

Ниеминен Туула

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В РУССКИХ И ФИНСКИХ БРАЧНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ

АННОТАЦИЯ

Ниёминен, Туула: Образ женщины в русских и финских брачных объявлениях
Бакалаврская работа
Университет Тампере
Бакалаврская программа по языкам: русский язык
Март 2021

Брачное объявление – тип объявления о знакомстве, целью которого является создание длительных отношений, семьи, брака и т. д. Цель данной кандидатской работы – изучать, как женщина изображается в современных русских и финских брачных объявлениях (далее БО), опубликованных в интернете.

Материалом исследования послужили всего 80 русских и 67 финских БО с сайтов «Doski.ru», «Deitti.net» и «Нить Арианды».

Вопросы исследования следующие: как русские и финские женщины описываются в текстах, написанных женщинами и мужчинами, и как гендерные стереотипы отражаются в этих описаниях. Особый интерес обращается на этнокультурные различия текстов.

Теоретической основой исследования является гендерная теория. Гендер является концептом, который обращает внимание на культурные различия в поведении и эмоциональных характеристиках мужчин и женщин. Гендер осмысливается в данной работе в категориях маскулинности и феминности, представляющих, каким является стереотипно идеальный человек в обществе.

В данной работе мы обратим внимание на стереотипы идеальной женщины и супруги, которые реализуются как в текстах автора (в женских объявлениях), так и в текстах адресанта (в мужских объявлениях). Мы рассматриваем тексты с точки зрения традиционных стереотипов, согласно которым главное для женщины – семья, материнство, забота о других и феминные качества, поддерживающие эту роль. По тому же стереотипу для мужчины важны работа, дело и маскулинные качества, поддерживающие роль кормильца.

Методом исследования является сопоставительный качественный контент-анализ с количественным аспектом. Мы изучаем семантику лексики и предложения, описывающие темы, типичные для жанра БО, такие, как внешность, интересы и увлечения, черты характера, материальное положение, отношение к созданию семьи.

Анализ показывает, что в русских профилях семья, дом и дети играют важную роль в описаниях женщин. Важность этой цели влияет и на другие характеристики, описанные в русских БО. Например, для русских женщин важны – рукоделие, умение готовить и создать уют в доме, в то время как в финские женщины имеют и желание не рожать детей. Они также хотят иметь свое личное пространство в романтических отношениях.

Ключевые слова: брачные объявления, гендерные стереотипы, феминность, маскулинность, образ женщины, этнокультурные различия

Оригинальность исследования проверена с помощью программы Turnitin OriginalityCheck

TIIVISTELMÄ

Nieminen, Tuula: *Obraz ženšiny v russkih i finskih bračnyh ob"ävleniäh / Naiskuva venäläisissä ja suomalaisissa deitti-ilmoituksissa*

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Kielten tutkinto-ohjelma, venäjän opintosuunta

Maaliskuu 2021

Tässä kandidaatintyössä vertaillaan venäläisten ja suomalaisten deitti-ilmoitusten naiskuvaa. Vaikka seuranhakuilmoituksen genre on melko kaavamainen ja ilmoitukset muistuttavat yleensä suuresti toisiaan, heijastelevat tekstit myös jossain määrin kullekin kulttuurille ominaisia käsityksiä hyvästä kumppanista. Nämä kulttuuriset arvostukset näkyvät niin ilmoittajien omakuvauksissa kuin kumppanitoiveissakin. Tutkimus pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: miten naiset ja miehet kuvaavat naista internetin deitti-ilmoituksissa ja millaisia sukupuolistereotypioita nämä kuvaukset heijastelevat. Erityistä huomiota pyrin kiinnittämään kahden eri etnokulttuurin ilmoitusten eroavaisuuksiin.

Tutkimusmateriaalini koostuu yhteensä 80 venäläisestä ja 67 suomalaisesta deitti-ilmoituksesta, joissa ilmoittajan tavoitteena on löytää parisuhde tai perustaa perhe. Tutkimusmetodina on vertaileva laadullinen analyysi, jonka avulla tutkin aineistoa sanasto- ja lausetasolla. Mukana on myös määrällistä vertailua. Teoreettinen viitekehys on teoria sosiaalisesta sukupuolesta, jolla viitataan stereotyyppisiin käsityksiin maskuliinisuudesta ja feminiinisuudesta. Tässä tutkimuksessa aineistoa tarkastellaan perinteisten sukupuoliroolien näkökulmasta, jonka mukaan perinteisiä feminiinisiä piirteitä ovat keskittyminen kodin piiriin, perheeseen ja muista huolehtimiseen, kun taas maskuliinisuutta kuvaavat perheen elättäjän ja aktiivisen toimijan roolit.

Analyysi osoittaa, että venäläisen naisen kuvauksissa perheellä, kodilla ja lapsilla on suurempi rooli kuin suomalaisnaisen kuvauksissa, ja nämä arvot näkyvät myös kuvatuissa harrastuksissa ja kiinnostuksen kohteissa. Suomalaisnaiset kuvaavat itseään vähemmän perhekeskeisesti. Vapaaehtoinen lapsettomuus ja toive siitä, että parisuhteessa pitää olla myös ns. omaa tilaa, mainitaan ainoastaan suomalaisissa ilmoituksissa.

Avainsanat: kontakti-ilmoitukset, deitti-ilmoitukset, naiskuva, gender, maskuliinisuus, feminiinisyys, stereotypiat

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1	Введение	1
2	Теоретические рамки.....	3
2.1	Жанр брачного объявления	3
2.2	Понятие «гендер».....	5
2.3	Стереотипы в СМИ	6
3	Материал и методы исследования.....	8
4	Анализ.....	10
4.1	Внешность.....	10
4.2	Психологические характеристики.....	12
4.3	Увлечения, интересы и образ жизни	15
4.4	Материальное положение.....	18
4.5	Семья и дети	19
5	Заключение	21
	Список источников	23
	Исследовательский материал.....	23
	Список литературы	23

1 ВВЕДЕНИЕ

Тема данной кандидатской работы – образ женщины в брачных объявлениях (далее также БО) опубликованных в интернете. В этой работе мы концентрируемся на изучении текстов, целью которых является найти партнера противоположного пола для серьезных отношений.

