

*Aneta Banaszek-Szapowalowa*

## **Образы партнёров в текстах русских и польских брачных анкет в Интернете: гендерные и национальные стереотипы**

Брачное объявление рассматривается нами как аутоэксplikативный текст<sup>1</sup> массового характера и источник данных для восстановления образов потенциальных партнёров (в некоторой степени также картины современного этапа эволюции отношений между мужчинами и женщинами). Характер получаемого при помощи анкет материала близок к ассоциативным экспериментам: архистимул „брачный партнёр” и отдельные названия рубрик вызывают ответы-характеристики, на основе которых можно установить понятийную сеть, представляющую собой хранилище социального опыта в данной сфере межличностных отношений.

Предлагаемый анализ вписывается в ряд работ, базирующихся на концепции языковой картины мира (ЯКМ), с тем что его актуальность определяется отсутствием систематических экспериментальных, в том числе и анкетных, исследований по данному вопросу, что замечает Е. Бартмиński, постулирующий реконструкцию ЯКМ на основе трёх типов данных: языковой системы, анкет и текстов. (Bartmiński 2007: 19–20) В случае брачных объявлений, что интересно, объединяются все три типа данных, с одним только условием: рассматривая тексты одного жанра<sup>2</sup>, получаем в итоге текстовую<sup>3</sup>, а не языковую картину мира.

---

<sup>1</sup> Термин аутоэксplikативный текст заимствован из работы П. Червиньского, вслед за которым утверждается, что в такого рода текстах „себя проявляет не личность и индивид, а социально-психологический и коммуникативный тип”, т.е. имеем дело с „проекцией несубъектного, общего, группового Я” (Czerwiński 2002: 478).

<sup>2</sup> Брачную Интернет-анкету предполагаем считать отдельным жанром, образованным вследствие контаминации „традиционного” брачного объявления, „традиционной” анкеты и электронного формуляра. Электронный формуляр в ранг отдельного (электронного) жанра ставит Я. Гжениа (Grzenia 2006: 152 и 166).

<sup>3</sup> Текстовая (актуальная) картина мира противопоставляется А. Киклевичем языковой (диахронической). В данном случае целесообразно говорить о первой, опирающейся на „ассертивные, а также неассертивные (пресуппозитивные и коннотативные) смыслы, реализуемые в конкретной социокультурной сфере, в частности, в конкретном тексте” (Kiklewicz 2007: 183). Мы склонны усматривать между ЯКМ и ТКМ отношения включения.

Исследование сосредоточивается, главным образом, на стереотипах, составляющих прототипное ядро в текстовой, также как и в языковой, картине мира. Повторяемость межличностных отношений (брачные отношения) между двумя стабильными группами лиц (женщины и мужчины) привела к формированию стереотипных представлений о человеке как о типичном её (одной из двух групп) представителе. Следует заметить, что наличие общих, устоявшихся представлений не исключает возможности одновременного существования и личного мнения, которое не совпадает со стереотипом.

Анализ стереотипных представлений требует, таким образом, учета количественных и качественных характеристик стереотипов на фоне целостных образов брачных партнёров. Учитывая комплементарность каждого объявления в отношении пола, следует выделить четыре отдельных образа: представление женщины о себе и представление мужчин о женщине, и, аналогично, представление мужчины о себе и представление женщин о мужчине. Сопоставительный русско-польский подход пополняет схему анализа осью межъязыкового сравнения (в итоге получается 8 картин)<sup>4</sup>.

Обращает на себя внимание разнообразие подходов, целей и результатов анализа стереотипов. В языкознании они исследуются в двух основных направлениях. Анализу подвергается или поверхностная, „видимая”, чисто лингвистическая сторона стереотипа (восстанавливаемые из памяти словосочетания в противопоставлении конструируемым речевым единицам<sup>5</sup>), или глубокий слой стереотипа, его ментальная сторона (специфические группы суждений о фрагментах действительности, присутствующие в сознании говорящих), как это дает в своей систематизации В. Хлебда (Chlebda 1998: 32).

Как представляется, объединение обоих дополняющих друг друга подходов в рамках одного анализа даст целостное представление о названном явлении (даже если стереотипы не всегда находят своё формальное выражение или не все формальные средства актуализируют стереотип). Исследоваться будут одновременно восстанавливаемые единицы и ментальные представления в рамках выбранных параметров трёх идеографических полей характеристики: внешней (физические данные), социальной (общественный опыт, положение, статус) и внутренней (черты характера, система ценностей, способности поведения).

