

ОБРАЗ МУЖЧИНЫ В МУЖСКИХ И ЖЕНСКИХ БРАЧНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ

Челушкина М.В.,

Научный руководитель кандидат педагогических наук Короленко А.Ю.

КГПУ им.В.П.Астафьева (филиал)

Брачное объявление актуально во все времена. Сейчас в газетах, журналах, на телевидении и в Интернете размещаются миллиарды объявлений о знакомстве. Брачные объявления (далее БО) начали исследоваться за рубежом еще в XIX в., в России исследование таких объявлений началось относительно недавно. В настоящее время тексты БО достаточно разнообразны. Если их классифицировать по коммуникативной направленности, то целями знакомства могут быть как серьезные отношения, так и встречи без каких-либо обязательств. БО обладают определенной структурой, которая включает в себя характеристику автора, требования к партнеру, указание цели [2].

В нашей работе мы исследуем языковые представления мужчин в БО на лексико-семантическом уровне, т.к. именно лексика помогает составить более полное представление о человеке. Мы рассматриваем БО как текст, в структуре которого выделяются тематически объединенные компоненты, где задаются более частные темы. Эти компоненты соотносятся с понятием субтекста [1]. Совокупность субтекстов составляет структурно-семантическую модель текста, которая соотносится с моделью РЖ Шмелевой и представлена: субтекстом самопрезентации (субтекст образа автора); субтекстом адресата; субтекстом цели; периферическим субтекстом [3]. Для нашего исследования мы использовали субтекст образа автора в мужских БО и субтекст образа адресата в женских объявлениях.

Материалом для нашего исследования послужили 74 мужских и 82 женских объявления о знакомстве. Все БО мы разделили на 3 возрастные группы:

1 возрастная группа БО 19-35 лет;

2 возрастную группу составляют БО авторов в возрасте 36-50 лет;

3 возрастная группа БО от 51 до 72 лет.

Образ мужчины в БО представлен набором объективных и субъективных характеристик. При описании мужчинами самих себя основное внимание уделяется объективным характеристикам. В отличие от мужчин женщины акцентируют внимание на субъективных характеристиках адресата.

Общими объективными характеристиками для мужчин и женщин являются: возраст, антропометрические данные, наличие/отсутствие вредных привычек, знак Зодиака, род занятий, семейное положение, наличие или отсутствие материальных благ. Наиболее частотной (38%) среди них во всех возрастных группах в мужских и женских БО является характеристика *возраст*, т.к. эта характеристика является ориентиром для потенциального партнера. Кроме общего в текстах есть и различия в указании характеристик. Так, например, мужчины часто указывают в своих текстах *образование*, а для женщин наиболее частотной является – *отсутствие алкогольной зависимости, судимости и отсутствие детей*.

К субъективным характеристикам относятся внешность и характер. Сопоставив тексты мужчин и женщин, мы увидели, что мужчины больше склоняются к употреблению прилагательного *симпатичный* (4%) (24-182-79. *Симпатичный парень*), а женщины – *порядочный* (18%) (*Познакомлюсь с простым, порядочным, надежным*). Это говорит о том, что женщины хотят быть

уверенными в том партнере, которого они выбирают, а мужчины делают акцент на своей привлекательности, думая, что для женщин это главное.

На лексико-семантическом уровне мы выделили следующие особенности:

1) наличие слов, употребленных в переносном значении (3%):

Симпатичный парень 27 лет, простой, с чувством юмора, трудолюбивый, без в/п, обожженный несчастным браком, ищет девушку с теми же качествами и полноценными женскими достоинствами.

Ищу спутника жизни.

2) стилистически окрашенной лексики: разговорной (3%): *24 года. Виктор. Не алкаш, не наркоман. Одна вредная привычка – курю;* книжной (2%): *Познакомится с высоким, неженатым, непьющим мужчиной до 60 лет, нуждающимся в женской помощи.* В этом тексте присутствует книжная лексика.

3) присутствие устойчивых выражений (8%):

22 года, есть чувство юмора.

Желаю познакомиться с мужчиной моей мечты, не склонным к полноте, 175, 58-68 лет, с доброй душой.

Кроме этого в мужских и женских объявлениях встречаются и другие лексико-семантические единицы. Так, в мужских текстах употребляются синонимы и заимствованная лексика (43-166-72. *Познакомлюсь с одинокой, не склонной к полноте женщиной. О себе: не курю, не разведен, не судим, не пью, не очень богат, не приспособленец, не альфонс*). По сравнению с мужчинами, женщины используют терминологические сочетания *Познакомлюсь со скромным, не страдающим алкогольной зависимостью мужчиной*). Использование указанных нами лексических единиц обусловлено, в первую очередь, возрастом авторов объявлений и их адресатов, т.к. будучи молодыми авторы стремятся произвести впечатление на своего адресата в мужских БО, женщины в свою очередь в текстах своих объявлений предъявляют равные требования к потенциальному партнеру во всех возрастных группах.

Анализ языковых средств позволил выявить собирательный образ мужчины, представленный в текстах мужских и женских БО. В текстах объявлений о знакомстве, составленных лицами мужского пола, мужчина предстает как простой, естественный, трудолюбивый. Основной чертой характера является чувство юмора, которую чаще всего указывают авторы. Что же касается женских БО, то в них мужчина предстает как добрый, заботливый, без в/п. Основной чертой, которую указывают женщины, является порядочность мужчины. Таким образом, образ мужчины в БО зависит от пола автора объявления, т.к. у мужчин и женщин свои представления и стереотипы, которые определяют содержание текстов.

Подводя итог всему вышесказанному, можно выявить собирательный образ мужчины, представленный в текстах мужских и женских БО. В текстах объявлений о знакомстве, составленных лицами мужского пола, мужчина предстает как простой, естественный, трудолюбивый. Основной чертой характера является скромность, которую чаще всего указывают авторы. Что же касается женских БО, то в них мужчина предстает как добрый, заботливый, без в/п. Основной чертой, которую указывают женщины, является порядочность мужчины. Таким образом, образ мужчины в БО зависит от пола автора объявления, т.к. у мужчин и женщин свои представления и стереотипы, которые определяют содержание текстов.

Библиографический список

1. Баженова Е.А. Научный текст в аспекте политекстуальности. – Пермь, 2001.
2. Белянин В. Расскажи мне о себе (Какие бывают объявления о знакомстве в газетах и интернете) [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://magazine.mospsy.ru/nomer8/s09.shtml> - Заглавие с экрана. – Яз. Рус.
3. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра. Жанры речи. – Саратов, 1997.