

передана), досягнутий рівень інтеграції партнерів. Основою ділового спілкування є ділове мовлення, яке повинно відповідати таким вимогам: точність у формулюванні думки, недвозначність; логічність, послідовність; стислість; відповідність між змістом і мовними засобами; відповідність між мовними засобами та ситуацією спілкування; відповідність між мовними засобами й стилем викладу; різноманітність мовних засобів; нешаблонність у побудові висловлювання; доречність; виразність дикції; відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Отже тільки висока культура ведення діалогу може допомогти уникнути небезпеки перетворити розмову в конфлікт, сварку, викликати стан взаємного недовіря і ворожнечі. Таким чином, комунікативні процеси, зокрема ділове професійне спілкування є важливим компонентом менеджменту-діяльності.

Список літератури

1. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів : Магнолія. 2009. 312 с.
2. Діловий етикет в менеджменті та в бізнесі. URL: <http://stud24.ru/management/dlovij-etiket-v-menedzhment-ta/506567-2057609-page1.html> (дата звернення 16.03.2020).
3. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування : Навч. посіб. 3-тє вид., стер. К.: Вікар, 2003. 215 с.
4. Етика бізнесу. URL: <http://www.etica.in.ua/etika-i-biznes/> (дата звернення 16.03.2020).
5. Діловий етикет. URL: <http://ua.textreferat.com/referat-14066-1.html> (дата звернення 16.03.2020).

УДК 305.6316.77

Чепурний В. В., курсант

Науковий керівник: Матета О. А., к.п.н., доцент

Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ, м. Кременчук, Україна

ГЕНДЕРНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ В ПРОЦЕСІ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Мовна комунікація безпосередньо пов'язана з соціальними і гендерними статусами її учасників. Для досягнення позитивного результату у процесі спілкування, особливо з представниками протилежної статі, потрібно зважати на цілий ряд статусно-рольових відмінностей, темперамент, стиль, відношення до конфліктних ситуацій. Надважливо під час спілкування не піддатися вже існуючим гендерним стереотипам, що сформувалися у суспільстві.

Саме поняття «гендер» запровадив у наукову сферу американський психоаналітик Столлер у праці «Стать і гендер» у 1968 році.

Важливість його дослідження була пов'язана з тим, що вчений довів відмінність між поняттям «стать», як біологічною категорією і поняттям «гендер», яку варто віднести перш за все, до психокультурного середовища. Вітчизняна дослідниця Н. Зборовська, пояснюючи гендер, вживає термін «соціостать», щоб відокремити його від біологічної складової.

Незважаючи на те, що термін «гендер» не відноситься до лінгвістики, мовленнєве спілкування варто проаналізувати через призму гендерної комунікації.

Метою наших тез є дослідження гендерної стереотипізації у чоловічій та жіночій поведінці з метою уникнення невпевненості, непорозумінь під час міжстатевої комунікації.

Для досягнення поставленого завдання розглянемо два чинники, які на нашу думку, істотно впливають на поведінку жінок і чоловіків у процесі спілкування.

Перший – психофізіологічний. Розглядаючи людину як індивідуальність, психологи звертають увагу на те, що чоловікам притаманні такі риси як незалежність, активність, допитливість, схильність до ризику, здатність до досягнень. Внутрішній світ чоловіка вважається більш упорядкованим і систематизованим, ніж світ жінки. Серед негативних рис маскулінності найчастіше вважається брутальність, авторитарність, агресивність, надмірний раціоналізм. Жінки у більшій мірі є інтравертними. Фемінність пов'язується з емоційністю, м'якістю, чуйністю, нормативністю, комунікативними навичками, сензитивністю, здатністю до емпатії [1, с. 141].

Жінки перевершують чоловіків у мові. Дівчатка раніше ніж хлопці починають говорити, мають, як правило, кращий словарний запас, можуть утворювати складніші граматичні речення. Поряд з тим, саме чоловіки частіше стають лідерами, їхня самооцінка є вищою і стабільнішою за жіночу, вона залежить переважно від успіхів у предметній діяльності.

Другим чинником є гендерні стереотипи. У суспільстві чоловіки та жінки виконують різні ролі, які стереотипно відображаються у мові, що є головним джерелом соціокультурної інформації. Залежно від того, як мова впливає на гендерні відмінності, виникає оцінювання соціумом чоловіків та жінок, і як наслідок з'являється гендерна стереотипізація.

Погоджуємося з думкою Т. Говорун, яка під гендерними стереотипами розуміє набір консервативних, загальноприйнятих норм і суджень, що стосуються чоловічих і жіночих статусів, норм їхньої поведінки, мотивації дій, характеру потреб та ін. [2, с. 113].

Цікавими є результати спостережень за комунікативною поведінкою чоловіків і жінок, що проводилися у моногамних і гетерогамних спільнотах. Саме вони дають можливість визначити найбільш стереотипні гендерні практики, які залежать від різнотипової інтерпретації світу, та проливають світло на гендерні особливості в комунікативних процесах.

Отож більшість жінок у мовному спілкуванні дотримуються стилю співробітництва, чоловіки ж навпаки – конкуренції. Різняться і способи комунікації: жінкам притаманно дотримуватися почерговості мовлення,

чоловіки прагнуть до домінування. Відмінність спостерігається і у ставленні до зворотного зв'язку. Жінка сприймає зворотне повідомлення не як реакцію на саме повідомлення, а як на знак взаєморозуміння. Чоловіки ж трактують його як інформацію, яка збігається, або ні, з їх розумінням. У разі виникнення нерозуміння інформації, чоловіки схильні її відкидати як помилкову.

