки про них думають як про вихованих, емоційних та доброзичливих. Чоловіки часто отримують вакансії, які вимагають сили та фізичних здібностей, таких як будівництво, а також на роботах, що вимагають емоційного контролю та лідерських навичок, таких як вищі керівні посади. Хоча компанії юридично не можуть дискримінувати будь-яку стать, багато чоловіків та жінок шукають роботу, щоб відповідати стереотипним очікуванням соціуму. Досі існують професії, в яких жінкам заборонено працювати. Сучасний феміністичний дискурс активно розробляє цю проблему.

Стереотипи жіночності та мужності диктують людям в залежності від їх статі певні психологічні якості, норми поведінки, напрямки діяльності, професій. У традиційному суспільстві не обраний особисто гендер, а біологічна стать відіграє вирішальний сенс у житті людини. Зігмунд Фрейд висловив це відомим реченням «Анатомія – це доля» [67].

Існує думка про ряд стилістичних відмінностей між мовою жінки та чоловіка. Мовлення чоловіків менш ввічливе, більш еліптичне, більш неформальне, менш чітко виражене і простіше. Що стосується моделей розмов, то жінки використовують більше словесних «показників підтримки»,

таких як *тут*, ніж чоловіки; чоловіки перебивають жінок більше, ніж інших чоловікам, і більше, ніж жінки перебивають одна одну або чоловіків; жінки висловлюють невпевненість і вагання більше, ніж чоловіки; і що (принаймні при одностатевій взаємодії) чоловіки частіше дають прямі розпорядження, ніж жінки. Майже для всіх цих питань стилістичних та розмовних розбіжностей існують суперечливі висновки. За останні пару десятиліть велика частина гендерної термінології в англійській мові була замінена гендерно нейтральними термінами.

Найбільш яскраво прояв гендерних особливостей у мовленні висвітлюється під час флірту як комунікативної ситуації. Флірт як вид людського спілкування виник досить давно і є складовою частиною поведінки. У другій половині ХХ сторіччя флірт привертає увагу філософів, соціологів і психологів (З. Фройд, Д. Карнегі, Е. Берн, А. Піз). Флірт розглядається як сексуально забарвлена поведінка, яка є часткою національної культури [80, с. 345]. У сучасній лінгвістиці існують окремі наукові розвідки, присвячені флірту (Белова А., Дьяконова І.), в яких він тлумачиться як посередній мовленнєвий жанр, як комунікативна ситуація, що має жанрові та комунікативні параметри [7, с. 14]. Флірт виступає як соціальний, часом і сексуальний акт поведінки, спрямований на привертання уваги до мовця і стимулювання інтересу співрозмовника.

У комунікативній ситуації флірту (КСФ) комунікативна інтенція мовця полягає, з одного боку, у виявленні дружньої прихильності, сигналізуючи співрозмовникові про те, що його/її помітили, відзначили серед інших, а з іншого боку – в отриманні задоволення, яке є прелюдією до більш тісних стосунків, «любовної гри». Під час флірту відбувається взаємодія між комунікантами, яка здійснюється за допомогою мовленнєвого та позамовленнєвого впливу, в результаті якої виникає психологічний контакт. Фліртуючи, комуніканти можуть проявити свій шарм, дотепність, сексуальність, відчутти себе привабливими і бажаними. Двостороння

інтенційна природа флірту є підставою для виділення таких типів КСФ, як «флірт заради флірту» та флірт – початок справжньої любовної гри [80].

Розглянемо зазначені типи КСФ з урахуванням гендерного фактору. Аналіз робіт сучасних науковців Белової А. Д., Дьяконої І.Л., Мошковської О.О., [7; 53] показує, що одні автори розуміють під фліртом легковажну взаємодію, залицяння; або його характеризують, як самоствердження шляхом встановлення довірливих взаємовідносин.

У процесі дослідження флірту першочерговим завданням є виокремлення його ознак. Перші описи ознак прояву флірту зустрічаються в дослідженнях дослідника Силантьєва І.В. [75]. Його аналіз демонструє нам, що можна розглядати як опосередковані так і прямі ознаки комунікативної ситуації флірт; включаючи характеристики не тільки гендерних аспектів флірту, а й інших психологічних особливостей жінки.

У комунікативній ситуації флірту завжди наявний елемент свободи вибору, на відміну від, наприклад, комунікативних ситуацій шантажу або примушення. Саме тому механізм флірту має складнішу й витонченішу природу: спокусник має схилити жертву до певних дій за умови наявності в останньої свободи вибору. Дія атрактора опосередковано, через систему ціннісних орієнтирів, спрямована на задоволення актуальних потреб жертви й у наслідок цього на її згоду до виконання певних дій (амбівалентно вигідних для спокусника й не вигідних для жертви). Для ефективного реалізації спокуси актуальна потреба, на яку спрямова надія атрактора, має бути максимально незадоволеною для успішного додання захисного бар'єра жертви. Бар'єром слугують соціальні, етичні умови. Запорушення власних принципів жертві пропонується винагорода у вигляді атрактора й пов'язаних із ним переваг. Тактичні мрішення за таких умов є підвищення «ціни» атрактора, поки вона не перевищить моральну «цінність» бар'єру. У наслідок цього спокуса характеризується маніпулятивністю [51, с. 175].

У ситуації «успішного» флірту мета ініціатора флірту складається в розвитку дружніх відносин. Динаміка флірту відображає прояви відповідного

емоційного стану комунікантів. На початковому етапі емоції виражаються головним чином у невербальній поведінці комунікантів і в обміні етикетними фразами. Типовим є опис відповідної реакції адресата-жінки, яка проявляється в зміні роботи вегетативної системи.

Наступний етап флірту – зближення комунікантів – характеризується описом реакції симпатії/інтересу. Правильне декодування сигналів непрямой комунікації сприяють успішному розвитку флірту.

Третій етап флірту представлений описом скорочення дистанції, зближення особистих зон комунікантів. Останній етап флірту експлікує взаємну симпатію комунікантів. У ситуаціях неуспішного флірту початковий етап характеризується стандартними мовними типами, ритуальною невербальною поведінкою.

На наступному етапі ініціатор флірту експлікує свою інтенцію, в той час як адресату властиві маскування справжнього стану, що супроводжує такий комунікативний хід як відмова від продовження відносин. Має місце наростання емоційної напруженості у відносинах комунікантів. На завершальному етапі має місце обрив флірту [37].

Флірт як мовний жанр іллокутивно спрямований, завжди має на увазі певну мету і очікування бажаного результату. Залежно від мети флірту виділяються наступні макроцілі і мікроінтенції, властиві флірту:

#### 1. Макроцілі:

а) «флірт заради самою флірту» націлений на отримання задоволення від самого спілкування, фліртові «гри», не передбачає подальший розвиток відносин;

б) флірт словесний поєдинок, пікіровка, обмін образливими словами, спрямований на отримання задоволення від тонких уколів супротивника, демонстрацією своєї переваги;

в) флірт прелюдія або привід для «справжньої» любовної гри.

#### 2. Мікроінтенції:

а) сигналізування співрозмовнику своєї симпатії, що реалізується в непрямих компліментах і виразах;

б) інтенція сподобатися об'єкту флірту часто реалізується у грубості і нахабності;

в) інтенція зберегти своє обличчя полягає у зведенні на мінімум можливості емоційних втрат при спробі вступити в комунікативний акт;

г) інтенція зберегти обличчя адресата відображена у небажанні скривдити співрозмовника своїм примітивним фліртом [87].

Таким чином, флірт є вторинним, непрямим мовленнєвим жанром, який включає в себе як плановану, так і незаплановану комунікацію, яка характеризується наявністю ілюквативної сили, вираженої в макро- і мікро-інтенції її учасників.

Для комунікативного жанру «флірт» справедливо наступне зауваження О.О. Селіванової: «в міжособистісній комунікації переплітаються два види спілкування: вербальне і невербальне, при цьому слова становлять лише незначну частину комунікації: 55% інформації ми отримуємо, аналізуючи пантоміма партнера по комунікативному акту, 38% – тон голосу і лише 7% – вербальний аспект мови» [71, с. 128].

Непрямий, непрямий, завуальований характер флірту робить його настільки популярним у ситуаціях спілкування, визначених різними інтенціями комунікантів: це може бути просте бажання отримати задоволення від спілкування або ж намір встановити ближчі відносини з адресатом. Залежно від того, якими мікро- і макроцілями керуються комуніканти, ними здійснюється вибір певних комунікативних засобів і стратегій здійснення власних інтенцій.

Отже, очевидно, що за багатьох обставин жінки та чоловіки, як правило, використовують мову по-різному. Сучасні гендерні дослідження спрямовані не лише на пошук вже існуючої системи гендерних ролей, стереотипів та упереджень, але й на створення нових соціально адаптованих стереотипів, які

не обмежували б особистість до межі власної статі, і дають можливість якомога швидше розвинути ширші здібності та таланти, надані природою.

## **РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ У СИСТЕМІ ПОНЯТЬ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**

### **2.1. Теоретичні засади явища комунікації**

У ХХІ столітті людство увійшло до постіндустріального етапу свого розвитку. Характерними його ознаками є посилення процесів глобалізації, «стиснення простору», різке збільшення різноманітних взаємодій між регіонами світу, країнами, соціальними групами людей, окремими індивідами. Комунікації давно вже займають провідну роль у розвитку культури і мови народу. У науковій літературі все частіше вживається термін «комунікації» для позначення складного процесу взаємодії між окремими територіями [63].

Термін «комунікація» фігурує в науковій літературі з початку ХХ ст. Засновник американської соціології Чарльз Кулі розглядає комунікацію як механізм, за допомогою якого є можливим існування і розвиток міжособистісних стосунків. Кулі також не бачить чіткої межі між засобами комунікації та саме зовнішнім світом. Проте із народженням зовнішнього світу з'являється система стандартних символів, що призначена лише для людей [43, с. 354]. Сьогодні популярні три визначення комунікації. Перше – це передача інформації від людини до людини, від однієї системи до іншої. По-друге, комунікація означає зв'язок, повідомлення, сповіщення, взаємодію, обмін інформацією в суспільстві, утворення та розповсюдження інформації, а також засіб зв'язку. По-третє, цей термін також застосовується для визначення зв'язку матеріального і духовного світів [86, с. 36].

Так, комунікація описується як передача та прийняття інформації від одного до іншого джерела, та змістовно, з позицій актуального (висловленого) та потенційного (того, що висловлено не було). Основним призначенням комунікації вважається координація спільної діяльності людей. У результаті

здійснюється обмін почуттями, настроями, поглядами, які впливають на зміст зміст інформації, яка передається. З приводу цього є доречним коментар дослідника В. Кашкіна: «більш правильно (за внутрішньою формою латинського слова) говорити про обмін думками і передачу своїх почуттів (порівняйте англійські exchange – обмінюватись, мінятись і share – обмінюватись, ділитись)» [32, с. 7].

Згідно досліднику Ф. Бацевичу, виокремлюється інтраперсональна комунікація (комунікант спілкується сам із собою); міжособистісна комунікація (спілкуються двоє); комунікація в межах малої мовної групи (3-5 комунікантів); публічна комунікація (20-30 і більше комунікантів); масова комунікація (1000 і більше учасників) [3, с. 35].

Акт комунікації може здійснюватись в усний, письмовий, або друкованій формі. Так, усна комунікація передбачає майже миттєве реагування всіх її учасників, викриваючи широкий спектр характерних рис особистого спілкування; письмова комунікація більшою мірою має організаційний та масовий характер. Інтернет вивів «цифрову» комунікацію на рівень, всеохоплюючий всі існуючі і можливі види передачі інформації та її обміну. Організаційні комунікації поділяються на вербальну та невербальну. Вербальна – це використання нами будь-якої мови у власних потребах. До невербальної комунікації належать всі інші засоби передачі почуттів та настрою, а також мовної інтенції суб'єкта. До невербальної комунікації входять: міміка, жести, пози, самопрезентацію у вбранні та зачіски, інтонація та тембр голосу тощо. [27].

