

ТИПОЛОГИЯ И СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ИСПАНСКИХ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ЗНАКОМСТВЕ

В. В. Корнева, К. О. Москаленко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 28 сентября 2017 г.

Аннотация: в статье на материале испанского языка рассматриваются объявления о знакомстве как особый тип текста, анализируются их структура и языковые средства репрезентации отдельных блоков, выделяются разные виды объявлений о знакомстве и описываются критерии их разграничения.

Ключевые слова: объявления о знакомстве, типология, виды объявлений о знакомстве, брачные объявления, объявления вида «дружеские отношения», объявления вида «гедонистические отношения», испанский язык.

Abstracts: the article describes Spanish personal ads as a special type of text. Their structure and language means used for representation of different constitutive parts are analyzed, different types of personal advertisements about are described and the criteria for their delineation are offered.

Key words: personal ads, typology, types of personal ads, marriage ads, "friendly relations" ads, "hedonistic relations" ads, Spanish language.

В современной лингвистике текст и условия его порождения становятся самостоятельным объектом исследования. При этом особую актуальность приобретает изучение отдельных типов текста, в частности малоформатных текстов, которые публикуются на страницах газет и журналов. Среди этих текстов находятся разного рода объявления, в том числе объявления о знакомстве, являющиеся предметом нашего исследования.

На первый взгляд объявления о знакомстве не представляют особого интереса для лингвистов, они отличаются малым объемом (всего 1, максимум 4 предложения), как правило, имеют стандартную форму и содержат клишированные фразы. Между тем необходимость изучения данного типа текста обусловлена, на наш взгляд, тем, что, как справедливо отмечает испанский ученый Х. Пенте Риверо, редко когда столь краткое по объему сообщение было бы столь информативным, так тщательно выверенным и кодифицированным и при этом так явно отражало бы традиции, ценности, мифы и идеалы общества, как объявления о знакомстве [1, р. 171].

Данным обстоятельством можно объяснить тот факт, что в центре внимания ученых оказываются различные аспекты объявлений о знакомстве: его текстовые и жанровые характеристики, композиционная структура, личность адресанта, его национальная и гендерная идентичность, стратегии и тактики, особенности языкового оформления и др. (см., например, [2–7]).

Следует, однако, заметить, что в работах лингвистов предметом анализа выступают, как правило, не объявления о знакомстве как особый тип текста, а их разновидность – брачные объявления. В связи с этим важно подчеркнуть, что объявления о знакомстве – более широкое понятие, а брачное объявление представляет собой определенный вид объявления о знакомстве наряду с другими объявлениями, направленными на установление межличностных отношений. Отсюда вытекает необходимость определения критериев разграничения разных видов объявлений о знакомстве и их структурно-семантических свойств.

В нашем исследовании мы исходим из того, что именно целеполагание является тем компонентом, который определяет содержательную и формальную структуру объявлений о знакомстве. В зависимости от цели объявления о знакомстве можно выделить следующие его разновидности: «брачные отношения», «дружеские отношения» и «гедонистические отношения». К числу первых относятся объявления, в которых создание семьи указывается либо непосредственно, либо как возможная перспектива развития отношений. К числу объявлений вида «дружеские отношения» принадлежат объявления, направленные на поиск друга для совместного проведения досуга. Целью объявлений третьего вида, условно названного нами «гедонистические отношения», являются интимные отношения, поиск сексуального партнера.

Названные виды объявлений о знакомстве различаются не только целью их создания, но и, как будет показано ниже, другими текстовыми характеристиками.

В основе объявлений о знакомстве – какими бы разными они ни были – лежит инвариантная модель, которая определяет композиционно-смысловую структуру данного типа текста. Тем не менее ученые по-разному интерпретируют ее состав, что приводит к определенным разночтениям и в описании структуры, и в выделении ее компонентов. По мнению одних лингвистов, в объявлениях о знакомстве (точнее, в брачных объявлениях) пять частей: слоган, зачин, информационный блок, эхо-фраза, справочные сведения [8], по мнению других – только три части: 1) самопрезентация; 2) портретирование; 3) целеполагание (см., например, [1; 5; 9]).

