

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА СУПРУГА/СУПРУГИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ БРАЧНОМ ОБЪЯВЛЕНИИ

Ланехо В.Н.,

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Бахтикиреева У.М., доктор филол. наук, профессор

Брачные объявления (БО) как социальное явление представляют научный интерес не только для социологов, философов и психологов, но и для лингвистов. БО изучаются языковедами в разных аспектах. В первую очередь, БО становятся объектом исследования как полноценный речевой жанр рекламного дискурса. Во-вторых, БО подвергаются анализу с точки зрения их формы, функций и ситуативной, социально-культурной обусловленности [1]. Третий не менее важный аспект изучения – лингвостилистические, грамматические, лингвопрагматические и этнокультурные особенности БО. Отмеченная выше актуальность и обусловила цель нашего исследования – выявление специфики женских и мужских притязаний, лингвистических закономерностей характеристики образа будущего партнера и степени отражения гендерных стереотипов в англоязычных БО.

Материал и методы. Материалом исследования послужили непосредственно сами БО, опубликованные на британских сайтах знакомств: dating.telegraph.co.uk, matchmehappy.co.uk, freedate.co.uk. Для достижения поставленной цели нами были использованы такие методы исследования как сплошная выборка практического материала, его лексико-грамматический и лексико-стилистический анализ в аспекте дискурс-аналитического подхода к изучению языковых единиц, статистические методы.

Результаты и их обсуждение. В современном мире гендерные стереотипы о том, что женщина должна быть лишь женой, матерью и хранительницей домашнего очага, постепенно теряют свою актуальность. Речь идет о равных правах и возможностях для мужчин и женщин по представительству во всех структурных и иерархических сегментах общества, обретение всеми индивидами из разных слоев общества равной «субъективной свободы» [2].

Для выяснения актуальности стереотипа о зависимости женщины от мужчины в британской культуре мы подвергли анализу женские и мужские БО. Женщины в качестве своего будущего партнера видят обеспеченного, независимого мужчину, указывая его финансовую независимость: *“independent”* (независимый), *“financially stable/comfortable”* (в прочном финансовом положении), *“successful”* (успешный), *“who has an established career”* (у которого есть постоянная работа). Однако желаемая независимость потенциального супруга не исключает собственную самостоятельность и не ограничивает свободу: *“you will be supportive and allow me freedom and independence, while being able to lead”* (ты будешь поддерживать меня и давать мне свободу и независимость, будучи способным вести). Следует отметить, что в мужских БО упоминания независимости и профессиональности встречаются гораздо реже, чем в женских представлениях об идеальном мужчине: *“strong, ambitious personality”* (сильная, амбициозная личность), *“very independent”* (очень независимая), *“you are financially content”* (ты довольна своим финансовым положением). Некоторые мужчины подразумевают сотрудничество обеих сторон в отношениях и независимость обоих партнеров: *“independent but yet able to be part of a team”* (независимая, но в то же время способна быть частью команды).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что при поиске будущего партнера большинство британцев руководствуется сложившимся стереотипом, касающимся главенствующей позиции мужчины в семье и его образа «кормильца». Однако также существует тенденция поиска равного партнера, предполагающая определенную независимость каждого из супругов.

Внешние данные в британских БО, как правило, не играют существенной роли при поиске партнера. В описании потенциальной супруги мужчины обращаются к сложившимся в обществе стереотипам и нормам поведения: *“feminine”* (женственная), *“elegant”* (элегантная), *“sophisticated”* (утонченная). Некоторые прибегают к более детальным описаниям внешности: *“dark-haired, brown-eyed”* (темноволосая, кареглазая), *“brunette”* (брюнетка); иногда при этом используют изобразительно-выразительные средства языка: *“killer smile”* (убийственная улыбка), *“gorgeous eyes”* (восхитительные глаза), *“bright sparkling eyes and a great smile”* (яркие, искрящиеся глаза и прекрасная улыбка). Для женщин приоритетным является высокий рост мужчины, его физическая форма, ухоженность и чувство стиля: *“tall”* (высокий), *“taller than me”* (выше меня), *“strong”* (сильный), *“well-groomed”* (ухаженный), *“dresses well”* (хорошо одевается), *“classy”* (стильный).

Многие мужчины и женщины придают особую важность не столько внешней, сколько внутренней красоте: *“good-looking inside-outside the soul”* (красивая как снаружи, так и внутри), *“a beautiful soul”* (красивая душа), *“inner strength is far more important than rippling muscles (which I don't like, by the way)”* (внутренняя сила гораздо важнее, чем рельефные мускулы, которые мне, кстати, не нравятся); *“sincerity and a good heart matter far more than mere looks”* (искренность и доброе сердце куда важнее, чем просто внешность).

