*На правах рукописи*

**МОСКАЛЕНКО Карина Олеговна**

# СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИСПАНСКИХ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ЗНАКОМСТВЕ

Специальность 10.02.05. – Романские языки

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2017

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный университет»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, доцент
Корнева Валентина Владимировна

**Официальные оппоненты:**
**Моисеенко Лилия Васильевна,** доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет», кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации в области права, доцент

**Попова Таисия Георгиевна,** доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский университет дружбы народов», кафедра иностранных языков инженерной академии, профессор

**Ведущая организация:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Защита состоится «» г. в час. на заседании диссертационного совета Д 212.038.16 при ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» по адресу: 394006, г. Воронеж, пл. Ленина, 10, корпус 2, аудитория

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» и на сайте http://www. science. vsu.ru/disser.

Автореферат разослан «  » 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета К.М. Шилихина

## ОБШАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В современной лингвистике наблюдается повышенный интерес к тексту как самостоятельному объекту исследования. Актуальным становится изучение отдельных типов текста, в том числе описание малоформатных типов текста, широко представленных на страницах прессы. К числу таких текстов относятся объявления о знакомстве.

Объявления о знакомстве стали предметом исследования уже в наше время. В центре внимания ученых оказываются различные аспекты данного типа текста: его текстовые и жанровые характеристики, композиционная структура, личность адресанта, его национальная и гендерная идентичность, стратегии и тактики, особенности языкового оформления, лингвокультурная специфика.

В лингвистической литературе достаточно широко употребляется термин «объявление о знакомстве», однако в большинстве работ предметом анализа выступают не объявления о знакомстве как таковые, а их разновидность – брачные объявления. В связи с этим важно отметить, что объявления о знакомстве и брачные объявления связаны родовидовыми отношениями. 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.

Брачные объявления изучаются на материале отдельных языков, в том числе русского (Б. Г. Красовский, М. Д. Городникова, В. Н. Базылев, О. С. Рогалева, Е. В. Акулова, У. А. Рысева), немецкого (О. А. Рыкова), английского (Н. О. Магнес, И. С. Черкасова); их сопоставительный анализ осуществлялся на материале русского и немецкого языков (Н. В. Царикевич), русского и французского языков (Е. А. Шибанова), а также русского и английского языков (И. Н. Зырянова, Д. С. Малых).

Исследования брачных объявлений проводятся с учетом этнокультурного (Н. В. Царикевич, Е. А. Акулова), коммуникативного (У. А. Рысева), жанрового (О. С. Рогалева, Е. В. Акулова), гендерного (Б. Г. Красовский, М. Д. Городникова, В. Н. Базылев, И. Н. Зырянова, Е. В. Акулова, Д. С. Малых) аспектов, с позиции прагматики (И. С. Черкасова, У. А. Рысева, J. P. Rivero), и когнитивной лингвистики (Е. А. Шибанова, Н. В. Царикевич).

Ученые, изучающие тексты объявлений о знакомстве, выделяют в них черты, присущие другим типам текстов: институционального (Е. А. Акулова), массмедийного (Е. Пели), аксиологического (И. С. Черкасова) или черты официально-делового и разговорного стилей (Е. Макаренко). По мнению некоторых лингвистов, брачное объявление – это речевой жанр рекламного дискурса, сочетающий жанровую специфику объявления и собственно рекламы, имеющий целью предложить субъекта коммуникации в качестве брачного партнера (О. С. Рогалева).

Сущностной характеристикой текстов объявлений о знакомстве является их малый объем – не более 400 печатных знаков (Ю. П. Кошелева, Д. С. Малых). Как и другие виды объявлений, текст объявления о знакомстве отличается компактностью изложения и может быть представлен одним предложением или 2–4 предложениями. Краткие по объему объявления о знакомстве являются

содержательно емкими, что достигается за счет языковой компрессии (О. С. Рогалева, У. А. Рысева).

В основе построения малоформатных текстов объявлений о знакомстве лежит инвариантная модель. Однако ученые по-разному интерпретируют ее состав, что приводит к определенным разночтениям в описании структуры и в выделении ее информационных блоков. Одни лингвисты выделяют в объявлениях о знакомстве (точнее, в брачных объявлениях) пять частей: слоган, зачин, информационный блок, эхо-фраза, справочные сведения (Н. В. Царикевич, У. А. Рысева), другие – только три части: 1. самопрезентация; 2. портретирование; 3. целеполагание. Те же самые блоки могут называться по-разному: первый блок – самопредъявление (Е. А. Шибанова), autopresentación (J. P. Rivero), субтекст самопрезентации (О. С. Рогалева); второй блок – предъявление требований к будущему партнеру (Е. А. Шибанова), heteropresentación (J. P. Rivero), субтекст адресата (О. С. Рогалева); третий блок – целеустановка (Е. А. Шибанова), postulación de contacto (J. P. Rivero), желаемые отношения (Е. В. Акулова), субтекст будущего (О. С. Рогалева).

Приведенные данные свидетельствуют о том, что формальные характеристики объявлений о знакомстве как типа текста, а именно определение его основных структурных компонентов, по-прежнему остается нерешенной проблемой языкознания.

Другое направление исследований связано с описанием гендерной идентичности в данном типе текста. Гендерные различия в брачных объявлениях могут проявляться как в реализации стратегии самопрезентации личности, так и в использовании различных лексико-грамматических средств, а также в разной значимости одних и тех же блоков в мужских и женских объявлениях (И. Н. Зырянова, Е. В. Акулова, О. С. Рогалева, У. А. Рысева).

В отечественном языкознании неоднократно предпринимались попытки проанализировать коммуникативные стратегии брачных объявлений на материале таких языков, как немецкий (О. А. Рыкова, Н. А. Садыкова), русский (О. С. Рогалева, У. А. Рысева), английский (И. С. Черкасова). При описании стратегий авторы исходят из того, что объявления о знакомстве принадлежат массмедийному дискурсу и на этом основании выделяют манипулятивную стратегию (О. А. Рыкова, Н. А. Садыкова). Другие ученые делают акцент на описательных характеристиках адресанта и выделяют стратегию позитивной самопрезентации личности (И. С. Черкасова, Н. А. Садыкова). Третьи описывают коммуникативно-прагматические стратегии, которые реализуются в отдельных блоках брачных объявлений (У. А. Рысева).

Традиционный объект современной лингвистики – описание лексического состава текстов определенного типа. Лексика текстов брачных объявлений также неоднократно становилась объектом анализа (Б. Г. Красовский, О. А. Рыкова, Е. А. Шибанова, И. С. Черкасова, И. Н. Зырянова, Е. А. Акулова, У. А. Рысева и др.). В данном типе текста употребляется лексика разных стилей, в том числе стилистически нейтральная и стилистически сниженная лексика (О. С. Рогалева, И. С. Черкасова, Н. В. Царикевич, У. А. Рысева); для нее характерны определенные лексико-грамматические разряды слов и слова оценочной

семантики, выбор которых может определяться гендерной и национальной идентичностью адресанта (Е. А. Шибанова).

Другой аспект изучения лексики брачных объявлений – выделение и описание гендерно маркированных и гендерно немаркированных средств номинации адресанта и адресата (И. Н. Зырянова), которые могут называть адресанта и адресата по самым разным основаниям: по профессии, по психологическому типу, по религиозным взглядам, по знаку зодиака и т.д. (Е. А. Шибанова, О. С. Рогалева, Н. В. Царикевич, Е. А. Акулова, У. А. Рысева).

Отдельные наблюдения над лексическим составом испанских объявлений о знакомстве, особенностями номинации адресанта и адресата содержатся в работе J. P. Rivero.

