

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет іноземної філології
Кафедра німецької мови

Дипломна робота
магістра

з теми: **«ЖАНР «ОГОЛОШЕННЯ ПРО ЗНАЙОМСТВО» В СУЧАСНИХ
ЕЛЕКТРОННИХ НІМЕЦЬКИХ МЕДІАВИДАННЯХ: ГЕНДЕРНІ,
СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ»**

Виконавець: здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти
групи Nim1-M22
спеціальності 014 Середня освіта (Мова і
література (німецька) за освітньо-професійною
програмою «Середня освіта (Німецька мова і
зарубіжна література)»

Шевченко Ганна В'ячеславівна

Керівник: **Добринчук О.О.**,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри німецької мови, доцент

Рецензент: **Мельник І.В.**,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської мови, доцент

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕННЯ ЯК РІЗНОВИДУ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ.....	8
1.1. Поняття «дискурс» та «рекламний дискурс» в сучасній лінгвістиці.....	8
1.2. Інтернет-оголошення як текст малої форми.....	19
РОЗДІЛ 2. ШЛЮБНІ ОГОЛОШЕННЯ В СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКИХ МЕДІАВИДАННЯХ.....	25
2.1. Історія появи жанру шлюбних оголошень.....	25
2.2. Особливості жанру «оголошення про знайомство» у німецькомовних медіавиданнях.....	31
2.2.1 Характерні риси жанру.....	33
2.2.2 Функції шлюбних оголошень.....	37
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ ЖАНРУ «ОГОЛОШЕННЯ ПРО ЗНАЙОМСТВО» З ТОЧКИ ЗОРУ ГЕНДЕРНИХ, СТРУКТУРНИХ ТА СЕМАНТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ (НА ПРИКЛАДІ НІМЕЦЬКИХ МЕДІАВИДАНЬ).....	41
3.1. Гендерні особливості шлюбних оголошень.....	41
3.2. Семантика та структура шлюбних інтернет-оголошень.....	55
3.2.1. Структурні особливості оголошень про знайомства.....	56
3.2.2. Семантичні особливості шлюбних інтернет-оголошень.....	60
3.3. Інтернет-оголошення про знайомство як засіб удосконалення навичок письма старшокласників на уроці німецької мови.....	64
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

РД – рекламний дискурс

ЛСП – лексико-семантичне поле

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Спілкування було, є й буде важливою і невід'ємною складовою життя суспільства загалом, й кожної особистості зокрема, адже саме завдяки процесу спілкування люди знайомляться, комунікують поміж собою.

В наш час процес спілкування кардинально відрізняється. Розвиток інформаційних технологій і нові соціальні умови суттєвим чином вплинули на активізацію та динамізацію суспільно значущих процесів у різних галузях життя. Так, говорячи про процес спілкування, можемо впевнено стверджувати, що наразі шалено зростає популярність електронної комунікації, тобто спілкування, яке відбувається за допомогою глобальної комп'ютерної інформаційної мережі Інтернет. Завдяки новим технічним можливостям «всесвітня павутина» стала не лише джерелом інформації, а й забезпечила зворотній зв'язок між комунікантами.

Відмітимо, що зацікавленість науковців у глибинних процесах комунікації з'явилась давно і є цілком природньою. Сучасне мовознавство наразі активно досліджує процеси спілкування в залежності від їх мети та завдань.

Вивчення різних сфер спілкування, проблема співвідношення людини і її мови відносяться до головних завдань мовознавства. Це зумовлює зацікавленість науковців до вивчення функціональної специфіки текстів різних жанрів у сфері масової комунікації.

Феномен же появи мережі Інтернет породив не лише нове комунікативне середовище, але й також став об'єктом численних наукових досліджень, в тому числі й у сфері лінгвістики та мовознавства. Проблематика дослідження текстів, що сьогодні масово розміщуються у мережі Інтернет привертає увагу все більшої кількості філологів, а саме структурні, лінгвістичні, семантичні, гендерні та інші аспекти Інтернет-комунікації.

На сьогоднішній день вченими активно досліджуються різноманітні аспекти Інтернет-дискурсу: жанрові різновиди (Л.Ф. Компанцева, С.В. Заборовська, С.С. Данилюк), гендерні особливості Інтернет-дискурсу (А.Н. Гайфулліна, О.І. Горошко), лінгвістичні особливості Інтернет-дискурсу (О.С. Ключкова, Н.В. Коломієць) тощо.

