

УДК 81:39

UDC

DOI: 10.17223/18572685/52/13

ЧТО МОГУТ СООБЩИТЬ БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ О СОВРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛЬСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)*

И.Т. Вепрева¹, Д. Пазио-Влазловская²

¹Уральский федеральный университет
Россия, 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51
E-mail: irina_vepreva@mail.ru

²Институт славистики Польской академии наук
Польша, 00-337, г. Варшава, ул. Бартошевича, 1b / 17
E-mail: d.pazio@ispan.waw.pl

Авторское резюме

Рассматривается вербальное конструирование гендерной идентичности женской языковой личности на материале брачных объявлений в польском и русском языках. В славянском мире в основе гендерной идентичности лежат христианские ценности, сформировавшие патриархальное сознание. В советский период истории восточнославянских государств сложился андрогинный тип гендерной идентичности на базе идеологии социального раскрепощения женщины, проявившийся в образе работающей матери. Современный этап действительности характеризуется коренными изменениями в общественно-политическом и экономическом устройстве стран Восточной Европы. Он совпадает со становлением во всех странах в последней трети XX в. новых, равноправных отношений между полами. Естественно складывающийся новый тип гендерной идентичности демонстрирует ломку традиционных для славянской ментальности гендерных ценностей. Динамические процессы отражаются в современных речевых практиках. Сопоставительный анализ польских и русских брачных объявлений показывает, что реальная фемининность современных жен-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-012-00382/18, поддержано программой 211 Правительства Российской Федерации, соглашение № 02.A03.21.0006. Работа выполнена в рамках исследований, проводимых в Институте славистики Польской академии наук.

щин имеет вариативный характер. Тем не менее результаты исследования показали укорененность патриархальных основ славянской культуры, а также закрепление гендерной идентичности андрогинного типа. В этом видится сходство русской и польской ментальности. Различие наблюдается в современной модернизации гендерных установок польских и русских женщин. Новые ценностные предпочтения русских женщин демонстрируют стремление к нивелированию женского начала, к лидерству в семейных отношениях, приобретению психологических свойств маскулинного типа. В гендерном поведении польских женщин выявляется тенденция к выстраиванию равноправных отношений с мужчиной с одновременным подчеркиванием своей женственности, которую они считают достоинством, а не недостатком. Партнерство для польских женщин реализуется в гендерном взаимодополнении.

Ключевые слова: брачные объявления, сопоставительный анализ, гендерная идентичность, женская языковая личность, фемининность, ценностные предпочтения.

WHAT DATING SITE ADVERTS CAN TELL ABOUT A MODERN WOMAN (ON MATERIAL OF POLISH AND RUSSIAN LANGUAGES)*

I.T. Vepreva¹, D. Pazio-Wlazłowska²

¹The Ural Federal University

51 Lenin Street, Ekaterinburg, 620000, Russia

E-mail: irina_vepreva@mail.ru

²Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences

1b m. 17 Bartoszewicza street, Warsaw, 00-337, Poland

E-mail: d.pazio@ispan.waw.pl

Abstract

The article deals with the verbal construction of the gender identity of the female language personality on the material of Polish and Russian dating site adverts. In the Slavic world the gender identity is based on Christian values that shape the patriarchal consciousness. In the Soviet period of the history of the Eastern Slavic countries the

* The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research, Grant Nr. 18-012- 00382/18, by Government of the Russian Federation Act 211, Agreement Nr. 2.A03.21.0006, within the framework of research conducted at the Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences.

ideology of female social emancipation emerged and manifested in the image of a working mother. This type of the gender identity can be defined as androgynous. The current stage is characterised by fundamental changes in the socio-political and economic structure of the Eastern European countries. It coincides with the emergence of new, equal relations between the genders in all developed countries in the last third of the twentieth century. An emerging new type of the gender identity demonstrates the breakdown of traditional values typical to the Slavic mentality. Dynamic processes are reflected in modern speech practices. A comparative analysis of Polish and Russian dating site adverts shows that the real femininity of modern women is of a variable nature. However, the research shows the rooted patriarchal foundations of the Slavic culture as well as the consolidation of the androgynous gender identity, similar for the Russian and Polish mentality, which remain different in the current gender attitudes. New value preferences of Russian women demonstrate the desire to level the female principle and acquire the leadership and psychological features of the masculine type. The gender behaviour of Polish women reveals a tendency to build an equal relationship with a man while emphasizing their femininity which they consider to be a virtue but not a flaw. Partnership for Polish women is implemented in gender complementarity.

Keywords: dating site adverts, comparative analysis, gender identity, female linguistic personality, femininity, value preferences.

Научное осмысление гендера, изучение манифестации гендерных отношений в языке конкретизируют основное положение современной лингвистики, постулирующее, что «за каждым текстом стоит языковая личность, владеющая системой языка» (Караулов 1987: 27). При этом гендер понимается как социальная категория, связанная «с приписыванием индивиду определенных качеств и норм поведения на основе его биологического пола» (Кирилина, Томская 2005: 112).