Другой аспект языковой репрезентации объявления о знакомстве – его текстограмматическая организация – в современной лингвистике представляет широкое поле деятельности. Ученые в лучшем случае ограничиваются отдельными замечаниями о типах предложений по цели высказывания (Е. А. Шибанова, И. С. Черкасова, И. Н. Зырянова), их количестве и о средствах экспрессивного синтаксиса в данном типе текста (О. С. Рогалева, У. А. Рысева).

Сказанное означает, что в отечественной лингвистике, особенно в романистике, тексты объявлений о знакомстве изучены недостаточно. Многие выводы сделаны на основе анализа разнородного материала и требуют верификации.

**Актуальность** настоящего исследования заключается, во-первых, в том, что анализируется весь корпус объявлений о знакомстве, включая брачные объявления, что позволяет получить более полную картину функционирования данного типа текста в определенном языке. Во-вторых, описание объявлений о знакомстве проводится на материале испанского языка, который ранее не был предметом изучения. В-третьих, синтаксический аспект объявлений о знакомстве практически не исследован.

**Цель** диссертационного исследования заключается в описании объявлений о знакомстве в испанской языковой культуре со структурно-семантической и прагматической точек зрения.

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи:**

1. выявить типологические характеристики текстов объявлений о знакомстве;
2. описать инвариантную структуру объявлений о знакомстве и выявить факторы, обусловливающие ее варьирование;
3. выделить основные виды объявлений о знакомстве и описать критерии их разграничения;
4. выявить изофункциональные языковые средства репрезентации основных информационных блоков в разных видах испанских объявлений о знакомстве;
5. определить факторы, влияющие на языковую репрезентацию отдельных информационных блоков;
6. описать коммуникативно-прагматические стратегии в испанских объявлениях о знакомстве.

Для решения поставленных задач в работе использовались следующие **методы и приемы** исследования: метод системно-функционального анализа языковых единиц, описательно-аналитический метод, контекстуальный анализ, метод количественного анализа, метод лингвистического наблюдения и описания.

**Объектом исследования** являются тексты объявлений о знакомстве, опубликованные в периодических изданиях Испании.

**Предметом исследования** выступают условия, средства и способы языковой репрезентации основных блоков объявлений о знакомстве – «самопрезентация», «портретирование», «установление контакта» и «целеполагание» в испанской лингвокультуре.

**Рабочей гипотезой** является положение о том, что специфика типа текста «объявление о знакомстве» заключается в привлечении внимания противоположного пола, а заложенная в сообщении информация свидетельствует о положительной установке адресанта – заключение брака, длительные серьезные отношения, дружба, встречи по интересам или интимные отношения. На основе этого объявления о знакомстве делятся на следующие виды: «брачные отношения», «дружеские отношения» и «временные отношения».

**Материалом** для исследования послужили 5000 мужских и 5000 женских объявлений о знакомстве из периодических изданий Испании «El Periódico», «ABC», «El Mundo», «El Diario» за 2009-2017 гг.

**Научная новизна** работы заключается в том, что в отличие от существующих исследований в данной области выделены три вида объявлений о знакомстве и предпринята попытка описания их прагматических и структурно-семантических свойств, а также проанализирована взаимосвязь между применяемыми адресантом номинативно-дискурсивными стратегиями и композиционно-смысловой структурой данного типа текста, языковой репрезентацией его отдельных блоков и синтаксическими свойствами.

**Теоретическая значимость** диссертации состоит в том, что выполненное исследование вносит определенный вклад в развитие прагмалингвистики, гендерной лингвистики, лингвистики текста. В данной работе описана инвариантная структура данного типа текста, ее состав и выявлены факторы, влияющие на реализацию ее вариантов в определенной лингвокультуре.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что диссертационный материал может быть использован в вузовских теоретических курсах по теории межкультурной коммуникации, прагмалингвистике, гендерной лингвистике, в практике преподавания испанского языка, в курсах теоретической и практической грамматики испанского языка.

**Методологической основой** данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых:

– анализ дискурса и типов дискурса (Н. Д. Арутюнова, Л. И. Гришаева, В. И. Карасик, В. Б. Кашкин, А. А. Кибрик, Е. С. Кубрякова, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, Л. В. Цурикова, J. Herrera Cecilia и др.);

– теория коммуникативных стратегий, в частности, стратегии самопрезентации личности (Т. А. ван Дейк, О. С. Иссерс, В. Кинч, Н. А. Садыкова, И. А. Стернин, S. Aldea, I. Vázquez и др.);

– в области прагмалингвистики (Н. Д. Арутюнова, Л. И. Гришаева, О. В. Кашкина, А. А. Кибрик, Е. С. Кубрякова, Б. Ю. Норман, Л. В. Цурикова, A. Briz Gómez, M. Victoria Escandell Vidal и др.);

– теория текста как объект лингвистических исследований и типы текстов и их черты (И. Р. Гальперин, Е. С. Кубрякова, Д. С. Малых, Л. В. Моисеенко, Т. Г. Попова, Г. С. Романова, Е. В. Сидоров, Г. Я. Солганик, В. Н. Топоров, З. Я. Тураева, В. Е. Чернявская, E. Bernández и др.);

– гендерные исследования (М. Д. Городникова, Л. И. Гришаева, И. А. Гусейнова, Е. П. Ильин, А. В. Кирилина, М. В. Томская, F. Matt Bon, F. Millán Chivete, A.-M. Portal Nieto, R. Sitmen, J. C. Suárez Villegas и др.);

– этнокультурная специфика языковой репрезентации действительности (Е. А. Алексеева, С. Г. Воркачев, М. В. Зеликов, В. А. Иовенко, А. А. Кретов, В. Ю. Копров, В. В. Корнева, М. В. Ларионова, Н. Г. Мед, Л. В. Моисеенко, Ю. П. Мурзин, Г. С. Романова, Ю. А. Рылов, В. Т. Титов, В. А. Федоров, Н. А. Фененко З. Г. Фомина, M. Baralo, L. Gómez Torrego, O. S. Gutiérrez и др.);

– исследования текстов объявлений в газете, объявлений о знакомстве и брачных объявлений (Е. В. Акулова, В. Н. Базылев, М. Д. Городников, И. Н. Зырянова, Б. Г. Красовский, Е. Макаренко, Н. О. Магнес, О. С. Рогалева, У. А. Рысева, Н. В. Царикевич, И. С. Черкасова, Е. А. Шибанова, J. P. Rivero и др.).

На защиту выносятся следующие **положения:**

1. Объявления о знакомстве как тексты, порожденные в определенных дискурсивных условиях, обладают гибридностью, что проявляется в сочетании в них черт текстов межличностной рекламы, институциональных и аксиологических текстов разного типа, а также признаков официально-делового и разговорного стилей.

2. Объявления о знакомстве имеют инвариантную модель «кто ищет кого с какой целью», которая обусловливает наличие в структуре текста четырех основных блоков: «самопрезентация», «постулирование контакта», «портретирование» и «целеполагание». Обязательный компонент объявления «обратная связь» обычно образует затекстовую часть и не входит в основной текст объявления.

Инвариантная структура объявления о знакомстве реализуется в языковой культуре в виде набора вариантов, выбор которых определяется экстралингвистическими и лингвистическими факторами.

3. Тип текста «объявления о знакомстве» бытует в языковой культуре в трех разновидностях, содержательная и формальная структура которых обусловлена целеполаганием: поиск мужа/жены («брачные отношения»), поиск друга («дружеские отношения»), поиск гедонистических отношений («временные отношения»). В основе их разграничения лежит не только целеполагание, но и наличие взаимосвязи между видом объявления и возможной имплицитностью отдельных блоков текста, между видом объявления и вариативностью его композиционно-смысловой структуры (порядком следования блоков), между видом объявления и лексической репрезентацией информационных блоков «самопрезентация», «портретирование» и «целеполагание», между видом

объявления и номинативной плотностью языковых единиц определенного типа в отдельных блоках объявления.