Вивченням же Інтернет-оголошень займалось порівняно небагато науковців, серед яких можна виділити роботи О.І. Горошко, О.О. Жигаліна, Ю.Д. Предій, М. В. Гусар.

Шлюбні оголошення як окремий жанр рекламного дискурсу наразі є предметом дослідження багатьох гуманітарних дисциплін: психологія, соціологія, лінгвістика. І, хоча, цей вид рекламної комунікації не є новим, можна впевнено стверджувати, що на сьогоднішній день жанр «оголошення про знайомство» (або «шлюбні оголошення») є не достатньо дослідженим.

Отже, актуальність магістерського дослідження зумовлена доволі стрімким розвитком комп'ютерних технологій, потребою у виділенні та вивченні Інтернет-дискурсу в цілому, та шлюбних Інтернет-оголошень зокрема, як особливого виду сучасної комунікації, а також майже абсолютною відсутністю вітчизняних наукових розвідок й досліджень такого жанру «оголошення про знайомство».

Об'єкт дослідження – шлюбні оголошення як жанровий різновид рекламного дискурсу.

Предмет дослідження – лінгвістичні особливості текстів шлюбних оголошень у німецькомовному рекламному дискурсі.

Мета дослідження полягає у встановленні структурних, гендерних та семантичних особливостей німецькомовних шлюбних оголошень у німецьких медіавиданнях.

Завдання дослідження:

- надати визначення поняттям «дискурс» та «реklamний дискурс» в сучасній лінгвістиці;
- розглянути Інтернет-оголошення як текст малої форми;

- ознайомитись з історією появи жанру шлюбних оголошень у рекламному дискурсі;
- визначити особливості жанру «оголошення про знайомство» у німецькомовних медіавиданнях;
- виявити гендерні особливості німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень;
- проаналізувати семантичні та структурні особливості німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень;
- продемонструвати можливості використання Інтернет-оголошень про знайомство як засобу удосконалення навичок письма старшокласників на уроці німецької мови.

Під час написання магістерської роботи були використані наступні **методи дослідження:**

1. Пошуковий метод (використовувався для пошуку інформації та наукової літератури з теми дослідження);
2. Контекстуальний метод (використовувався для аналізу гендерних, структурних та семантичних аспектів у досліджуваних текстах).
3. Описовий метод (використовувався для пояснення та узагальнення результатів теоретичних та практичних аспектів дослідження).
4. Порівняльний метод (використовувався для порівняння втілення гендерних, структурних та семантичних особливостей у німецькомовних оголошеннях про знайомство).
5. Метод спостереження та аналізу результатів (використовувався для визначення ефективності використання Інтернет-оголошень про знайомство як засобу удосконалення навичок письма старшокласників на уроці німецької мови).

Матеріалом для дослідження слугували тексти німецькомовних приватних контактних оголошень, що були взяті з німецькомовних спеціалізованих видань у вільному доступі, а саме: kleianzeige.de, quoke.de

Практичне значення дослідження полягає в тому, що матеріали даного дослідження можуть бути використані для написання праць з лінгвістики, мовознавства, для підготовки до лекційних і практичних занять студентів різноманітних філологічних спеціальностей тощо. Вправи, запропоновані у роботі, можуть бути впроваджені в процес навчання німецької мови старшокласників.

Структура і обсяг роботи: робота складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаних джерел.

Загальний обсяг магістерського дослідження – 88 сторінок, основний зміст магістерського дослідження викладено на 81 сторінці.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були представлені та обговорені на V Міжнародній студентській науковій конференції «Теоретичне та практичне застосування результатів сучасної науки» (м. Рівне, 27 жовтня 2023 р.) та XII Регіональній науково-практичній конференції «Методика навчання філологічних дисциплін у закладах загальної середньої та вищої освіти» (м. Кам'янець-Подільський, 7 грудня 2023 р.).

Публікації. Окремі результати дослідження висвітлено у 2 працях:

1. Шевченко Г. Семантика та структура шлюбних інтернет-оголошень на прикладі німецьких медіавидань. *Теоретичне та практичне застосування результатів сучасної науки* : матеріали V Міжнародної студентської наукової конференції, м. Рівне, 27 жовтня, 2023 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2023. С. 216-219.