Очень интересный фрагмент образа искомым составляет возрастная характеристика с общим для обеих культур представлением о том, что женщина должна быть моложе, а мужчина старше партнёра. Данный стереотип

---

<sup>4</sup> Материальную базу исследования составили 500 русскоязычных и столько же польскоязычных брачных Интернет-анкет, по 250 мужских и 250 женских объявлений для каждого из языков, отбравшихся в октябре и ноябре 2005 года из сайтов: dating.ru, mlove.ru, Свадьба.Net.Ru, sudba.ru, vitadating.ru, amory.pl, cupido.pl, matrymonialne.com.pl, singiel.pl, spotkania.wp.pl.

<sup>5</sup> Для анализа восстанавливаемых речевых единиц в польском языкознании выделяется отдельная область лингвистики – фразеоматика (ср., к примеру, Chlebda 2001, Awdziejew 2001, Laskowska 2001). „Эквивалентную” русскоязычную научную литературу представляют работы по теме речевых (языковых) клише (напр. Ахмеджанова 1997, Кронгауз 1998 или Лещак 2007).

представлен чаще всего имплицитно – его выявление возможно только при учёте параметров характеристики лица противоположного пола в рамках определённой анкеты, а конкретно, путём сопоставления цифр, обозначающих количество лет, из двух рубрик или мест объявления, в рамках которых определяется собственный возраст и возраст партнёра как в женских, так и в мужских объявлениях на обоих языках<sup>6</sup>.

Эксплицитное выражение стереотипа касается в основном мужского пола – формы сравнительной степени: *starsze* (в одном случае разг. *postarziej*) и *starszy*. Любопытным кажется высказывание польскоговорящей: *Starszy, bo to jest naturalne i tak powinno być* (= *Старше потому, что это естественно и так должно быть*), которое обращает внимание на существующие регуляции. Подобное вербализуют также типичные только для польских текстов клишированные словосочетания с контекстной семантикой сравнения, в том числе такие, как *stosowny wiek, w odpowiednim wieku* – имеется в виду возраст, соответствующий и подходящий для брака.

Наиболее яркие национально специфические гендерные стереотипы обнаруживаются в области внутренней характеристики, причём более чётко (имеется в виду большое количество неповторяющихся при описании лиц противоположного пола параметров) выделяются в образах мужчин. Данный факт подтверждает мнение Шажиньской: „В настоящее время существуют параллельно два стереотипа женщины: традиционный и современный. [...] Стереотип мужчины более стабилен, менее изменчив, хотя и здесь появляются сведения о существовании более современного стереотипа *мягкого* мужчины” [Szarzyńska 2005: 50–51].

К примеру, типично русскими (т.е. нет эквивалента в польских анкетах) и мужскими (актуализаторы стереотипа в отношении лиц женского пола единичны, иногда немного отличаются или отсутствуют вообще) качествами, следует назвать, напр., уверенность (*уверенного в себе, уверенный в себе мужчина, Ценю в мужчинах уверенность в себе...*), надёжность (*надежного спутника жизни, с надежным мужчиной, а ты надеюсь будешь надежным другом и партнером, В мужчине я больше всего ценю надежность...*) или признак щедрый (*щедрого мужчину, хочу чтобы он был щедрый, должен быть щедрым, а также щедрого на комплименты*).

Польскими мужскими стереотипными составляющими образ брачного партнёра являются, к примеру, такие:  *poczucie bezpieczeństwa*, т.е. чувство безопасности (*dającego poczucie bezpieczeństwa kobiecie, przy którym czułabym się bezpiecznie i...*), *kulturalny*, т.е. культурный (*kulturalnego równolatka, Pana o wyjątkowo wysokiej kulturze, cenię sobie kulturę osobistą*), *odpowiedzialny*, т.е. ответственный (*mężczyznę odpowiedzialnego, z dużą dozą odpowiedzialności, Odpowiedzialność, [...] to cechy, które cenię...*). Следует отметить, что названные мужские стереотипы проявляют себя в большей степени в рамках требований, т.е. вербализуют их женщины.

---

<sup>6</sup> Представление выявлено на основе объявлений, которые имеют в своей структуре рубрику для определения количества лет искомого человека (не все анализируемые здесь анкеты на русском и польском языках предполагают такую возможность).

