

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ В ШЛЮБНИХ ОГОЛОШЕННЯХ

У статті окреслено гендерні особливості в шлюбних оголошеннях; досліджено гендерні стереотипи в сучасному суспільстві; проведено соціолінгвістичний аналіз шлюбних оголошень на сайті знайомств «Mamba».

Ключові слова: гендерні особливості, шлюбні оголошення, гендерні стереотипи.

Гендерні дослідження – досить потужний і актуальний напрям, який вивчає все, що робить проблематику статі частиною сфери соціального життя й культури. Іншими словами, – це стереотипні уявлення про чоловіків і жінок, їх професії, ролі в суспільстві.

У зв'язку з вищевикладеним, **актуальність** даної статті зумовлюється дослідженням гендерних особливостей шлюбних оголошень та вивченням гендерної специфіки поведінки людей в соціальних мережах.

Метою дослідження є гендерні особливості шлюбних оголошень на сайті знайомств.

Фактичним матеріалом дослідження стали анкети з сайту знайомств «Mamba».

Гендерні стереотипи сформувалися на підставі сприйняття й тлумачення статевих розходжень у різні історичні періоди, у різних культурах, а також у результаті століттями існуючого розділу праці. Гендерний стереотип, за визначенням З. В. Шевченко, – це стійкі, повторювані, загальноприйняті уявлення (думки) про місце та виконувані ролі того чи іншого гендеру в суспільстві [3].

Щодо виникнення гендерних соціальних стереотипів, то в літературі існує багато теорій. Причинами вчені називають соціальні, економічні та історичні чинники. З ускладненням господарських процесів дедалі більшого значення набувала груба сила, якою володіли саме чоловіки. Усі ці особливості й поставили маскуліність на перше місце, як силу, мужність, завойовництво, добування їжі, а головний обов'язок жінки – народжувати дітей та організувати побут.

Більшість людей про це навіть не замислюється. А стереотипи оточують нас з дитинства. І вже потім – у дорослому житті – ми передаємо їх у спадок своїм дітям. Ми часто таке чуємо: народилася дівчинка – усе має бути рожевим, якщо народився хлопчик, його вдягають у голубу одягу.

Хлопчики теж підпадають під суспільні стереотипи: «Не плач – ти ж хлопчик». Також ці стереотипи підтримуються в сім'ї, у садочку, в школі. Отже, ми все ще перебуваємо в полоні застарілих уявлень щодо жінок та чоловіків та часто керуємося стереотипами у своїх щоденних практиках.

За останні тридцять років гендерна тематика поступово стає вельми затребуваною практично в усьому спектрі соціальних наук, судячи з кількості публікацій, дослідницьких **проектів**. Феномен розвитку Інтернету та його соціальних наслідків не міг не відбитися у величезній кількості наукових досліджень.

Як зазначає С. В. Форманова, спілкування за допомогою мережі посідає особливе місце в суспільному житті, оскільки Інтернет-технології допомагають у різних сферах життєдіяльності людини. Завдяки Інтернету з'явилися нові канали комунікації, виникли нові форми спілкування. Така трансформація комунікативного простору змінила найголовніший засіб людського спілкування – мову. Кожна комунікативна ситуація вимагає певної мовної поведінки, реалізації засобів, визначальних для такої ситуації. Перелік засобів кожної комунікативної ситуації, тобто стилю мови, – різний. Із розвитком Інтернету, спектр засобів, визначальних для кожного стилю, зазнає суттєвих змін [2, 284].

У сучасному світі он-лайн-знайомства стали основною формою пошуку кохання. Сьогодні це розповсюджений спосіб зустріти партнера для постійних стосунків. Він став популярним для чоловіків і жінок різного віку, які за різних обставин залишилися наодинці і хочуть побудувати сім'ю.

Ми проаналізували 44 анкети чоловіків на сайті знайомств віком від 50 до 64 років, поділивши їх на три вікових категорії: 50 – 55 (23 анкети – 52,27%), 56 – 60 (13 анкет – 29,54%), 60 – 64 (7 анкет – 15,90%). В анкетах вказано місто, вік, освіта, теги та мета знайомства. Результати анкетування дають змогу створити портрет чоловіка, його типові риси, звички, та те, з якою метою він знаходиться на сайті знайомств і яку мету переслідує при знайомстві.