2. Добринчук О.О., Шевченко Г.В. Інтернет-оголошення про знайомство як засіб удосконалення навичок письма старшокласників на уроці німецької мови. *Методика навчання філологічних дисциплін у закладах загальної середньої та вищої освіти* : матеріали XII Регіон. наук.-практ. конф., 7 груд. 2023 р. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2023. С. (у друці)

ВИСНОВКИ

Отож, з огляду на реалізацію поставленої мети та завдань дослідження можна зробити такі висновки:

На сьогоднішній день дефініція терміну «дискурс» викликає значні труднощі в силу того, що воно має попит в межах цілого ряду наукових дисциплін, таких, як лінгвістика, антропологія, літературознавство, етнографія, соціологія, соціолінгвістика, філософія, психолінгвістика, когнітивна психологія і деякі інші. І цілком безпосередньо, що багатозначність терміну «дискурс» і його вживання в різних галузях гуманітарного знання утворюють різні підходи до трактування значення і сутності даного поняття.

Загалом поняття «дискурс» осмислюється в нерозривному зв'язку з поняттями мова і текст. Дискурс як комунікативне явище – це проміжна ланка між промовою як вербальним спілкуванням, як діяльністю, з одного боку, і конкретним текстом, зафіксованим в ході спілкування, з іншого. У більш простому протиставленні дискурс слід розуміти як когнітивний процес, зі знанням мовотвору, а текст – як кінцевий результат процесу мовної діяльності, що виливається в певну закінчену форму.

У сьогоднішні питання вивчення та дослідження рекламного дискурсу є надзвичайно актуальним, особливо з точки зору лінгвістичних та мовознавчих наук. У магістерському дослідженні ми трактували поняття «рекламний дискурс» як мовну комунікацію, що реалізується через рекламні повідомлення у поєднанні лінгвальних та паралінгвальних елементів.

Текст – це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлювань, що об'єднані у тематичну і структурну цілісність. Текст є невід'ємною складовою комунікативного процесу, який фіксує, передає та зберігає усю важливу інформацію.

З бурхливим розвитком техніки Інтернет-простір набув надзвичайної популярності, адже з віртуального простору, де зберігається інформація, він перетворився у платформу для спілкування індивідів, де вони не тільки мають змогу обмінятися думками, але й самореалізуються, впливають на світобачення інших індивідів, розважаються, спілкуються, знайомляться тощо.

В наш час рекламний дискурс відрізняється надзвичайно великою кількістю мовленнєвих жанрових різновидів, серед яких – оголошення як текст малої форми. У магістерському дослідженні ми детально розглянули такий вид інтернет-оголошення, як оголошення про знайомство.

Під шлюбними оголошеннями у цьому дослідженні ми розуміли будь-які оголошення чоловіків і жінок, що розміщені у мережі Інтернет з метою знайомства з представниками протилежної статі для розвитку серйозних стосунків або приємного проведення вільного часу. Також було встановлено, що шлюбні оголошення є видом рекламної комунікації, а тексти шлюбних оголошень – частиною рекламного дискурсу.

Огляд наукової літератури дозволив з'ясувати, що оголошення про знайомства мають доволі давню історію виникнення, адже їх поява припадає на кінець XVII ст. У період XVII – XVIII ст. у шлюбних оголошеннях основною інформацією про партнера була виключно економічна (або матеріальна) сторона. Саме тому до шлюбних оголошень додавались й довідки про вартість майна, про матеріальне становище чоловіка або жінки, про наявність нерухомого майна тощо.

З появою комп'ютерів та розвитком комп'ютерних технологій уявлення людей про шлюб та ставлення до знайомств стало радикально іншим, адже чоловіки та жінки почали зосереджувати основну увагу у пошуку партнера не на матеріальні статки, а на характер та індивідуальні особливості. До того ж шлюбні оголошення почали публікуватись у інтернет-виданнях та спеціально створених сайтах знайомств.

У ході дослідження було з'ясовано, що шлюбне оголошення є особливим

самостійним мовленнєвим жанром, який функціонує в рамках сучасного рекламного дискурсу, адже поєднує в собі характерні риси рекламного тексту і жанру оголошення. Це явище обумовлене тим, що персоналізація подання інформації в шлюбному оголошенні поєднується із характерними для реклами прийомами і методами впливу на читача.

Саме тому шлюбні оголошення характеризуються цілим рядом особливостей, які вирізняють цей жанр з-поміж звичайних комерційних рекламних оголошень: такі оголошення є суто індивідуальними й містять основні характерні риси індивіда; у таких оголошеннях автор створює для себе певний ідеальний образ, який би вирізняв його з-поміж інших; шлюбні оголошення мають особливу форму та структуру й мають на меті пошук партнера.