Комунікація виступає в якості універсальної умови людського існування. Весь досвід, вміння та навички, особистість отримує в результаті комунікативної взаємодії з іншими. В багатьох словниках комунікація визначається як обмін інформацією між людьми за допомогою спеціальної системи символів. Природна мова визначається як одна з таких систем, функціонування якої підтримується на загальних для всіх систем правилах [64, с. 101].

Схожої думки щодо визначення терміну «комунікація» дотримується В. П. Конецька, тим не менш, дослідник наголошує на тому, що інформація може бути не завжди зрозуміла для того, хто її отримує [40].

Діяльнісний підхід О. М. Леонтєва у вітчизняній психології спілкування розглядається через теорію діяльності та як її частина. О. М. Леонтєв зазначив, що спілкування виступає як діяльність, яка складає у собі акти спілкування. М. І. Лісіна, спираючись на концепцію О. М. Леонтєва, визначає основні компоненти комунікативної діяльності:

1) предмет спілкування – це інша людина, партнер по спілкуванню як суб'єкт;

2) потреба в спілкуванні, основою якої є прагнення людини до пізнання й оцінки інших людей, а також самопізнання та самооцінки завдяки спілкування з іншими людьми;

3) мотиви комунікації – те, заради чого відбувається процес спілкування;

4) дії спілкування – як цілісний акт, адресований іншій людині;

5) завдання спілкування – це мета комунікації, на досягнення якої в конкретній ситуації вживаються різноманітні заходи;

6) засоби спілкування – це операції, які допомагають реалізувати спілкування;

7) продукт спілкування – це синтез інформаційного матеріалу матеріального й духовного спектрів, що вважається результатом комунікації [45].

Діяльнісний підхід розглядає комунікацію як процес, який дозволяє не лише організувати процес комунікації, але й формувати системи поглядів, соціальних позицій, оцінок тощо [46, с. 124-135].

Феномени «спілкування» та «комунікація» часто вживаються у гуманітарних науках для позначення процесів взаємодія, яке є нетотожними поняттями. Спілкування поєднує у собі комунікативні, інтерактивні та перцептивні функції та є міжособистісним, емотивним і вільним. У спілкуванні інформація обертається між рівноправними партнерами, і обсяг її

збільшується, збагачується, набуває нових відтінків, елементів, контекстів. З іншого боку, комунікація і усі її процеси тісно пов'язані із знаковими системами (алфавіт, умовні позначення і т. ін.), і цей факт уможливорює зв'язок на відстані, якщо безпосередній зв'язок є неможливим.

Комунікація – це однобічний процес, який характеризується своєю монологічністю; через застосування знакових систем під час передачі інформації лише в один бік можна говорити про втрату чи зменшення інформації під час її передачі. Комунікації притаманні інституційність, регулятивність та регламентованість. Учасники спілкування розраховують на те, що кожне повідомлення буде інтерпретоване партнером по спілкуванню і повернене ним у збагаченому, збільшеному, інтерпретованому вигляді для подальшого опрацювання і збагачення іншим учасником (учасниками) спілкування.

Неможливим є прирівняти спілкування до процесу простої передачі чи обміну інформацією, оскільки під час спілкування нове знання, спільне для тих, хто є учасниками спілкування, для їхньої подальшої діяльності. У спілкуванні обмін думками перетворюється на діалог. Комунікація становить односпрямований процес, в якому повідомлення може не мати конкретного адресата; інформація може бути призначена, наприклад, будь-якій окремій людині чи групі людей. Але на відміну від спілкування, якість та обсяг інформації може змінюватися лише для об'єкта комунікації; для відправника нічого не змінюється. Під час комунікації суб'єкт виконує технічну роль передачі повідомлення об'єкту, виконуючи при цьому відповідну до обставин комунікації роль [57, с. 205].

Так як комунікація є лише однією із складових спілкування, можна виокремити три основних види взаємодії між комунікативними партнерами:

- 1) суб'єкт-суб'єктні як паритетний діалог;
- 2) суб'єкт-об'єктні як непаритетне спілкування, тобто, комунікатор розглядає реципієнта в якості об'єкта комунікативного впливу;

3) об'єкт-суб'єктні як вид спілкування, реципієнт вбачає у комунікаторі приклад або наставництво, при цьому друга сторона навіть не усвідомлює своєї ролі в комунікативному акті [13 с. 26-27].

Комунікація складається з трьох компонентів: процесуальний, який вбирає в себе всі види мовленнєвої діяльності (говоріння, слухання, письмо, читання); знаковий (мова і мовлення); текстовий - продукт комунікації, що має зміст і використовується для передачі сенсу, оформлений належним чином (тип, жанр, стиль).

Функції комунікації у суспільстві є наступними:

- контактна (підготовка до передачі і сприйняття інформації та підтримувати взаємний зв'язок упродовж акту спілкування);
- соціальна (досягнення достатнього рівня культурної мовної компетенції, що дозволяє брати участь у соціальних процесах);
- інформаційна (взаємообмін інформацією);
- спонукальна (мотивація та залучення суб'єкта або аудиторії до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних та духовних дій);
- координаційна (обговорення дій учасників спілкування, досягнення консенсусу);
- пізнавальна (сприйняття і розуміння інформації, взаєморозуміння настроїв, емоцій, станів);
- емотивна (взаємообмін емоціями, викликання у співрозмовника або аудиторії певних переживань);
- прагматична (адекватне сприйняття свого місця в системі ділових та міжособистісних стосунків);
- впливова (комунікативна інтенція полягає у зміні настрою, емоційного впливу на поведінку, ціннісно-мотиваційну сферу співрозмовника) [20, с. 12].

Оскільки спілкування не можливе без чітко визначеної комунікативної мети, важливим кроком у досягненні високої ефективності комунікації можна назвати взаєморозуміння. Ми розуміємо ефективність як кількість інформації, яку можна донести через будь-який канал зв'язку за певну одиницю часу [69,

с. 19]. Досягнення розуміння забезпечується адекватним кодуванням і декодуванням інформації завдяки використанню схожих принципів ведення комунікації та знайомих всім учасникам бесіди одиниць комунікації; завчасний аналіз комунікативних бар'єрів і труднощів, зумовлених мотиваційно-операційними, національно-культурними, соціально-груповими соціально-психологічними відмінностями комунікантів; зволікання на індивідуально–психологічні характеристики комунікантів; зменшення проценту втраченої або невірно тлумаченої інформації через неякісні канали зв'язку.

Підсумовуючи все вище сказане, можна сказати що при виборі певних стратегій спілкування важливим фактором є індивідуальні та психологічні ознаки і мовця, і реципієнта. Лише враховуючи ці фактори мовець може досягти особистої комунікативної мети. Саме тому О. С. Іссерс характеризує комунікативну стратегію як прогнозовану та гнучку [28, с. 99]. У процесі спілкування комунікативні стратегії можуть постійно корегуватись, залежно від мовленнєвих дій опонента та від контексту дискурсу, який також перебуває у стані постійних пертурбацій [47, с.193].

## **2.2. Класифікація комунікативних ситуацій**

Поняття «комунікативна ситуація» є одним з основних об'єктів прагмалінгвістичного дослідження.

Сучасні підходи до розробки поняття стандартної комунікативної ситуації не мають принципових розбіжностей і можуть бути цілком погодженими на певному абстрактному рівні опису. За В.І. Беліковим і Л.П. Крисіним комунікативну ситуацію складають вісім ситуативних факторів: мовець (адресант), слухач (адресат); стосунки між мовцем і слухачем, від яких залежить тональність комунікації (офіційна – нейтральна – дружня); мета спілкування, від якої залежить вибір комунікативної стратегії; засіб спілкування (мова або її підсистема, а також позамовні засоби – жести, міміка); спосіб спілкування (усний/письмовий; контактний/дистантний); локація

спілкування [4, с. 61]. Деякі вчені залучають до цієї моделі ще один компонент – тему.

За Р. Якобсоном, стандартна комунікативна ситуація має шість складників: адресант, адресат, контакт, повідомлення, контекст, код. У його моделі комунікації адресант, використовуючи засоби мовного коду, формує повідомлення та з його допомогою встановлює контакт з адресатом у межах конкретного контексту, пов'язаного зі змістом повідомлення. Поняття контакту має відношення до регулятивного аспекту комунікації.

За А. Ю. Масловою, основними компонентами комунікативної ситуації є: місце і час, відомі комунікантам; адресант повідомлення із заданими мовленнєвими зобов'язаннями; адресат, що володіє або наділяється певними пресупозитивними властивостями (виробничим досвідом, інтересами, цілями, знаннями); цілеспрямована тема повідомлення [50, с. 35].

В.В. Красних виокремлює в структурі комунікативної ситуації чотири компоненти: 1) екстралінгвістичний аспект; конситуація – об'єктивно існуюча, власне екстралінгвістична ситуація спілкування; умови (у широкому сенсі) спілкування та його учасники (тобто хто, що, де, коли); 2) семантичний аспект; контекст – імпліцитно чи експліцитно виражені смисли, реально існуючі, що є частиною ситуації, відображаються в дискурсі і актуальні для певного комунікативного акту; 3) когнітивний аспект; пресупозиція – зона перетинання індивідуальних когнітивних просторів (фондів знань) комунікантів, включаючи і уявлення комунікантів про конситуацію; 4) (власне) лінгвістичний аспект; мовлення – продукт безпосереднього створення мовлення, те, що продукують комуніканти [89, с. 377].

Дослідники Г. Г. Почепцов, О. О. Селіванова за основу своїх класифікацій беруть іллокутивні зусилля, що дає можливість виділити такі типи мовленнєвих комунікативних актів: а) констативи – ствердження; б) промісиви – обіцянки; в) менасиви – погрози; г) перформативи – констатування, поєднані з діями; д) квеситиви – запитання; е) директиви – прямі спонування до дій [60] та а) акти констатації; б) акти спонування; в) акти

запиту інформації; г) акти обіцянки; д) акти вираження свого ставлення до співрозмовника; е) акти проголошення змін у статусі співрозмовника [72, с. 558].

І. С. Семенюк комунікативні акти об'єднує в комунікативні ситуації і на цій основі конструює типологічну структуру комунікації. Вона виділяє два основних типи комунікативних ситуацій: інституційні та ритуальні. Інституційні базуються на системі цілісних установок, взірців і норм поведінки. Ритуальні пов'язані з виконанням певного обряду, символічних дій [73, с. 190].

До інституційних відносяться: а) декларативні (призначення на посаду, судові вироки); б) комісивні (зобов'язання, обіцянки, гарантії); в) інтерогативні (отримання інформації, запити, інтерв'ю); г) ім'юнктивні (накази, вимоги, розпорядження); д) реквестивні (прохання, закликання), е) адвіситивні (поради, рекомендації).

До ритуальних належать: а) експресивні (подяки, співчуття, схвалення); б) констативні (констатації, нагадування); в) аффірмативні (твердження, заяви, повідомлення) [73, с. 190].

Отже, сьогодні у лінгвістичних дослідженнях комунікації існує чимало класифікацій, які опираються на різні типологічні критерії: мету іллокутивного акту, його спрямованість, іллокутивні зусилля, стиль, взаємні інтереси. Аналізуються також власне психологічні критерії, такі як соціальний статус, психічний стан співрозмовників.