4. Номинация лица (адресанта и адресата) может варьироваться в зависимости от цели объявления о знакомстве и от выбора номинативно-дискурсивной стратегии. Номинация адресанта и адресата с помощью гендерно маркированных лексем *chico/chica, hombre/mujer, caballero/doña, varón*, которые обозначают не только пол, но и возраст коммуникантов, типична для всех видов объявлений о знакомстве. Номинация лица с помощью лексем *separado(a), viudo(a), soltero(a), divorciado(a),* обозначающих пол и семейное положение, характерна для самопрезентации адресанта в брачных объявлениях; употребление лексемы *casado(a)* отмечено лишь в объявлениях вида «временные отношения».

Метафорические номинации лица присущи брачным объявлениям и объявления вида «временные отношения». При этом наблюдаются определенные различия в их использовании. В брачных объявлениях адресант лишь в единичных случаях может быть репрезентирован лексемами *príncipe, Bella Luna, Bella durmiente*; диапазон варьирования метафорических средств номинации адресата более широк и включает такие номинативные средства, как *zapatito de cristal, príncipe azul, novia maja, pareja sincera, otra mitad, media naranja, alma gemela, verdadero amor.* Только в объявлениях вида «временные отношения» в обозначениях адресанта и адресата могут использоваться зооморфные метафоры *lobo(a), gato(a).*

5. Объявления о знакомстве представляют собой гендерно ориентированный текст межличностного взаимодействия коммуникантов, в котором широко представлены традиционные гендерные стереотипы маскулинности и фемининности. Гендерные стереотипы маскулинности и фемининности, присущие современному испанскому обществу, максимально отражены в брачных объявлениях (в тематических группах «внешний портрет», «внутренний портрет», «общественный портрет»). Кроме того, в женских брачных объявлениях представлены нетипичные черты «общественного портрета», а в виде «временные отношения» – черты «внутреннего портрета».

Влияние гендерного фактора проявляется также в выборе описательных характеристик адресанта и адресата в мужских и женских объявлениях.

6. При построении текстов испанских объявлений о знакомстве адресант реализует разные номинативно-дискурсивные стратегии – экстериоризованную и интериоризованную. При экстериоризованной стратегии текст объявления представлен в монологической форме от третьего лица и адресант выступает в роли «непредвзятого» наблюдателя. При интериоризованной стратегии, когда текст представлен от первого лица, адресант становится полноправным участником коммуникации и может использовать как монологическую, так и диалогическую форму общения. Выбор адресантом номинативно-дискурсивной стратегии, маркером которой является форма глагола в блоке «установление контакта», существенным образом влияет на структурно-семантическую организацию всего текста объявления о знакомстве.

При реализации интериоризованной стратегии наблюдаются изменения в языковой репрезентации инвариантной модели текста объявления. В частности,

может нарушаться линейная структура текста, в результате которой блок «самопрезентация» может либо завершать текст (то есть происходит инверсия), либо обрамлять его. Кроме того, появляются другие средства номинации адресанта (имя собственное и личное местоимение *yo* и его корреляты *me*, *mi*) и другие синтаксические конструкции – вопросительные и побудительные предложения, а также условные сложноподчиненные предложения, что в принципе не допускается при реализации экстериоризованной стратегии.

8. 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 блок «самопрезентация», а в объявлениях вида «временные отношения» – блок «целеполагание».

Кроме того, наблюдается разная степень развернутости описательных характеристик адресанта и адресата в зависимости от вида объявления. 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).

9. В объявлениях о знакомстве реализуются различные коммуникативно-прагматические стратегии: в блоке «самопрезентация» – стратегии позитивной самопрезентации личности и сокращения дистанции; в блоке «портретирование» – стратегии моделирования адресата и сокращения дистанции; в блоке «установление контакта» – стратегии сокращения и увеличения дистанции; в блоке «целеполагание» – стратегия постулирования цели или прогнозирования будущего. В брачных объявлениях реализуются все перечисленные стратегии; в объявлениях вида «дружеские отношения» и «временные отношения» частотна стратегия расширения круга адресатов, а стратегии моделирования адресата и постулирования цели репрезентируются ограниченным набором языковых средств.

**Апробация:** результаты исследования были представлены в ряде докладов на научных и научно-практических конференциях: «Теоретические и прикладные аспекты испанистики» (Пятигорск 2009); «Молодая наука» (Пятигорск 2009; 2010; 2012; 2013); «Университетские чтения» (Пятигорск 2010; 2011; 2012; 2013; 2016; 2017); на международных конференциях и конгрессах: «Мир через языки, образование, культуру: Россия – Кавказ – мировое сообщество» (Пятигорск 2010), «Романистика в современном мире: традиции и новации» (Воронеж 2015), «Новые идеи в лингвистике XXI века» (Пятигорск 2009; 2016). По теме исследования опубликовано 15 работ, три из которых – в изданиях, входящих в список изданий, рекомендованных ВАК РФ.

В соответствии с поставленной целью, задачами и логикой исследования выбрана **структура диссертации.** Она состоит из введения, двух глав,

заключения, списка литературы, списка лексикографических источников и списка источников примеров.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновываются актуальность исследования, его новизна, теоретическая и практическая значимость, определяются объект, предмет, цели и задачи исследования, формируются положения, выносимые на защиту.

В **главе 1 «Основные направления изучения текстов объявлений о знакомстве»** представлен краткий обзор работ, посвященных различным аспектам изучения объявлений о знакомстве (далее – ОЗ); рассматривается сущность таких явлений, как дискурс, текст, тип текста, малоформатный текст, гибридные тексты, гендерные стереотипы и роли, коммуникативные стратегии, композиционно-смысловая структура текстов ОЗ и брачных объявлений (далее – БО), их лексическая и синтаксическая составляющие.

В настоящей диссертации объявление о знакомстве трактуется как готовый текст, результат коммуникативно-дискурсивной деятельности. При этом понятия «дискурс» и «текст» являются взаимозаменяемыми, так как «текст на стадии его продуцирования представляет собой дискурс, вписанный в конкретную речевую ситуацию» (В. Б. Кашкин). В ОЗ проявляются основные текстовые черты: информативность, членимость, когезия, модальность, завершенность, подтекст, предикативность, графическое воплощение, диалогичность (идея скрытого адресата).

Всякий текст является представителем определенного типа текста, который воплощает «культурно-исторически сложившуюся продуктивную модель, благодаря которой носитель языка способен идентифицировать тексты одной типологической принадлежности и различать тексты разного типа» (В. Е. Чернявская).

ОЗ представляют собой малоформатный тип текста, стандартизированный по форме и содержанию, с явно выраженной тенденцией к экономии языковых средств, что приводит к блочной системе подачи информации, основанной на смысловом и содержательном сходстве инвариантных композиционных компонентов, с компактной языковой структурой. Краткие по объему ОЗ являются содержательно емкими, что достигается за счет языковой компрессии (Е. Пели, Д. С. Малых, У. А. Рысева).

ОЗ являются гибридным типом текста. В них есть черты аксиологического (И. С. Черкасова), массмедийного (Е. Пели), рекламного (О. С. Рогалева) и институционального (Е. А. Акулова) текстов, а также признаки разных стилей – разговорного и официально-делового (Е. Макаренко).

При анализе композиционно-смысловой структуре ОЗ ученые выделяют либо пять частей/блоков (слоган, зачин, информационный блок, эхо-фраза, справочные сведения) (Н. В. Царикевич, У. А. Рысева), либо только три части (1. самопрезентация; 2. портретирование; 3. целеполагание (Е. А. Шибанова, J. P. Rivero, О. С. Рогалева, Е. В. Акулова).