З тієї причини, що мовлення людини віддзеркалює її свідомість і дає інформацію про велику низку аспектів її життя, комунікативна поведінка чоловіків та жінок є надзвичайно актуальним питанням для дослідження гендеру у сучасній лінгвістичній думці.

Сьогодні проблема гендерної диференціації мовлення набуває все більшої актуальності і сягає за межі побутового характеру. Питанням місця гендеру в лінгвокультурній картині світу займаються багато дослідників. Основною метою таких досліджень є опис і пояснення того, як визначається стать у мові, які характеристики приписують мові чоловіків та жінок, а також вивчення мовної поведінки статі, виділення і опис особливостей чоловічої та жіночої мовних картин світу.

Проведене дослідження показало, що сучасні шлюбні Інтернет-оголошення не орієнтуються на наявні в суспільстві гендерні стереотипи, а кожне шлюбне оголошення є індивідуальним. Аналіз показав, що жінки, як і чоловіки, в наш час здатні самі себе забезпечувати й шукають партнерів в більшій мірі за такими критеріями, як гарний характер та вірність. Як і жінки, так і чоловіки, схильні створювати певний уявний позитивний образ свого майбутнього партнера. Однак

чоловіки все ж схильні підкреслювати свою матеріальну забезпеченість, що простежувалось в усіх розглянутих нами шлюбних оголошеннях; а жінки є більш категоричними та вимогливими до майбутнього партнера-чоловіка.

У ході дослідження було з'ясовано, що оголошення про знайомство зазвичай мають таку структуру: заголовок, фотографія, основна частина (самопрезентація) та заключна частина.

Також можемо стверджувати, що оголошення про знайомства є доволі різноманітним жанром мови з точки зору їх лексико-семантичних особливостей, адже, як показало дослідження, у шлюбних оголошеннях поширена досить різноманітна лексика, що охоплює різні тематичні напрямки.

В процесі активного використання німецькомовних електронних ресурсів учень здобуває навички письма, вивчає нові слова та фрази, тобто отримує можливість для розвитку мовленнєвих навичок. Однак залучення у навчальний процес такого засобу як німецькомовні оголошення не повинно виключати традиційні методи навчання, а гармонійно поєднуватись із ними.

Перспективами подальших досліджень можуть бути порівняльний аналіз українських та німецьких оголошень про знайомство на стилістичному та структурному рівнях, а також можливості використання німецьких оголошень про знайомство з метою формування соціолінгвістичної компетентності старшокласників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Безугла Т.А. Англо- і німецькомовний рекламний дискурс: полікодовий лінгвопрагматичний підхід : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2017. 23 с.
3. Бондаренко О.С. Концепти «чоловік» і «жінка» в українській та англійській мовних картинах світу : автореф. дис.... канд. філол. наук. Дніпропетровськ, 2005. 19 с.
4. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2004. 140 с.
5. Велика І.О. Особливості комунікативної поведінки осіб чоловічої статі на матеріалі німецькомовних шлюбних оголошень сучасності. *Нова філологія*. 2019. № 76. С. 26-33.
6. Велика І.О. Функції мовної особистості у віртуальному дискурсі (на матеріалі німецької мови). *Вісник Маріупольського державного університету*. 2017. № 17. С. 104-109.
7. Велика І.О. Шлюбне оголошення як різновид рекламного дискурсу (на матеріалі німецької мови). *Нова філологія*. 2014. № 67. С. 26-31.
8. Використання технології креативного письма для розвитку комунікативних компетентностей учнів на уроках німецької мови. На урок : веб-сайт. URL: <https://naurok.com.ua/vikoristannya-tehnologi-kreativnogo-pisma-dlya-rozvitku-komunikativnih-kompetentnostey-uchniv-na-urokah-nimecko-movi-290488.html> (дата звернення: 25.11.2023).
9. Владимирська А., Владимирський П. Реклама: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
10. Вусик Г.Л. Гендерна стереотипізація субтексту адресанта в оголошеннях про знайомство. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія

Філологія. 2017. № 31. Т. 2. С. 149-150.

11. Герасімова О.М. Дискурс як соціолінгвальне явище. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. № 2. С. 19-23.

12. Гудзь Н. Генезис поняття «дискурс» у сучасній лінгвістиці. *Eprints.zu* : веб-сайт URL: <http://eprints.zu.edu.ua/7168/1/12gnogpd.pdf> (дата звернення: 25.11.2023).

