

**Брачное объявление**  
**как отражение гендерных стереотипов речевого поведения**  
**Витвицкая Елена Владимировна**

*студентка*

*МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*email: ellenavit@mail.ru*

Дискурс (от франц. discours – речь) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах).

Анализ дискурса – междисциплинарная область знаний, в которой наряду с лингвистами участвуют социологи, психологи, специалисты по искусственному интеллекту, этнографы, литературоведы семиотического направления, стилисты, философы.

В последнее время стал исследоваться частный вид дискурса, рекламный, включающий объявления о помолвке, свадьбе, брачные объявления и пр. В наши дни брачное объявление – весьма распространенное явление.

Брачные объявления – относительно молодой жанр в отечественной рекламной деятельности. В России брачные объявления встречались в периодике в конце XIX – начале XX в. В советское время наблюдается перерыв в функционировании подобных текстов в России, а в последние 20–25 лет этот жанр возродился и в настоящее время широко представлен в средствах массовой информации. За это время сформировались определенные закономерности строения языка брачного объявления как текста саморекламы.

Объявление конца XVII – начала XVIII в.: *Молодой джентльмен, который говорит, что имеет очень хорошее поместье, охотно сочетался бы браком с юной леди, имеющей состояние 3000 фунтов или около того. Он готов обеспечить сделку договором.*

Объявление XX в.: *Адвокат 38/174/90, в/р, ч/ю, без в/п, русский, москвич, спортсмен по боксу, наличие авто, квартира с охраной и прислугой, познакомится с красивой, стройной девушкой до 25 лет, без в/п, для создания семьи. Отвечу исключительно на письма с фото.*

Брачное объявление воплощает фрагменты гендерной картины мира носителей языка и отражает гендерные стереотипы, существующие в обществе. Дискурс брачных объявлений отражает особую картину мира – гендерную. Корпус данных текстов отсылает к стереотипным гендерным взглядам общества.

Нашей задачей является анализ текстов брачных объявлений и выделение основных гендерных стереотипов речевого поведения.

Понятие *гендер* пришло в лингвистику довольно своеобразным путем: английский термин *gender*, означающий грамматическую категорию рода, был изъят из лингвистического контекста и перенесен в исследовательское поле других наук – социальной философии, социологии, истории, а также в политический дискурс. Перенос был сделан, чтобы «уйти» от термина *sexus* (биологический пол), так как это понятие связывает с природной детерминированностью не только телесные различия мужчин и женщин, но и полоролевое разделение труда, неодинаковые требования и отношение общества к мужчинам и женщинам, разную общественную «ценность» лиц в зависимости от их пола. Термин *гендер* был призван подчеркнуть не природную, а социокультурную причину межполовых различий.

Каждое брачное объявление содержит как общие, стандартные параметры, так и нечто индивидуальное. К общим параметрам относятся указание на внешние данные того, кто дает объявление (возраст, вес, рост). Следует отметить, что в объявлениях мужчин значительно реже можно встретить описание собственной внешности, в то время как у женщин внешние качества являются основными.

Среди эпитетов, подбираемых мужчинами для описания собственной внешности, наиболее часто встречается «симпатичный», «высокий», «спортивный». Следует отметить, что ряд эпитетов невелик, в отличие от качеств, перечисляемых женщинами.

Пример: 1) *Ангелина – красивая, ухоженная, эффектная;* 2) *аккуратная, красивая, милая девушка;* 3) *Алина, симпатичная девушка с идеальной фигурой;* 4) *блондинка приятной внешности;* 5) *Вероника 170 рост. Длинноволосая брюнетка, очень красивая.*

Таким образом, можно заметить, что в объявлениях женщин самое важное место отведено внешним качествам.

Часто сообщаются желаемые параметры партнера. В объявлениях описываются качества, которые ожидаются от адресата.

Каждое объявление является ответом на «запрос». В нем содержится описание тех качеств, которые, как правило, ищут адресанты.

XXI век, век развития технологий, диктует свои условия, средства связи и, соответственно, новые возможности общения, знакомства. Примером могут служить различные сайты знакомств в глобальной сети Интернет. Принципиальным их отличием является структура текста. Если мы обратимся к объявлениям в Интернете, то увидим, что все послания имеют одинаковую структуру, т.к. происходит заполнение одинаковых анкет. Таким образом, среди Интернет-объявлений невозможно встретить посланий, написанных с творческим подходом.

Рассмотрев различные виды брачных объявлений, можно прийти к выводу, что в каждом из посланий содержится обязательный набор сведений. Помимо клеток, обязательных для заполнения, существуют свободные клетки. Структура объявлений может варьироваться: возможно изменение объема, отсутствие / наличие перечисления собственных качеств, желаемых качеств и т.д.

Так как структура брачного объявления, данного в газете, более или менее вариативна, возможно появление посланий, написанных творчески, иногда в стихотворной форме.

В клетке, содержащей самопрезентацию можно заметить отличия в мужских и женских объявлениях: женщины уделяют большее описание собственной внешности. В свою очередь, мужчины подробно описывают внешние (какие-либо другие) качества, ожидаемые от партнерши, в клетке, посвященной качествам адресанта. Каждое послание является своего рода ответом на запрос. Можно выделить ряд особенностей, характерных для мужских / женских объявлений.