Базисные характеристики блоков текста ОЗ репрезентированы определенными тематическими группами, состав которых ученые интерпретируют по-разному. Субтекст самопрезентации и субтекст адресата включает в себя параметры, индивидуализирующие черты внешнего облика человека (цвет волос, глаз, телосложение, рост) и его внутреннего мира (О. С. Рогалева). В него могут также входить компоненты «возраст», «имущественное положение», «женщина/мужчина по отношению к мужчине/женщине», «социальная и профессиональная принадлежность», «увлечения», «национальность» (Е. В. Акулова).

ОЗ являются **гендерно-маркированными текстами**, основанными на актуализации биологического пола (знакомство, флирт, брак). При самоописании и описании адресата адресант указывает на наличие тех личностных качеств, которые являются ожидаемыми от представителя именно этого пола в данном обществе и соответствуют гендерным стереотипам (И. Н. Зырянова, Е. В. Акулова, О. С. Рогалева, У. А. Рысева).

В текстах ОЗ реализуются разные коммуникативные **стратегии**. В брачных объявлениях выделяют стратегию самопрезентации или саморекламирования; стратегию оптимизации адресации; стратегию прогнозирования и стратегию привлечения внимания (О. С. Рогалева). Стратегия самопрезентации личности всегда положительная; она может быть конвергентной (адресант соответствует представлениям, сложившимся в обществе стереотипам) или дивергентной (адресант выделяет свои неординарные качества) (И. С. Черкасова).

**Лексическая** характеристика текстов ОЗ неоднократно становилась объектом анализа. Отмечалось, что на лексическом уровне они имеют характерную мозаичную картину, поскольку речевое поведение адресанта может быть различным в зависимости от его индивидуальных, психологических и языковых особенностей; в ОЗ выделяются три лексические группы: 1) нейтральная лексика; 2) оценочные слова и выражения; 3) разговорная лексика (Н. В. Царикевич, У. А. Рысева)

**Синтаксический аспект** ОЗ, в отличие от лексики, изучен в меньшей степени. ОЗ часто состоят из простого предложения, дополнительную предикацию которого обеспечивают причастные и деепричастные обороты, не редки сложные синтаксические конструкции, сокращения, аббревиации. В них используются все типы предложений по цели высказывания: повествовательные, побудительные и вопросительные и отдельные средства экспрессивного синтаксиса (Е. А. Шибанова, И. С. Черкасова, И. Н. Зырянова, О. С. Рогалева).

**Глава 2 «Прагматические и структурно-семантические свойства испанских объявлений о знакомстве»** посвящена комплексному исследованию испанских ОЗ как типа текста, их коммуникативно-прагматических стратегий, анализу влияния номинативно-дискурсивных стратегий на композиционно-смысловую структуру данного типа текста, на способы номинации адресанта, адресата, установления контакта и цели, описанию лексических и синтаксических особенностей текстов ОЗ.

В основе деления текстов испанских ОЗ на три вида («брачные отношения», «дружеские отношения» и «временные отношения») лежат следующие факторы:

целеполагание, эксплицитность и имплицитность отдельных блоков, их лексическая репрезентация и номинативная плотность.

ОЗ как тип текста обладает особой организацией. Его **композиционно-смысловая структура** основана на инвариантной модели: *кто* (адресант) *ищет* (установление контакта) *кого* (адресата) *для чего* (цель знакомства), что позволяет выделить блоки «самопрезентация», «установление контакта», «портретирование» и «целеполагание», которые образуют основной текст ОЗ. Кроме того, в затекстовую часть ОЗ входит блок «обратная связь», который включает место проживания адресанта (*Extremadura),* номер телефона (*Teléfono: 806 404 163*) и возможность отправить sms (*Enviar SMS*). Данный блок занимает фиксированное положение в структуре текста, не имеет языковой вариативности и не зависит от пола адресанта.

В испанских текстах ОЗ реализуются две номинативно-дискурсивные стратегии – экстериоризованная и интериоризованная (термин В. В. Корневой), маркером которых является форма глагола *buscar* и других изофункциональных средств *deseo(a) / desearía conocer / quiere / qusiera conocer, conocería* в блоке «установление контакта». При интериоризованной стратегии эти глаголы употребляются в первом лице ед. числа изъявительного наклонения, а при экстериоризованной – в третьем лице (употребление данных глаголов в форме сослагательного и/или условного наклонений встречается в единичных случаях).

Номинативно-дискурсивные стратегии оказывают влияние на структурно-семантическую организацию данного типа текста.

В испанских ОЗ возможны следующие варианты композиционно-смысловой структуры: 1. ОЗ с прямым порядком следования блоков. 2. ОЗ с обратным порядком следования блоков. 3. ОЗ рамочной структуры.

1. ОЗ с прямым порядком также имеют варианты. Наиболее частотны тексты, в которых последовательно реализуются все компоненты (блоки) инвариантной модели *«кто ищет кого для чего»*: «самопрезентация» + «установление контакта» + «портретирование» + «целеполагание»): *Alvaro, 1,88, 72 Kg., argentino. Busco chica para salir juntos.* В других ОЗ в блоке «портретирование» указана также цель будущего знакомства: *Separada, 58 años, alegre, positiva, vital, no fumadora, interesada en arte, busca a su media naranja, chico alto, delgado, similar edad.* К третьему варианту ОЗ относятся случаи реализации изофункциональной модели *«кто ищет что с кем»*: *Hombre desea amistad con chica, de alrededor de 40 años y de Cáceres capital.*

ОЗ с прямым порядком следования частей преобладают во всех видах мужских и женских ОЗ с экстериоризованной и с интериоризованной номинативно-дискурсивными стратегиями.

2. В ОЗ с обратным порядком следования блоков инверсии подвергается блок «самопрезентация», который замыкает основной текст («установление контакта» + «портретирование» + «целеполагание» + «самопрезентация»): *Busco una chica honesta, con principios para mi vida. Yo, agradable de ver.*

3. В ОЗ рамочной структуры блок «самопрезентация» представлен в начале и в конце основного текста («самопрезентация» + «установление контакта» + «целеполагание» + «портретирование» + «самопрезентация»): *Lola. Busco algo*

*serio, estable, duradero, que dure una vida entera, un amor sincero y puro con un chico bonito. Yo, de altura mediana.*

ОЗ с обратным порядком следования блоков и ОЗ рамочной структуры отмечены лишь в текстах ОЗ с интериоризованной стратегией.

Наряду с полной четырехчастной структурой в испанском языке частотна трехчастная редуцированная структура ОЗ, которые также могут иметь прямой и обратный порядок следования блоков. Прямой порядок следования блоков с имплицитным блоком «самопрезентация» отмечен лишь в мужских ОЗ вида «ВО», а также в мужских и женских объявлениях вида «ДО», в которых реализуется интериоризованная стратегия: *Deseo conocer chica que le guste cine, pasear, campo y salir, para amistad.* Линейная структура с имплицитным блоком «целеполагание» характерна для текстов ОЗ с экстериоризованной стратегией: *Chico busca amor con chica, de 30 años y de Madrid.*

Для текстов ОЗ вида «ВО» и «ДО» с имплицитным блоком «целеполагание», в которых адресант реализует интериоризованную стратегию, характерна инверсия блока «самопрезентация»: *Deseo conocer caballero, entre 45-55 años, educado, formal, a la antigua usanza, que me llene, con gustos afines. Yo, mujer similar, 45 años, de la provincia de Málaga.*

В целом проведенный анализ показывает, что полная линейная структура с прямым порядком следования частей свойственна всем видам ОЗ независимо от реализуемых номинативно-дискурсивных стратегий. В менее частотных ОЗ вида «БО» с имплицитным блоком «самопрезентация» возможны линейная и рамочная структуры, тогда как имплицитность блока «целеполагание» в объявлениях вида «БО» и «ВО» допускает и прямой, и обратный порядки. При этом прямой порядок следования частей предполагает реализацию экстериоризованной номинативно-дискурсивной стратегии, а обратный – интериоризованной стратегии.