13. Економічний словник / Й.С. Завадський, Т.В. Осовська, О.О. Юшкевич. Київ : Кондор, 2006. 356 с.

14. Заборовська С.В. Особливості віртуального дискурсу в просторі Інтернет (на прикладі інтернет-щоденників): автореф. дис. канд. філолого. наук: 10.02.02 / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. Харків, 2006. 19 с.

15. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 920 с.

16. Іванова І.Б. Українськомовна реклама в Україні (кінець XIX – початок XX ст.). *Молодий вчений*. 2017. № 2. С. 383-386.

17. Калита О.М. Електронна комунікація: мовнокомунікативні особливості й жанрова диференціація. *Enpuir.npu* : веб-сайт URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/22050/Kalyta.pdf;jsessionid=2789CFB91493E014688616EF5961111B?sequence=1> (дата звернення: 25.11.2023).

18. Ковчак В.О. Дискурс як чинник суспільного здійснення людини *Гілея: Науковий вісник*. 2015. С. 203-207.

19. Колісниченко Т.В. Рекламний дискурс: поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. № 13. Том 2. С. 93-97.

20. Компанцева Л.Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти: автореф. дис. д-ра філол. наук: 10.02.02 / Ін-т мовознав. ім О.О. Потебні. Київ, 2007. 36 с.

21. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.

22. Кузєбна В., Грон Ю. Блог-записки як сучасний жанр інтернет комунікації. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/51.pdf> (дата звернення:

25.11.2023).

23. Легін С. Як знайомились наші дідусі або шлюбні оголошення львів'ян початку ХХ століття. *Фотографії старого Львова* : веб-сайт. URL: <https://photo-lviv.in.ua/yak-znajomylys-nashi-didusi-abo-shlyubni-oholoshennya-lviv-yan-na-pochatku-hh-stolittya/> (дата звернення: 25.11.2023).

24. Ломоносова К. Тексти малої форми: мовностилістичний аспект. *Вісник Львівського університету*. 2013. № 38. С. 325-333.

25. Мардус Г. Реклама в українській пресі: між корисним і доцільним. *Обрії друкарства*. 2015. № 4. С. 112-122.

26. Мельник О. Історія дейтингу. Як люди шукали свою долю до появи Тіндера. URL: <https://bit.ua/2019/12/dating-forever/> (дата звернення: 25.11.2023).

27. Подрек Белтон Любов і знайомства в епоху Tinder. *BBC* : веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-43055764> (дата звернення: 25.11.2023).

28. Попова Н.В. Основи реклами: навчальний посібник. Харків : Видавництво «ВДЕЛЕ». 2016. 145 с.

29. Предрій Ю.Д. Комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів Інтернет-оголошень (на матеріалі англomовних текстів про роботу). *Вісник Житомирського державного університету*. 2009. № 49. С. 198-200.

30. Прима В.В. Дискурс: погляди науковців на визначення та предмет вивчення. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. № 22. Т. 2. С. 98-103.

31. Професійна підготовка майбутніх спеціалістів у загальноєвропейському мовному контексті: проблеми та перспективи. Матеріали студентської наукової інтернет-конференції / гол. ред. Ямчинська Т.І. Вінниця: ТОВ фірма «Планер». 2016. 190 с.

32. Рікардо Сенра Tinder - 10 років. Що буде далі з онлайн-знайомствами? *BBC* : веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62818664> (дата звернення: 25.11.2023).

33. Рогожук Б.О. Структурно-семантичні особливості лексики кіберпростору в

сучасній англійській та українській мовах. *Jvestnik* : веб-сайт. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12096/11971> (дата звернення: 25.11.2023).

34. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. Київ, 2002. 392 с.

35. Ситник І.В. Дискурс в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 46. Т. 2. С. 123-126.

36. Сіробаба І.П. Лінгвістичні особливості мовного жанру «Інтернет-оголошення про найм на роботу» (на матеріалі англійської мови). Соціально-гуманітарні аспекти сучасного суспільства. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів. Суми, 23-24 квітня 2015 року.

37. Сокирка Д. Аксіологічні особливості лексики українських та польських об'яв жінок про знайомство. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/28427/1/112-115.pdf> (дата звернення: 25.11.2023).