Тип комунікативної ситуації окреслює характер взаємовідносин між співбесідниками. Ділові взаємини спрямовані на вирішення справ. Для них характерними є раціоналістичність і шаблонність. Інтимно-особистісні стосунки створюють емоційно-довірливу атмосферу спілкування [18, с. 134].

Узагальнений поділ комунікативних ситуацій на кооперативний і конфліктний типи запропонував М. Пономарьов. Завдання кооперативної комунікації науковець вбачав у формуванні позитивної суспільної думки про адресанта і встановлення партнерських відносин із адресатом. Конфліктну

комунікацію він окреслив як протидію між комунікантами та руйнування взаєморозуміння. Створення кооперативних комунікативних ситуацій можливе у випадку, коли інтерактанти переслідують спільні комунікативні цілі, розуміють один одного, розподіляють комунікативні ролі. Якщо ж цілі або уявлення співбесідників про розподіл комунікативних ролей різняться, тоді стандартна комунікативна ситуація перетворюється на конфліктну. Переважно конфліктну ситуацію спілкування спричинює невідповідність комунікативних норм, прийнятих у межах певних лінгвокультур.

Аналогічної точки зору дотримується І. Попова, стверджуючи, що кооперативне спілкування можливе тоді, коли адресанті адресат використовують однаковий код, коли між ними створено спільний знаковий контактний простір. У деяких випадках потребу в уподібненні усвідомлюють інтуїтивно [59, с. 4].

Отже, кооперативна комунікативна ситуація характеризується використанням стандартних мовленнєвих засобів.

Проаналізувавши низку комунікативних ситуацій, І. Борисова [10, с. 73] виокремила такі параметри кооперативно-комунікативної ситуації: 1) спілкування носить неофіційний міжособистісний характер і належить до повсякденних побутових стосунків; 2) спосіб комунікації переважно усний, безпосередній (код спілкування є мовним, паралінгвістичним); 3) статусно-рольова організація спілкування – горизонтальна (мовленнева взаємодія комунікантів, рівних за соціальним статусом) і вертикальна (спілкування комунікантів вищого та нижчого рангів).

Отже, взаємостосунки між комунікантами можуть бути офіційними й особистими. В офіційних взаємостосунках соціально-рольові позиції поділяються на вертикальні (керівник – підлеглий) і горизонтальні (друзі, товариші, однодумці). Особисті взаємостосунки також відповідно до статусних категорій мають вертикальний (соціометричний лідер, популярний, ізольований, відсторонений) і горизонтальний (товариш для розваг, душа товариства) поділ [18, с. 135-136].

### 2.3. Роль гендерного фактору у комунікативних ситуаціях

Хоча поняття «гендер» не є лінгвістичною категорією, ми можемо проаналізувати мову та мовлення через призму вираження у них гендерних відносин. Професор соціолінгвістики Дебара Таннен зауважує, що мова чоловіків та мова жінок різняться як мови різних народів. На думку шотландських дослідників, жіноча мова багатша і насиченіша образами та асоціативними порівняннями, ніж чоловіча. Цей фактор не залежить від рівня освіти жінки або чоловіка і його можна пояснити тим, що зони чоловічого мозку, що відповідають за лінгвістичні здібності, у жінок розвинуті сильніше, ніж у чоловіків. Чоловіки схильні до нестандартного вирішення питань, а жінки - до «прикрашення» мови [16].

У дослідженнях, проведених Є.А. Горошко, найбільше уваги приділяється спеціальним характеристикам мовлення: зв'язаність, динамізм, якісність, предметність, складність тощо; виявлено, що чоловіча писемна мова порівняно з жіночою характеризується наступними особливостями:

1. Речення за своєю довжиною коротші від жіночих.
2. Більше граматичних помилок.
3. У мовленні превалюють іменники і прикметники, рідше – вживання дієслів і часток.
4. Раціоналістичні оцінки, акцент робиться на естетичній стороні предмета чи явища.
5. Опис світу і дійсності переважно у якісних характеристиках.
6. Використання підрядного зв'язку.
7. Рідко – використання окличних і питальних речень.
8. Рідко - використання неповних речень й еліптичних конструкцій.
9. Зворотний порядок слів не вважається характерним для чоловічої письмової мови [35].

Найпоширенішими стереотипними уявленнями щодо жіночого мовлення є наступні: жінки балакучі; жінки люблять задавати питання; жінки менше

вживають ненормативну лексику і рідше використовують різкі висловлювання, ніж чоловіки; жінки ввічливіші. Протилежні характеристики чоловіків і жінок, такі як, наприклад, раціональність, стриманість перших і емоційність, відкритість інших, продиктовані не біологічною приналежністю, а скоріше духовною, до тієї або іншої статі.

Як зазначає А. Кириліна, жіноче асоціативне поле виглядає більш узагальненим і «гуманістичним» (природа, тварини, повсякденне життя), тоді як чоловіки асоціюють себе зі спортом, мисливством, професійною і військовою галузями [35, с. 18-27]. Є. Горошко додає, що жінкам властиво запитувати, оскільки вони більше зацікавлені в продовженні бесіди. Свою незгоду з думкою співрозмовника жінка частіше висловлює мовчанням, а не відкритим словесним протестом. За деякими даними вважається, що засоби вербальної агресії їй менш властиві, ніж чоловіку. Існує також "чоловіче" і «жіноче» розуміння вербальної агресії: жінки вважають її спрямованою особисто проти себе і схильні перебивати спілкування, чоловіки вбачають в ній спосіб інтенсифікації бесіди [19]. І ще одна цікава подробиця: мозок чоловіка, розклавши інформацію "на полички", на якийсь час забуває про неї. Жінки не мають такої здатності: щоб проаналізувати проблему, вони повинні неодмінно розказати про неї іншому, тобто – чоловікові. І марно чоловік думає, що жінка чекає від нього якогось рішення – їй важливо просто поговорити. Не знаючи про це, чоловік гарячково шукає рішення і, як наслідок, напружується й нервує. Щоб уникнути скандалу, психологи радять чоловікам нічого не говорити – лише слухати: коли жінка виговориться, всі відчують полегшення. Жінки, у свою чергу, повинні пам'ятати про те, що їхній половині просто необхідно помовчати. Це так само важливо, як жінці виговоритися.

Розрізняють відповідно й стилі мовлення чоловіка й жінки: мовлення чоловіка більш стримане, вони обдуманно підбирають для свого висловлювання іменники та прикметники. Мовлення у жінок характеризується витонченістю слів, насиченістю експресивно-забарвленої лексики. Якщо ж вдаватися до узагальнення, то можна стверджувати, що

чоловікам та жінкам властиве використання двох різних стилів під час свого висловлювання. Наприклад, у чоловіків мовлення дещо грубе, іноді різке, прямолінійне, у жінок – спокійне, мирне, іноді наївне.

З огляду на практику, більшість жінок у процесі мовної комунікації віддані стилю співробітництва, а чоловіки використовують стиль конкуренції, тому кожен має специфічні способи комунікації: жінки зазвичай дотримуються по черговості мовлення, а чоловіки прагнуть до домінування та самоствердження. Але найголовнішою відмінністю вважається відношення до зворотного зв'язку, так як побутує думка, що жінка сприймає відповідь на повідомлення не стільки як реакцію на відповідне повідомлення як таке, скільки як ознаку взаєморозуміння; чоловіки в свою чергу сприймають його суто як інформацію, що може не бути збігом з їх розумінням, і тому як таке, з приводу якого можна мати сумнів, а інколи і помиляться [50, с. 177].

Відповідно до цього є різні стилі мовлення жінок та чоловіків: чоловіче мовлення не надто емоційне забарвлене, адже чоловіки більш вдумливо підбирають для свого висловлювання слова. Жіноче мовлення значно відрізняється, так як їхні слова більше витончені та насичені експресивною лексикою [33, с. 55].

Гендерні особливості статей виникають на різних соціальних рівнях, які формують комунікативну поведінку індивідууму. «Під комунікативною поведінкою розуміємо сукупність норм і традицій спілкування народу, вікової, професійної та ін. групи» [36, с. 232]. Як тут не згадати старий анекдот про чоловіка-грузина й жінку-українку, коли він спробував поставити їй умови сімейного спілкування: «Якщо я прийду додому і моя кепка буде зсунутою вліво – ти маєш подати мені вечерю, не ставити зайвих питань і догоджати мені весь вечір; коли вправо – маєш вести зі мною лагідну бесіду, веселити мене весь вечір, а коли назад – маєш мене швиденько нагодувати й сховатися у своїй кімнаті»; на що жінка відповіла: «Гаразд, я зрозуміла, тільки якщо ти прийдеш додому і побачиш, що я зустрічаю тебе в позі «руки в боки», то мені все одно, на який бік у тебе зсунута кепка». Як бачимо, розуміння кінетичних

маркерів у міжкультурній комунікації має суттєве значення для успішного спілкування [55, с. 118].

У жіночому письмовому мовленні ми можемо виділити наступні характерні риси:

- велика частота використання вступних слів, модальних конструкцій, що виражають сумнів;
- вживання «книжкової лексики»;
- вживання оціночних висловлювань, замість номінації особи чи явища;
- образність мови на позначення почуттів, використання прислівників та прикметників для емоційного прикрашення;
- використання конструкцій «прислівник + прислівник» та простих і складносурядних речень, синтаксичних зворотів текст є більш емоційно забарвленим і більше використовується пунктуаційних знаків.

Особливості чоловічого мовлення:

- повторюване використання вступних слів, а саме констатації фактів;
- низька ступінь використання пунктуації при емоційному напруженні мови;
- коротші речення ніж у жінок [33, с. 56-57].

Отже, атрибути мовного стилю жінок та чоловіків виражаються у аспекті мови та мовної поведінки. Чоловіки частіше вживають іменники і прикметники, тим часом жінки оперують більше дієсловами. Чоловіки використовують переважно відносні прикметники, а жінки, в свою чергу, якісні. Чоловіки тяжіють до використання дієслів доконаного виду в дійсній заставі. Частіше всього жінки ладні до інтенсифікації схвально забарвленої оцінки. Чоловіки частіше залучають до мови інвективи, сленгові слова і вирази, а також не літературну та ненормативну лексику [76].

Для жіночої асоціативної позиції характерні більш різнопланові реакції, більша частина реакцій прикметникам. У чоловіків же, в свою чергу, в реакціях переважають іменники. Також у жінок мінімізована кількість незгод від реагування, жінки переважно реагують словосполученнями. Також, за

допомогою детального опису мовленнєвої поведінки, можна визначити певні гендерні характеристики, а саме: комунікативну привітність, здатність підтримувати контакт у комунікації, міміка, жести, гучність мовлення та його емоційне забарвлення тощо.

У ході аналізу гендерних досліджень, Т. В. Бендасом було виділено найбільш типові особливості гендерного спілкування [5].

1. Час мовлення. Незважаючи на стереотип про балакучість жінок, дані свідчать, що чоловіки говорять більше, що пов'язано зі статусом. Мовленнєва активність жінок зазвичай все ж більша, так як за однаковий часовий проміжок жінки можуть використати більше слів.

2. Переривання мови партнера. Ця поведінка є проявом або домінантності, або співробітництва та інтересу до мови іншої людини.

3. Дублювання (вступ у розмову одночасно з партнером). Цей параметр не залежить від показника влади.

4. Постановка питань розглядається як форма активного слухання і вираження підтримки мовцю.

5. Повторення – прийом активного слухання («парафраз»), або як прояв сумнівів чи невпевненості в собі. Жінки частіше використовують повторення.

6. Сумнів або заперечення – мовець не впевнений у своїй думці або ідеї або заперечує їх відразу після висловлювання; проявляється у тих, хто не має влади.