Актуальность нашего исследования в том, что феномен интернет-знакомства, который раньше испытывал серьезные проблемы с репутацией, потерял свою стигму и стал мейнстримом в социальной практике (Раар и Raybeck 2005, 5–6). Поэтому можем сказать, что авторами брачных объявлений являются люди из всех социальных и возрастных групп. Революция в онлайн-дейтинге произошла в 2012 году с появлением Тиндер-приложения для мобильной платформы, с помощью которого стало возможным начать искать партнера в любом месте и в любое время. Теперь на сайтах онлайн-знакомств разных платформ, находятся сотни миллионов пользователей во всем мире и их количество продолжает расти.

Так как цель БО – найти себе подходящего партнера, автор, мужчина или женщина, описывает себя в положительном свете. Следовательно, тексты брачных объявлений, по нашему мнению, служат хорошим материалом для изучения образа идеального/ой супруга/супруги.

Мы заинтересовались нашей темой, так как в финских СМИ различия русских и финских женщин являются вечной темой: финские женщины считаются часто независимыми и требовательными, в то время как русские – женственными и заботливыми, идеальными супругами. С другой стороны, в последнее время в финских СМИ пишется и о «новом типе» русской женщины, приоритетом в жизни которой являются не только семья и семейные ценности. Нам интересны и результаты исследования А.А. Ивановой (2005, 53), показывающие, что самая популярная характеристика идеальной жены среди современной русской молодежи – не хранительница домашнего очага и хозяйка, а «железная леди», которая имеет такие традиционно маскулинные качества, как физическая сила, умение обеспечить материальный достаток и уверенность в себе. Одновременно, типы «красавица» и «хорошая хозяйка» считаются в этом исследовании

самыми непопулярными (там же). Возникает вопрос, насколько теперь финские и русские идеалы похожи друг на друга и как они описываются в брачных объявлениях.

Объект данной работы – тексты русских и финских брачных объявлений, описывающие женщину. Методом нашего исследования является сопоставительный качественный контент-анализ (Tuomi и Sarajärvi 2009) с количественным аспектом. В данном исследовании мы будем делить собранную нами лексику и выражения брачных объявлений на семантические группы, которые, во-первых, типичны для данного жанра и, во-вторых, актуальны для изучения так называемых гендерных стереотипов, норм хороших и желаемых качеств мужчин и женщин. Главный вопрос нашего исследования можно сформулировать следующим образом: как описываются русские и финские женщины в самопрезентациях женских БО и в описаниях желаемой партнерши в мужских БО и как гендерные стереотипы отражаются в этих описаниях. Особенно нас интересуют различия между русскими и финскими текстами.

Термины «гендер» и «гендерные стереотипы» мы будем определять с помощью источников, описывающих традиционные стереотипы. Современные российские стереотипы мы рассматриваем, используя работу С. Шаньшань (2018) «Языковая репрезентация гендерных ценностей в современном русском языке». Жанр брачного объявления мы будем рассматривать с помощью работы О.С. Рогалевой (2005) и Е.В. Акуловой (2010).

Материалом для исследования послужат 57 финских и 80 русских женских и мужских БО, опубликованных в 2020 г. на сайтах «Deitti.net», «Doski.ru» и «Нить Арианды».

В данной работе мы сначала опишем короткую историю издания брачных объявлений в России и жанровые особенности этих объявлений. Затем, представим теорию гендера и определим термины, связанные с ней. После этого мы опишем материал и методы изучения. Далее, мы проанализируем материал и в конце, сформулируем итоги нашего анализа.

2 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ РАМКИ

Поскольку мы изучаем описание женщины в текстах, акцентирующих положительные черты индивида как партнерши или супруги, нам следует рассмотреть, откуда эти идеи о хорошей женщине возникают. Сначала мы рассмотрим теорию гендера и связанные с ней понятия *маскулинность* и *феминность*. Затем, представим, как эти понятия определяются в данной работе.

2.1 Жанр брачного объявления

Брачные объявления стали опубликоваться в России уже в начале XX века в специальных брачных газетах и журналах, которые издавались по всей империи. Такими являлись, например, московский «Брачный вестник», «Брачная газета Юга» в Одессе и пятигорская «Международная брачная газета». Кроме объявлений, в изданиях печатались и другие материалы, такие, как статьи и рекламы. Издатели подчеркивали, что брачные журналы являлись семейными и приличными, давались с целью заключение браков. (Жиликова и Шевцов 2018, 223.) Однако, после революции в Советском Союзе публикация брачных объявлений была запрещена. Первое советское БО было напечатано как эксперимент только в 1974-ом году в «Литературной газете» (Рысева 2015, 61).

Как текст брачные объявления имеют свои особые характеристики, которые по большей части не изменились в течение 120 лет, хотя времена уже во многом изменились. По определению Джона Свалеса (Swales 1990), для жанра характерна, например, типичная схематическая форма, общие коммуникативные цели и знаки, по которым члены языкового сообщества распознают текст (Swales 1990, 58). Так как все эти характеристики существуют в текстах брачных объявлений, мы, вслед за Свалесом, считаем БО отдельным жанром. Жанр может также варьироваться в содержании, по структуре и форме (там же, 49–54). Например, онлайн-объявления могут отличаться от газетных объявлений, так как в них можно публиковать фотографии и дать информацию об авторе, партнере и желаемых отношениях, заполняя только анкету с готовыми ответами.

Брачное объявление – как уже отмечалось, один из типов объявлений о знакомстве, публикуемое автором с целью создания длительных отношений, семьи, заключения

брака и т. д. Согласно Акуловой (2010, 4), для него типична следующая трехкомпонентная, стандартная структура: автор характеризует 1) себя, 2) желаемого партнера и 3) качество желаемых отношений. В данной работе мы используем о текстах и авторах следующие термины: текст автора (= адресанта) о себе называется *самопрезентация* и текст о желаемом партнере (= адресата) называется *описание другого*. Так и самопрезентация, как и описание партнера содержит информацию, которую автор считает релевантной для себя, такую, как, например, описание хобби, внешности, привычек и ценностей (Рогалева 2005, 8).