В гендерной лингвистике складывается лингвокультурологический взгляд на язык как средство объективации гендерной картины мира, отражающей гендерную идентичность человека, т.е. ту часть самосознания языковой личности, которая ощущает свою принадлежность к полу в социальном аспекте и программирует следование нормам и стереотипам гендерного поведения.

Гендерная картина мира как часть славянского менталитета складывалась веками. В славянском мире формирование гендерной идентичности явилось следствием проникновения в культуру христианских ценностей. «Каждая религия предписывает свои, причем очень устойчивые поведенческие стереотипы» (Скляревская 2012: 36). Христианство – глубоко семейная религия, сформировавшая семейные ценности, в основе которых лежит патриархальное со-

знание. Муж являлся кормильцем патриархальной семьи, занимая доминирующую позицию, а женщина, хранительница очага, служа мужу, следила за домом, воспитывала детей и т. д.

В советский период истории восточнославянских государств сложилась идеология социального раскрепощения женщины и равноправия полов, в рамках которой женщина сочетала двойную нагрузку: будучи работающей матерью, она выполняла производственную и семейную роль. В советское время положение «домохозяйки и бездетной женщины воспринимается как несостоявшаяся судьба или личные неудачи» (Здравомыслова, Темкина 2006: 64). Данный тип гендерной идентичности женщины, одновременно ориентирующий «на традиционно закрепившиеся в общественном сознании женские ценности и на мужские ценности» (Ильиных 2013: 47), получил название андрогинной фемининности.

Современный этап действительности характеризуется коренными изменениями в общественно-политическом устройстве и экономическом укладе стран Восточной Европы. Он совпадает со становлением во всех странах в последней трети XX в. новых, равноправных отношений между полами. Сложившаяся гендерная система, отталкиваясь от традиционно укоренившихся гендерных типов идентичности, трансформируется, подвергаясь модернизации. Наиболее глубокие и существенные перемены произошли в мировоззрении женской языковой личности. Динамические процессы отражаются в современных речевых практиках.

Цель данной работы – сопоставительный анализ вариантных преломлений гендерной идентичности современных польских и русских женщин, репрезентированных в текстах, имеющих достаточную объяснительную силу для представления гендера. К таковым можно отнести брачные объявления, не раз становящиеся объектом лингвистических исследований как в русистике (Шибанова 2004; Рогалева 2005; Семенова 2006; Зырянова 2009; Акулова 2010), так и в полонистике (Wojtak 1990; Sobstyl 1996, 1998; Zgółkowska, Zgółka 2000; Długosz 2001; Sobstyl 2001, 2002, 2002a; Kwinta 2010; Sobstyl 2013, 2016).

Брачные объявления на русском языке, выбранные для анализа, представлены в ток-шоу «Давай поженимся», выходящем в эфир на Первом канале российского телевидения с 2008 г. Сценарий передачи, помимо личного знакомства участников в студии, также включает в себя небольшой ролик-визитку, структурно построенный по модели брачного объявления. Матримониальный текст ток-шоу «Давай поженимся» во многом повторяет стандартную структуру брачных объявлений, включая рубрики: субъект *мечтает* (о чем); *предупре-*

ждает (о чем); гордится (чем); а также представляет идеальный образ партнера и желаемые отношения.

Брачные объявления на польском языке, выбранные для анализа, представлены на сайте Duet (<https://www.duetcentrum.pl/ogloszenia-oferty-matrymonialne>), который обслуживает Центр знакомств. Первый офис Центра был открыт в Варшаве в 2002 г. Кроме того, ряд брачных сайтов в Польше носят специализированный характер, например www.singles50.pl (предназначен для тех, кому за 50), www.40latki.pl (предназначен для тех, кому за 40), <https://zapisanisobie.pl> (предназначен для тех, кому дороги христианские ценности) и т. д. Существуют также две телепередачи, посвященные знакомствам: «Rolnik szuka żony» и «Wyjdź za mnie».

Собранный корпус русских и польских брачных объявлений показывает, что реальная фемининность современных женщин имеет вариативный характер. Тем не менее анализ материала с опорой на повторяющиеся номинативные единицы и узуальные речения в составе женских текстов показал укорененность патриархальных основ славянской культуры, а также закрепление гендерной идентичности андрогинного типа. В этом видится сходство русской и польской ментальности.

Покажем проявление патриархального типа гендерной идентичности как в целом тексте, так и в отдельных его частях. В приведенных ниже текстах реализовано представление о патриархальном каноне в русских брачных объявлениях:

*Работает **воспитателем** в детском саду, но мечтает иметь возможность воспитывать собственных детей. Любит создавать в доме уют, вяжет крючком и спицами. Предупреждает, что постоянно протирает в доме пыль. Выйдет замуж за надежного заботливого мужчину, который любит детей и не боится трудностей. Признается, что **ее возлюбленный всегда будет сыт и вымыт**.*

Отдельные части брачных объявлений передачи «Давай поженимся» также поддерживают данный тип идентичности. Например, перечень профессий, которые считаются типично «женскими», поскольку не требуют особых специальных навыков: няня, почтальон, кондуктор и др. Круг увлечений включают стереотипно патриархальные занятия: *вяжет крючком и спицами, любит создавать в доме уют, шьет, вышивает*. Программа будущей жизни (рубрика «мечтает») связана с традиционными базовыми ценностями семьи. Ключевыми являются лексемы *семья, ребенок / дети, мать, жена, замуж / замужество*. Рубрика «предупреждает» представляет женщину как заботливую супругу и мать: *предупреждает* (далее – **п.**), *что все свободное время посвящает детям; что слово мужчины для нее закон; п., что ради*

мужчины готова на все; **п.**, что готова подстраиваться под настроение мужчины; **п.**, что не приемлет секс до брака.