7. Словниковий запас залежить від рівня освіти та інтелектуальних здібностей.

Однак жінки використовують меншу їх кількість, застосовуючи більше однакових слів. Вживання лексики чоловіками носить більш індивідуальний характер. У словнику жінок більше певне центральне ядро, яке широко використовується всіма жінками, у чоловіків цей загальноживаний прошарок лексики менший, однак вони краще володіють різноманітними периферійними розділами словника.

Американська дослідниця Ш. Крамаре виділяє такі особливості комунікативної поведінки чоловіків і жінок [91].

1. Жінкам легше зрозуміти чоловіка, ніж навпаки. Чоловіки зовсім не інтегровані у жіночий досвід.

2. Стан справ у буденному вирі життя впливає на те, як жінка сприймає певну ситуацію або подію. Жінки можуть присвятити всю розмову своїм турботам та труднощам.

3. Жіночий та чоловічий гумор майже не має спільних рис.

Отже, якщо узагальнити вищезазначене, то можна стверджувати, що жінкам та чоловікам властиве використання двох протилежно різних стилів мовлення. Чоловіче мовлення прямолінійне, жорстке, у певній мірі грубе, у жінок же воно у деяких випадках чуттєве, м'яке та спокійне. Велику роль у процесі мовної комунікації мають гендерні особливості, які найчастіше є провідним критерієм комунікативної поведінки та зумовлюють стереотипні сприймання про комунікативні ролі чоловіка й жінки у процесі мовленнєвої комунікації.

## РОЗДІЛ 3. ФЛІРТ ЯК КОМУНІКАТИВНА СИТУАЦІЯ

### 3.1. Традиція флірту як словесної гендерної гри

Флірт ми включаємо в побутову сферу спілкування, і тому, відповідно до типології лінгвістів, визначаємо його як міжособистісний, побутовий тип дискурсу. Флірт передбачає діалогічне спілкування. Навіть якщо учасники і не знають один одного добре, спілкування фатичне, теми поверхневі, але містять у собі контекст та різноманітні натяки. Вербальні способи передачі інформації доповнюються невербальним вираженням комунікативної інтенції. Побутовий дискурс характеризується імпровізацією, яскраво вираженою суб'єктивністю, порушеною структурною оформленістю висловлювань. На фонетичному рівні мовлення нечітке, побіжне; на лексичному рівні – зниження рівня вживання нормативності лексем.

В анкеті мовного жанру Т.В. Шмельова називає такі типи іллокутивних сил, які керують дискурсом: інформативні, оціночні, ритуальні [89]. Флірт умовно ми можемо віднести до ритуального типу дискурсу. Флірт – це любовна гра, яка випереджає можливість виникнення більш глибоких відносин.

Ще одна важлива для нас класифікація дискурсів пов'язана з типом носія-комуніканта. Так, С.В. Татаркіна використовує термін «гендерний дискурс» як вираження характерних особливостей ідіостилу жіночих романів.

Флірт в повній мірі можна назвати гендерним дискурсом, так як кожен комунікант у любовній грі має власні заготовки мовних стратегій і тактик. Канал комунікації також може стати підставою для класифікації типів дискурсу. Так, С.Ю. Тюріна називає такі його різновиди, як радіопередача, друкований дискурс, телефонна розмова, спілкування за допомогою телефона і автовідповідача, листування по електронній пошті, спілкування в режимі

Talk (Chat) [13]. Цей підхід для нас неприйнятний, оскільки флірт може протікати як в безпосередній, так і в опосередкованій комунікації, наприклад, в соціальних мережах.

Дискурси класифікуються за формою реалізації як монологічні і діалогічні (роботи Н.Д. Арутюнова, А.Р. Балаяна, Ю.В. Різдяного, А.К. Соловйової, С.А. Сухих). Флірт – типовий діалогічний тип дискурсу, який передбачає обмін мовними діями між комунікантами. А. В. Оляніч типологізує дискурси в залежності від потреби, яку має людина: потреба в примноженні матеріальних благ відображається в діловому дискурсі; потреба у владі – в політичному дискурсі; потреба у вірі – в релігійному і теологічному дискурсах.

Спираючись на діаграму ієрархії людських потреб за А. Маслоу, ми можемо виділити: фізіологічні потреби (голод, спрага, статевий потяг), потреба в безпеці, в приналежності до соціуму і турботі, в повазі і шануванні, пізнавальну, естетичну, а також потребу в самоактуалізації [56]. Уточнюючи підхід А.В. Оляніч, ми виділяємо ще один тип дискурсу в залежності від потреб людини – любовний. У «Фрагментах мови закоханого» Р. Барта [2] предметом дослідження виступає первинна мисленнево-мовленнєва діяльність, дискурсивне мислення.

Прагнення до любовних переживань, еротична (статева) любов – основа виникнення і функціонування любовного дискурсу. Первинним спонуканням у флірті є симпатія, бажання сподобатися особі протилежної статі, справити хороше враження, приємно провести час.

Як і будь-який комунікативний жанр, флірт повинен бути обумовлений певними інтенціями комунікантів. На думку В.В. Дементьєва, мета флірту часто зводиться до отримання задоволення від спілкування, яке приймає форму гри. Такий флірт є різновидом фатичного спілкування. Дослідник виділяє два різновиди флірту. Перший визначений різноманітними виразами симпатії комунікантів один до одного. Наприклад, це компліменти, подарунки. В даному випадку забарвлення спілкування позитивне. Другий

різновид фатичного флірту – це задоволення від іронії противника, демонстрації своєї переваги. Це своєрідний словесний поєдинок, обмін образливими висловлюваннями. [21]

Учасники флірту, на думку В.В. Дементьєва, мають намір або сигналізувати, що подобається один одному, або «самоствердитися». Перша мета реалізується засобами непрямих компліментів або непрямих пропозицій. Другу мету комуніканти також досягають побічно. Флірт, як непрямий жанр, дозволяє учаснику флірту уникнути можливості бути зрозумілим в ганебному намірі або неправильному розумінні.

Залежно від розподілу ролей у флірті на початковому етапі спілкування Дементьєв розрізняє ще два різновиди. Флірт може починатися після того, як учасники побачили і позитивно оцінили один одного. Таким чином, факт взаємної симпатії не вимагає з'ясування. Додаткові зусилля для цього не потрібні. Перші репліки мають непрямий характер, але і справжній зміст добре зрозумілий обом партнерам. У другому випадку флірт замінює початковий контакт.

В. В. Дементьєв вказує на існування невербального флірту, опосередкованість якого так само проявляється в неконвенціональності використовуваних засобів невербальної комунікації, які в принципі можуть бути зрозумілі двояко: і в «фліртовому» значенні, і зовсім нейтрально [21]. У вітчизняній лінгвістиці дослідження в області флірту нечисленні.

І. І. Морозова аналізує особливості мовної поведінки жінки вікторіанської епохи, розглядаючи, зокрема, ситуацію флірту. І.І. Морозова розглядає вербальні способи реалізації стратегій ввічливості в поведінці жінки [52, с. 12]. Серед досліджень в області романтичних взаємин між чоловіком і жінкою слід зазначити дослідження Д.Л. Колоян, спрямоване на вивчення залицяння як типу комунікативної поведінки, зокрема, його невербальних і вербальних аспектів. Д.Л. Колоян в поняття «залицяння» вкладає сенс про саме залицяння і про флірт, який несе «гедоністичну мету» [39, с. 14].

На думку Д.Л. Колоян, флірт, будучи складовою частиною залицяння і стратегією цього жанру, володіє такими рисами ігрової поведінки:

- наявністю правил;
- театралізованістю дії;
- несподіванкою;
- створенням напружених моментів;
- обманною поведінкою;
- двозначністю;
- змаганням;
- наявністю виграшу.

Вербальне спілкування відноситься до зони побічно-прямої комунікації (комплімент, жарт, іронія). Невербальна комунікація передбачає використання гендерних невербальних інтеракцій, правильна інтерпретація яких може передбачати успіх / провал комунікації. До умов успішної комунікації відноситься вміння правильно зчитувати невербальні і вербальні сигнали [39, с. 23].

Т. Г. Ренц звертається до проблеми невербальної семіотики романтичного спілкування. Дослідження Т.Г. Ренц показало, що взаємодія комунікантів в ситуації романтичного спілкування (зізнання в кахання, перше побачення, вінчання) включає емоційний обмін, а також обмін інформацією, в ході якого учасники декодують вербальні і невербальні послання. У зв'язку з цим вербальні та невербальні засоби дозволяють встановити більш тісний емоційний контакт між учасниками ситуації [66, с. 15].

У дослідженнях Т. Г. Ренц, присвячених комунікативній ситуації мовного спілкування виділяються наступні ступені в розвитку романтичних відносин:

- 1) ініціювання;
- 2) експериментування;
- 3) інтенсифікація;
- 4) інтеграція.

Ренц вказує на різні категоріальні емоційні ситуації, які переживають партнери в ситуаціях спілкування. Емоції партнерів виражаються через лексичні, граматичні та стилістичні засоби. Емоційні переживання передаються посередництвом екстралінгвістичних і паралінгвістичних компонентів – тактильних контактів, посмішок, жестів, міміки, сліз, інтонацій.

В області романтичного спілкування також визначається ряд тактичних прийомів. Так, Т. Г. Ренц вказує на наступні стратегії: ввічливість, вираз симпатії, узгодженість картини світу. Дослідження також вказують на наявність великої кількості вербальних і невербальних засобів, які використовуються для реалізації комунікативних стратегій і тактик.

Дослідник Ф. І. Карташкова відносить до тактик флірту (крім самопрезентації та компліменту) завойовницьку тактику, тактику запрошення на танець / зустріч. Для жінок притаманні тактики підбадьорювання чоловіка, залучення уваги до своєї зовнішності [31, 2012]. Дослідниця Є.І. Котелевська (2015) розмежовує поняття флірту і залицяння, розглядаючи жанр «спілкування з коханою людиною» як жанр або сценарій. Автор пов'язує з поняттям флірту зав'язування відносин, непряме спілкування, вербальне і невербальне спілкування, невиразність сексуальної складової, невиразність інтенцій на продовження відносин.

Флірт заснований на емоційній складовій спілкування. Це не любов як така, скоріше передумови для її виникнення. З іншого боку, флірт ні до чого не зобов'язує і розвиток подальших відносин або припинення спілкування залежать від мікроінтенцій, які ставлять перед собою учасники комунікативного акту. Часто флірт – це не просто компліменти, жарти, багатозначні погляди, це ще й мовна гра, яка часто розцінюється учасниками як можливість для реалізації творчого потенціалу та задоволення власних соціальних потреб.

### 3.2. Класифікація стратегій і тактик комунікативної ситуації флірт

Центральним поняттям теорії мовленнєвих актів є мовленнєвий акт, який розуміється як спосіб здійснення цілеспрямованої діяльності за допомогою мовних засобів в процесі мовлення.

Мовленнєвий акт розглядається в теорії мовленнєвих актів як трьох-рівневе утворення. Мовленнєвий акт відповідно до мовних засобів, що використовуються в ньому, виступає як локутивний акт.

Локутивний рівень, або локуція, характеризується локутивними значеннями, яке складається з промови певних звуків (фонетичний акт), значення мовних одиниць – слів і конструкцій (фатичний акт) – і значення, яке реалізується при актуалізації речення в комунікативній ситуації з конкретною референцією (ретичний акт). [30]

Мовленнєвий акт в його відношенні до мети, до ряду умов його здійснення виступає як іллокутивний акт, тобто висловлювання набуває в процесі мовлення різних функцій, які називаються іллокутивними силами.