Брачные объявления могут являться нейтральными и короткими по структуре. Акулова (2010, 10) называет такие объявления стандартными. Представляем пример типичного стандартного газетного брачного объявления (Акулова 2010, 10), где используется также сокращения: «Симпатичная вдова 57 лет, средней полноты, без материальн. и жилищн. проблем, познакомится с мужчиной до 63 лет, серьезным, порядочным, без особых проблем.»

Авторы брачных объявлений хотят также показать свою характеристику, не только используя списки положительных прилагательных. Для этого они, согласно О.С. Рогалевой (2005, 11), стремятся отойти от стандарта обыкновенного объявления и выразить свою личность и характеристику, используя разные речевые средства, например языковые игры. Мы согласны с Томи Висакко (Visakko 2015, 6) в том, что авторы БО, однако, не стремятся возбудить интерес у адресата любой ценой, а желают лучше создать впечатление о себе как «нормальном человеке» в глазах других.

Частью этого стремления быть/показаться «нормальным» мы считаем, вслед за Рогалевой (2005, 6), гендерные стереотипы, которые являются обязательным компонентом объявлений (см. подробнее раздел 2.2.). Эти стереотипы, по словам У.А. Рысевой, – представления об «идеальном мужчине» и «идеальной женщине» данного общества, и они реализуются как в текстах автора, так и в текстах адресанта (Рысева 2015, 103). Можем спросить, кто или что тогда описывается в брачных объявлениях? Как Пиркко Муйкку-Вернер (Muikku-Werner 2003, 325) справедливо отмечает, стереотипное описание может исказить текст, который вместо того, чтобы характеризовать автора — просто описывает культурный идеал.

Авторам брачных объявлений следует решить в своем тексте проблему, как описывать себя одновременно честно и положительно. Чтобы скрыть и смягчить черты, которые не соответствуют стереотипам, авторы используют эвфемизмы, и это является типичной чертой для жанра объявления о знакомстве (Рысева 2015, 17–18). Эвфемизация может помочь повысить низкий профессиональный статус, например, вместо парикмахера, автор БО может назвать себя как «мастер причёсок в салоне красоты» (Шаньшань 2016, 116).

2.2 Понятие «гендер»

В современных социальных науках различаются понятия «пол» и «гендер». По определению А.В. Кирилиной (2004, 29), понятие гендер используется, чтобы провести границу между биологическим полом и социальным полом. В *Словаре гендерных терминов* (СГТ) гендер определяется следующим образом: «Помимо биологических отличий между людьми существуют разделение их социальных ролей, форм деятельности, различия в поведении и эмоциональных характеристиках.» Другими словами, гендер обращает внимание на культурное и социальное различие между женщинами и мужчинами, основанное на биологическом разделении полов (Connell 2002, 8).

Когда мы ссылаемся на биологический пол, мы используем термины «мужской» и «женский» (Бахаева 2006, 72). Например женский текст – это текст, написанный женщиной. Гендер, в свою очередь, осмысливается в данной работе в категориях «маскулинности» и «феминности», стереотипов о мужском и женском (Севелова 2011, 43–44). Эти нормы, преобладающие в обществе, человек выучит уже в детстве в социальных взаимодействиях, и они закрепляются обществом с помощью наказания и вознаграждения (Connell 2002, 77).

Что значат характеристики маскулинности и феминности? Поскольку гендер является культурным концептом, стереотипы не одинаковые во всех культурах и во все времена. Однако, в западных культурах они традиционно понимаются одинаково, так как они основаны на мысли о различных гендерных ролях, базирующихся на биологических различиях мужчин и женщин. Аили Ненола (1986, 10) пишет, что маскулинность основана на мысли о том, что мужчина выступает в качестве кормильца и его область действия

находится вне дома. Арто Йокинен (2000, 210) пишет, что в западных обществах мужчина стереотипно физически сильнее и крупнее женщины, более успешный в социальном и экономическом плане и стабилен по своей природе. Стереотипная роль женщины заключается в том, чтобы домашняя среда была приятной, чистой и гармоничной, и данная роль поддерживается такими женскими чертами, как покорность, пассивность, мягкость и слабость (Nenola 1986, 10–11). Отметим, что эти традиционные западные роли понимаются таким же образом и в русской культуре. Н.Х. Орлова (2005) отмечает, что гендерные стереотипы декларируются в русской культуре следующим образом: главное для женщины – семья, материнство, забота о других, а для мужчины – работа, дело, и жена обеспечивает условия для реализации его ролей.

Традиционное представление о том, что феминные черты принадлежат только женщине и мужские черты только мужчине, было поставлено под сомнение в теории андрогинии, доведенной до общественного сознания психологом Сандрой Бем в 1970-х годах. Согласно теории, феминные и маскулинные черты не являются взаимоисключающими, а каждая личность может иметь эти черты одновременно (Бем 1974).

2.3 Стереотипы в СМИ

А.В. Кирилина (2004, 17) отмечает, что хотя гендер не является лингвистической категорией, он может быть анализирован в языке, поскольку гендерные отношения, по словам автора, «фиксируются в языке в виде стереотипов». На формирование гендерных стереотипов и гендерного поведения в обществе оказывают влияние, например школа, религия, и СМИ (Кирилина 2004, 19), и, следовательно, с помощью изучения языка, использованного в данных сферах, можно раскрывать гендерные стереотипы данного общества. Брачные объявления являются также текстами СМИ, которые изучались активно и в России. Существует уже ряд российских кандидатских диссертаций, сравнивающих мужские и женские объявления о знакомстве. Например, как уже было выше отмечено, Акулова (2010) рассматривает этнокультурную специфику немецких и русских объявлений. Рысева (2015) изучает в своей работе стереотипы «идеального семьянина» в русских объявлениях о знакомстве. Обратим внимание на то, что, так как мы не будем сравнивать мужские и женские самопрезентации или описания о другом, нам необходимо определить заранее стереотипы, которые рассматриваются в текстах.

Так как мы сравниваем тексты двух этнокультур, нам стоит, по нашему мнению, рассматривать тексты с точки зрения традиционных стереотипов, в которых акцентируются разные роли и черты характера мужчин и женщин.