Портреты потенциального партнера ограничены патриархальным выбором – умением ценить семейные ценности и проявлять психологические качества, свойственные семьянину: **Выйдет замуж за надежного заботливого брjunета, который любит детей и не боится трудностей; Избранник Ольги должен семью и ценности семьи ставить в жизни на первое место; идеал – домовитый славянин с традиционным отношением к семье.**

Рассмотрим польские брачные объявления:

*Szukam kogoś, kto **doceni domową kobietę**, która nie zdobywa ośmiotysięczników, za to **potrafi upiec przepyszny sernik.***

*Choć nigdy nie byłam w zalegalizowanym związku, **cenię instytucję małżeństwa**, a w kwestii rodziny jestem tradycjonalistką. Tęsknię za mężczyzną, z którym połączy mnie miłość, przyjaźń i bezgraniczne zaufanie, z którym będę mogła o wszystkim porozmawiać a czasem pomilczeć. Wyobrażam sobie, że jesteś odpowiedzialny, opanowany, potrafisz sprawić, że czuję się przy Tobie bezpiecznie. Ujmujesz mnie optymizmem i wysoką kulturą osobistą. I bardzo pragniesz **założyć rodzinę.***

Женщины высоко оценивают семейную жизнь и близкие, желательно романтические отношения с мужчиной: **Cenię ciepło rodzinne, wieczory we dwoje.**

В иерархии ценностей они ставят на первое место семью, воспринимаемую традиционно, с четко определенными женскими и мужскими ролями. Мечтают о том, чтобы стать женой и матерью: *Choć jestem nowoczesną i przebojową dziewczyną, **cenię wartości rodzinne, kocham dzieci. Cenię sobie niezależność, choć marzę o ciepłym domu, roli żony i matki.***

Приоритетом для них является воспитание своих, а также приемных детей: *Moja pasja to gotowanie, **opieka nad dziećmi**, obecnie pracuję też w przedszkolu. Часто их профессиональная деятельность связана с опекой над детьми. Они точно и однозначно указывают на цель знакомства – создание семьи: **Bezdzietna panna nastawiona na założenie rodziny.***

Подчеркивают значение традиционной роли женщины-хозяйки, заботящейся о доме: ***Dbam o dom** <...> lubię rolę pani domu, czystość, zapach ciasta <...>. Особенно высоко оценивается ими умение вкусно готовить: **Lubię gotować. Potrafię gotować i umiem zaspokoić niejedno, nawet wybredne podniebienie** <...>.*

Польки, как и россиянки, ищут партнера, ценящего семью и готового завести детей: *Chciałabym poznać mężczyznę, który planuje w przyszłości założyć rodzinę. Mam nadzieję, że są jeszcze na świecie mężczyźni, dla których ważne są **takie wartości jak dom i rodzina** <...>. Chciałabym poznać mężczyznę, który chce stworzyć związek, a nie szuka jedynie przygody.*

Второй тип сложившейся гендерной идентичности – андрогинная фемининность. Женщины данного типа ориентированы не только на семью, но и на собственную карьеру. Андрогинная идентичность воспроизводит образцы гендерного поведения женщины социалистической государственности. Приведем русские брачные объявления данного типа.

Служащая на фирме по аренде недвижимости. Пишет картины маслом, увлекается дайвингом и много читает. Наталья родила сына, несмотря на предательство возлюбленного и уговоры родителей прервать беременность. Своим мужем она видит достойного мужчину, который станет ее надежным покровителем и другом, способным помочь ей поставить сына на ноги.

Бизнес-аналитик в крупной компании. Мечтает стать матерью и реализоваться в карьере.

Работает заместителем начальника отдела залогов в банке, обожает вышивать, изучает английский язык. Мечтает отправиться в путешествие с любимым мужчиной и родить ребенка.

Брачные объявления демонстрируют типичную картину «государственного патриархата» социалистического образца, двойную мобилизацию женщины: с одной стороны, ориентация на семью и материнство как единственную форму реализации женщины, предназначенную ей от природы, с другой стороны, обязательная работа и спектр разнообразных увлечений, которые демонстрируют многосторонность женской личности. В рубрике «мечтает» соискательницы сохраняют стремление создать семью и сделать карьеру: **мечтает** (далее – **м.**) *стать матерью и реализоваться в карьере; м. о большой семье, огромном загородном доме и хорошей работе.*

Ниже приведены примеры проявления этого типа в польских объявлениях.