На наш взгляд, подобные разногласия в определении структурных компонентов объявлений о знакомстве можно устранить, если принять во внимание следующие обстоятельства. Во-первых, в объявлении необходимо разграничивать собственно текстовую часть (т. е. сам текст объявления, который несет основную смысловую нагрузку) и затекстовую часть (которая содержит справочные сведения). Во-вторых, следует исходить из более точной интерпретации инвариантной модели текста объявления о знакомстве, которая имеет следующий вид: «кто ищет кого для чего». Ее языковая репрезентация, как и сама модель, имеет четырехчастную структуру: «кто (адресант) ищет (постулирование контакта) кого (адресат) для чего (целеполагание)». Если же говорить об основных информационных блоках объявления о знакомстве, то их три: самопрезентация, портретирование и целеполагание. В блоке «самопрезентация» адресант представляет себя, в блоке «портретирование» он рисует желательный образ адресата, а в блоке «целеполагание» указывает цель знакомства.

В свете сказанного представляется целесообразным выяснить значимость всех четырех компонентов структуры в разных видах объявлений о знакомстве. Для этого проанализируем облигаторность/факультативность этих блоков в испанских объявлениях о знакомстве, а также полноту их языковой репрезентации (степень их эксплицитности).

Прежде всего, рассмотрим, обязательно ли эксплицируются все четыре компонента в поверхностной структуре объявлений о знакомстве или же отдельные блоки могут не иметь эксплицитного выражения и если да, то какие именно блоки могут быть имплицитными.

Согласно данным нашего анализа текстов объявлений, извлеченных из испанских газет [10], разные виды объявлений о знакомстве обладают разной степенью эксплицитности структуры. В объявлениях вида «брачные отношения» обязательно эксплицируются все четыре компонента структуры, а именно блоки «самопрезентация», «портретирование», «постулирование контакта» и «целеполагание», хотя

степень развернутости описательных характеристик адресанта и адресата, которые включают тематические группы «внешний портрет», «внутренний портрет» и «общественный портрет», может существенно отличаться. Ср., например:

(1) *Quizás seamos almas gemelas, quien sabe... Chica, 40 años, alta, rubia, guapa, atractiva, deportista, romántica, desea relación con señor hasta 50 años, educado, culto, hogareño, sin vicios, trabajador. Fines matrimoniales.* ‘Может быть, мы родственные души, кто знает... Молодая женщина 40 лет, высокая, светловолосая, красивая, привлекательная, спортсменка, романтическая, желает завязать отношения с сеньором до 50 лет, воспитанным, образованным, домоседом, без вредных привычек, трудолюбивым. Цель – создание семьи’.

(2) *Empresario español, 45 años, simpático, cariñoso, atractivo, busca mujer entre 25–34 años, atractiva, simpática, elegante para relaciones estables.* ‘Испанский предприниматель, 45 лет, симпатичный, ласковый, привлекательный ищет женщину от 25 до 34 лет, привлекательную, симпатичную, элегантную для стабильных отношений’.

(3) *Chico de 35 años, interesante, atractivo, 1.76, busca chica entre 29–35 años, atractiva, con humor, amante de la naturaleza y viajar. Fines matrimoniales.* ‘Молодой человек 35 лет, интересный, привлекательный, 1.76, ищет молодую женщину 29–35 лет, привлекательную, с чувством юмора, любящую природу и путешествия. Брачные цели’.

В женском объявлении в примере (1) в блоке «самопрезентация» представлены компоненты «внешнего портрета» (пол, возраст, рост, внешняя привлекательность) и «внутреннего портрета» (психотип, увлечения), а в блоке «портретирование» фрагментарно даются компоненты «внешнего портрета» (пол, возраст), зато достаточно подробно описываются черты «внутреннего портрета» и «общественного портрета» (воспитание, образование, образ жизни). Заметим также, что в данном примере эксплицитно выраженные характеристики адресанта и адресата формально не совпадают. При своем описании адресант акцентирует внимание главным образом на внешней привлекательности, тогда как в описании партнера доминируют внутренние качества. Однако фраза ‘*Может быть, мы родственные души*’ раскрывает внутренний мир адресанта, идентичный тому, каким он представлен в блоке «портретирование» при запросе желательных характеристик адресата.