Испанские ОЗ включают в себя четыре или три блока с разным набором тематических групп, степень развернутости которых зависит от вида объявления. На этом основании можно выделить следующие группы ОЗ:

1. ОЗ с эксплицитно выраженными четырьмя блоками информационной структуры, которые могут быть репрезентированы разным количеством тематических групп и их компонентов. При этом максимально и/или минимально развернутыми могут быть только блоки «самопрезентация» и «портретирование». ОЗ с максимально развернутыми четырьмя блоками характерны, прежде всего, для объявлений вида «БО»: *Empresario español, 45 años, simpático, cariñoso, atractivo, busca mujer entre 25-34 años, atractiva, simpática, elegante para relaciones estables*, а ОЗ с минимальной репрезентацией блоков «самопрезентация» и «портретирование» свойственны ОЗ вида «ВО», причем в мужских объявлениях они встречаются чаще, чем в женских: *Señor busca chica para relaciones esporádicas.* ОЗ с минимально развернутым блоком «портретирование» характерны для мужских объявлений вида «БО» и «ДО»: *Gustavo, 1, 78, 72 Kg., venezolano, no fumador. Busco chica para el amor de mi vida.* В женских объявлениях они практически отсутствуют.

2. ОЗ с эксплицитно выраженными тремя блоками. Среди них ОЗ, в которых представлены блоки «самопрезентация», «портретирование» и

«установление контакта», а блок «целеполагание» эксплицитно не выражен: *Funcionario, 45 años, divorciado, sin hijos, atractivo, juvenil, gustando deporte, sin malos rollos, 1.73, 73 kg. busca chica similar, española, delgada, sobre 40 años, y juvenil.* ОЗ с развернутыми блоками «самопрезентация» и «портретирование» представлены главным образом мужскими объявлениями вида «ДО» и женскими объявлениями вида «ВО», меньше – женскими объявлениями вида «ДО» и мужскими объявлениями вида «ВО». Также встречаются ОЗ, в которых блоки «портретирование», «установление контакта» и «целеполагание» репрезентированы, а блок «самопрезентация» отсутствует: *Me gustaría conocer a algún chico que sea buena persona, para fines serios y amistad.*

Таким образом, номинативно-дискурсивные стратегии определяют не только порядок следования блоков ОЗ, но и степень их эксплицитности: экстериоризованная стратегия реализуется в текстах полной и редуцированной структуры с прямым порядком следования блоков, а интериоризованная – в текстах полной и редуцированной структуры с прямым и обратным, а также рамочным порядком следования блоков ОЗ.

Гендер адресанта на порядок следования блоков не оказывает влияния, однако анализ облигаторности/факультативности и развернутости блоков выявил определенные гендерные различия. В частности, гендерный фактор влияет на выбор описательных характеристик адресанта и адресата в текстах испанских ОЗ. Стереотипные черты маскулинности и фемининности, присущие современному испанскому обществу, максимально представлены в объявлениях вида «БО» во «внешнем», «внутреннем» и «общественном» портретах. Вместе с тем в ОЗ отмечены нетипичные черты маскулинности и фемининности: в женских объявлениях вида «ДО» и «БО» представлены нетипичные черты «общественного портрета», а в виде «ВО» – «внутреннего портрета».

Адресант реализует разные коммуникативно-прагматические стратегии в отдельных блоках ОЗ: в блоке «самопрезентация» реализуется стратегия позитивной самопрезентации личности, стратегия сокращения дистанции и фатическая стратегия; в блоке «портретирование» – стратегия моделирования адресата, фатическая стратегия и стратегия сокращения дистанции, в блоке «установление контакта» – стратегии сокращения и увеличения дистанции, в блоке «целеполагание» – стратегия прогнозирования будущего. В испанских объявлениях вида «БО» адресант реализует все перечисленные стратегии. В объявлениях вида «ДО» и «ВО» частотна стратегия расширения круга адресатов.

Анализ **лексико-грамматических особенностей** репрезентации отдельных блоков ОЗ показал, что в зависимости от того, какие цели преследует адресант (создание семьи, поиск друга или гедонистические отношения), он выбирает тот или иной набор изофункциональных средств для описания себя и адресата в тематических группах «внешний портрет», «внутренний портрет» и «общественный портрет».

В тематической группе **«внешний портрет»** компонент **«внешняя привлекательность»** представлен прилагательными оценочной семантики *guapo(a), hermoso(a), bello(a), atractivo(a), agradable, encantador(a); bonito(a); preciosa; dulce*; *majo(a)*; **«возраст»** обозначается сочетаниями *mujer de 35 años,*

*chico de 50 años;* **«фигура (телосложение)»** – прилагательными *delgado(a), esbelto(a), gordo(a), obeso(a), corpulento(a);* в мужских ОЗ «ВО» и «БО» встречаются также прилагательные *musculoso, fuerte, grande, atlético;* «**вес**» и **«рост»** выражается числительными *60 kg; 1,68, 1,75;* **«глаза» и «волосы»** – прилагательными [*ojos*] *verdes/verdosos, claros, grises, marrones;*[*pelo*] *castaño, moreno*; количество волос обозначается лексемой *melenita*, которая несет в себе скрытое сравнение; **«цвет кожи» »** – прилагательными [*piel*] *morena*, *tez blanca, blanca piel, mujer negra;* **«физические недостатки» («телесные модификации»)** – эвфемизмами *discapacitada/con minusvalía física, con pérdida auditiva*, *con minusvalía en una pierna, en silla de ruedas, minusválido.*

В тематической группе **«внутренний портрет»** компонент **«психологический портрет»** представлен прилагательными оценочной семантики *mimosa, amable, generoso(a), cariñoso(a), amoroso(a), tierno(a), tolerante, respetuoso(a), neurótica/depresiva/nerviosa* (только в женских ОЗ), *temperamental, extrovertido(a), introvertido(a);* **«знак зодиака»** – существительными *Escorpio, Aries*, иногда данные лексемы могут дополняться каким-либо компонентом *Tauro negra, Capricornio de Valencia, del signo Géminis, horóscopo Sagitario.*

В тематической группе **«общественный портрет»** компонент **«семейное положение»** обозначают субстантивированные причастия соответствующей семантики *separado(a)* (разговорный стиль), *divorciado(a)* (официальный стиль), *casado(a),* существительное *viudo(a)* и *soltero(a)*, которые могут распространяться путем указания либо на конкретный срок данного статуса (*recién divorciada sin hijos, separada hace muchos años, soltero de larga duración),* либо на наличие детей и их возраст (*mujer viuda con hijos, dos hijos independientes, hija 9 años, con hija de 3 años),* на наличие пары и неудовлетворенность данными отношениями (*con ganas de separarse, mujer casada con una relación sin amor);* **«материальное положение»** обозначают единицы прямой и косвенной номинации (*economía/situación estable/modesta, establecido económicamente, económicamente independiente)*, описывающие общее материальное положение (*bien situada/dotado, buena posición, perfectas condiciones con casa, con independencia independiente, independizados*, *buen nivel socioeconómico y cultural;* наличие различных предметов собственности (*con coche, de pueblo pero con casa en Madrid);* **«род занятий»** выражают существительные, которые называют определенный вид деятельности (*funcionaria, odontóloga, químico, peluquera, piloto de líneas aéreas)* и словосочетания, которые указывают на занятость в целом *trabajo definido/fijo, estabilidad laboral, activo profesionalmente/laboralmente*; компонент **«образование»** обозначают словосочетания, которые указывают на наличие образования *con formación universitaria, con 5 doctorados, dos carreras,* в том числе образование в конкретной сфере *licenciada en Derecho, titulada en enfermería,* на общий культурный и интеллектуальный уровень адресанта *inteligente, (con) cultura similar, con inquietudes culturales,* на знание языков *conocimientos de idiomas;* **«образ жизни»** представлен словосочетаниями *con salud, sano de cuerpo y alma;* **«территориальная и национальная принадлежность»** содержит указание на конкретный город или автономный