Також немає співпадіння у мовленнєвих стилях. Мовлення чоловіка стриманіше, вони більш ретельно підбирають під час розмови слова, віддаючи перевагу іменникам та дієсловам. У жінок мовлення характеризується витонченістю, лексичною забарвленістю, з використанням переважно іменників, прикметників та дієприкметників.

Узагальнюючи вище сказане, варто підкреслити, що чоловікам і жінкам властивий різний стиль у процесі мовної комунікації. У чоловіків мовлення прямолінійне, іноді грубе, різке, у жінок більш спокійне, мирне, іноді наївне.

Жінки переважно формулюють свої бажання непрямо, а тому болісно реагують на приховані інтенції співрозмовників; вони легше, ніж чоловіки, «вичитують» імплікатури (щоправда, іноді не ті, що насправді вкладені в комунікацію). Це часто стає причиною конфліктів.

Під час розмови чоловіки зорієнтовані на категоричність, прямі вимоги, акцентуючи увагу на власній позиції. Жінки не висловлюють прямо своїх бажань, а очікують їх відгадування. У їхніх висловлюваннях більше невпевненості, що підтверджується часто вживаними словами на кшталт думаю, можливо, навіть тоді коли вони переконані у своїй правоті.

У разі виникнення конфліктів, жінки частіше відмовляються від своїх переконань. Якщо чоловіки намагаються вирішити конфлікт, аргументувавши свої погляди, то жінкам притаманне емоційне вирішення конфліктної ситуації. У разі потреби, жінки легко можуть звернутися до когось за допомогою, а чоловіки це можуть розцінити як слабкість.

Гендерна стереотипність у мовних комунікаціях впливає на формування суспільних поглядів, щодо очікуваної поведінки від жінок чи чоловіків. Нам з дитинства відомі стереотипи про справжнього чоловіка, який має бути стійким, фізично витривалим, лідером, самостійним, вміти не показувати свої переживання. А також жінку – терплячу, мудру, ніжну, сентиментальну.

Навіть у наш час в Україні на підсвідомості у багатьох людей підтримуються такі гендерні стереотипи як наприклад «політика-чоловіча справа», «чоловік-кращий управлінець». Через це жінок мало в політиці, на керівних посадах, як у державі, так і в органах місцевого самоврядування. І це при тому, що за статистикою більшість нашого населення складають саме жінки.

Таким чином, через гендерні стереотипи, нав'язані суспільством, страждають як права жінок так і чоловіків. У жінок затрудняється реалізація їх вільного вибору через суспільну думку, що головне для жінки вийти заміж, стати матір'ю, берегинею домашнього вогнища. Чоловікам вони заважають ставати партнерами в сімейному житті, чи навіть головними біля сімейного вогнища, спонукають до самоізоляції.

Тож гендерні стереотипи не дозволяють жінкам і чоловікам реалізувати свій потенціал, обмежують права людини і ведуть до гендерної дискримінації. Навіть конституційне закріплення рівності прав і можливостей жінок і чоловіків не знімає повністю проблеми гендерних перетворень. Необхідно, перш за все, подолати гендерну стереотипізацію у суспільній свідомості.

Список літератури

1. Психология личности: Словарь справочник / Под ред. П.П. Горностая и Т.М. Титаренко. К.: Рута, 2001. 320 с.
2. Говорун Т. В., Кікежді О. М. Гендерна психологія : Навч. посіб. К.: Вид. центр «Академія», 2004. 308 с.

УДК 82.09

Чередник С. О., викладач

Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ, м. Кременчук, Україна

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ ІНАКОМОВЛЕННЯ

Інтертекстуальність сьогодні є головною ознакою в літературі та кіно, вона реалізується завдяки різним функціям вербальних та невербальних засобів.

Кожен текст – це діалог різних часів і культур, він має попередні і наступні висловлювання. Оскільки автор завжди перебуває під впливом інших творів, він переймає риси та складові «текста – донора». Письменникам-постмодерністам характерно цитатне мислення, тому постмодерністську літературу нерідко називають «цитатною». В останні десятиліття «чуже слово» стало невід’ємною частиною всього комунікативного процесу.

Використання значної кількості цитат, алюзій, ремінісценцій має інтелектуальне спрямування й виконує в першу чергу науково - пізнавальну функцію, а потім - розважальну й естетичну. Інтертекстуальність можна вважати одним із способів осягнення світу, новим прийомом розуміння історії, вона підсилює акцент на ролі творчої індивідуальності автора.

Будь-який твір розрахований на комунікацію і призначений визначеній категорії читача, розуміння підтексту залежить відрозумових здібностей аудиторії, життєвого досвіду, уміння швидко співвідносити графічну форму слова із звуковою, кольоровою. Наступним етапом мислення й мовлення буде сприйняття, розуміння, трансформація тексту. Використання нетрадиційних підходів аналізу стосунків автора й тексту, автора й читача надає можливість сприймати текст як об’єкт вільної інтерпретації.

Література здатна висвітлювати інші види мистецтва й невербальними засобами – кольорами, лініями, звуками. Найефективніше це працює в кінотекстах.