В брачных объявлениях можно найти, конечно, и такие черты, которые не являются традиционно феминными или маскулинными. Такими являются, например, представления о женской красоте, которые меняются со временем в зависимости от моды. Для определения этих современных, нетрадиционных стереотипов мы используем кандидатскую диссертацию Сюй Шаньшань (2018), изучающую феминные и маскулинные стереотипы в российских СМИ. Шаньшань (2018, 77) отмечает, например, что согласно русских СМИ, идеальная женщина по внешнему виду стройная. Автор замечает (2018, 78), также, что феминные признаки в СМИ не только ценности, но и «антиценности», которые приписывают женщине такие отрицательные характеристики, как жеманность и болтливость, алогичность, глупость. Так как автор брачного объявления сама решает, каким образом она характеризует себя, текст может также намеренно противоречить стереотипам. Причиной для этого может являться желание изобразить себя честно и многосторонне вместо идеального, стереотипного описания.

3 МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данном разделе мы сначала представим наш материал исследования и после этого, опишем методы, использованные в работе.

Материал для работы состоит в общей сложности из 70 женских и 67 мужских брачных объявлений. Так как нам актуально изучать отношение к созданию семьи и деторождению, мы решили выбрать тексты в возрастной группе 20-40 лет. Объявления, выбранные для исследования, публичные, их, значит, можно рассматривать без регистраций на сайтах. Далее мы представим сайты, на которых материал был собран.

«Doski.ru» – сайт, где продаются и приобретаются товары и услуги. Объявления о знакомстве публикуются на сайте в категории «знакомства». Для этой работы мы выбрали из подкатегории «романтические отношения» 20 женских и 20 мужских объявлений. Сайт работает как типичный сайт знакомств, где авторы БО могут сами редактировать текст и разместить фотографию в профиле.

«Нить Ариадны» – служба знакомств, предлагающая платную услугу людям, ищущим спутника жизни. Объявления, собранные нами, 20 женских и 20 мужских текстов, были размещены на веб-сайте офиса, но они не являются интерактивными профилями. Это значит, что авторы текстов не могут редактировать тексты и на сайте не публикуются фотографии авторе (Геннадьевна 2021).

«Deitti.net» – финский сайт знакомств, публикующий и публичные профили и профили, которые видны только зарегистрированным пользователям. С данного сайта мы выбрали 30 женских и 27 мужских профилей. Для этого исследования мы выбрали профили, где цель знакомства была определена как «романтические отношения».

Поскольку наш исследовательский материал состоит из текстов с личной информацией реальных людей, нам надо обратить особое внимание на этические вопросы. Хотя профили являются публичными, мы должны работать с ними таким образом, чтобы анонимность авторов БО сохранялась (Ahteensuu 2019). Следовательно, мы дадим примеры о выражениях и словах только тогда, когда они повторяются в такой же форме как минимум в двух объявлениях на тех сайтах, где публикуются и автопортреты авторов. Мы также обязываемся далее уничтожить все брачные объявления, которые мы печатали для изучения.

Наша работа представляет собой качественное исследование, но мы также приводим некие количественные примеры о том, в скольких текстах выражается какая-то черта.

Методом анализа является контент-анализ, который определяется теорией и ранее сделанными исследованиями (Tuomi и Sarajärvi 2008, 127). На основе материала мы сформировали тематические категории, в которых встречаются гендерно ориентированные темы. Такими являются внешний вид, характер, увлечения и интересы, материальное положение, желание создать семью с детьми.

Материал был собран в течение ноября – декабря 2020 г. С сайта «Deitti.net» мы собрали с помощью поискового сервера сначала 30 профилей в возрастной группе 20-30 лет и остальные 27 в возрастной группе 30-40 лет. Российский материал был собран в том порядке, в котором профили были отображены на сайте. После ознакомления с материалом, мы закодировали содержание различных тем в разные цвета, а затем переместили закодированные тексты в отдельные файлы. Мы изучали содержание как на лексическом уровне, так и на уровне предложений. Объектом анализа являются тексты и рубрики и, кроме этого, мы обратили внимание на распространенность использования фотографий авторов в профилях *Deitti.net* и *doski.ru*. Далее, мы рассматривали информацию, касающуюся внешнего вида и отношения к деторождению в анкетах данных брачных объявлений.

Все российские выдержки текстов взяты с сайта брачного агентства. Для использования финских выдержек мы получили разрешение от автора текста (С.Т. 2021). Для перевода значения лексики в нашем анализе, мы использовали следующие словари: «Kielitoimiston sanakirja» (KTS), «Толковый словарь русского языка» (ТСРЯ) и «Suomi-venäjä-suomi sanakirja» (ФРФ).

4 АНАЛИЗ

В этом разделе мы проанализируем наш материал и представим примеры из него. Все русские выдержки взяты с сайта брачного агентства «Нить Арианды». Чтобы отметить пол и этнокультуру автора, в выдержках и таблицах, используются следующие сокращения: РЖ— русское женское объявление, РМ — русское мужское объявление, ФЖ - финское женское объявление. Выдержки из финских мужских текстов мы не будем использовать как пример.

Представляем коротко все категории, использованные нами в анализе: категория «внешность» описывает физические характеристики; категория «психологические характеристики» включает в себя черты характера и стиль общения; в категории «увлечения, интересы и образ жизни» описываются интересы, способности, хобби, ценности и образ жизни; категория «материальное положение» включает в себя описание профессии, работы, экономической ситуации и, в конце в категории «семья и дети» рассматриваются отношения к созданию семьи и детям.

4.1 Внешность

Мы считаем, что с помощью описания внешнего вида, в текстах БО подчёркиваются различия между полами. Внешность может быть описана в нашем материале как в свободном текстовом разделе, так и как фотографиями о себе в онлайн-профилях. В русских женских БО внешность считается, по нашему мнению, важной чертой. Ее описывают в 72,5% женских текстах словами и/или цифрами, чаще всего в форме возраст/рост/вес, на пример «20/160/55». Женщины-авторы считают полезным отметить свой цвет волос, фигуру и общую характеристику внешности. Чаще всего женщина представлена как «симпатичная» и «женственная». Фигура женщины описывается как нормальная и стройная, но в текстах встречается и другой стереотип, т. е., полнота. Это слово мы считаем эвфемизмом для не идеального, то есть, не стройного телосложения.