Проанализировав лексические средства репрезентации внешнего образа будущих партнеров, мы можем сделать вывод о том, что данный критерий в большей мере подвержен влиянию гендерных стереотипов о типичных мужских и женских образах, если партнер обращает внимание на внешние данные. Стоит, однако, отметить, что большинство пользователей сайтов знакомств гораздо больше ценят его личностные качества.

К личностным качествам, присущим как мужским, так и женским искомым характеристикам, в первую очередь относятся честность, доброта, образованность, верность. Женщинам в БО соответствуют прилагательные *“humble”*, *“modest”* (скромная), *“shy”* (застенчивая), *“patient”* (терпеливая), *“gentle”* (нежная). Следующие лексические единицы характерны, как правило, для мужчин: *“reliable”* (надежный), *“mature”* (зрелый), *“confident”* (уверенный), *“principled”* (принципиальный). Из чего можно сделать вывод о высокой гендерной обусловленности данных характеристик: женщинам приписывается скромность, сдержанность, покорность, в то время как мужчинам – уверенность, инициативность, надежность. Хотя о полном соответствии гендерным стереотипам здесь речь не идет. Некоторые мужчины предпочитают уверенных и раскованных женщин, в то время как те ищут сентиментальных мужчин, способных проявлять свои чувства.

Заключение. Подводя итог, нужно отметить, что во всех рассмотренных семантических аспектах БО сложившиеся в обществе гендерные стереотипы играют важную роль, однако не решающую. К лексико-грамматическим и лексико-стилистическим особенностям брачных объявлений можно отнести употребление изобразительно-выразительных средств (эпитетов, метафор), идиом, предложений с множественным однородных членов, а также сокращений, присущих интернет-сленгу.

Литература:

1. Рогалева, О.С. Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса (коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / О.С. Рогалева; Омский гос. ун-т. – Омск, 2005. – 24 с.
2. Блохина, Н.А. Понятие гендера: становление, основные концепции и представления / Н.А. Блохина // Летняя школа «Общество и гендер» [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: <http://www.gender-cent.ryazan.ru/blokhina.htm>. – Дата доступа: 18.02.2017.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ДОМ» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ (НА БАЗЕ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ)

Лермонтова Е.В.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машиерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Деревяго А.Н., канд. филол. наук, доцент

В языке существуют разные способы репрезентации языковой реальности. Одним из средств отражения языковой действительности является семантическое поле, и, учитывая общую антропоцентрическую парадигму современного языкознания, исследования отражения человека в языке, в его семантической системе, всё больше привлекают внимание лингвистов. Направление научных изысканий обычно прослеживается в сторону выявления лексических группировок различного типа и объёма, а также установления их отношения друг с другом. Внимание исследователей направлено на анализ отдельных лексем, на объединения слов, а также изучение многообразных аспектов внутренней формы лексических единиц. Поиски путей изучения системных связей лексического состава привели к возникновению теории семантического поля.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью рассмотрения многообразия теоретических концепций поля как феномена языка и речи, а также выявить базовые когнитивные признаки, составляющие ядро лексемы *дом* в русском языке, что представляет собой безусловный научный интерес.

Цель исследования – установить способы объединения лексики в группы, а так же выявить базовые когнитивные признаки лексемы *дом*.

Материал и методы. Материал исследования – лексический пласт лексикографических источников, формирующий концепт *дом* в русском языке. Для достижения поставленных нами задач использовались метод анализа словарных дефиниций, описательно-аналитический метод, метод сплошной выборки.

Результаты и их обсуждение. В настоящее время существует многообразие теоретических концепций поля как феномена языка и речи. Понятие «поле» было сформулировано немецким учёным Й. Триром и получило дальнейшее развитие в трудах отечественных лингвистов, таких как Г.С. Щур, А.А. Уфимцева, З.Д. Попова. В языкознании нет единого подхода к понятию «поле», в частности, различают семантическое поле и лексико-семантическое поле. Впервые термин «семантическое поле» был введён Г. Ипсеном в 1924 году [7, с. 35]. С тех пор данный термин стал широко рассматриваться в работах лингвистов разных стран и разных направлений языкознания.

Определим понятие поля в лингвистике. Лингвистический энциклопедический словарь даёт следующее определение понятия поля: «Поле – совокупность языковых (главным образом лексических) единиц, объединённых общностью содержания (иногда также общностью формальных показателей) и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений» [1]. В работах Й. Трира, Г. Ипсена первоначальное теоретическое осмысление понятия поля получило наимено-