округ (*en Cantabria, de Ávila, de Cataluña, de Salamanca),* на место рождения (*nacida en México)* или иностранное происхождение (*extranjera de Burgos, emigrante alemán)* и в случае эмиграции – на легальный статус пребывания в стране (*situación legal de Barcelona)* или на срок проживания в Испании (*vivo aquí 7 años, 12 años en España, un tiempo ya en España, vivo desde los 10 años en España);* **«вероисповедание»** *católico(a), creyente, cristiana católica, católica practicante, Testigo de Jehová;* **«сходство интересов, увлечений и характеристик»** – словосочетаниями *con (si tienes) gustos similares/parecidos, de similares/de valores parecidos, (con) aficiones similares, con quien compartir mis intereses y aficiones, similares circunstancias, situación similar.*

В тематической группе «внешний портрет» наблюдается модификация степени качества с помощью различных средств*:*

1. морфологических средств – диминутивных суффиксов *-ito, -illo, -ete*: *guapito(a), guapete, guapillo(a), delgadita, rellenita, pequeñita*, *gordita, redondita, regordete*, *fuertecillo*, *tez clarita* и аументативных суффиксов *-ote*, *-etona, -azo*: *guapetona, fuertote, grandote*, *morenazo* и суперлатива *guapísima;*

2. синтаксических средств – сочетаний с наречиями *muy* (*no muy guapo*, *muy blanquito)*, *bastante (bastante guapo*), *aproximadamente* (*aproximadamente 1,85*), *más bien* (*más bien baja*), *más o menos* (*más o menos de 60 años*); с предлогом *entre* (*entre 20-30 años*); отрицательных конструкций «*no, ni + сущ.» (no fumadora, no/ni bebedora, ni tabaco ni alcohol)* и с предлогом *sin* (*sin vicios, sin malos rollos)* и герундиальных оборотов (*tirando a guapo, tirando a morenita*).

Наряду с точными указаниями параметров в тематической группе «внешний портрет» встречаются приблизительные обозначения возраста (*edad cincuenta y pico años, treinta y tantos, década 60, treinteacera(o), cincuentón, chico en la treintena)* и телосложения (*ni gorda ni delgada, ni gorda ni flaca).*

В номинации адресанта и адресата выделяются как коррелятивные пары *chico / chica, hombre / mujer, señor / señora,* так и некоррелятивные пары: в женских объявлениях *mujer – chico / señor / persona / viudo / compañero; señora – chico / hombre / caballero; chica – hombre / persona; имя собственное – chico / señor / persona / viudo / compañero / hombre / caballero;* в мужских объявлениях *hombre – chica / persona; chico – persona / mujer; varón – chica / mujer; имя собственное – chica / persona / mujer / señora / viuda.*

При метафорической номинации адресанта и адресата некоррелятивные пары (*Princesa busca hombre; Mujer busca su príncipe azul; Chico busca Bella Luna)* встречаются чаще, чем коррелятивные (*Principe busca princesa, Lobo busca loba).*

Как было отмечено ранее, одним из факторов, который лежит в основе деления текстов испанских ОЗ на три вида, является номинативная плотность языковых единиц в отдельных блоках. Степень эксплицитности и имплицитности отдельных компонентов внутри тематических групп «внешний», «внутренний» и «общественный» портреты зависит от вида ОЗ и от пола адресанта. Данная зависимость отражена в таблицах 1 и 2, приведенных ниже.

*Таблица 1.*

**Компоненты в блоке «самопрезентация» в трех видах мужских и женских ОЗ.**

| | Мужские объявления | | | Женские объявления | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Виды ОЗ** | **«БО»** | **«ВО»** | **«ДО»** | **«БО»** | **«ВО»** | **«ДО»** |
| **«Внешний портрет»** | | | | | | |
| Внешняя привлекательность | 20% | 23% | 2% | 43% | 5% | 13% |
| Фигура и вес | 14% | 23% | 3% | 23% | 19% | 3% |
| Цвет глаз | 12% | 15% | 10% | 17% | 4% | 2% |
| Отсутствие или наличие волос | 12% | 14% | 5% | 16% | 4% | 2% |
| Цвет кожи | 10% | 11% | 14% | 17% | 15% | 5% |
| Возраст | 40% | 30% | 4% | 43% | 14% | 12% |
| Рост | 12% | 15% | 4% | 40% | 14% | 8% |
| Физические недостатки/телесные модификации | 7% | 1% | 3% | 4% | 0% | 3% |
| **«Внутренний портрет»** | | | | | | |
| Психологический портрет | 34% | 13% | 7% | 35% | 7% | 7% |
| Знак зодиака | 3% | 4% | 0% | 5% | 0% | 6% |
| Интересы и увлечения | 10% | 11% | 30% | 15% | 5% | 28% |
| **«Общественный портрет»** | | | | | | |
| Материальное положение | 20% | 15% | 10% | 26% | 15% | 5% |
| Род занятий | 35% | 13% | 8% | 26% | 10% | 5% |
| Образование | 25% | 5% | 3% | 20% | 10% | 5% |
| Семейное положение | 23% | 10% | 8% | 30% | 12% | 12% |
| Территориальная и национальная принадлежность | 21% | 15% | 15% | 32% | 12% | 11% |
| Вероисповедание | 4% | 0% | 2% | 5% | 0% | 3% |
| Образ жизни | 25% | 11% | 6% | 12% | 18% | 11% |

*Таблица 2.*

**Компоненты в блоке «портретирование» в трех видах мужских и женских ОЗ.**

| | Мужские объявления | | | Женские объявления | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Виды ОЗ** | **«БО»** | **«ВО»** | **«ДО»** | **«БО»** | **«ВО»** | **«ДО»** |
| **«Внешний портрет»** | | | | | | |
| Внешняя привлекательность | 10% | 13% | 2% | 15% | 5% | 12% |
| Фигура и вес | 19% | 17% | 4% | 10% | 19% | 5% |
| Цвет глаз | 4% | 3% | 3% | 6% | 3% | 4% |
| Отсутствие или наличие волос | 7% | 3% | 2% | 8% | 3% | 4% |
| Цвет кожи | 5% | 5% | 2% | 7% | 15% | 4% |
| Возраст | 11% | 2% | 3% | 10% | 14% | 4% |
| Рост | 9% | 16% | 2% | 7% | 7% | 1% |
| Физические недостатки/телесные модификации | 2% | 0% | 1% | 1% | 0% | 2% |
| **«Внутренний портрет»** | | | | | | |
| Психологический портрет | 10% | 15% | 5% | 20% | 9% | 10% |
| Знак зодиака | 2% | 1% | 1% | 3% | 0% | 1% |
| Интересы и увлечения | 7% | 4% | 22% | 10% | 5% | 10% |
| **«Общественный портрет»** | | | | | | |
| Материальное положение | 9% | 7% | 4% | 23% | 15% | 3% |
| Род занятий | 17% | 3% | 2% | 23% | 5% | 5% |
| Образование | 20% | 7% | 6% | 23% | 5% | 5% |
| Семейное положение | 21% | 6% | 9% | 21% | 10% | 5% |
| Территориальная и национальная принадлежность | 17% | 6% | 10% | 22% | 5% | 11% |
| Вероисповедание | 4% | 0% | 0% | 5% | 0% | 3% |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Образ жизни | 20% | 11% | 3% | 6% | 18% | 4% |
| **Дополнительные компоненты** | | | | | | |
| Сходство интересов, увлечений и характеристик | 22% | 20% | 15% | 27% | 12% | 32% |
| Нежелательные характеристики | 15% | 10% | 12% | 42% | 10% | 2% |

В объявлениях брачного типа в подавляющем большинстве случаев представлены все тематические группы и их компоненты независимо от пола адресанта. В текстах «ДО», как правило, могут быть репрезентированы все тематические группы, но наблюдается варьирование их компонентов (на первое место в блоках «самопрезентация» и «портретирование» выступает компонент «интересы и увлечения»). Тексты вида «ВО» максимально редуцированы, зачастую в них фигурирует лишь одна тематическая группа («внешний портрет») или несколько компонентов двух тематических групп (компонент «внешняя привлекательность» группы «внешний портрет» и компонент «семейное положение» тематической группы «общественный портрет»).