Обратим внимание на то, что не все женщины считают описание внешнего вида важным для того, чтобы привлечь внимание, так как в некоторых профилях нет фотографии, и нет словесного описания внешнего вида.

В описании другого, мужчинам важные черты в партнере, чаще всего, – милость и красота. Кроме этого, важными считаются те же черты, которые упоминаются и в

женских самопрезентациях, такие как стройность и полнота . Также нестройность считалась отрицательной чертой, значит, в БО было отмечено, что женщина не должна быть полной.

В отличие от русских БО, в финских объявлениях к внешнему виду женщин относятся с равнодушием: в женских самопрезентациях внешность не отмечается не разу, и в мужских БО повторяется только одна черта внешности – красота.

Однако, в большинстве женских профилях, в 75 % из общего количества, есть, как минимум, одна фотография и, таким образом, авторы также могут предположить, что внешность можно увидеть на фотографиях и поэтому мнение или словесное утверждение автора не важны. В следующих примерах характеризуется внешность в русских БО:

- (1) *Красивая и умная девушка познакомится с парнем для серьезных отношений. (РЖ)*
- (2) *Мечтаю создать семью с домашней, любящей, заботливой девушкой приятной полноты. (РМ)*

В таблице ниже представлены стереотипные характеристики внешности женщин в русских и финских БО.

Таблица 1. Внешность

	Характеристика	РЖ	ФЖ
1.	вес	x	-
2.	рост	x	-
3.	цвет волос (<i>блондинка, брюнетка</i>)	x	-
4.	стройность	x	-

5.	не стройность (<i>полная</i>)	x	-
6.	нормальность (о телосложение)	x	-
7.	женственность	x	-
8.	симпатичность, милость	x	-
9.	красота (<i>красивая; kaunis</i>)	x	x

4.2 Психологические характеристики

В самопрезентации русских женских текстов подчеркиваются психологические характеристики, которые можно считать важными для хорошей жены и матери. Феминные психологические характеристики встречаются в 60 % объявлений. Чаще всего, женщина представляется доброй и нежной. Она (должна быть?) женственной, заботливой и сексуальной. Заметим, как выше уже сказано, что слово «женственный» намекает не только на женскую внешность, а также на «феминный» характер, определенный следующим образом: «С качествами, свойствами женщины, мягкий, нежный и изящный» (ТСРЯ).

При описании стиля общения подчеркиваются такие характеристики, как «умение» приятно вести себя в социальных ситуациях, и способность к разным занятиям. Женщина-автор, например, «умеет выслушать, подстроиться и делать компромиссы». Данные характеристики, по нашему мнению, соответствуют стереотипу, что женщина должна быть мягкая и неконфликтная. Существует и стереотип, что женщина болтливая (Шаньшань 2018, 77), и, таким образом, умение слушать может и подчеркивать отступление от этого отрицательного женского стереотипа.

Для русской женщины в брачных объявлениях важны не только феминные черты, а также такие маскулинные характеристики, как самостоятельность, активность и ум. Следует отметить, что хотя ум традиционно считается маскулиной чертой, в русской культуре он считается также чертой современной женщины – как отмечает В.М. Войченко (2009, 69): «русская женщина должна быть умная и красивая». В этом случае, однако, нам необходимо уточнить специфику стереотипных представлений мужского

ума и женского ума. В.И. Тромифова и С. Шаньшань (2018, 109–110) пишут, что мужской ум – логичность и интеллект, тогда как женский ум, в свою очередь, – мудрость и хитрость, способ учитывать прошлый опыт. Поскольку самопрезентации в женских БО малословны, нам сложно определить, какую именно характеристику авторы здесь желают почеркнуть – интеллектуальные, академические качества или что-нибудь другое.

Главными в описании другого являются феминные черты, описывающие доброту. Кроме этого, от идеальной спутницы требуются стереотипные нежность и мудрость, но, также встречаем такую стереотипно маскулинную характеристику как целеустремленность.

В следующих примерах авторы описывают себя только с помощью феминных психологических характеристик:

- (3) *Доброжелательная, внимательная, мудрая, терпеливая, умею идти на уступки, считаю, что могу стать единомышленником для своего избранника, партнером в делах. При этом, как женщина- мягкая, любящая, нежная и понимающая.* (РЖ)
- (4) *Для длительных отношения и создания семи познакомлюсь с простой доброй девушкой.* (РМ)

Ниже представлен текст, где женщина характеризуется с точки зрения психологических характеристик маскулинности:

- (5) *Целеустремленная, самостоятельная, интересная в общении.* (РЖ)

В самопрезентациях финских женских текстов феминные черты встречаются в 57 % профилей. Наиболее распространенной характеристикой является, как и в русских текстах, доброта. Интересно, что вторая по популярности черта финских объявлений – стеснительность – не отмечается в русских описаниях ни разу.

Рассмотрим эти две характеристики более подробно. Для выражения доброты в финских объявлениях используется чаще всего слово «*kiltti*», которое определено в словаре Киелитоймисто (СК) следующим образом: «*hyväkäytöksinen, tottelevainen; ystävällinen, avulias*» (добрый; *послушный*; приветливый). Возникает вопрос, почему данное слово в нашем материале встречается так часто, хотя оно уже потеряло свое популярность в

самопрезентациях финских женских объявлениях о знакомстве на других форумах (?) (Muikku-Werner 2009, 67). Причиной для непопулярности, как Муйкку-Вернер справедливо пишет, является очевидно то что, послушание больше не соответствует ценностям финской женщины (там же).

Вторая обычная, указанная женщинами черта, стеснительность, имеет, как мы уже заметили, и отрицательный оттенок. В некоторых самопрезентациях эта характеристика описывается как временная черта, которая исчезнет после знакомства. Данное описание, по нашему мнению, показывает, что женщины-авторы считают эту черту не только нейтральной или положительной, а также недостатком. Кажется, что авторам финноязычных объявлений важно описать себя честно, а не только как идеального человека.