Особа, здійснюючи мовний акт, має інтенцію, мету (*illocutionary point*) певним чином висловити свій ментальний стан мовними засобами. Можна визначити іллокутивну мету як конкретний тип мовного впливу, який мовець має намір здійснити: попередити, інформувати, повідомити і т.п. Ця мета реалізується у висловлюванні за допомогою іллокутивної сили. Іллокутивна сила визначається іллокутивною метою, а мовний акт розглядається з точки зору його цілеспрямованого характеру, і постає як іллокутивний акт.

Мовленнєвий акт – цілеспрямована комунікативна дія, що здійснюється згідно з правилами мовної поведінки. У прагматиці може розглядати будь-який мовленнєвий акт, наприклад порада, подяка, загроза, прохання, вибачення та ін. Мовленнєвий акт – двосторонній процес, що включає в себе говоріння і одночасно слухове сприйняття і розуміння почутого.

У мовленнєвих актах беруть участь мовець і слухач, що виступають як носії певних соціальних ролей, або функцій. Для ефективності мовленнєвого акту необхідна певна соціальна ситуація, а також успішність мовленнєвого акту залежить від особистісних факторів. Основні риси мовленнєвого акту:

- 1) намір (інтенційність);
- 2) цілеспрямованість;
- 3) конвенційність.

Іллокутивна сила – це поняття, яке являє собою комбінацію таких компонентів:

1. Мета або намір;
2. Спосіб досягнення мети;
3. Інтенсивність іллокутивної сили мовленнєвого акту;
4. Особливості пропозійного змісту;
5. Індивідуальні умови вживання конкретного мовленнєвого акту;
6. Умови щирості.

Усі перераховані вище компоненти іллокутивної сили мовленнєвого акту логічно впорядковані і знаходяться у взаємозв'язку.

Проблеми комунікації пов'язані з проблемами ефективного спілкування і мовленнєвого впливу. Дослідниками розуміється мовний вплив як словесний або невербальний вплив на адресата, в результаті чого відбувається зміна його свідомості, проте враховується і взаємспрямованість і повторюваність в комунікативному акті.

Мовленнєвий вплив пов'язаний з поняттям тактик і стратегій. Комунікативні стратегії порівнюються зі структурою мовної діяльності людини. В їх основі лежить планування, мотив, потреба і досягнення певної комунікативної мети. Нарівні з мовленнєвим впливом визначається поняття маніпулятивного мовленнєвого впливу, яке враховує маніпуляції за допомогою мови, паралінгвістичних і символічних засобів. Реалізація комунікативних тактик і прийомів відбувається в рамках мовленнєвого жанру.

Дослідницький інтерес представляє мовленнєвий жанр флірт, про який, з урахуванням вербальної і невербальної складової, слід говорити як про комунікативний. Відрізок тексту, що фіксує будь-якої комунікативний жанр, називається складним комунікативним цілим.

Флірт визначається як комунікативний жанр, який передбачає форму взаємодії людей, яка відноситься до непланованої / планованої комунікації непрямої комунікації, є фатичною формою спілкування і передбачає набір певних формул, має характер мовної гри і відрізняється театралізованістю, домінуванням несловесних форм над словесними, а також характеризується цілями, досягнення яких відбувається опосередковано. Вивчення ситуацій флірту передбачає взаємодію чоловіків і жінок, тому їх спілкування визначається гендерними відмінностями.

Гендер розглядається в ракурсі біологічного, соціологічного, психологічного, філософського підходів. Особливу роль в дослідженнях гендерної лінгвістики грає поняття гендерного стереотипу, пов'язаного з культурно і соціально зумовленими уявленнями про норми поведінки і відображенням цих норм в мові. Останнім часом у гендерній лінгвістиці відбувається зміна віх у сторону вивчення мовних одиниць, які використовуються чоловіками і жінками для самоідентифікації.

Гендерний аспект проявляється в невербальній поведінці людини, проте дослідники приходять до висновку, що відмінності в поведінці залежать не тільки від статевої приналежності, а й від віку, національної приналежності і інтенцій людини. Пропонується говорити про чоловічі і жіночі стилі комунікативної поведінки, а не про відмінності чоловічої і жіночої невербальної поведінки, хоча саме флірт є найбільш репрезентативною формою взаємодії людей, в якій беруть участь типово жіночі та чоловічі невербальні засоби. Успішне зчитування таких знаків забезпечує ефективність комунікації.

### 2.3.1. Стратегії завоювання уваги та самопрезентації

Стратегія самопрезентації покликана блокувати негативні висновки, пов'язані з оціночними судженнями за допомогою ходів пом'якшення, поступки і т.п. Це призводить до створення аргументативних послідовностей, що роблять оцінки справедливими і соціально прийнятними. Оптимальна самопрезентація характерна для флірту, так як комунікант прагне показати себе з найкращого боку, що реалізується за допомогою різних тактик і технік. Інші дослідники вважають, що самопрезентація передбачає не тільки управління враженням оточуючих, а й самовираження – представлення своїх думок, досвіду, ідей та ін.

Мотиваційний рівень самопрезентації відображає мотиви, на реалізацію яких спрямована самопрезентація. На утримання мотиваційного рівня самопрезентації впливають, з одного боку, особистісні особливості суб'єкта, – такі, як особливості мотиваційної сфери, рівень самомоніторингу, публічна самосвідомість і страх негативної оцінки. З іншого боку, самопрезентація регулюється такими структурними параметрами ситуації, як важливість ситуації для досягнення цілей суб'єкта, публічність, залежність, розбіжність між бажаним і існуючим іміджем і іншими факторами. Рівень мети характеризує той змістовний образ, який суб'єкт самопрезентації прагне донести. Самопрезентація як дія завжди усвідомлена суб'єктом і так є результатом його стратегічного вибору.

Інструментальний рівень (рівень засобів) характеризує конкретні прийоми, використовувані суб'єктом для формування враження про себе. Вибір засобів визначається суб'єктом виходячи з конкретних умов, тобто ситуацій взаємодії, в яких відбувається процес самопрезентації. Крім того, на використання конкретних технік можуть впливати і особистісні особливості суб'єкта самопрезентації.

Відповідно до виділених рівнів ми можемо виокремити три основні одиниці аналізу процесу самопрезентації: стратегія, тактика і техніка

самопрезентації. Стратегія самопрезентації знаходиться на мотиваційному рівні; на рівні мети знаходяться тактики самопрезентації, засновані на відображенні конкретних образів, які використовуються мовцем для формування певного враження. Тактики характеризують самопрезентацію як дію, яка полягає у формуванні позитивного сприйняття співбесідником для досягнення певної мети. Техніка самопрезентації характеризує самопрезентацію як сплановану та вмотивовану операцію.

Всі техніки самопрезентації в ситуації флірту можна умовно розділити на вербальні і невербальні. До невербальних технік відноситься зовнішній вигляд, імідж, манери, відповідність нормам етикету та моральним устоям, штучне створення атмосфери тощо. Вербальні техніки самопрезентації бувають непрямими і прямими. Прямі техніки самопрезентації – це самоопис через індивідуальні та соціо-рольові характеристики, вибудовування інтересу співрозмовника через історії про своє життя (наративи), що переважають у флірті. Очевидно, що тип самоподачі залежить від цілей і умов спілкування, соціальних установок людини. У центрі нашої уваги знаходиться маніпулятивна форма самопрезентації особистості, так як саме вона передбачає стратегічне планування комунікації.

Оточуючі роблять висновки про особистість з її поведінки і зовнішності, використовуючи свій минулий досвід, стереотипи, припущення.

Переходячи до аналізу матеріалу, необхідно зауважити, що при аналізі художніх текстів актів комунікації сприймаються нами як достовірна реальність, за автором закріплюється функція оглядача і фіксатора реальних подій. Вербальна поведінка комуніканта-чоловіка (КЧ) представлена вживанням мовних номінацій і емоційно-оцінних прикметників. Розглянемо особливості вживання прикметників:

КМ в умовах флірту вживають емоційно-оцінні прикметники *wonderful, extremely good, pleasant, remarkable*.

*«I live quite pleasantly there; at least— It appeared to me that I was losing a chance.*

*«At least?» repeated Estella.*

*«As pleasantly as I could anywhere, away from you.» (Dickens)*

*«Darling, you're wonderful and you're as beautiful as a Greekgod, but you're the biggest damned fool I've ever known in my life.» (Moem)*

*«That's just what I am. That's the face an actress wants. The face that can look anything, even beautiful, the face that can show every thought that passes through the mind. That's the face Duse's got. Last night even though you weren't really thinking about what you were doing every now and then the words you were saying wrote themselves on your face.» (Moem).*

Висловлюючи симпатію по відношенню до комуніканта-жінці (КЖ), КЧ повторно вживає прикметник *wonderful* та *beautiful*, що свідчить про гіперболізації почуттів адресанта і, відповідно, про гіперболізацію позитивних якостей адресата.

Чоловіки також вживають прикметники, що описують зовнішні дані жінки:

*«My dearest Amelia,» said he, «you are too good—too kind. You don't know the world. I do. And your little friend Miss Sharp must learn her station.»*

*«Well, Ma'am, fool or not—and I don't say, Martha, I'm so clever as you are, I never did. But I won't meet Rawdon Crawley, that's flat. I'll go over to Huddleston, that I will, and see his black grey hound, Mrs. Crawley; and I'll run Lancelot against him for fifty. By Jove, I will; or against any dog in England. But I won't meet that beast Rawdon Crawley.» (Thackeray)*

У першому прикладі КЧ використовує прикметник *kind*, роблячи комплімент.

В другому прикладі комунікант вдається до самопрезентації, ототожнюючи себе з співрозмовником.

Вербальна поведінка чоловіків в ситуаціях флірту характеризується вживанням прикметників, що відносяться до опису будь-якої частини тіла жінки, яка викликає захоплення чоловіка:

*«Oh, Rhett, whose bonnet is it? I'll buy it. I'll give you every cent I've got for it.»*

*«It's your bonnet,» he said. «Who else could wear that shade of green? Don't you think I carried the color of your eyes well in my mind?»*

*«Did you really have it trimmed just for me?»*

*«Yes, and there's «Rue de la Paix» on the box, if that means anything to you.»*

(Mitchell)

Розглянемо ще один приклад:

*Joan Denver took the cheap little hat off her head and with a quick gestures hook out her close – cropped curls. «What pretty hair you have.» (Моем)*

Наступною типовою особливістю вербальної сторони поведінки в ситуації флірту є вживання непрямих номінацій. Розглянемо приклади:

*Julia looked at the pretty, clever face, with the powdered hair, and wondered whether the stones that framed the little picture were diamonds or only paste. «Oh, Charles, how can you! You are sweet.» «I thought you might like it. It's by way of being a parting present.» «Are you going away?» (Моем)*

*«Thankee, Sir,» returned Joe, evidently dispirited by the proposal, «since you are so kind as make chice of coffee, I will not run contrairy to your own opinions. But don't you never find it a little 'eating?»*

*«Say tea then,» said Herbert, pouring it out. (Dickens)*

Мова представлена кількома реченнями, в основі яких знаходяться мовні одиниці, що характеризують або описують адресата непрямим способом. Характерно вживання іменників, що описують квіти, цвітіння: *cloverblossom, cherrybloom, honeysuckle*.