*Jestem osobą ambitną, **ważna jest dla mnie praca**, ale nie jestem pracobolniczką. **Najważniejsza jest rodzina i partner**. W związku jestem opiekunką, często dbam bardziej o potrzeby partnera niż o swoje. Moją pasją jest jazda konna, lubię też pływać, uczę się windsurfingu. Dobrze gotuję, piekę świetne ciasta. Sporo czytam, lubię jazz. Jestem panną bez dzieci, ale mężczyzna po rozwodzie, mający dzieci nie jest dla mnie problemem. **Najważniejsza jest otwartość, chęć stworzenia rodziny i posiadania jeszcze dzieci.***

Jestem kobietą spełnioną zawodowo (pediatrą) i rodzinnie (syn). W wolnych chwilach lubię podróżować, pstrykać zdjęcia, chodzić z psem na długie spacery, szukać w lesie grzybów, jeździć na rowerze.

Для данного типа объявлений характерно объединение разных образов: слияние стереотипного изображения хрупкой женщины-хозяйки, опекающей домашний очаг и нуждающейся в помощи сильного

мужчины, и ни от кого не зависящей бизнесвумен, осуществляющей свои профессиональные намерения: *Kariera jest wspaniała, ale nie przytulisz się do niej w nosy*. Слияние двух противопоставленных друг другу ролей особенно ярко проявляется на уровне перечисляемых в объявлениях черт характера. Женщины указывают на многообразие своих увлечений. С одной стороны, они высоко ценят домашнее тепло и уют, с другой – не пренебрегают развлечениями вне дома: ***Jestem domatorką, choć nie brak mi tendencji do weekendowego włączenia się po klimatycznych knajpkach czy odwiedzania znajomych. Bardziej pragmatyczka niż romantyczka, ale nawet ja ulegam czasem szaleństwom, sentymentom i komplementom. Lubię aktywnie spędzać czas (trochę ruchu, podróże), ale i lubię atmosferę domu.***

Активно подчеркивается многосторонность женщин, вытекающая из разнообразия исполняемых ими ролей: *Z jednej strony jestem kobietą konkretną, decyzyjną, odpowiedzialną i zdroworoządkową, z drugiej – wielką ze mnie romantyczka i marzycielka.*

Общей чертой, характеризующей первые два типа объявлений, является определенный набор увлечений, указываемых женщинами. Он, кажется, непосредственно вытекает из стереотипного восприятия женщины и ее увлечений. Среди популярных женских хобби перечисляются литература, кино, музыка, искусство и туризм, особенно горный: *<...> lubię dobre kino. Lubię czytać <...> czytam książki, słucham muzyki, oglądam filmy. Interesuję się sztuką i kulturą; nie mogę żyć bez muzyki, bywam też na galeriach i wystawach. <...> lubię czytać (zwłaszcza kryminały i fantastykę), podróżować, z zapalaniem hoduję kwiaty i zioła. Lubię zwierzęta, przyrodę, podróż. Wolny czas spędzam na spacerze, rowerze, w podróży. Zawsze chętna na: wycieczki i wyjazdy, spaceruje niezależnie od pogody. Gdy jest okazja, wyjeżdżam w góry. <...> lubię górskie wędrówki. Lubię chodzić po górach.*

Наряду со сложившимися типами гендерной идентичности, которые совпадают у польских и русских женщин, в современном обществе складывается новый тип идентичности, который получил название в социологических работах как «естественная фемининность» (Ильиных 2013: 130). Стремление женщины к самодостаточности, созданию равноправных отношений с мужчинами приводит к отходу от сложившихся в славянской культуре традиционных моделей женского поведения. В современных условиях женщина снимает ограничения, которые ей предъявляет традиционная система гендерных ценностей. В новом типе гендерной идентичности, на наш взгляд, проявляются различия между польской и русской женщинами.

Брачные объявления поражают уникальным переплетением нестандартных поступков женщины, которые не укладываются в привычные рамки гендерного поведения.

Современная русская женщина способна прокормить себя и своего ребенка, поэтому ей не требуется непременно выходить замуж: см., напр., в рубрике «гордится» (далее – **г.**): **г.** *тем, что одна воспитывает двух дочерей и обеспечивает родителей; без мужа воспитала четырех сыновей и трех дочерей, а два месяца назад приняла в семью еще троих детей.* Женщина становится кормильцем семьи. Ключевой лексемой является местоимение **сама**: *сама заработала; сама купила квартиру, автомобиль, жилье; сама воспитала; сама себя обеспечивает* и др.