В мужском объявлении в примере (2) в блоке «самопрезентация» также представлены компоненты «внешнего портрета» (пол, возраст, внешняя привлекательность), компоненты «внутреннего портрета» (черты характера) и «общественного портрета» (национальность, род занятий), тогда как в блоке «пор-

третирование» содержатся компоненты только «внешнего портрета» (пол, возраст и внешняя привлекательность).

В другом мужском объявлении в примере (3) в блоке «самопрезентация» представлены компоненты только «внешнего портрета» (пол, возраст, рост, внешняя привлекательность), а в блоке «портретирование» содержатся компоненты не только «внешнего портрета» (пол, возраст, внешняя привлекательность), но и компоненты «внутреннего портрета» (черты характера, увлечения).

Наряду с достаточно развернутыми характеристиками адресата и адресанта, рассмотренными выше, брачные объявления могут быть достаточно лаконичными и содержать минимум информации о коммуникантах (адресате и/или адресате). Ср.:

(4) *José, 38 años, separado. ¿Crees en el amor? Yo, sí. Busco chica entre 30–38 años para fines serios.* ‘Хосе, 38 лет, разведен. Ты веришь в любовь? Я да [верю]. Ищу молодую женщину 30–38 лет для серьезных целей’.

(5) *Busco una chica honesta, con principios para mi vida. Yo, agradable de ver.* ‘Ищу честную девушку с принципами на всю жизнь. Я [мужчина] приятной наружности’.

(6) *Maril, 35 años, de Cataluña. Busco a mi media naranja, entre 27–35 años, de Andalucía, Extremadura, Islas, etc.* ‘Марил, 35 лет, из Каталонии. Ищу свою половинку 27–35 лет, из Андалусии, Экстремадуры, Островов и пр.’

В мужском объявлении в примере (4) в блоке «самопрезентация» представлены отдельные компоненты «внешнего портрета» (пол, возраст), «внутреннего портрета» (черты характера) и «общественного портрета» (семейное положение). Блок «портретирование» еще более лаконичен, в нем указываются лишь пол и возраст адресата (компоненты «внешнего портрета»).

Наконец, в примере (5) адресант в блоке «самопрезентация» ограничивается указанием на свою внешнюю привлекательность (компонент «внешнего портрета»), а в блоке «портретирование» называются отдельные компоненты «внутреннего портрета» адресата (черты характера), тогда как в примере (6) релевантными оказываются лишь возраст и место проживания коммуникантов.

В объявлениях вида «дружеские отношения» обычно эксплицируются все четыре блока структуры или только три. Облигаторными в данном виде объявлений являются блоки «портретирование» и «постулирование контакта», тогда как блоки «самопрезентация» и «целеполагание» могут быть имплицитными.

Так, в следующих примерах представлена полная структура объявления со всеми 4 блоками:

(7) *Divorciada, sin hijos, 55 años, fumadora, gustando lectura, música y cine, desea conocer hombre similar, máximo 60 años, para salir y compartir aficiones.* ‘Разведенная, без детей, 55 лет, курильщица, которой нравятся чтение, музыка и кино, ищет подобного человека, максимум 60 лет, чтобы вместе гулять и предаваться одним и тем же увлечениям’.

(8) *Chica de 46 años busca hombre romántico, con personalidad, no bajo y con ideas claras para relación de amistad.* ‘Молодая женщина 46 лет ищет романтического мужчину, личность, не невысокого, с четкой жизненной позицией для дружеских отношений’.

В объявлениях вида «дружеские отношения», в которых эксплицируются три блока структуры, возможны варианты. В одних случаях в них имплицитруется блок «целеполагание» (пример 9, 10), в других – блок «самопрезентация» (примеры 11, 12):

(9) *Viuda de 65 años busca a alguien similar, educado, bueno, gustándole viajar, naturaleza y pasear.* ‘Вдова 65 лет ищет подобного человека, воспитанного, доброго, которому нравится путешествовать, гулять и который любит природу’.

(10) *Chico de 40 años, sensible y independiente, busca chica entre 30–40 años cariñosa, romántica, gustando cine, pasear, viajar, bailar.* ‘Мужчина 40 лет, чувственный и [материально] независимый ищет девушку 30–40 лет, нежную, романтическую, любящую кино, гулять, путешествовать, танцевать’.