Стереотипы лиц женского пола по сравнению с мужскими менее многочисленны или появляются не только в характеристике женщин, хотя с заметным количественным превосходством в их пользу. К ним относятся, в частности, жизнерадостность (*жизнерадостная, с жизнерадостной женщиной*), оптимизм (*Оптимистка, Я неисправимая оптимистка, Полна оптимизма...*). Подобным образом женскими будут в польском материале, напр.,  *pogodna*, т.е. безмятежная (*Pogodna na co dzień, Jestem z natury pogodną kobietą, Mat 177 cm pogody ducha...*), *zawsze uśmiechnięta*, т.е. всегда улыбающаяся (*zawsze uśmiechnięta, Uwielbiam często się uśmiechać*).

С учетом наиболее частотных и при этом различных в отношении пола и/или языка представлений можно сделать вывод о существовании национально-специфических гендерных стереотипов (наряду с не рассматриваемыми здесь общими для носителей русского и польского языка и/или представительей обоих полов). Внутри- и межъязыковое сопоставление параметров характеристики оттеняет стереотипные элементы в каждом из восьми представленных образов. Дальнейший этап исследования предполагает вписывание в названные общие закономерности конкретных значений и установление информационной системности образов.

## Литература

- Awdziejew A., 2001, *Problemy wyodrębnienia i klasyfikacji frazemów*, Opole.
- Chlebda W., 1998, *Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania*, [w:] J. Anusiewicz, J. Bartmiński (red.), „*Язык и Культура*”, т. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*, Wrocław, s. 31–41.
- Chlebda W., 2001, *Frazematyka*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, т. 2: *Współczesny język polski*, Lublin, s. 327–334
- Czerwiński P., 2002, *Сигнальные функции слова в аутоэкспликативном тексте*, [w:] K. Bajor, J. Wierzbowski (red.), *Słowo w tekście, przekładzie i słowniku*, Frankfurt am Main–Berlin–Bern–Bruxelles–New York–Oxford–Wien, s. 477–493
- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa
- Kiklewicz A., 2007, *Языковая vs. текстовая картина мира*, [в:] *Притяжение языка*, т. 1: *Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика*, Olsztyn, s. 173–197.
- Laskowska E., 2001, *Miejsce frazemów w kontekście*, Opole.
- Lebda R., 2006, *Słownik polskich i serbskich asocjacji jako kulturowy obraz świata*, Katowice.
- Szarzyńska M., 2005, „*Obyś żył w ciekawszych czasach*”. *Czy zmiany w kategorii płci zmienią nasze społeczeństwo?* [w:] A. Barska, E. Mandal (red.), *Tożsamość społeczno-kulturowa płci*, Opole, s. 47–56.
- Ахмеджанова А.Г., 1997, *Языковые клише как корректоры межличностных отношений (на примере драматургических произведений А.Н. Островского)*, [http://www.ksu.ru/science/news/lingv\\_97/n24.htm](http://www.ksu.ru/science/news/lingv_97/n24.htm) (25.01.2009).
- Караулов Ю.Н., Сорокин Ю.А., Тарасова Е.Ф., Уфимцева Н.В., Черкасова Г.А., 1994, *Русский ассоциативный словарь*, Москва, [http://www.nspu.net/fileadmin/library/books/2/web/xrest/article/leksika/antonim/kra\\_art02.htm](http://www.nspu.net/fileadmin/library/books/2/web/xrest/article/leksika/antonim/kra_art02.htm).

Кронгауз М., 1998, *Речевые клише и прагматика текста*, [w:] J. Bartmiński, B. Boniecka (red.), *Tekst. Problemy teoretyczne*, Lublin, s. 123–134.

Лещак С., 2007, *Функционально-семантическая системность языковых клише: валентность – эпидинамика – симилярность – оппозитивность – категориальность*, [w:] P. Czerwiński, A. Charciarek (red.), *Язык в контексте социальном и коммуникативном. Русистические исследования конформативные*, Katowice, s. 166–174.

## **Образы партнеров в текстах российских и польских анкет matrimo- нальных в Интернете – стереотипы гендерные и этнические**

### **Streszczenie**

Квешонариуш интернетовый есть розпатриваны как эксперимент скожарзениовый и источник систематической информации о партнерах. Артыкул посвящен вопросу стереотипов гендерных и этнических как части составной текстовых образов потенциальных супругов.