Тип представлен вербальными знаками, репрезентирующими самостоятельность женщин, их амбициозность в выборе жизненного пути и профессии. Проявлением естественной фемининности являются подчеркивание лидерских качеств, демонстрация активности маскулинного типа. Так, в рубрике «**предупреждает**» (далее – **п.**): **п.**, *что в отношениях с мужчинами всегда занимает лидерскую позицию; п.*, *что не позволит собой командовать; п.*, *что не потерпит в своем доме командного тона; п.*, *что в своем доме она управляющая, а не домработница; п.*, *что сама принимает решения.*

Чрезмерная маскулинизация женщин приводит к тому, что они приписывают себе психологические признаки противоположного пола. Женщина **предупреждает**, *что бывает упрямой и жесткой; п.*, *что у нее мужской характер; п.*, *что у нее сильный характер и не каждый мужчина с ней уживется; п.*, *она не слишком женственная.* Женщины демонстрируют типично мужское коммуникативное поведение (см.: **п.**, *что в речи часто использует нецензурную лексику; п.*, *что в порыве гнева нецензурно выражается* и др.).

Ценности семьи и материнства теряют для женщины значимость. Происходит открытое декларирование своего отхода от традиционных ценностей матери и хозяйки дома: **предупреждает**, *что не хочет становиться матерью; п.*, *что не планирует заводить детей; п.*, *что никогда не станет домохозяйкой; п.*, *что редко готовит; п.*, *что не будет выносить мусор и стирать мужские носки; п.*, *что не будет круглосуточно стоять у плиты.*

Резюмируем: новые гендерные установки русских женщин демонстрируют стремление нивелировать женское начало, приобрести психологические признаки маскулинного типа.

Приведем примеры проявления естественной маскулинности у польских женщин.

Rozwiedziona, niezależna. Jeżeli szukasz kandydatki na żonę do domowych pieleszy – pomyliłeś drzwi. Jeśli jednak szukasz przygody, szaleństwa, znajomości bez ślubu, bez zobowiązań, deklaracji, obietnic, wzniosłych słów, bez założonych celów – moje drzwi są dla ciebie otwarte...

Lubię dopasowane garsonki, dekolty i szpilki. Jestem po studiach, prowadzę własny biznes. Jest pełno mężczyzn wokół mnie... głównie materialistów, żonatych, szukających tylko romansu. A ja szukam mężczyzny, który będzie tylko dla mnie, będzie moim przyjacielem, kochankiem, partnerem.

Na co dzień pracuję i lubię to, co robię. W wolnych chwilach czytam książki, słucham muzyki, odwiedzam znajomych. Gotuję i sprzątam też, choć robię to bez przekonania. Być może dlatego, że nie mam dla kogo? Jestem wesołą, energiczną kobietką pełną młodzieńczego zapału i szalonych pomysłów. Z racji złych doświadczeń nie chcę już zakładać rodziny, choć nigdy nie mówię "nigdy". Szukam partnerstwa i frajdy z bycia ze sobą. Zaznaczam, że nie dam się usidlić i zamknąć w czterech ścianach domu. Jest jeszcze tyle miejsc wartych odwiedzenia!

Женщины подчеркивают материальную независимость, способность содержать семью: *Dumna mama syna, którego wychowałam sama, bez kontaktu i wsparcia ze strony ojca. Sama radzę sobie z trudami życia codziennego i nie najgorzej mi to wychodzi, choć na pewno przyjemniej byłoby iść przez życie we dwójkę.*

Они откровенно говорят о своих профессиональных достижениях и увлечениях: *Zawodowo **spełniona**. ...tłumaczę książki, co jest moją wielką pasją. W życiu zawodowym **doskonale radzę sobie** z zarządzaniem dużą firmą handlową. To co sprawia mi na dzień dzisiejszy największą radość, to moja praca i **możliwość spełniania swoich marzeń**. Lubię swoją pracę, bo ona mnie rozwija i czuję się w niej po prostu doceniana.*

Женщины указывают на свои черты характера, которые традиционно воспринимаются как мужские, в частности на стойкость и отвагу: *Konsekwentnie realizuję swoje cele, **odważnie kroczę przez życie**. Jestem **silna i niezależna**.*

Польки подчеркивают также, что им не чужды мужские развлечения: *Chętnie wyżywam się **na siłowni**. Po pracy mile widziane: aerobik, rower, **kręgle** ze znajomymi. Lubię spacerować, jazdę na rowerze. W gronie znajomych <...> spotykamy się na pogaduchach przy winie, **gramy w bilard** lub idziemy na kręgle. Не чужды им также обязанности, воспринимаемые как типично мужские: *Zajmuję się też zwykłymi codziennymi czynnościami typu **koszenie trawy, przycinanie krzewów**. Pielęgnowanie ogrodu mnie relaksuje.**

Особенно важным для них является спорт, которым активно занимаются: *Jedną z moich największych pasji jest sport – szczególnie **tenis**. Ponadto **żagluję**, chodzę po górach. Zamiast melodramatu w tv woli zobaczyć **ciekawą mecz**. ...w miarę regularnie chodzę na siłownię. Dobrze czuję się **za kierownicą**, czasem wsiadam do swojego samochodu, włączam ukochanego Niemena i gnam przed siebie, tak bez celu.*

В отличие от россиянок, польки откровенно говорят о сексе и связанных с ним ожиданиях: *Wiem, że **seks to ważna sfera życia** – dla mnie*

również, nie jestem typem kobiety, którą wiecznie boli głowa. Poszukuję mężczyzny, który będzie to potrafił docenić. Do tego powinno dojść troszkę luzu, spontaniczności oraz braku oporu przed przytulaniem się....nie całuję się na pierwszej randce, ale w związku lubię duuuużo seksu i bliskości... Powinien lubić w związku namiętność, bo mam w tej sferze duże wymagania...