Кроме доброты, общими характеристиками у русских и финских женщин являются нежность, женственность и мудрость. Кроме этого, такие стереотипно женственные характеристики как романтичность и чувствительность нашлись только в финских текстах.

В финских БО можно найти такие маскулинные черты как прямой стиль общения, независимость и активность. В следующем примере представляется сочетание феминной и маскулинной черт:

(6) Joten tästä saa tuntemattomille alkuun *ujon* paitsi tietyn ajan jälkeen *kovasanaisen vastuksen*. (ФЖ)

В финских мужских БО, так как и в русских, в основном малословно описывается другой. Чаще всего, акцентируются такие феминные черты как мудрость и теплый характер. Ниже приведем таблицу о феминных и маскулинных характеристиках в БО.

Таблица 2. Психологические характеристики

	Характеристика	РЖ	ФЖ
1.	сексуальность, романтичность	x	x

2.	нежность, заботливость (<i>женственная, lämmin</i>)	x	x
3.	доброта (<i>добрая, доброжелательная; kiltti, ystävällinen</i>)	x	x
4.	мудрость (<i>мудрая, fiksu</i>)	x	x
5.	стеснительность (<i>ujjo</i>)	-	x
6.	чувствительность (<i>tunteellinen</i>)	-	x
8.	феминная стиль общения (<i>умение слушать, делать компромиссы</i>)	x	-
9.	целеустремленность (<i>целеустремленная; määrätietoinen</i>)	x	x
10.	активность (<i>активная; aktiivinen</i>)	x	x
11.	ум (женский/мужской) (<i>умная</i>)	x	-
12.	стиль говорить прямо	-	x
13.	сила, сильный характер (<i>сильный; vahva</i>)	-	x
14.	независимость (<i>itsenäinen</i>)	-	x

4.3 Увлечения, интересы и образ жизни

В самопрезентациях русских женских текстов подчеркиваются характеристики, традиционные для роли женщины-хозяйки, как умение готовить, создать уют дома и умение шить и вязать. Все эти интересы значат не только увлечения для индивида, а что-нибудь, что может быть полезным женщине как жене.

Так как интересы и умения феминного характера отмечаются довольно часто, в 33 % из женских текстов, нам кажется, что авторы считают эти черты важными для привлечения

внимания. Однако, в мужских текстах, данные характеристики не оцениваются очень высоко, так как они описываются только в трех текстах.

В финских женских БО также описывается кулинария как интерес, а не умение. Дом – место, где проводится время с друзьями и близкими. Спецификой в финских женских и также в мужских текстах является желание иметь свое личное пространство. Это мы понимаем как желание иногда быть одной и заниматься своими делами без партнера. Хотя почти все люди иногда имеют желание побыть наедине с самим собой, только в финских БО это считается важной и одновременно не негативной чертой, которая не портит положительный имидж автора.

Помимо стереотипных феминных интересов, в самопрезентациях характеризуются увлечения и интересы, не связанные с домом. В русских женских БО основным интересом является занятие спортом, которое не всегда только хобби, а может являться и знаком здоровья и бодрой внешности автора. Другие популярные интересы в женских текстах – путешествия и такие интеллектуальные занятия, как чтение и изучение иностранных языков. Для русской женщины также важно отдыхать в природе и умение водить машину. В мужских текстах хобби женщины, в свою очередь, не вызывает интереса – только в одном тексте отмечается черта данной категории.

Общими характеристиками в образе финской и русской женщины являются интерес к занятиям спортом, к чтению и литературе. Отдых на природе и любовь к животным стереотипны для женских текстов обеих этнокультур. В самопрезентации акцентируется важность друзей и близких, с которыми проводят время на концертах и в кино. В мужских текстах только одно желание: чтобы женщина занималась спортом.

Здоровый образ жизни описывается в русских текстах стереотипно с помощью выражения «без вредных привычек». Это желание появляется и в самопрезентации и в описании другого. В финских самопрезентациях здоровый образ жизни описывается как не желание ходить в рестораны слишком часто. В финских мужских текстах, также желание, чтобы женщина не употребляла алкоголь.

В следующем тексте автор БО акцентирует только феминные интересы:

- (7) Спокойная, рассудительная. Люблю уют, выращиваю домашние цветы. Шью, занимаюсь рукоделием.

Многие женские тексты содержат, как и феминные, так и маскулинные черты:

- (8) Открытая, веселая, но серьезная. Люблю *путешествовать*, что часто и делаю. Хорошее чувство юмора, увлекаюсь психологией, занимаюсь *спортом*. (РЖ)
- (9) Мои увлечения: путешествия, фотография, горные лыжи, спорт (танцы, фитнес, плавание). Люблю *читать*, создавать уют в доме. Хорошо *готовлю, шью*. Вожу машину. (РЖ)
- (10) Люблю уют, выращиваю домашние цветы. *Шью*, занимаюсь *рукоделием*. Люблю поездки, *активный отдых*. (РЖ)

Здоровый образ жизни описывается обычно следующим образом:

- (11) Для серьезных отношений и создания семьи познакомлюсь с девушкой от 25 до 32 лет, без вредных привычек. (РМ)

Таблица 3. Увлечения, интересы и образ жизни

	Характеристика	РЖ	ФЖ
1.	еда, умение готовить	х	х
2.	рукоделие	х	-
3.	создание уюта в доме	х	-
4.	проведение времени дома (<i>домашняя</i>)	х	х
5.	интеллектуальные занятия (<i>иностранные языки, литература</i>)	х	х
6.	отдых на природе	х	х
7.	спорт (<i>спорт, танцы</i>)	х	х
8.	путешествие	х	х

9.	провожение времени в городе; кино, концерты, рестораны	-	x
10.	друзья и близкие	-	x
11.	личное пространство	-	x
12.	животные	x	x
13.	здоровый образ жизни	x	x

4.4 Материальное положение

Работа и имущество являются традиционно маскулинными темами, но в русских самопрезентациях они характеризуются разносторонне: авторы отмечают, что они в основном работают или, что они работают много. Кажется, что в самопрезентации важно показать, что женщины материально независимы и способны позаботиться о себе. В текстах отмечаются также профессия и имущество, такие, как и квартира и машина. Для мужчин, в свою очередь, важно только то, чтобы женщина зарабатывала.