Для испанских ОЗ характерна прямая (*para amistad*) и косвенная (*alma gemela*) номинация **целей**; цель также может быть выражена имплицитно (*princesa para su reino*).

ОЗ представляют собой малоформатный тип текста, поэтому их отличительной чертой является языковая компрессия, которая понимается широко, как любая модель опущения (М. В. Зеликов, В. В. Корнева). Для текстов испанских ОЗ характерным является эллипсис служебных частей речи – артиклей, предлогов и союзов (при этом для выражения цели предлог не опускается), эллипсис глаголов, а также аббревиатуры и цифровые показатели, используемые при обозначении возраста, роста, количества детей.

В ОЗ наиболее эксплицитными (развернутыми) являются, как правило, блоки «самопрезентация» и «портретирование». Отсюда вытекает такая **синтаксическая** особенность данного типа текста, как разнообразие синтаксических средств для описательных характеристик адресанта и адресата. Среди них доминируют согласованные и несогласованные определения, тогда как герундиальные обороты и сложноподчиненные предложения с придаточным определительным используются в меньшей степени.

Согласованные определения широко распространены в мужских и женских объявлениях независимо от вида ОЗ при актуализации следующих характеристик адресанта и адресата: а) внешней привлекательности *chico majo, agradable, bien conservado/parecido;* б) фигуры *complexión delgada/normal/fuerte/atlética/ deportiva*, *expresión fuerte, contextura deportiva, perfecto estado físico*; в) роста *altura normal, estatura normal.* Несогласованные определения используются практически для тех же самых характеристик адресанта и адресата: а) внешней привлекательности *de buen ver/aspecto, con buena presencia, guapillo de cara*; *con/de estilo, gustando ponerse guapos;* б) фигуры *en forma, con bonito cuerpo, con buen cuerpo, de cuerpo atlético*, *de talla grande, bastante gruesa*, *algo llenita*; в) роста *de altura, más de 1,70*; г) формы глаз *de ojos almendrados;* д) цвета волос *rubio con canas,* наличия усов *con bigote.*

Как уже отмечалось, герундиальные обороты в текстах мужских и женских ОЗ, как правило, встречаются в блоках «самопрезентация» и «портретирование». В частности, в тематической группе «внешний портрет» компонент «внешняя привлекательность» *tirando a guapo* (только в мужских ОЗ вида «ВО»); компонент «цвет кожи» *tirando a morenita*; компонент «возраст» *pasando de los cincuenta* в мужских ОЗ вида «БО»; в тематической группе «внутренний портрет» компонент «психологический портрет» *sabiendo conversar/valorar a la pareja, gustando sinceridad/vivir /paz /tranquilidad);* компонент «интересы и увлечения» *gustándole música, lectura y conciertos);* в тематической группе «общественный портрет» компонент «образование» при указании на знание языка *hablando idiomas.*

В сложноподчиненных предложениях только блок «портретирование» выражается придаточным определительным с глаголом в форме *Presente de Subjuntivo.* Они отмечены в следующих тематических группах: «внешний портрет» компонент «рост» *que sea alto;* «внутренний портрет» компонент «интересы и увлечения» *que le guste naturaleza y animales, salir, viajar, pasear, leer;* компонент «знак зодиака» *que sean Escorpio;* компонент «психологический портрет» *que aprecie verdaderamente a la mujer, que me quiera, me respete;* тематическая группа «общественный портрет» компонент «материальное положение» *que viva independiente económicamente.*

ОЗ могут быть репрезентированы одним предложением или несколькими. На этом основании с формальной точки зрения можно выделить монокомпонентные ОЗ, состоящие из одного предложения, и многокомпонентные ОЗ, состоящие из нескольких предложений. Монокомпонентные ОЗ представляют собой одно предложение, в рамках которого разворачиваются все эксплицитно выраженные блоки. Они могут быть репрезентированы следующими типами предложений:

**1. одно простое предложение**: а) двусоставное распространенное предложение *Chico, 41 años, soltero, sevillano, 1.72, sin hijos busca chica seria para relaciones estables* и нераспространенное предложение *Lobo busca loba;* б) осложненное предложение с герундиальным оборотом, который может быть или в блоке «самопрезентация» *Chico moreno, ojos marrones, 1,70, gustando el deporte, los animales, el campo y los coches, busca una chica, para relación,* или в блоке «портретирование» *Deseo conocer chica amable, inteligente, cariñosa, gustando salir, para amistad estable,* или в обоих блоках *Chico de 44 años, gustando cine, teatro, viajar, naturaleza, conciertos jazz y rock, desea conocer chica entre 30-44 años gustando lo mismo, para relación estable;*

**2. одно сложноподчиненное предложение**:

сложноподчиненное предложение с придаточным определительным: *Mujer desea conocer hombre entre 54-60 años, que el trabajo no sea su única ocupación, gustándole disfrutar tiempo libre; Separada de Cartagena desearía conocer hombre que le guste el cine, el teatro, salir a bailar, etc*;

сложноподчиненное предложение с придаточным цели: *Me gustaría conocer una mujer entre 60-65 años, buena persona, dinámica, universitaria, para formar pareja.*

В монокомпонентном ОЗ четыре основных блока («самопрезентация», «портретирование», «установление контакта», «целеполагание») часто репрезентированы в двусоставном предложении. В осложненном предложении герундиальный оборот встречается как в блоке «самопрезентация», так и в блоке «портретирование» при описании характеристик адресанта и адресата. Желательность некоторых качеств, свойств или интересов потенциального партнера описывается в сложноподчиненном предложении, в котором блок «портретирование» выражается придаточным определительным. Блок «целеполагание» выражается либо обстоятельством цели *para amistad,* либо придаточным цели *para formar pareja* в сложноподчиненном предложении.