Результати відбито в табл.1:

Вік чоловіків	Тривалі стосунки	Дружба	Інтимні стосунки
	Шлюб Сім'я	Переписка	
50 – 55	47,8%	30,4%	21,7%
56 – 60	46,1%	38,4%	15,3%
60 – 64	57,1%	42,8%	14,2%

У зв'язку з тим, що на сайті знайомств Мamba в основному зустрічається російськомовний контент, то ми здійснювали аналіз анкет, представлених російською мовою.

Розглянемо фактичний матеріал (орфографію авторів збережено): *хочу найти человека с кем было бы надолго хорошо и спокойно в душе, бывает, что даже в переписке диалог тепла и дружбы, уважения, достойно хороших чувств и расстояние тут не преграда...* (Володимир, 59 років); *Цель прибывания здесь – встретить спутника жизни, отношения осознанные, гармоничные, построенные на взаимном уважении!* (Саша, 57 років).

Також спостерігається невеликий відсоток чоловіків, які шукають собі жінку-коханку для тривалих або короткочасних інтимних стосунків, як-от: *Я хотел бы познакомиться с женщиной в одессе для интимных отношений. Я взрослый мужик. И мне нужны встречи регулярно* (Павло, 52 роки); *Девушку с чувством юмора, без комплексов, секс и эпатаж везде)))!* (Дмитрий, 55 років).

Чоловіки у віковій категорії 60 – 64 найменш зацікавлені в інтимних стосунках, наприклад, *ищу не «технический» секс, а дружбу, доверие, чувства* (Aleksandr, 61 рік); *в поиске женщины-друга для длительных отношений с взаимным уважением и пониманием* (Владислав, 63).

Як описували Платон і Аристотель, дружба можлива лише між рівними і за умови вивіщення над сексуальністю [1, 312].

Також, чоловіки в цьому віці зацікавлені в жінці-супутниці для сім'ї, кохання, наприклад, *Хочу РЕАЛЬНО зустріти настоящие ДУШЕВНЫЕ ЧУВСТВА, если это возможно. Ту единственную, с которой можно покинуть этот сайт навсегда. Люблю активный отдых. Ищу подругу для занятий спортом, пробежке у моря))* (Максим, 64 роки).

За даними показниками робимо висновок, що чоловіки почали менше зациклюватись на жінці тільки як на сексуальному об'єкті. Чоловіки шукають собі друга, супутницю, яка буде рівною йому, товаришем, бо не секрет, що за стереотипними ознаками чоловіки посідають вищі позиції в системі соціальної ієрархії суспільства, ніж жінки.

Також, ми дослідили 52 анкети жінок на сайті знайомств віком від 35 до 60 років (ця вікова категорія найбільш розповсюджена на сайті), поділивши їх на три вікових групи: 35 - 45 (16 анкет – 30,7%), 46 – 55 (26 анкет – 50%), 56 – 60 (10 анкет – 19,2%). Результати анкетування дають змогу встановити, з якою метою вони знаходяться на сайті знайомств і яку мету переслідують при знайомстві.

Результати відбито в табл. 2:

Вік жінки	Тривалі стосунки Шлюб Сім'я	Дружба Переписка	Інтимні стосунки
35-45	5,7%	13,4%	11,5%
46-55	19,2%	17,3%	13,4%
56-60	11,5%	5,7%	1,9%

Аналізуючи жіночі анкети, маємо такі результати.

Вікова категорія 35 – 45 на сайтах знайомств не шукають довготривалі стосунки або ж створення сім'ї, вони шукають дружні стосунки, стосунки для мандрівок і переписок.

Розглянемо фактичний матеріал (орфографію авторів збережено): *очень важно интересное общение и времяпрепровождение! Веселая компания!* (Helen, 45 років); *Веселая, умная, хочу эмоциональную разгрузку в обществе с интеллектуальной женщиной) ДРУЖЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ!!!* (Маргаритка, 43).