В финских женских текстах, как и в русских, акцентируется, что автор зарабатывает, но имущество или финансовую независимость не отмечают, как в русских текстах. Характерно также описание профессии. Описание профессии в русских текстах нейтральное или акцентирует типично женскую профессию в сфере здравоохранения.

В следующих текстах характеризуют работу в самопрезентации и в описании другого.

- (12) Для серьезных отношений познакомлюсь с определившейся в жизни, *работающей* девушкой [...]. (РМ)
- (13) *Много работаю*, чтобы занять свободное время (sic!). (РЖ)

В таблице ниже представляется темы, описывающие материальное положение в текстах БО.

Таблица 4. Материальное положение

	Характеристика	РЖ	ФЖ
1.	работающая	x	x
2.	работает много	x	-
3.	зарплата (<i>стабильная зарплата</i>)	x	-
4.	имущество	x	-
5.	профессия	x	x

4.5 Семья и дети

Любовь к детям и желание создать семью являются стереотипными феминными чертами, которые характеризуется в большинстве (63%) женских текстов. Обычно женщины-авторы желают найти партнера «для создания семьи», но это не редкость и в мужских текстах, где авторы желают иметь «нормальную семью» и «воспитать детей». То, что эти мечты выражаются так часто и прямо в текстах БО, рассказывает о том, что в русской культуре семья оценивается высоко. Ниже представлены примеры о типичном стиле рассказать о детей и семьи.

- (14) Мечтаю о *детях*. *Для создания семьи* познакомлюсь с мужчиной 36-44 лет. (РЖ)
- (15) Веселая, добрая, активная, хороший слушатель, ласковая, *любящая детей и семью*, хозяйственная, чистоплотная. (РЖ)
- (16) Познакомлюсь с миловидной худощавой девушкой без детей *для создания семьи*. (РМ)

Существует и один текст, где автору важно только иметь детей и быть хорошей женой:

- (17) Со своей стороны *готова создать крепкую семью, родить еще детей*, быть верной и заботливой женой. (РЖ)

В финских женских текстах любовь к детям и желание иметь совместных детей и создать семью представлены только в 17 % текстов. В отличие от русских, в финских самопрезентациях выражается также желание не иметь детей. В нашем материале это желание повторяется и в текстах профилей и в анкетных данных. Следовательно, можем сделать вывод, что в некоторых финских БО отказываются от стереотипа, что женщина должна рожать детей. В мужских БО такой отказ от традиционных семейных ценностей не выражается, хотя иногда авторы желают, чтобы у женщины не было детей. В русских мужских текстах также можно найти желание, чтобы у женщины не было детей или чтобы у нее был только один ребенок, и чтобы можно было родить совместных детей.

В таблице ниже представлена описания о семье и детях в русских и финских брачных объявлениях.

Таблица 5. Семья и дети

	характеристика	РЖ	ФЖ
1.	желание создать семью	x	x
2.	желание иметь детей, любовь к детям	x	x
3.	желание не иметь детей	-	x

5 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной кандидатской работе мы предполагали рассмотреть характеристики женщины в русских и финских брачных объявлениях с точки зрения традиционных и современных гендерных стереотипов. Материалом послужили 67 финских и 80 русских брачных объявлений с сайтов «Doski.ru», «Нить Ариадны» и «Deitti.net».

Брачные объявления, которые представляют собой тексты коммуникации между мужчинами и женщинами, часто повторяют гендерные стереотипы. Сравнивая БО двух разных этнокультур, мы изучили различия в культурных оценках и представлениях о хорошей женщине и хорошей спутнице жизни.

Суммируя наши наблюдения над материалом, можно прийти к следующим заключениям: русские и финские женские и мужские тексты, описывающие женщину, содержат как традиционно феминные, так и маскулинные черты, хотя в материале существуют и самопрезентации, содержащие только традиционно феминные качества.

Общими чертами феминности в русских и финских БО являются следующие: красивая внешность (красота) и такие психологические характеристики как доброта, романтичность и мудрость. Общие увлечения и интересы, характерные для традиционной феминности – проведение время дома и приготовление еды. Общее для русских и финских женщин также желание создать семью и иметь детей.

Что же касается традиционных маскулинных характеристик, в материале доминировали такие черты характера, как целеустремленность и активность. Увлечения и интересы также похожи во многом: спорт, путешествия и отдых на природе являются наиболее популярными интересами. Кроме этого, общими увлечениями являются чтение и другие интеллектуальные занятия.

В современном мире, где женщины играют активную роль и вне дома, зарабатывают и имеют различные хобби, такие черты как, например, активность и целеустремленность можно считать скорее нейтральной, а не специфически маскулинной характеристикой, как предлагает исследование о традиционных стереотипах.

В описании русских женщин подчеркивается то, что женщины имеют свои деньги и имущество, и некоторые мужчины в своих описаниях соглашаются с ними.

Профессии, отмеченные в женских объявлениях, однако, стереотипно феминные, и таким образом можем сказать, что работу и профессию также можно рассматривать с разных точек зрения. Одна черта быть одновременно феминной и маскулинной.

Сопоставляя описаний женщин, можем отметить и этнокультурные различия. В русских текстах важную роль играет сердце феминных ценностей – семья и дети. Можем увидеть, что важность этой жизненной цели влияет и на другие интересы и умения, описанные в русских БО, такие, как умение создать уют в доме и интерес к рукоделию. В финских самопрезентациях, в свою очередь, ценности другие: женщинами отмечается несколько раз и желание не рожать детей. Также, интерес к домашним занятиям, кроме приготовления еды, ни разу не были отмечены.

Значение внешней привлекательности в русских текстах намного больше, чем в финских. Она описывается с помощью различных качеств, в то время как в финских БО обращается внимание только на одну черту, красоту.

Финские тексты отличаются от русских еще тем, что в них выражается желание проводить время с друзьями и иметь свое пространство в романтических отношениях. Стилль общения также различается: в то время как для русских женщин характерны такие черты феминности, как умение слушать и делать компромиссы, для финских характерен маскулинный стилль говорить прямо. О имуществе и зарплате пишется только в русских БО.