Польки также явно указывают на цель знакомства, которой не всегда является официально зарегистрированный брак: *Jestem gotowa na szaloną, intensywną znajomość – bez ciągania do ołtarza, bez formalności, bez obietnic “na zawsze”. Jeśli szukasz żony, nie jestem odpowiednią kandydatką.*

Различие видится в самопрезентации адресанта. Самой яркой чертой польских женщин являются явная тенденция к выстраиванию равноправных отношений с уважением к собственной персоне, постоянное подчеркивание своей женственности, которую они считают достоинством, а не недостатком. Партнерство для польских женщин – в гендерном взаимодополнении. Они говорят: я веселая, энергичная, жизнерадостная, самодостаточная – разная, и я хочу чувствовать свою женственность рядом с партнером, при этом мужчина должен разделять круг моих интересов и увлечений, быть ответственным, с ним я должна чувствовать себя в безопасности. Польки во всех выделенных типах объявлений подчеркивают свою женственность, привлекательность, самоуверенность: *kobieta z klasą, świetna partnerka, nie jestem zrozpaczoną 44 latką, nie mam depresji z powodu braku mężczyzny, zadbana.*

Русские женщины более категоричны в отстаивании своих прав. Больше усилий они тратят на выравнивание равноправных отношений без гендерной специфики, при этом часто стараются подчеркнуть свое превосходство.

Анализируя объявления, следует отметить также ряд схожих моментов. Во всех трех типах дается характеристика внешности. Как правило, внимание уделяется росту, типу телосложения, цвету волос и глаз: *Jest wysoką, szczupłą panną o piwnych oczach i brązowych włosach. Jest szczupłą blondynką o niebieskich oczach. Blondynka, raczej szczupła, ale kobieca, nie typ “wieszaka”. 170 cm / 55 kg, brązowe oczy, brunetka. 160 / 52, blondynka o zielonych oczach.* Характеристика внешности, на наш взгляд, свидетельствует о живучести стереотипного восприятия женщины как сексуального объекта (ср.: Kwinta 2010), который должен быть физически привлекательным. Об актуальности патриархальных норм свидетельствует также характеристика потенциального партнера без обращения к его внешности, сквозь призму интеллекта, характера и профессиональных достижений. Женщины высоко ценят откровенность, терпение, верность, ответственность,

заботу: *Szukam miłego, opiekuńczego mężczyzny na poziomie. Poszukuję mężczyzny, w którym dostrzegę zaradność, odpowiedzialność, dojrzałość i optymizm. Szukam mężczyzny, który chciałby iść przez życie wspólnie. Ktoś taki wie, co to odpowiedzialność. Szukam partnera, przyjaciela, kochanka. Czułego, odpowiedzialnego, zadbanego. Kogoś, przy kim mogłabym czuć się kochana, potrzebna i bezpieczna.* Женщины не обращают внимания на внешность и материальный статус потенциального спутника жизни: *Nie szukam księcia w lśniącej zbroi ani też milionera ze skłonnością do zawatu. Nie stawiam wymagań: wysoki szatyn czy średniego wzrostu blondyn. To nie jest najważniejsze. <...> nie szukam tzw. "przystojniaka". Nie szukam księcia z bajki.*

Сопоставительное исследование вербального конструирования гендерной идентичности в рамках брачного объявления показывает множественность ее проявления в реальной практике современного языкового существования. В то же время стереотипные схемы восприятия роли женщин кажутся настолько укоренившимися в нашем сознании, настолько естественными, что мы не отдаем себе отчета в их существовании, несмотря на то, что мир сильно изменился, что у женщин множество разных целей, что роль женщины и ее жизненное призвание не определяются только сквозь призму материнства. Гендерные стереотипы настолько укоренились, что кажутся вечными.

ЛИТЕРАТУРА

Акулова 2010 - Акулова Е.В. Жанр «Объявления о знакомстве»: гендерная и этнокультурная специфика: автореф. дис.... канд. филол. наук. Саратов, 2010. 19 с.

Здравомыслова, Темкина, 2006 - Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. История и современность: гендерный порядок в России. Гендер для «чайников». М.: Звенья, 2006. С. 55–83.

Зырянова 2009 - Зырянова И.Н. Гендерный аспект номинации лица в текстах брачных объявлений: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009. 17 с.

Ильиных 2013 - Ильиных С.А. Типология фемининности с позиции гендерной социологии: аспекты власти и потребления // Вестник НГУЭУ. 2013. № 2. С. 45–57.

Караулов 1987 - Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 263 с.

Кирилина, Томская 2005 - Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005. № 2. С. 112–132.

Рогалева 2005 - Рогалева О.С. Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса (коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2005. 22 с.