Також жінок у цій віковій групі цікавлять чоловіки для інтимних стосунків, як-от: *мужчину в хорошей спортивной форме, с которым не соскучишься вечером и приятно проснуться утром* (Людмила, 45 років); *Мне нравятся сексуальные парни. Кроме злых...* (Оля, 35 років);

Наступна група – жінки віком 46 – 55 шукають людину для сім'ї, серйозних стосунків, як-от: *Любовь не живет в одиночку. Для любви нужны двое. Мужчину для серьезных отношений, любви и брака))* (Julia, 47 років); *Мужчину на которого можно положиться, в котором никогда не будешь сомневаться, для построения семьи* (Вика, 52 роки).

Деякі жінки зосереджені на пошуку чоловіків для інтимних стосунків, наприклад, *я очень страстная. Не настроена на серьезные отношения, независима, самодостаточная, ищу развлечения и ярких воспоминаний* (Катенька, 47 років); *Скромность и сексуальность – лучшее украшение женщины))) ищу мужчину для интимных встреч* (Sveto4ka, 35 років).

Більшість жінок віком від 56 до 60 років зареєструвались на сайті задля серйозних стосунків, наприклад: *Интересуют только серьезные отношения. мужчину для жизни* (Loga, 58 років); *Устала быть сильной, хочется заботы, ласки и тепла, ищу только серьезные отношения, одиночество – сволочь((((* (Марина, 56 років).

Узагальнюючи проаналізований матеріал жіночих анкет можна зазначити, що жінки, реєструючись на сайтах знайомств, переслідують мету пошуку чоловіка для шлюбу, а ось інтимні стосунки жінок цікавлять найменше. Тобто, жінки серйозно ставляться до реєстрації на сайтах знайомств, вони бажають зустріти кохання, чоловіка для шлюбу.

Отже, проаналізовані оголошення з сайту знайомств «Mamba» дають нам змогу схарактеризувати гендерні проблеми комунікації в сучасному Інтернет-середовищі. У мові Інтернет-спілкування можна відзначити переважаючі теми, присвячені особистому та інтимному життю людини.

Перспективу дослідження вбачаємо в подальшому аналізі гендерних, структурних і семантичних особливостей в українськомовному шлюбному оголошенні.

Список використаної літератури

1. Гендерні медійні практики : Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів : навч. пос. / колект. авторів. Київ : ОБСЄ, 2014. 206 с.

2. Форманова С. В. Коментар у соціальних мережах : інвективні форми. *Вісник Львівського університету. Серія Соціологічна*. Львівський нац. унів. ім. І. Франка. 2020. Вип. 72. С. 282 – 294.

3. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням. Поняття ділового спілкування. URL : <https://ukrtextbook.com/ukra%D1%97nska-mova-za-profesijnim-spryamuvannyam-shevchuk-s-v/ukra%D1%97nska-mova-za-profesijnim-spryamuvannyam-shevchuk-s-v-2-1-8-ponyattya-dilovogo-spilkuvannya.html> (дата звернення : 12.11.2020)

4. Сайт знайомств “Mamba”.

Катерина Давидько

СЕМАНТИЧНА МОТИВАЦІЯ НАЗВ РОСЛИН В УКРАЇНСЬКІЙ І ПОЛЬСЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено вивченню змістової мотивації флоролексем як окремих видових назв, що відповідають конкретним рослинним реаліям – цілісним об’єктам флори, в українській і польській мові. Проаналізувавши етимологію 200 флористичних найменувань (100 лексем в українській і 100 – у польській), ми встановили п’ять основних мотиваційних моделей (зовнішній вигляд, місце розповсюдження, властивості рослин, практичне використання, власні імена людей), що вказують на змістове наповнення досліджуваної лексики. Більшість флоролексем української та польської мов відображають досвід освоєння довкілля слов’янськими етносами упродовж тисячоліть, вони мотивовані передусім своїм зовнішнім виглядом та властивостями.

Ключові слова: *ономасіологія, номінація, мотив номінації, семантична мотивація, мотиваційна модель, флоролексема.*

Загальні питання ономазіології як процесу найменування, способи номінації та семантичну мотивацію лексем різних тематичних груп у слов’янських мовах досліджували Н. Д. Арутюнова [1], Ядвіга Ванякова [10], О. А. Войцева [2], В. В. Калько [3], В. А. Мер-