(11) *Deseo conocer chica que le guste cine, pasear, campo y salir, para amistad.* ‘Хочу познакомиться с девушкой, которая любит кино, природу, гулять и развлекаться, для дружбы’.

(12) *“Dicen que el amor no tiene cura, pero que es la medicina que cura muchos males. Busco hombre sobre 50 años, universitario, con fines de amistad y el tiempo dirá lo que ocurre.”* ‘Говорят, что любовь неизлечима, но она лекарство, которое лечит от многих бед. Ищу мужчину лет 50, с университетским образованием, для дружбы, а время покажет, что произойдет’.

Поиск друга для совместного проведения свободного времени предполагает сходство интересов, поэтому компонент «интересы и увлечения» в отличие от многих компонентов «внешнего портрета», «внутреннего портрета» и «общественного портрета» коммуниканта, всегда представлен в тексте объявления. Описание этих интересов может быть и в блоке «самопрезентация», и в блоке «портретирование», при этом экспликация цели знакомства в таком контексте оказывается излишней. Самопрезентация адресанта тоже может быть нерелевантной и в силу этого не находить эксплицитного выражения.

Объявления данного вида, за исключением описания интересов и увлечений коммуникантов, содержат весьма скудную информацию. Как правило, она

касается пола, возраста и иногда семейного положения адресанта.

В объявлениях вида «гедонистические отношения» эксплицитное выражение также получают либо все четыре блока структуры, либо только три – «самопрезентация», «портретирование» и «постулирование контакта». При этом их отличают минимальность описательных характеристик и завуалированное выражение цели в случае ее эксплицитного выражения. Ср.:

(13) *Sólo para mujeres que sepan disfrutar de la dulzura y la pasión. Chico atractivo desea relaciones esporádicas con mujeres.* 'Только для женщин, умеющих наслаждаться нежностью и страстью. Привлекательный юноша ищет эпизодических встреч с женщинами'.

(14) *Chico soltero, 1.80, 76 kg, atractivo, formal busca chica española entre 30–36 años, guapa y agradable físicamente, para conocernos.* 'Одинокий парень, 1.80, 76 кг, привлекательный, простой, серьезный ищет девушку-испанку от 30 до 36 лет, красивую и физически привлекательную, чтобы познакомиться'.

(15) *Luis, 36 años. Me gustaria conocer chicas entre 35–45 años para relaciones esporádicas. No importa nacionalidad ni raza.* 'Луис, 36 лет. Я бы хотел познакомиться с девушками 35–45 лет для эпизодических встреч. Национальность и расовая принадлежность не имеют значения'.

В объявлениях данного вида имплицитность блока «целесолагание» не препятствует их однозначной интерпретации, поскольку в них содержатся такие описания адресанта и/или адресата, которые характеризуют коммуниканта как сексуального партнера: 'tierno нежный', 'cariñoso ласковый' и др. Например:

(16) *Chico sincero, romántico, cariñoso, tierno y fiel, busca chica.* 'Простой, романтический, нежный, ласковый и верный молодой человек ищет девушку'.

Аналогичным образом максимально редуцированные объявления, в которых присутствуют лишь коррелятивные или некоррелятивные гендерно ориентированные пары номинации коммуникантов (адресанта и адресата) как средство репрезентации блоков «самопрезентация» и «портретирование», прочитываются адресатом надлежащим образом именно благодаря гендерной оппозиции лексем.

(17) *Chico busca chicas* 'Молодой человек ищет девушек'.

Самыми экспрессивными и лаконичными оказываются объявления вида «гедонистические отношения», в которых для обозначения адресанта и адресата используются зооморфные метафоры, характерные для разговорного стиля речи:

(18) *Lobo busca loba o gata* 'Волк ищет волчицу или кошку'.

Имплицитное выражение цели в объявлениях такого типа, возможно, есть результат эвфемизации на страницах прессы.