В деяких ситуаціях описано, яким чином КМ використовує непрямі номінації для позначення характеру та настрою жінки:

*«Come, come; this is all an effusion of immediate want of spirits, Edward. You are in a melancholy humour, and fancy that anyone unlike yourself must be happy. But remember that the pain of parting from friends will be felt by everybody at times, whatever be their education or state. Know your own happiness. You want nothing*

*but patience — or give it a more fascinating name, call it hope. Your mother will secure to you, in time, that independence you are so anxious for; it is her duty, and it will, it must ere long become her happiness to prevent your whole youth from being wasted in discontent. How much may not a few months do?»* (Austen)

Вживання непрямих номінацій також може відноситися до прояву турботи або опіки:

*«I'm always your little girl,» Scarlett would say and bury her head upon Ellen's breast, her guilt rising up to accuse her. She did not tell her mother that it was the dancing and the beaux which drew her back to Atlanta and not the service of the Confederacy. There were many things she kept from her mother these days. But, most of all, she kept secret the fact that Rhett Butler called frequently at Aunt Pittypat's house.* (Mitchell)

Так, у ситуаціях флірту, непрямі номінації будь-яких об'єктів реальності обумовлено непрямою природою флірту. Розглянемо ситуацію перенесення найменування об'єкта:

*Begin «My dear sir,» or «Dear sir,» that will be better, and say you are desired by Miss Crawley—no, by Miss Crawley's medical man, by Mr. Creamer, to state that my health is such that all strong emotions would be dangerous in my present delicate condition—and that I must decline any family discussions or interviews whatever.* (Thackeray)

Непрямий характер номінації дозволяє комунікантам підтримувати ігровий тон спілкування і висловлює інтенції. Отже, проаналізувавши вербальну поведінку в ситуації флірту, ми можемо зробити висновок, що на лексичному рівні мова комунікантів в основному представлена емоційно-оцінної лексикою. Іменники, що мають негативне забарвлення, використовуються для інтенсифікації висловлювання, вони є вираженням наміру настояти на своїй позиції, при цьому надаючи ситуації менш офіційний характер. Вживання прикметників виявляє емоційність комунікантів, їх інтенцію до гіперболізації якостей жінки з метою відразу викрити свої справжні наміри. Прикметники, представлені в комунікативній ситуації

флірту, часто вживаються в найвищому ступені. У ситуаціях флірту вербальна поведінка характеризується вживанням непрямих номінацій, що відносяться до різних аспектів характеристики адресата.

### 2.3.2. Стратегії емоційного тьюнінгу та інтимізації.

Комунікативна тактика (далі КТ) інтимізації – це конкретний мовленнєвий крок, що відповідає певному етапу реалізації КС інтимізації і спрямований на розв'язання конкретного комунікативного завдання.

Стратегії емоційного тьюнінгу та інтимізації представлені вживанням емоційно-оцінної лексики, яка виражає палітру емоцій захоплення:

*«The beautiful young lady at Miss Havisham's, and she's more beautiful than anybody ever was, and I admire her dreadfully.»* (Dickens)

У даній ситуації комунікант вживає прикметники *beautiful* і *young*, висловлюючи позитивне ставлення до ситуації.

Розглянемо ще один приклад:

*It is wonderfully like you.* (Eliot)

*Wonderfully* має відношення до емоційно-оцінної лексики. Вживання в мові комуніканта свідчить про висловлення захоплення.

Деякі ситуації, що описують флірт, фіксують випадки мовної автономізації, яка пов'язана з самопрезентацією. У такій ситуації мова Я характеризується використанням ад'єктивних словосполучень, що складаються з прикметників зі зменшувальним значенням. Це свідчить про намір підіграти чоловікові, спираючись на очікуваний для ХІХ століття гендерний стереотип про жіночу слабкість і беззахисність. На вербальному рівні лексичні особливості поведінки жінок виявляються також у вживанні атрибутивних словосполучень, в яких обидва компонента оціночні, в результаті чого має місце аддитивна оцінка, наприклад: *mighty jealous, my poor little heart*. Для жінок в ситуації флірту типове вживання словосполучень, модифікованих прикметниками *poor, harmless (poorharmlessgirl)*.

У більшості випадків жінки схильні до називання повного імені чоловіків. Дані приклади супроводжуються особовим займенником *you*, яке має значення персоніфікації.

Необхідно зауважити, що вербальна поведінка комунікантів в ситуаціях флірту є лише складовою жанру, а повноту картини представляє невербальна поведінка, опис якого в тексті дозволяє правильно інтерпретувати ситуацію.

Невербальна поведінка комунікантів в тексті англомовної художньої літератури представлена у великому обсязі, і багато уривків тексту фіксують флірт, що відбувається виключно несловесним чином. Як показав аналіз матеріалу, вербальна поведінка комунікантів в ситуаціях флірту менш репрезентативна в порівнянні з невербальних.

### **3.3.3. Стратегії дистанціювання та ухилення**

Більша чи менша дистанція між комунікантами обов'язково наявна в комунікативному акті флірту. Зміна структурування простору тієї чи іншої країни багато в чому визначалося розвитком культури. Особистий простір, незалежність, свобода дій – це те, що є визначальним в англомовній культурі і, відповідно, на її менталітет. Ізольоване, острівне географічне положення британців пояснює звичку відокремленого проживання, а історичний розвиток поняття «особистий простір» як у фізичному так і психологічному вимірі перетворилося в базову культурну цінність британців. Комунікативна стратегія дистанціювання спрямована на співрозмовника і демонструє йому відсутність прагнення порушити існуючі між комунікантами кордони, наявність дистанції між комунікантами.

Комунікативна стратегія дистанціювання виступає в функції гаранта того, що спілкування призведе до успішності в мовному спілкуванні. Значення дистанційованості часто супроводжується негативною оцінкою з конотацією пейоративності, тому що комунікант ставить перед собою завдання не тільки показати ставлення до предмету повідомлення, але і вплинути на думку адресата, підлаштовуючи для цього відповідні лексику і граматичні засоби.

Комунікативна тактика трактується як сукупність мовних засобів здійснення комунікації. Комунікативні тактики виконують ту чи іншу функцію, що служить реалізації стратегічної комунікативної стратегії. Мовні засоби, за допомогою яких реалізується та чи інша тактика, спрямовані на досягнення її основної мети (наприклад, дистанціювання).

Тактика ухилення від відповідальності за об'єктивність суджень та стратегічної оцінки ситуації передбачає використання певного набору структур, які пом'якшують різкість висловлювання і роблять його менш прямолінійним. Реалізація даної тактики представлена в наступних прикладах:

*«When I ask what I am to call myself to-day, Herbert,» I went on, «I suggest what I have in my thoughts. You say I am lucky. I know I have done nothing to raise myself in life, and that Fortune alone has raised me; that is being very lucky. And yet, when I think of Estella» . (Dickens)*

*«Ah!» she thought. «How sweet! How worried poor Captain Butler has been! And he did not take a single drink all this time! How nice of him. So many gentlemen are so intoxicated by the time their babies are born. I fear he needs a drink badly. Dare I suggest it? No, that would be very forward of me.» (Mitchell)*

*«Scarlett, I'm sorry. All I can say is that I wish you'd let me hire free darkies instead of using convicts. I believe I could do better.» (Mitchell)*

*«Large tract of marshes about here, I believe?» said Drummle.*

*«Yes. What of that?» said I. (Dickens)*

*It gave Julia a good deal of satisfaction to discover that Michael's father was a colonel, it impressed her to hear him speak of an ancestor who had gambled away his fortune at White's during the Regency, and she liked the signet ring Michael wore with the boar's head on it and the motto: Nemo me impune lacessit. «I believe you're prouder of your family than of looking like a Greekgod,» she told him fondly. (Moem)*

За допомогою тактики використання питань з метою пом'якшення ситуації для співрозмовника створюється видимість потенційного вибору, що полегшує можливість відмови і викриває його справжню інтенцію. У даних

прикладом комунікантам вдається істотно пом'якшення різкості, вони уникають незручності при занадто прямому вираженні думки, побажання або поради.

Отже, на основі комунікативно-прагматичного підходу комунікація розуміється як взаємодія індивідів. Такий підхід заснований на розумінні мови як діяльності, яка передбачає цілеспрямований процес. В рамках цього процесу відбувається вплив індивідів один на одного, тому в спілкуванні беруть участь не тільки словесні, але і несловесні форми взаємодії людей. Фрагменти реальності, в яких беруть участь адресат і адресант, називаються комунікативними актами. Невербальний спосіб передачі повідомлень є домінуючим над словесним. Вивчення поведінки людини можливо тільки з урахуванням взаємодії вербальної і невербальної сторін спілкування.

Особливу важливість для лінгвістів представляє художній текст, в якому закріплена інформація про невербальні сигнали. Окремо розглядається такий компонент, як навколишнє середовище. Проблеми комунікації пов'язані з проблемами ефективного спілкування і мовного впливу.

Дослідницький інтерес представляє мовленнєвий жанр флірт, про який, з урахуванням вербальної і невербальної складової, слід говорити як про комунікативний. Відрізок тексту, що фіксує будь-який комунікативний жанр, називається складним комунікативним цілим.

Вивчення ситуацій флірту передбачає розуміння взаємодії чоловіків і жінок, тому їх спілкування визначається гендерними відмінностями. Гендер розглядається в ракурсі біологічного, соціологічного, психологічного філософського підходів. Порівняно недавно почала розвиватися гендерна лінгвістика. Особливу роль в дослідженнях грає поняття гендерного стереотипу, пов'язаного з культурно і соціально зумовленими уявленнями про норми поведінки і відображенням цих норм в мові.

Вербальна поведінка комуніканта-чоловіка характеризується вживанням мовних номінацій, а також вживанням емоційно-оцінних прикметників які мають позитивну конотацію, що відбиває інтенцію до гіперболізації

позитивних якостей адресата. Комунікативні типи пропозиції комуніканта-чоловіка відображають його інтенцію (загальні питання: початок бесіди; спеціальні питання – отримання інформації; екскламативи – вираз захоплення).

Мова комунікантів-жінок характеризується вживанням словосполучень, семантичним ядром яких є прикметники, які відображають інтенцію комуніканта-жінки акцентувати свою слабкість і беззахисність, модифіковані оціночними говірками, що призводить до адитивної оцінки. Такий комунікативний тип речень як спеціальні питання експлікується інтенцію комуніканта-жінки; екскламативи відображають емоції радості, захоплення, що також пояснює велику кількість порівняльних конструкцій у мовленні жінок.

Найбільш поширеними маніпулятивними діями, що відображають мовні тактики чоловіків є: комплімент, коміссиви (вираження турботи). У вербальній частині самопрезентації комуніканта-чоловіка спостерігається гіперболізація власних достоїнств. У невербальній – маніпулятивні дії: торкання, зоровий контакт, залучення артефактів (квіти, подарунки).

До типових маніпулятивних мовних тактик жінок відносяться: гіперболізація почуттів по відношенню до чоловіків, використання літоти при описі особистих позитивних якостей та чеснот, а також тактика підбадьорювання і похвали комуніканта-чоловіка. Найбільш типовими невербальними діями маніпулятивного характеру комуніканта-жінки є посмішка, сміх, зміни проксеміки з метою акцентування зовнішніх даних і їх впливу на чоловіків, гра поглядом.

Динаміка успішного флірту відображає прояви відповідного емоційного стану комунікантів. На початковому етапі емоції виражаються головним чином у невербальній поведінці комунікантів і в обміні етикетними фразами. Типовим є опис відповідної емоційної реакції (ЕР) адресата-жінки, яка проявляється в зміні роботи вегетативної системи. Наступний етап флірту – зближення комунікантів – характеризується описом ЕР симпатії / інтересу.

Успішному розвитку флірту сприяє правильне декодування сигналів непрямой комунікації. Третій етап флірту представлений описом скорочення дистанції, зближення особистих зонкомунікантів.

У ситуаціях неуспішного флірту початковий етап характеризується стандартними мовними формулюваннями, ритуальною невербальною поведінкою. На наступному етапі ініціатор флірту експлікує свою інтенцію, в той час як адресату властиві маскуванню справжнього стану, що супроводжує такий комунікативний хід як відмова від продовження відносин. Має місце наростання емоційної напруженості у відносинах комунікантів. На завершальному етапі має місце обрив флірту.

