

4. Таранець, В. Г. (2013). Українці: етнос і мова. Одеса : ОРІДУ НАДУ.
5. WAHRIG (2012). Wörterbuch der deutschen Sprache. München: dtv.

*Романюк Олександра
Одеса*

ГЕНДЕРНІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ ЩОДО ПОВЕДІНКИ ОЧЕЙ У ЗМІШАНІЙ ДІАДІ НА ЕТАПІ ІНІЦІАЦІЇ РОМАНТИЧНИХ ВІДНОСИН

Поведінка очей співрозмовників під час первинної романтичної інтеракції виражає широкий спектр емоцій адресанта, наприклад, уникнення прямого контакту із адресатом є ознакою недостатньої самовпевненості, поступливості або навіть покірності, а взаємний погляд характеризує зацікавленість партнерів до контенту повідомлення. Водночас поведінка очей є одним із базових методів збору інформації щодо реакції адресата на отримане повідомлення. Основними характеристиками погляду є його тривалість, інтенсивність та взаємність. Виділяються чотири функції поведінки очей, які доповнюють одна одну: 1) регуляторну – спонукання реакції адресата на повідомлення або навпаки стримування спрогнозованої реакції поглядом; (2) моніторинг – перевірка ступеня зрозумілості повідомлення, уважності або реакції; (3) когнітивна – уникнення погляду через потребу в обробці повідомлення або формуванні нового повідомлення; та (4) емотивна – ступінь та характер участі або емоційного збудження проявляються через погляд (Kendon, 1967).

Поведінка очей характеризується наявністю гендерних преференцій, наприклад, чоловіки менше дивляться на своїх партнерів, ніж жінки, що надає останнім значну перевагу у кількості візуальної інформації для формування суджень (Patterson, 2011, р.75). Ще одне емпіричне дослідження встановило, що погляд самотніх чоловіків, на відміну від самотніх жінок, характеризується більшою тривалістю та інтенсивністю до привабливої жінки, ніж до непривабливої під час первинної інтеракції (Straaten et al., 2010). Відтак, на першому етапі «Ініціація романтичних відносин» комунікативна стратегія «Створення першого враження» виділяє наступні засоби невербальної комунікації в рамках поведінки очей: взаємний погляд, погляд вгору, вниз, погляд бік, підняття брів, взаємний погляд з-під брів та підморгування.

Взаємний погляд “*mutual gaze*” є засобом вираження домінування і спроможності протистояти зустрічному погляду партнера не уникаючи його. Водночас, взаємний погляд є одним із проявів романтичного інтересу до партнера, який вербально інтерпретується як “*I’m so infatuated with you and I want you to know that so my eyes are meeting yours*”. Одним із найпоширеніших варіантів у дейтинг контексті є взаємний погляд з-під брів “*mutual gaze with forehead bow*” притаманне жінкам під час романтичного знайомства, адже він сигналізує бажання підкоритись партнерові, надаючи йому домінуючу роль у міжособистісних відносинах: “*I’m vulnerable and weak. I need your sympathy and care*”. Він складається із майстерного повільного опускання голови вперед, а потім погляду вгору з-під брів, що супроводжується з нахилом голови на сорок п’ять градусів.

Погляд вгору “*gaze up*” зазвичай є ознакою замислення або бажання пригадати щось, проте у поєднанні із поглядом вліво, якщо людина правша, сигналізує бажання отримати доступ до творчої сторони свого мозку, щоб придумати брехню (Wood, 2006), і вербально таке поєднання може інтерпретуватись як “*Wait, I’m trying to make up a story*”. Погляд вниз “*gaze down*” є ознакою покірності і сором’язливості, надаючи домінуючу роль партнерові. Цей засіб комунікації є найрозповсюдженим серед жінок у дейтинг контексті як прояв зацікавленості партнером “*I’m shy and I submit to you because I’m attracted to you*”.

У рамках комунікативної події «Романтичне знайомство» існує певний алгоритм феміної поведінки очей. Першочерговим, коли жінки помічають партнера, який їх зацікавив, є відведення погляду вниз, що є демонстрацією відсутності загрози і підкорення. Наступним кроком є цілеспрямований погляд на чоловіка, проте він характеризується незначною тривалістю і нахилом голови на 25-40 градусів, який швидко змінюється знову поглядом вниз або убік “*gaze away*” середньою тривалістю протягом трьох секунд. Такий алгоритм може повторюватися до тих пір, поки жінка не зустрінеється взаємним поглядом із омріяним партнером.

Підняття брів “*eyebrow flash*” є проявом невербального “Hello!” і характеризується тривалістю в одну-шість секунд, що надає виразності обличчю від час повідомлення “*Hey, I’m showing that I know you by flashing my eyebrows quickly in a nonverbal hello*”, а також є засобом вираження подиву “*Oh, my God, I’m really surprised*”. Підморгування “*wink*” виражає прихований романтичний інтерес до партнера під час флірту, який вербально можна інтерпретувати наступним чином “*I’m winking at you to show you that I’m attracted to you*”. В рамках

дейтинг контексту підморгування часто має більше значення, ніж дотик, такий як рукостискання, обійми або навіть поцілунок у щоку.

Аналіз матеріалу дослідження продемонстрував, що репрезентативними невербальними засобами комунікації в рамках поведінки очей у первинних міжособистісних діадичних інтеракціях під час романтичного знайомства є взаємний погляд, погляд вниз, погляд вбік, підняття брів, взаємний погляд з-під брів та підморгування. Відтак, комунікативна стратегія «Створення першого враження» характеризується: 1) гендерно-нейтральними невербальними засобами комунікації наведеними у відсотковому співвідношенні, ініційованими жінками і чоловіками відповідно: взаємний погляд (100 vs. 100), погляд вниз (66,1 vs. 38,7), погляд вбік (27,1 vs. 10,6), підняття брів (25,9 vs. 13,4); 2) гендерно-специфічними (ініційованими лише жінками) невербальними засобами комунікації: взаємний погляд з-під брів (20,1) та підморгування (2,6).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Kendon, A. (1967) Some functions of gaze-direction in social interaction. *Acta Psychologica*, 26, 22-63. [https://doi.org/10.1016/0001-6918\(67\)90005-4](https://doi.org/10.1016/0001-6918(67)90005-4)
2. Patterson, M. L. (2011) More than words: The power of nonverbal communication. Barcelona: Aresta.
3. Straaten, I. V., Holland, R. W., Finkenauer, C., Hollenstein, T., & Engels, R. C. (2009) Gazing Behavior During Mixed-Sex Interactions: Sex and Attractiveness Effects. *Archives of Sexual Behavior*, 39(5), 1055-1062. <https://doi.org/10.1007/s10508-009-9482-x>
4. Wood, J. A. (2006) NLP Revisited: Nonverbal Communications and Signals of Trustworthiness. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26(2), 197-204. <https://doi.org/10.2753/PSS0885-3134260206>

*Ситенко Ольга
Вінниця*

ФУНКЦІЙНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИГУКІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ДІАНИ СЕТТЕРФІЛЬД «ТРИНАДЦЯТА КАЗКА»)

Вигуки становлять величезний пласт в дискурсі персонажів художнього твору, який, «виконуючи в художній літературі комунікативно-естетичну функцію, є особливим виразним засобом передачі живої, природної мови» (Плющ, 2010, с. 81). Вигуки прямо