38. Фрусевич Є. Цікаві шлюбні оголошення XIX століття. *Znaj.ua* : веб-сайт. URL: <https://history.znaj.ua/216185-cikavi-shlyubni-ogoloshennya-xix-stolittya-dzhentlmen-30-rokiv-vid-narodzhennya-bazhaye-odruzhitisya-z-molodoyu-damoyu-zi-statkami-u-3-000-funtiv> (дата звернення: 25.11.2023).

39. Цупікова А.О. Рекламний дискурс як один із типів інституційного дискурсу. *Вісник Маріупольського державного університету*. 2019. № 21. С. 206-212.

40. Шевченко І.С. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Харків: Константа, 2005. 356 с.

41. Шкворченко Н.М., Поліщук М.І. Рекламний дискурс: гендерний аспект. 2022. С. 84-87.

42. Яцечко-Блаженко Т. Якими були шлюбні оголошення сто років тому (фото). *Конкурент* : веб-сайт. URL: <https://konkurent.ua/publication/50280/yakimi-buli>

shlubni-ogoloshennya-sto-rokiv-tomu-foto/ (дата звернення: 25.11.2023).

43. Einfachen Mann zur Partnerschaft von einer treuen und zärtlichen Frau gesucht. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a393949924/einfachen-mann-zur-partnerschaft.html> (дата звернення: 25.11.2023).

44. Eine ledige Gärtnerin sucht einen lieben Mann gerne Landwirt, um sich zu verlieben. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a423294745/ledige-gaertnerin-sucht.html> (дата звернення: 25.11.2023).

45. Harris Z. Discourse analysis. Language. 1952. Vol. 28. No 1. P. 1–30.

46. Hier ist eine junge Frau mit Beziehungswunsch auf der Suche nach einem treuen Mann zum Liebhaben. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a396189011/hier-ist-junge-frau.html> (дата звернення: 25.11.2023).

47. Hübsche Osteuropäerin gesucht. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a176850234/huebsche-osteuropaeerin-gesucht.html> (дата звернення: 25.11.2023).

48. Ich suche hier einen zärtlichen und verlässlichen Mann zur Partnerschaft und späteren Heirat. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a404727480/suche-hier-zaertlichen.html> (дата звернення: 25.11.2023).

49. Ich Suchen eine nette Mann für feste Beziehung. *Quoka* : website. URL: <https://de.kleinanzeigen.com/Ich-Suchen-eine-nette-Mann-fuer-feste-Beziehung-50273223.html> (дата звернення: 25.11.2023).

50. Im Kopf jung gebliebener Herr mit 56 Jahren sucht seine Lebensbegleiterin und Frau. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a405752276/im-kopf-jung-gebliebener-herr.html> (дата

звернення: 25.11.2023).

51. Junge, attraktive, Witwe Sandra, 54 J., schöne Figur. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a404968582/junge-attraktive-witwe-sandra-54.html> (дата звернення: 25.11.2023).

52. Junger erfolgreicher Geschäftsmann sucht liebe Frau zur Partnerschaft und späterer Hochzeit. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a423656457/junger-erfolgreicher-geschaeftsmann-sucht-liebe.html> (дата звернення: 25.11.2023).

53. Nach der Scheidung ist mein Herz nun wieder frei für einen zärtlichen und treuen Mann. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a396496435/der-scheidung-ist-mein.html> (дата звернення: 25.11.2023).

54. Naturliebhaberin sucht Lebensgefährten. *Quoka* : website. URL: <https://de.kleinanzeigen.com/Naturliebhaberin-sucht-Lebensgefuehrten-50942680.html> (дата звернення: 25.11.2023).

55. Partnerin gesucht. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a423741521/partnerin-gesucht.html> (дата звернення: 25.11.2023).

56. Samel I. Einführung in die feministische Sprachwissenschaft. Berlin : Erich Schmidt, 2000. 224 S.

57. Seriöser Geschäftsmann. *Quoka* : website. URL: <https://de.kleinanzeigen.com/Serioeser-Geschaeftsmann-50710687.html> (дата звернення: 25.11.2023).

58. So gerne möchte ich meine Zukunft mit einer zu mir passenden Dame erleben. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a405236286/so-gerne-moechte-meine.html> (дата звернення: 25.11.2023).

59. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford, 1983.

60. T.A. van Dijk Strategies of Discourse Comprehension. New York : Academic Press, 1983. 389 p.

61. Verwitweter Dipl. - Finanzwirt sucht eine herzliche Dame mit Esprit für dauerhafte Partnerschaft. *Quoka* : website. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a393816140/verwitweter-dipl-finanzwirt-sucht.html> (дата звернення: 25.11.2023).