## ВИСНОВКИ

Отже, на матеріалі даного дослідження ми можемо зробити наступні висновки:

1. У теоретичній частині роботи були досліджені гендерні особливості мовної комунікації. Встановлено, що особливості комунікації чоловіка й жінки між собою й з іншими має глибоке соціо-фізіологічне підґрунтя, що пов'язане з еволюцією людини. Відзначені відмінності і в контексті граматичних феноменів. Мовлення жінки переважно формується у пасивному стані, а мовленнєва діяльність чоловіка – в активному. Це можна пояснити бажанням чоловіків домінувати у житті, що знаходить своє вираження й у мові. Так, жінки переважно користуються модифікаторами невпевненості, сумніву, формуючи у чоловіків стійке уявлення про «слабкість» жінок, що не завжди відповідає життєвим реаліям. Так утворюється своєрідна гра, де чоловіки намагаються спілкуватися такою мовою, яку вони вважають типовою для чоловіків, тобто домінуючою, а жінки намагаються говорити в манері, яка сприймається чоловіками як типова для жінок. Такий розподіл сил сформувало соціокультурне середовище, і з метою досягти комунікативної мети в мовленнєвій ситуації флірт обидві статі уникають тієї мовної поведінки, яка не вважається типовою для їхньої статі.

2. Під час проведення дослідження було визначено роль стереотипізації гендерних особливостей у комунікації флірту. Флірт визначається як комунікативний жанр, який передбачає форму взаємодії людей, яка відноситься до непланованої / планованої комунікації непрямой комунікації, є фатичною формою спілкування і передбачає набір певних формул, має характер мовної гри і відрізняється театралізованістю, домінуванням несловесних форм над словесними, а також характеризується цілями, досягнення яких відбувається опосередковано.

3. Останнім часом в гендерній лінгвістиці відбувається зміна віх в сторону вивчення мовних одиниць, які використовуються чоловіками і жінками для самоідентифікації. Гендерний аспект проявляється в невербальній поведінці людини, проте варто зауважити, що відмінності в поведінці залежать не тільки від статевої приналежності, а й від віку, національної приналежності і інтенції людини. Досліджено чоловічі і жіночі стилі комунікативної поведінки, а не відмінності чоловічої і жіночої невербальної поведінки, хоча саме флірт є найбільш репрезентативною формою взаємодії людей, в якій беруть участь типово жіночі та чоловічі невербальні засоби. Успішне зчитування таких знаків забезпечує ефективність комунікації.

4. Вивчення теоретичних засад явища комунікації показало, що за допомогою комунікації стає можливим підтримування і розвиток міжлюдських відносин. Комунікації притаманні інституційність, регулятивність та регламентованість. При обранні певних стратегій спілкування важливим фактором є як індивідуальні та психологічні ознаки мовця, так і відповідні характеристики співрозмовника, а також порівняльний аналіз цих факторів. Лише таким чином мовець може досягти своєї комунікативної мети.

5. Було вивчено та систематизовано комунікативні ситуації. Комунікативна ситуація була розглянута як багаторівневий складний компонент дискурсу, що включає в себе формально-семіотичний, когнітивно-інтерпретаційний, соціально-інтерактивний рівні й поділяється на одиниці комунікації – комунікативні акти.

6. Під час дослідження було визначено роль гендерного фактору у комунікативних ситуаціях. У мовленні чоловіків виявлено більшу кількість іменників і дієслів, тоді як у жіночому мовленні превалюють прикметники і прислівники. Щодо лексичного складу і асоціативних рядів, то можна зробити висновок, що, оскільки жінки більше зосереджені на своєму внутрішньому світі, глибинному самоаналізі, то їх словниковий запас містить більше слів для

опису переживань, емоцій; часто - використання дієслів, що описують емоційно-психологічний стан людини.

7. Флірт також був досліджений як традиції словесної гендерної гри. Флірт в повній мірі можна назвати гендерним дискурсом, так як кожен учасник цієї мовної гри має індивідуальний комплекс мовних стратегій і тактик. Гендерний фактор впливає на різні категоріальні емоційні ситуації, які переживають партнери в ситуаціях спілкування. Емоції партнерів виражаються через лексичні, граматичні та стилістичні засоби. Емоційні переживання передаються посередництвом екстралінгвістичних і паралінгвістичних компонентів – тактильних контактів, посмішок, жестів, міміки, сліз, інтонацій. Саме вони посилюють вплив на співрозмовника та залишають емоційно-насичене враження від комунікації.

8. Аналіз класифікації стратегій і тактик комунікативної ситуації флірту показав, що комунікативні стратегії порівнюються зі структурою мовної діяльності людини. В їх основі лежить планування, мотив, потреба і досягнення певної комунікативної мети. Нарівні з мовленнєвим впливом було визначено поняття маніпулятивного мовленнєвого впливу, а саме маніпуляції за допомогою мови, паралінгвістичних і символічних засобів. Реалізація комунікативних тактик і прийомів відбувається в рамках мовленнєвого жанру.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апинян Т. А. Игра в пространстве серьезного. Игра, миф, ритуал, сон, искусство и другие / Т. А. Апинян. – СПб., 2003. – 400 с.
2. Барт Р. Фрагменты речи влюбленного [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nlo/2011/112/ba2.html>. – Заглавие с экрана.
3. Бацевич Ф. С. Філософія мови: Історія лінгвофілософських учень / Ф. С. Бацевич. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 240 с.
4. Беликов В. И. Коммуникативная ситуация // В. И. Беликов, Л. П. Крысин // Социолінгвістика : учебник для вузов. – М. : Рос. гос. гум. ун-т, 2001. – 439 с.
5. Бендас Т. В. Гендерная психология / Т. В. Бендас. – СПб.: Питер, 2005. – 431 с.
6. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих отношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы / Э. Берн. – СПб., 1992. – 483 с.
7. Белова А., Дьяконова І. Жанрові і комунікативні параметри флірту // Мова і концептуальні картини світу. – 2003. – № 9. – С. 14-17.
8. Болтенко Э. Н. Стереотип как основание гендерных исследований в лингвистике [Электронный ресурс] / Э. Н. Болтенко. – Режим доступа: [bspu.ab.ru](http://bspu.ab.ru)
9. Борисенко Н. Д. Конфлікт та кооперація в міжгендерному спілкуванні персонажів британської драми / Н. Д. Борисенко // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. праць. – К.: Логос. – 2006. – Вип. 9. – С. 35-40.
10. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: проблема интегративности: дисс. на соискание ученой степ. доктора филол. наук: 10.02.01 «Русский язык» / И. Н. Борисова. – Екатеринбург, 2001. – 430 с.

11. Брандт Г. А. Природа женщины как проблема: концепция феминизма/ Г. А. Брандт // *Общественные науки и современность*. – 1998. – № 2. – С. 167-189.
12. Бутенко Н. Ю. Комунікативні процеси у навчанні: [підручник] / Наталія Юрїївна Бутенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 383 с.
13. Василик М. А. Основы теории коммуникации: [учебник] / М.А. Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов и др. / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
14. Васильева Є. Значення гендерних маркерів при перекладі офіційно-ділових промов / Є. Васильева // *Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. – 2010. – №3. – С. 154-159.
15. Волкова А. А. Психология и педагогика / А. А. Волкова, Л. В. Димитрова. – [2-е изд. ]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 249 с.
16. Генчевська О. М. Гендерні аспекти спілкування [Електронний ресурс] / О. М. Генчевська. Режим доступу: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8487/1/NRMSE2017\\_V3\\_P715-716.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8487/1/NRMSE2017_V3_P715-716.pdf)
17. Гингер Серж. Женский мозг – мужской мозг / Серж Гингер // *Выступление на XI конгрессе Европейской ассоциации психотерапии «Психотерапия – идентичность и противоречия»* [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://woman.health-ua.com/article/12.html>
18. Гончарук Н. М. Методологічна схема психологічного аналізу комунікативної ситуації / Н. М. Гончарук // *Проблеми сучасної психології*. – 2014. – № 24. – С. 131-146.
19. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании [Електронний ресурс] / Е. Горошко. – Режим доступа: <http://owl.ru>
20. Дегтярьова К. В. Основы теории мовної комунікації: Навчально-методичний посібник для студентів факультету філології та журналістики напряму підготовки 6.020303 «Філологія. Українська мова і література». – Полтава, 2012. – 70 с.

21. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – М. : Знак, 2010. – 600 с.
22. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / В.В. Дементьев: монография. – М.: Знак, 2010. – 600 с.
23. Дементьев В. В., Седов К. Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Текст / В. В. Дементьев, К. Ф. Седов: Уч. пособие. Саратов: Изд-во «Саратовский педагогический институт», 1998. – С. 107.
24. Дорошенко С. М. Гендерні особливості спілкування [Електронний ресурс] / С. М. Дорошенко. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/4\\_SND\\_2012/Philologia/8\\_100640.doc.htm](http://www.rusnauka.com/4_SND_2012/Philologia/8_100640.doc.htm)
25. Ерофеева Т. И. Языковая единица в гендерном рассмотрении / Т. И. Ерофеева // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2008. – № 9(110). – С. 35-40.
26. Есперсен О. Философия грамматики [Текст] / О. Есперсен, пер. с англ. В. В. Пассека и С. П. Сафроновой. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1958 – С. 400.
27. Загірняк М. В. Економіка підприємства: магістерський курс: підручник. Ч. 2 / М. В. Загірняк, П. Г. Перерва, О. І. Маслак, І. М. Труніна, Л. Д. Воробйова, Л. А. Квятковська, Д. Л. Пирогов, О. П. Косенко, М. В. Маслак, Д. Б. Лозовик, І. В. Коробкова. – Кременчук, 2015. – 756 с.
28. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
29. Казарцева О. М. Культура речевого общения: теория и практика обучения: [учебн. пособ.] / Ольга Митрофановна Казарцева. – [2-е изд.]. – М.: Изд-во «Флинта», Изд-во «Наука», 1999. – 496 с.
30. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Перемена, 2002. – 477 с.
31. Карташкова Ф. И. Гендерная специфика коммуникативного жанра «флирт» (на материале англоязычных художественных произведений) / Ф.И.

Карташкова. – Иваново: Изд-во «Ивановский государственный университет», 2012. – 134 с.

32. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации: краткий курс / В. Б. Кашкин. – 3-е изд. – М.: Слово / SLOVO, 2000. – 262 с.

33. Кирилина А. В. Развитие гендерных исследований в лингвистике [Текст] / А. В. Кирилина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 51-58.

34. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты: монография / А. В. Кирилина. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 155 с.

35. Кирилина А. В. О применении понятия гендер в русскоязычном лингвистическом описании / А. В. Кирилина // Филологические науки, – 2000. – №3. – С. 18-27.

36. Клещова О. Є. Мовлення чоловіків і жінок у соціолінгвістичному аспекті [Текст] / О. Є. Клещова // Лінгвістика: зб. наук. Праць ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – № 3 (24). – Ч.2. – Луганськ, 2011. – С. 232.

37. Князева А. А. Специфика коммуникативного поведения человека в ситуациях флирта: гендерный аспект: на материале англоязычной художественной литературы [Электронный ресурс] / А. А. Князева. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/spetsifika-kommunikativnogo-povedeniya-cheloveka-v-situatsiyakh-flirta-gendernyi-aspekt-na-m>

38. Колоян Д. Л. Ухаживание как тип коммуникативного события : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 / Колоян Дина Леонидовна. – Волгоград, 2007. – 247 с.