Семенова 2006 - Семенова Д.В. Гендерный аспект концептуального анализа

лексем «мужчина» и «женщина»: на материале фразеологии английского, русского и кабардинских языков: дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2006. 181 с.

Скляревская 2012 - *Скляревская Г.Н.* Лексика православия в современном русском языке: опыт лексикологического анализа и лексикографического описания // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2012. Т. 11, вып. 9. С. 36–40.

Шибанова 2004 - *Шибанова Е.А.* Концептуальное пространство брачных объявлений (на материале русского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук. Пенза, 2004. 154 с.

Długosz 2001 - *Długosz K.* Słownictwo ogłoszeń towarzyskich i matrymonialnych. Współczesna leksyka // Red. K. Michalewski. C. 1. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. S. 64–75.

Kwinta 2010 - *Kwinta E.* Idealna kobieta, idealny mężczyzna w ogłoszeniach matrymonialnych // Język Polski. Organ Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego. 2010. № 4–5. S. 286–292.

Sobstyl 1996 - *Sobstyl K.* Socjolingwistyczna charakterystyka nadawcy w niemieckich i polskich ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych. Socjolingwistyka. № 15. S. 85–96.

Sobstyl 1998 - *Sobstyl K.* «Porzuć samotność» – illokucyjne aspekty w polskich ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych // Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka. № 6. S. 19–26.

Sobstyl 2001 - *Sobstyl K.* «Czego człowiekowi do szczęścia potrzeba?» – czyli jak zmienia się nasze spojrzenie na świat. Na podstawie ogłoszeń towarzysko-matrymonialnych // Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka. 2001. № 10. S. 36–41.

Sobstyl 2002a - *Sobstyl K.* Ogłoszenia towarzysko-matrymonialne w języku polskim i niemieckim: Studium pragmatolingwistyczne. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2002a. 199 s.

Sobstyl 2002b - *Sobstyl K.* «Zapewniam kulturę, uczciwość i niezapomniane przeżycia» – czyli elementy perswazyjne w ogłoszeniach towarzysko matrymonialnych // Język polski: współczesność, historia / ed. W. Książek-Bryłowa, H. Duda. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 2002b. T. 3. S. 201–210.

Sobstyl 2013 - *Sobstyl K.* Ogłoszenia towarzysko-matrymonialne w okresie PRL i współcześnie // 70 lat współczesnej polszczyzny. Zjawiska, procesy, tendencje. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Janowi Mazurowi / ed. A. Dunin-Dudkowska, A. Małyska. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013. S. 601–619.

Sobstyl 2016 - *Sobstyl K.* Przetamywanie tabu w ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych // Tabu w procesie globalizacji kultury / ed. A. Małyska, K. Sobstyl. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2016. S. 279–292.

Wojtak 1990 - *Wojtak M.* Z problematyki opisu stylu tekstów użytkowych na podstawie analizy ogłoszeń matrymonialnych // Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka. 1990. № 2. S. 79–87.

Zgótkowa, Zgółka 2000 - *Zgótkowa H. Zgółka T.* Świat wartości w leksyce ogłoszeń towarzyskich i matrymonialnych // Językowy obraz świata i kultura

/ ed. A. Dąbrowska, J. Anusiewicz. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2000. S. 328–332.

REFERENCES

Akulova, E.V. (2010) *Zhanr "Ob"yavleniya o znakomstve": gendernaya i etnokulturnaya specifika* ["Lonely hearts ad" as a genre: gender and ethnocultural specificity]. Abstract of Philology Cand. Diss. Saratov.

Zdravomyslova, E.A. & Temkina, A.A. (2006) *Istoriya i sovremennost: genderniy poryadok v Rossii. Gender dlya "chaynikov"* [History and Modernity: Gender Order in Russia. Gender for "dummies"]. Moscow: Zven'ya. pp. 55–83.

Zyryanova, I.N. (2009) *Gendernyy aspekt nominatsii litsa v tekstakh brachnykh ob"yavleniy* [The gender aspect of the nomination of a person in the texts of marital descriptions]. Abstract of Philology Cand. Diss. Irkutsk.

Ilynykh, S.A. (2013) Typology of feminineness in terms of gender sociology: aspects of power and consumption. *Vestnik NGUEU – Vestnik NSUEM*. 2. pp. 45–57 (In Russian).

Karaulov, Yu.N. (1987) *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [The Russian language and linguistic personality]. Moscow: Nauka.

Kirilina, A.V. & Tomskeya, M.V. (2005) Lingvisticheskiye gendernyye issledovaniya [Linguistic gender studies]. *Otechestvennyye zapiski*. 2. pp. 112–132.

Rogaleva, O.S. (2005) *Brachnoye ob"yavleniye kak rechevoy zhanr reklamnogo diskursa (kommunikativno-pragmaticheskiy i kognitivnyy aspekty)* [Marriage advertisement as a speech genre of advertising discourse (communicative-pragmatic and cognitive aspects)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Omsk.