Мы уверены, что исследование данной темы стоит развивать и дальше. Интересно было бы рассмотреть, как в российских СМИ и на сайтах брачных агентств советуют давать брачное объявление и описывать себя в привлекательном свете.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Исследовательский материал

Брачные объявления на сайте знакомств Deitti.net. <https://www.deitti.net/>

Брачные объявления на сайте Doski.ru. <https://www.doski.ru/cat-znakomstva/>

Брачные объявления на сайте брачного агентства «Нить Арианды».
<http://www.ariadna.sibhost.ru/>

Список литературы

Bem, Sandra L. 1974. "The Measurement of Psychological Androgyny." *Journal of consulting and clinical psychology* 42 (2): 155-162.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.525&rep=rep1&type=pdf>

Connell, R. W. 2002. *Gender*. Cambridge: Polity.

Muikku-Werner, Pirkko 2003. "Kirjeenvaihtoa vai iltapäiväkahveja-kontakti-ilmoitusten ihanneihmiset ja -suhteet." *Virittäjä* 107 (3): 322 – 350.
<https://journal.fi/virittaja/article/view/40273/9700>

Muikku-Werner, Pirkko 2009. *Tositarkoituksella: näkökulmia kontakti-ilmoituksiin*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Nenola, Aili 1986. *Miessydäminen nainen: naisnäkökulmia kulttuuriin*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

- Swales, John M. 1990. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tuomi, J. ja Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Visakko, Tomi 2015. ”Promotionaalinen persoona semioottisena käyttäytymisenä. Verkon deitti-ilmoitukset lingvistiksestä, semioottisesta ja antropologisesta näkökulmasta.” *Virittäjä*, 119 (3). <https://journal.fi/virittaja/article/view/52731>
- Акулова, Е.В. 2010. ”Жанр ‘объявление о знакомстве’: гендерная и этнокультурная специфика.” Автореф. дис. ... д-ра фил.наук. Саратов. https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01004709201.pdf
- Бахаева Л.М. 2006. ”Гендерная проблематика в языкознании.” *Lingua-universum* 4: 72-77. <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm> (Просмотрено 13.2.2021).
- Вепрева, И.Т. & Шаньшань, С. 2018. ”Роль СМИ в конструировании гендерных стереотипов: ум и красота по-женски и по-мужски.” *Динамика языковых и культурных процессов в современной России* 6: 105–112.
- Войченко, В.М. 2009. ”Отражение гендерных стереотипов в языке и культуре.” *Вестник Волгоградского государственного университета*. Серия 2: Языкознание, (1): 64–70.
- Губанова Н.Д. 2008. ”Маскулинность и феминность как категории гендерного анализа.” *Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета* 1 (14): 55–59.
- Жилякова Н.В. & Шевцов В.В. 2018 ”Адаптация типологических моделей столичной периодики в провинциальной печати (на примере "Сибирской брачной газеты", г. Томск, 1910 г.)" *Вестник Томского государственного университета*. Филология, по. 51: 221–236.
- Иванова, А.А. 2015. ”Гендерные особенности брачно-семейного поведения молодежи (г. Астрахань)”. *Logos et Praxis* no 1: 50–58.

Кирилина, А.В. 2004. *Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации*. М: Росспэн.

Орлова Н.Х. 2005. "Пол и гендерная картина мира." *Слово и мысль в междисциплинарном пространстве образования и культуры*. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, http://www.sofik-rgi.narod.ru/avtori/slovo_misl/orlova.htm (Просмотрено 13.2.2021).

Рогалева, О.С. 2005. "Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса (коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты)." Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск.

Рысева, У.А. 2015. "Объявления о знакомстве: коммуникативный, гендерный, прагматический аспекты характеристики." Дис. ... д-ра фил.наук. Киров.

Рысева, У.А. 2015б. "Объявления о знакомстве: коммуникативный, гендерный, прагматический аспекты характеристики." Автореф. дис. ... д-ра фил.наук.

Севелова, М.А. 2011. "Маскулинность и феминность как ключевые категории гендерной теории." *Вестник КГУ* 17, no. 5–6: 43–47.

Шаньшань, Сюй 2016. "Вербальные знаки ценностных предпочтений современной женщины (на материале брачных объявлений)". *Научный диалог* 11(59): 110–120.

Шаньшань, Сюй 2018. "Языковая репрезентация гендерных ценностей в современном русском языке." Дис. ... д-ра фил.наук. Екатеринбург.
https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/58838/1/1823_d.pdf

Непечатанные источники

Ahteensuu, Marko 2019: "Käytätkö somedataa tutkimuksessasi?"
<https://vastuullinentiede.fi/fi/tutkimustyo/kaytatko-somedataa-tutkimuksessasi>
(Просмотрено 13.2.2021).

КТС = *Kielitoimiston sanakirja*. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus.

<http://www.kielitoimistonsanakirja.fi>

Паар, Kris & Raybeck, Douglas 2005. "A differently gendered landscape: Gender and agency in the web-based personals." *Electronic Journal of Sociology*: 5-6. https://www.researchgate.net/publication/220034254_A_Differently_Gendered_Landscape_Gender_and_Agency_in_the_Web-based_Personals (Просмотрено 13.2.2021).

Геннадьевна, Оксана 2021. *Обсуждение об опубликования фотографии на сайте "Нит Арианды"*. Электронная почта. 17.1.2021.

С.Т. 2021. *Разрешение опубликования текста брачного объявления*. Электронная почта. 30.1.2021.

Словари

ФРФ 2014 = *Suomi-venäjä-suomi sanakirja = Finsko-russko-finskij slovar'*. Niemensivu, H. and E. Nikkilä. Helsinki: Gaudeamus.

СГТ 2002 = *Словарь гендерных терминов*. Гл. ред. А. А. Денисова. М.: Информация XXI век. <http://www.owl.ru/gender/>

ТСРЯ 1994 = *Толковый словарь русского языка*. Гл. ред. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. М.: ООО "А ТЕМП".