39. Колоян Д. Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Д.Л. Колоян. – Волгоград, 2006. – 206 с.

40. Конецкая В. П. Социология коммуникации: Учеб./ В. П. Конецкая. – М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с.

41. Корнева Л. Гендерный аспект комунікації / Л. Корнева. Філологічні науки, 2013. – № 13. – С. 106-113.

42. Кравець Р. А. Типи комунікативних ситуацій у контексті полікультурної освіти майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови / Р. А. Кравець. – Режим доступу:[http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znppn\\_2016\\_71%282%29\\_\\_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znppn_2016_71%282%29__22.pdf)

43. Кули Чарльз. Общественная организация. Изучение углубленного разума / Ч. Кули // Тексты по истории социологии XIX-XX веков: [хрестоматия / сост. В. И. Добренков, Л. П. Беленкова]. – М.: Наука, 1994.

44. Левицкий А. Э. Концептуальные особенности персонажной речи в конфликтогенном межгендерном дискурсе (на материале современной американской художественной прозы) / А. Э. Левицкий // Языки и транснациональные проблемы: Мат-лы I междунар. науч. конф. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина. 2004. – Т.2. – С. 73-80.

45. Леонтьев А. Деятельность. Осознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.

46. Ломов Б. Ф. Общение как проблема общей психологии / Б. Ф. Ломов // Методологические проблемы социальной психологии. – М.: Наука, 1975. – 249 с.

47. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.

48. Маслова А. Ю. Введение в прагмалингвистику: учеб. пособие / А. Ю. Маслова. – М.: Флинта, Наука, 2007. – 152 с.

49. Маслова Ю. П. Мовна репрезентація гендеру / Ю. П. Маслова // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острого: Вид-во НаУ «Острозька академія», 2009. – Вип. 12. – С. 224-233.

50. Маслова Ю. П. Чоловічі та жіночі особливості мовленнєвої діяльності у сучасному дискурсі (на прикладі друкованих ЗМІ) [Текст] / Ю. П. Маслова // [Українське мовознавство: Міжвідомчий науковий збірник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка]. – К., 2010. – С. 176-179

51. Матушевська Н. В. Комунікативна ситуація спокуси: механізм когнітивно-прагматичної взаємодії в англомовній кінодискурсі / Н. В. Матушевська // Науковий вісник Херсонського державного університету, 2020. – №1. – С. 171-176.

52. Морозова И. И. Коммуникативныестратегииивежливости в стереотипномречевомповедениивикторианскойженщины: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / И.И. Морозова. – Харьков, 2004. – 260 с.

53. Мошковська О. О. Деякі аспекти психологічних основ жіночого флірту / О. О. Мошковська // «Наука і освіта», 2015. – №3. – С. 67-73.

54. Олянич А. В. Презентационнаятеориядискурса [Текст] / А. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.; С. 50-51.

55. Осіпова Т. Ф. Гендерний аспект комунікативної поведінки людини: параметри вербальної і невербальної комунікації / Т. Ф. Осіпова // Філологічні студії. – Вип. 7. – 2012. – С. 109-120.

56. Пирамидапотребностей по Маслоу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E8%F0%E0%EC%E8%E4%E0\\_%EF%E2%F0%E5%E1%ED%E2%F1%F2%E5%E9\\_%EF%EE\\_%CC%E0%F1%EB%EE%F3](http://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E8%F0%E0%EC%E8%E4%E0_%EF%E2%F0%E5%E1%ED%E2%F1%F2%E5%E9_%EF%EE_%CC%E0%F1%EB%EE%F3). – Заглавие с экрана.

57. Пілішек С. Співвідношення понять «спілкування» і «комунікація» у контексті психології навчальної діяльності / С. Пілішек // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Психологічні науки. – 2016. – № 2. – С. 204-217.

58. Пономарев Н. Ф. Информационнаяполитикаорганавласти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда / Н. Ф. Пономарев. – Пермь: Изд-во Пермскогогос. техн. ун-та, 2007. – 185 с.

59. Попова И. В. Технологияобучениядиалогу-обсуждению в неязыковом вузе (на материалеанглийско-го языка): дисс. на соисканиеученой степ. канд. пед.наук: спец. 13.00.02 «Теория и методика обученияивоспитания (по областям и уровнямобразования)» /И.В. Попова. – СПб., 2001. – 195 с.

60. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Ваклер, 2001. – 656 с.
61. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
62. Приходько Г. І. Особливості стратегій мовленнєвої комунікації чоловіків і жінок / Г. І. Приходько // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство, 2014. – № 2. – С. 109-111.
63. Пугач С. Тракткування поняття «комунікації» у науковій літературі [Електронний ресурс] / С. Пугач. – Режим доступу: <https://konfgeolutsk.wordpress.com/2017/04/05/тракткування-поняття-комунікації-у/>
64. Пустовіт Л. О. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень [Текст] / за ред. Л. О. Пустовіт; Л. О. Пустовіт, О. І Скопненко, Г. М. Сюта, Т. В Цимбалюк. – К.: Довіра, 2000. – 1018 с.
65. Пушкарева Н. Л. Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы в системе исторических наук / Н. Л. Пушкарева // Женщина. Гендер. Культура. – М., 1999. – С. 15-34.
66. Ренц Т. Г. Романтическое общение в коммуникативно-семиотическом аспекте: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / Т. Г. Ренц. – Волгоград, 2011. – 412 с.
67. Рубан О. В. Гендерні стереотипи у сфері зайнятості / О. В. Рубан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/26278/1/Ruban.pdf>
68. Садохин А. П. Компетентность или компетенция в межкультурной коммуникации / А. П. Садохин // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 3. – С. 39-56.
69. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику: Курс лекций / Л. В. Сахарный. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – 184 с.

70. Седов К. Ф. О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности / К. Ф. Седов // Жанры речи. – Саратов, 1999. – С.13-26.
71. Селиванова Е. А. Основы теории речевой коммуникации: Учебник / Е. А. Селиванова. – Черкассы: Издательство Чабаненко Ю. А. – 2011. – 350 с.
72. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
73. Семенюк І. С. Типологія комунікативних ситуацій / І. С. Семенюк // Наук. записки Житом. держ. університету імені Івана Франка: зб. наук. праць. Серія: філологія. – 2008. – (10). – С. 190-194.
74. Сидорская И. «Женская» и «мужская» стратегии анализа проблем коммуникации / И. Сидорская // Материалы II Международной междисциплинарной научно-практической конференции «Женщина. Образование. Демократия» 1999 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://envila.iatp.by>
75. Силантьев И. В. Текст в системе дискурсивных взаимодействий / И. В. Силантьев // Критика и семиотика. – 2004. – Вып. 7. – С. 98-123.
76. Ставицька Л. О. Мова і стать [Електронний ресурс] / Л. О. Ставицька. – Режим доступу: [http://krytyka.kiev.ua/articles/s9\\_6\\_2003.html](http://krytyka.kiev.ua/articles/s9_6_2003.html)
77. Ставицька Л. О. Актуальні проблеми сучасної української гендерної лінгвістики [Електронний ресурс] // Доповідь на Київському міському семінарі з гендерної лінгвістики. – Режим доступу: <http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar>
78. Стернин И. А. Проблема описания гендерного коммуникативного поведения / И. А. Стернин // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация / Материалы III Международной конференции 27–28 ноября 2003 г. – М.: МГЛУ, 2003. – С. 106-107.
79. Сукаленко Т. М. Гендерні аспекти комунікації [Електронний ресурс] / Т. М. Сукаленко, О. О. Новохатько. – Режим доступу: <https://eprints.kname.edu.ua/43385/1/284-291.pdf>

80. Тарнавська О. М. Стратегічна поведінка чоловіків і жінок у комунікативній ситуації флірту / О. М. Тарнавська // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Соціолінгвістика. Гендерна лінгвістика, 2009. – №6. – С. 345-348.

81. Токарчук О. Гендерні особливості в процесі мовної комунікації [Електронний ресурс] / О. Токарчук. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2522>

82. Тюрина С. Ю. О понятияхрекламный дискурс и рекламный текст / С. Ю. Тюрина // Вестник ИГЭУ. – 2009. – т. 1. – 3 с.

83. Українська система найменувань адресата мовлення: [колективна монографія] / М. С. Скаб, М. В. Скаб, Н. Д. Бабич та ін. – Чернівці: Рута, 2008. – 304 с.

84. Флирт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D4%EB%E8%F0%F2>. – Заглавие с экрана.

85. Формановская Н. И. Речевоеобщение: коммуникативно-прагматическийподход / Н. И. Формановская. – М. : Русскийязык, 2002. – 465 с.

86. Череп О. Г. Теоретичні засади сутності поняття «комунікації підприємства машинобудування» / О. Г. Череп // Вісник Запорізького національного університету, 2015. – №1(25). – С. 3541.

87. Черкасс И. А. Типологияречевыхжанров: флирткакнепрямойречевой жанр [Электронный ресурс] / И. А. Черкасс. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-rechevyh-zhanrov-flirt-kak-nepryamoju-rechevoju-zhanr>

88. Четина Е. М. Гендерный дискурс в русскойженскойлитературе 19 века [Электронный ресурс] / Е. М. Четина. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gendernyy-diskurs-v-russkoj-zhenskoj-literaturexix-veka>. 12.Шмелева Т. В. Модель речевогожанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов, 1997.

89. Шерстяных И. В. Теория речевых жанров: лекционно-практический курс для магистрантов / И.В. Шерстяных. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, Наука, 2014. – 546 с.

90. Effects of Gender Stereotypes [Electronic resource]. – Access available at: [http://www.ehow.com/info\\_8684940\\_effects-gender-stereotypes.html](http://www.ehow.com/info_8684940_effects-gender-stereotypes.html)

91. Kramerae Ch. Women and Men Speaking: Frameworks for Analysis / Ch. Kramerae – Rowley, Ma.: Newbury House, 1981. – 194 p.

92. Rivlina A. A. Theoretical grammar of English language / A.A. Rivlina [Electronic resource]. – Access available at: <http://www.bgpu.ru/site/content/kafs/engphil/rivlina/grammar/lectures/lectures%20UNIT%206.htm>

93. Romaine S. Language and gender / S. Romaine [Electronic resource]. – Access available at: <http://www.eolss.net/Sample-Chapters/C04/E6-20B-09-01.pdf>

94. West C. Doing gender [Электронный ресурс] / Candace West, Don H. Zimmerman // Gender and Society. – Vol. 1, No. 2. (Jun., 1987). – P. 125-151. Режим доступа: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/189945?uid=3739232&uid=2&uid=4&sid=21103900967207>

## **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

95. Dickens C. "Great Expectations" URL: <https://www.gutenberg.org/files/1400/1400-h/1400-h.htm>

96. James H. "The portrait of a Lady" URL: <https://www.gutenberg.org/files/2833/2833-h/2833-h.htm>

97. Thackeray W. "Vanity Fair" URL: [https://planetpdf.com/planetpdf/pdfs/free\\_ebooks/Vanity\\_Fair\\_NT.pdf](https://planetpdf.com/planetpdf/pdfs/free_ebooks/Vanity_Fair_NT.pdf)

98. Mitchell M. "Gone with the Wind" URL: [://gutenberg.net.au/ebooks02/0200161h.html](http://gutenberg.net.au/ebooks02/0200161h.html)

99. Austen J. "Sense and Sensibility" URL: <https://www.gutenberg.org/files/161/161-h/161-h.htm>

100. Eliot G. "Middlemarch" URL: <https://www.gutenberg.org/files/145/145-h/145-h.htm>

101. Moem S. "Theater" URL: <https://content.ikon.mn/banners/2015/4/9/1472/william-somerset-maugham-theatre.pdf>