

УДК 305:004

Бондарчук К. С.<sup>1</sup>, Жесткова А. К.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> доц. НУ «Запорізька політехніка»

<sup>2</sup> студ. гр. ФЕУ-619 НУ «Запорізька політехніка»

## **ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТКОМУНІКАЦІЇ**

У сучасному світі дедалі більшого поширення набуває різних форм віртуальна комунікація, яка охоплює комунікантів незалежно від віку, статі, професійної належності, роду занять. Раніше вважалося, що жінки далекі від інформаційних технологій. Насправді кількість жінок-користувачів мережі в XXI ст. постійно зростає, причому вони відрізняються від чоловіків за соціально-демографічними та психологічними особливостями. Питання різних аспектів віртуального спілкування досліджували в останні десятиліття як зарубіжні, так і вітчизняні лінгвісти, серед яких Дж. Морахан-Мартін, Ш. Шекл, С. Геррінг, О. Горошко, В. Іванов, Т. Колокольцева та інші.

Мета нашої роботи – дослідити вплив гендерного фактору на особливості інтересів та мовної поведінки інтернеткомунікантів.

Дистанційність електронної комунікації дає можливість людині експериментувати зі своєю ідентичністю, приховуючи особистісні характеристики, що спричиняє спільні ознаки, в тому числі мовні, чоловіків і жінок. Під час віртуального спілкування мають місце зміни на всіх мовних рівнях: лексичному – поява багатьох неологізмів, кальок, скорочених слів – запозичень з англійської мови; синтаксичному – неповні речення та питальні, часто риторичні, окличні речення; паралельні форми, повтори, графічному – поєднання латиниці та кирилиці, виникнення квазікирилиці та квазілатиниці. Це викликано, як правило, прагненням компенсувати брак візуального контакту, дистанційність, анонімність інтернеткомунікації. Але існує багато відмінностей у чоловічому та жіночому спілкуванні. Жінки більше цікавляться інформацією про освіту й культуру, для них важливий доступ до важливих джерел і культурних контактів, можливість творчої самореалізації. Під час спілкування в інтернеті жінки мають погоджувальну, підпорядковану позицію, а чоловіки частіше ініціюють нові теми для обговорення. При цьому мовлення жінок більш емоційне, а репліки значно коротші, ніж у чоловіків.

Чоловічий стиль спілкування – це стиль суперництва, а жіночий – комунікативної співпраці. Висловлювання чоловіків рішучі та безапеляційні, інколи навіть агресивні, чим вони намагаються підтримати свій статус лідера. Повідомлення жінок часто спрямовані на зниження напруги, що виникає в колі комунікантів, на збереження комфорту і стабільності, пропонувані думки висловлюються в гіпотетичній та обережній манері. Разом з тим жінки частіше ініціюють неприємні обговорення, скандали та суперечки. Чоловіки частіше пишуть довгі повідомлення, свої думки видають за факти, використовують образливі вислови.

Жінки висловлюють свої судження, частіше просять вибачення, висловлюють підтримку співрозмовнику, роблять йому компліменти. Сприйняття й усвідомлення гендерних особливостей комп'ютерних комунікацій проходить на рівні повсякденної свідомості, що впливає на рівень щоденного спілкування. Сприйняття співрозмовника віртуальної й реальної комунікації для представників обох статей майже не відрізняється, хоч жінки більше відзначають ці відмінності. На їх думку, вони не можуть спостерігати за мімікою, хоч інколи це може бути позитивом; при особистісному спілкуванні можна зрозуміти, які теми не варто обговорювати; під час безпосереднього спілкування важливу роль відіграє зовнішність; таке спілкування природніше, правдивіше, більш плідне, адже у віртуальному спілкуванні можна видати себе за будь-кого, значно прикрасивши інформацію як про свою зовнішність, так і про внутрішні, духовні якості. На думку чоловіків, віртуальне спілкування більш розслаблене й відкрите, але в ньому може бути більше брехні; сприйняття партнера по спілкуванню, навіть маючи його фото, але не чуючи голосу, може бути оманливим.

Отже, вплив гендерного фактору на особливості мовної поведінки інтернеткомунікантів доволі суттєвий. Це стосується як форми, так і змісту інформації, стилю спілкування, добору мовних засобів, зокрема на лексичному рівні. Певною

мірою відрізняється і сприйняття чоловіками та жінками віртуального й реального співрозмовника, хоч жінки частіше відзначають ці відмінності, адже для них важливим елементом комунікації є невербальні засоби: міміка, жести, зовнішність, духовні якості.