Semenova, D.V. (2006) *Gendernyy aspekt kontseptual'nogo analiza leksem "muzhchina" i "zhenschchina": na materiale frazeologii angliyskogo, russkogo i kabardinskikh yazykov* [Gender aspect of conceptual analysis of the lexemes "man" and "woman": a case study of phraseology of English, Russian and Kabardian languages]. Philology Cand. Diss. Nalchik.

Sklyarevskaya, G.N. (2012) *Leksika pravoslaviya v sovremennom russkom yazyke: opyt leksikologicheskogo analiza i leksikograficheskogo opisaniya* [The vocabulary of Orthodoxy in the modern Russian language: the experience of lexicological analysis and lexicographical description]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Filologiya*. 11(9). pp. 36–40.

Shibanova, E.A. (2004) *Kontseptual'noye prostranstvo brachnykh ob"yavleniy (na materiale russkogo i frantsuzskogo yazykov)* [Conceptual space of marriage announcements (in Russian and French languages)]. Philology Cand. Diss. Penza.

Łtugosz, K. (2001) Słownictwo ogłoszeń towarzyskich i matrymonialnych [The vocabulary of personal and matrimonial advertisements]. In: Michalewski, K. (ed.) *Współczesna leksyka* [Modern Lexis]. Vol. 1. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. pp. 64–75.

Kwinta, E. (2010) *Idealna kobieta, idealny mężczyzna w ogłoszeniach matrymonialnych* [Ideal woman and ideal man in matrimonial advertisements].

Język Polski. Organ Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego. 4–5. pp. 286–292.

Sobstyl, K. (1996) Socjolingwistyczna charakterystyka nadawcy w niemieckich i polskich ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych [The sociolinguistic profile of the writer in German and Polish personal and matrimonial advertisements]. *Socjolingwistyka*. 15. pp. 85–96.

Sobstyl, K. (1998) "Porzuć samotność" – illokucyjne aspekty w polskich ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych ["Cast Away Your Solitude" – Illocutive Aspects in Polish Personal and Matrimonial Advertisements]. *Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka*. 6. pp. 19–26.

Sobstyl, K. (2001) "Czego człowiekowi do szczęścia potrzeba?" – czyli jak zmienia się nasze spojrzenie na świat. Na podstawie ogłoszeń towarzysko-matrymonialnych ["What Does a Person Need to Be Happy?" – or How the Way We View the World Changes – Based on Personal and Matrimonial Advertisements]. *Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka*. 10. pp. 36–41.

Sobstyl, K. (2002a) Ogłoszenia towarzysko-matrymonialne w języku polskim i niemieckim. Studium pragmatyngwistyczne [Personal and Matrimonial Advertisements in Polish and German. A Pragmalinguistic Study]. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Sobstyl, K. (2002b) "Zapewniam kulturę, uczciwość i niezapomniane przeżycia" – czyli elementy perswazyjne w ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych ["I Guarantee Good Manners, Honesty and Unforgettable Experiences" – or Persuasive Elements in Personal and Matrimonial Advertisements]. In: Książek-Bryłowa, W. & Duda, H. (eds) *Język polski: współczesność, historia* [The Polish Language: The Present and the History]. Vol. 3. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. pp. 201–210.

Sobstyl, K. (2003) Jak mówimy o samotności? Na podstawie ofert zamieszczonych w "Niedzieli" [How Do We Speak About Solitude? Based on Personal Advertisements Published in the "Sunday"]. In: Książek-Bryłowa, W. & Duda, H. (eds) *Język polski: współczesność, historia* [The Polish Language: The Present and the History]. Vol. 4. Lublin: Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. pp. 137–146.

Sobstyl, K. (2016) Przełamywanie tabu w ogłoszeniach towarzysko-matrymonialnych [Breaking taboos in personal and matrimonial advertisements]. In: Małycka, A. & Sobstyl, K. (eds) *Tabu w procesie globalizacji kultury* [The Taboo in the Process of Globalizing Culture]. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. pp. 279–292.

Wojtak, M. (1990) Z problematyki opisu stylu tekstów użytkowych na podstawie analizy ogłoszeń matrymonialnych [Some issues related to the stylistic description of functional texts; based on an analysis of matrimonial advertisements]. *Poradnik Językowy. Organ Towarzystwa Kultury Języka*. Nr. 2. pp. 79–87.

Zgótkowa, H. & Zgótko, T. (2000) Świat wartości w leksyce ogłoszeń towarzyskich i matrymonialnych [The world of values in the lexis of personal and matrimonial advertisements]. In: Dąbrowska, A. & Anusiewicz, J. (eds) *Językowy obraz świata i kultura* [The Linguistic Picture of the World and Its Relation to Culture]. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. pp. 328–332.

Вепрева Ирина Трофимовна – доктор филологических наук, завкафедрой русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета (Россия).

Irina T. Vepreva – The Ural Federal University (Russia).

E-mail: irina_vepreva@mail.ru

Пазио-Влазловская Дорота – кандидат гуманитарных наук, заместитель директора Института славистики Польской академии наук (Польша).

Dorota Pazio-Włazłowska – Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences (Poland).

E-mail: d.pazio@ispan.waw.pl