Таким образом, инвариантная четырехчастная структура объявления о знакомстве реализуется во всех видах объявлений. Она является обязательной для объявлений брачного типа. Вместе с тем объявления вида «дружеские отношения» и «временные отношения» могут состоять только из трех блоков. В объявлениях вида «дружеские отношения» имплицитным может быть либо блок «самопрезентация», либо блок «целесолагание», а в объявлениях вида «временные отношения» – блок «целесолагание». В случаях такого рода некоторая формальная недоговоренность компенсируется за счет семантики лексических единиц и не препятствует однозначной интерпретации подобных сообщений.

В зависимости от вида объявления наблюдается разная степень развернутости описательных характеристик адресанта и адресата. Брачные объявления содержат максимально эксплицитные данные о внешнем, внутреннем и общественном портрете коммуниканта (адресанта и/или адресата); для объявлений, направленных на поиск друга, характерно указание лишь на пол, возраст и интересы лица, тогда как для объявлений вида «временные отношения» доминантой при описании является сексуальная привлекательность коммуниканта (адресанта и/или адресата).

В заключение отметим следующее. Объявления о знакомстве как особый тип текста бытует в языковой культуре в трех разновидностях. В основе их разграничения лежит не только целесолагание (поиск мужа/жены («брачные отношения»), поиск друга («дружеские отношения»), поиск сексуального партнера («гедонистические отношения»), но и определенная взаимосвязь между видом объявления и возможной имплицитностью отдельных блоков данного типа текста, между видом объявления и лексической репрезентацией информационных блоков «самопрезентация» и «портретирование», между видом объявления и номинативной плотностью языковых единиц определенного типа в отдельных блоках объявления.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Pente Rivero J.* Densidad comunicativa máxima en el mínimo espacio : los anuncios de relaciones personales / J. Pente Rivero // ACTAS XXXIV (AEPPE), Centro virtual Cervantes, 1997. – P. 169–180.

2. *Корнева В. В.* Эксплицитное и имплицитное в испанских объявлениях о знакомстве / В. В. Корнева // Эксплицитное и имплицитное в языке и речи : тезисы докладов Междунар. науч. конф. (Минск 10–11 мая 2017 г.) / редкол.: Л. М. Лещева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2017. – С. 44–46.

3. *Korneva V. V.* Anuncios de relaciones personales : tipología y rasgos lingüísticos / V. V. Korneva // III Congreso internacional La identidad nacional a través del diálogo entre culturas : Rusia e Iberoamérica. Problemas actuales de investigaciones filológicas y socioculturales en el espacio hispano-ruso (в печати).

4. *Москаленко К. О.* Особенности реализации стратегии самопрезентации личности в текстах испаноязычных объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Вестник Пятигор. гос. ун-та. – 2012. – № 4. – С. 94–102.

5. *Акулова Е. В.* Жанр «Объявление о знакомстве» : гендерная и этнокультурная специфика : дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Акулова. – Саратов, 2010. – 236 с.

6. *Зырянова И. Н.* Гендерный аспект номинации лица в текстах брачных объявлений : дис. ... канд. филол. наук / И. Н. Зырянова. – Иркутск, 2008. – 238 с.

7. *Черкасова И. С.* Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в русских и немецких объявлениях о знакомстве : дис. ... канд. филол. наук / И. С. Черкасова. – Волгоград, 2006. – 225 с.

8. *Царикевич Н. В.* Социопрагматика текста брачного рекламного (сравнительно-сопоставительный анализ русских и немецких текстов БРО) : дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Царикевич. – Пятигорск, 2007. – 218 с.

9. *Рогалева О. С.* Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса : коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты : дис. ... канд. филол. наук / О. С. Рогалева. – Омск, 2005. – 187 с.

10. Режим доступа: <http://elperiodico. encuentros.net>

Воронежский государственный университет

Корнева В. В., доктор филологических наук, заведующая кафедрой романской филологии

E-mail: kornevavalentina@mail.ru

Tel.: 8-952-556-48-68

Voronezh State University

Korneva V. V., Doctor of Philology, Head of the Romance Philology Department

E-mail: kornevavalentina@mail.ru

Tel.: 8-952-556-48-68

Москаленко К. О., соискатель кафедры романской филологии

E-mail: lavidaloca@rambler.ru

Tel.: 8-928-374-33-72

Moskalenko K. O., Post-graduate Student of the Romance Philology Department

E-mail: lavidaloca@rambler.ru

Tel.: 8-928-374-33-72