Многокомпонентные ОЗ могут состоять из 2 - 3 предложений. В них отмечены следующие комбинации:

1. **два предложения**, в том числе:

а) два простых предложения: неполное («самопрезентация») + полное предложение («установление контакта», «портретирование»): *María, 49 años, discapacitada física, autosuficiente. Busco caballero edad similar, atractivo, cariñoso, buena forma y economía resuelta;* неполное предложение («самопрезентация») + полное предложение («установление контакта», «портретирование» и «целеполагание») *Lourdes. Deseo conocer amigo, buena persona, entre 30-36 años, de Jaén y pueblos alrededores, para relación estable;* полное предложение («самопрезентация», «установление контакта», «портретирование», «целеполагание») + инфинитивная конструкция («портретирование») *Divorciado desea conocer señora a partir de 50 años, en misma situación, para de momento amistad. Abstenerse casados;*

б) одно простое предложение («установление контакта», «портретирование» и «целеполагание») и одно осложненное предложение с герундиальным оборотом («самопрезентация»): *Hombre de 42 años, 1.78, 79 kg, atlético, fuerte, gustando gimnasio y deporte. Busca mujer, sin importar físico ni edad, para relaciones esporádica; Busco una mujer entre 60-66 años, buena persona, dinámica, universitaria, para pareja. Yo, hombre sabiendo valorar;*

в) два осложненных предложения с герундиальным оборотом («самопрезентация») + («установление контакта», «портретирование»): *Escorpio, 62 años, prejubilada, gustando ir a actividades. Desea conocer hombre entre 60-67 años, no gustando beber ni fumar*;

г) одно простое и одно сложноподчиненное предложения: неполное предложение («самопрезентация») + сложноподчиненное предложение с придаточным определительным («установление контакта», «портретирование», «целеполагание») *Ricardo, 50 años, cariñoso, sincero, bondadoso, buena persona, obeso. Busco persona que me quiera, para relación estable;* неполное предложение («самопрезентация») + сложноподчиненное предложение с придаточным определительным («установление контакта», «портретирование») и с придаточным цели («целеполагание»): *José, 39 años, 1,73, 75 kg., no fumador. Busco chica sincera, simpática, sabiendo que quiere, para amistad, formar familia;*

д) одно осложненное и одно сложноподчиненное предложения: сложноподчиненное предложение с придаточным определительным

(«установление контакта», «портретирование») + осложненное предложение («самопрезентация») *Me gustaría conocer un chico entre 40-45 años, honesto, que le guste bailar, cine, que busque relación estable. Yo, chica honesta, buscando lo mismo;*

**2. три предложения,** в том числе:

а) два простых и одно осложненное предложение с герундиальным оборотом: неполное предложение («самопрезентация») + полное предложение («самопрезентация») + полное предложение («установление контакта», «портретирование»): *Carmen, 59 años, morena, gustando cine deporte, 1,50, 56 kg. Me gusta naturaleza, playa, pasear y bailar. Busco persona sincera, caricosa, fiel;*

б) три простых предложения: неполное предложение («самопрезентация») + полное предложение («самопрезентация») + полное предложение («установление контакта», «портретирование», «целеполагание»): *Libra, de Estepona, Málaga, vigilante seguridad. Me gusta cine. Busco mi media naranja, fiel, simpática, amable*; неполное предложение («самопрезентация») + полное предложение («установление контакта», «портретирование», «целеполагание») + полное предложение («портретирование»): *José. Busco relación esporádica con chica entre 30-55 años. No importa casada*.

Таким образом, в многокомпонентных ОЗ блоки «самопрезентация» и «портретирование» зачастую репрезентируются сразу в нескольких предложениях. При этом, как и в монокомпонентных ОЗ, герундиальный оборот встречается при описании адресанта и адресата, в сложноподчиненном предложении только блок «портретирование» выражен придаточным определительным, а блок «целеполагание» выражен придаточным цели.

В монокомпонентных ОЗ реализуется как экстериоризованная, так и интериоризованная номинативно-дискурсивные стратегии. Последняя редко реализуется в таких типах предложений, как двусоставное предложение, осложненное предложение и сложноподчиненное предложение с придаточным цели. В свою очередь, есть многокомпонентные ОЗ, в которых реализуются как экстериоризованная, так и интериоризованная номинативно-дискурсивные стратегии. Вместе с тем выявлены комбинации, в которых реализуется только та или иная номинативно-дискурсивная стратегия. Так, экстериоризованная стратегия встречается в следующих комбинациях многокомпонентных ОЗ: два простых предложения и два осложненных предложения. Интериоризованная номинативно-дискурсивная стратегия реализуется в многокомпонентных ОЗ, которые состоят либо из двух предложений (неполное + полное предложения; осложненное + сложноподчиненное предложения), либо из трех (неполное предложение и два полных предложения или два простых и одно осложненное предложение).

По цели высказывания монокомпонентные ОЗ представляют собой повествовательные предложения, а многокомпонентные ОЗ состоят зачастую из побудительных, вопросительных и восклицательных предложений, номинация адресанта в них нередко происходит посредством имени собственного или личного местоимения *yo,* т.е. в них реализуется интериоризованная номинативно-дискурсивная стратегия.

Простое нераспространенное предложение является частотным для объявлений вида «ВО», простое распространенное – для видов «БО» и «ДО». Осложненное предложение с герундиальным оборотом характерно для вида «ДО», в меньшей степени – для «БО»; оно не употребляется в текстах ОЗ вида «ВО». Сложноподчиненное предложение с придаточным определительным, как правило, употребляется в объявлениях вида «БО», оно возможно в объявлениях вида «ДО», а в объявлениях вида «ВО» оно используется в единичных случаях.

Два или три простых предложения употребляются во всех трех видах ОЗ. Два предложения (простое + осложненное/сложноподчиненное с придаточным определительным) частотны для объявлений вида «ДО», далее следуют объявления брачного типа, а в объявлениях «ВО» они практически не употребляются. Три предложения (обязательно с одним неполным предложением) в большинстве случаев употребляются в объявлениях вида «БО».

В испанских текстах ОЗ также используются средства экспрессивного синтаксиса (особенно в текстах вида «БО» и «ДО»): парцелляция, вопросительные конструкции, умолчание, частичный параллелизм, инверсия, асиндетон – в многокомпонентных ОЗ и асиндетон – в монокомпонентных.

В **заключении** диссертационного исследования подводятся итоги выполненного анализа, констатируется доказанность предварительно выдвинутых гипотез, намечается его перспектива.

В качестве перспективы дальнейшего исследования нам видится изучение ценностных доминант современного испанского общества, отраженных в текстах данного типа; сопоставительное изучение текстов ОЗ разной целевой направленности в национальных вариантах испанского языка, а также в других романских языках, выявление их этноспецифики на фоне русской и иных лингвокультур. Перспективным представляется также описание основных способов языковой компрессии (лексической, синтаксической, графической, семантической) в разных видах ОЗ.

Основные положения исследования отражены в следующих публикациях:

**Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендуемых ВАК Министерства образования и науки РФ:**

1. Москаленко К. О. Особенности реализации стратегии самопрезентации личности в текстах испаноязычных объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Вестник Пятигорского государственного университета. – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2012. – №4. – С. 94-102.

2. Москаленко К. О. Лексико-семантические средства номинации лица в текстах испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2013. – № 2 (23). – С. 19-24.

3. Москаленко К. О. Коммуникативные тактики в текстах испанских объявлений о знакомстве, реализующие стратегию самопрезентации / К. О. Москаленко // Омский научный вестник. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2014. – № 1 (125). – С. 137-139.

**Статьи, опубликованные в сборниках научных трудов и периодических изданий:**

4. Москаленко К. О. Репрезентация концептов «мужчина» и «женщина» в текстах испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Мир через языки, образование и культуру: Россия – Кавказ – мировое сообщество: Материалы 6 международного конгресса, 11–15 октября 2010. Симпозиум 11, 12. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 171-172.

5. Москаленко К. О. Проблема принадлежности текстов испанских объявлений о знакомствах к стратагемному дискурсу / К. О. Москаленко // Теоретические и прикладные вопросы испанистики: межвузовский сб. науч. ст. Вып. 2. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 254-257.

6. Москаленко К. О. Направления и подходы в дискурсивном анализе / К. О. Москаленко // Университетские чтения 11–14 января 2010. – Часть 3, секция 5-8, симпозиум 1. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 88-92.

7. Москаленко К. О. Коммуникативные роли адресантов в испанских объявлениях о знакомстве / К. О. Москаленко // Universum romanum: материалы первой международной научной конференции, 21-22 октября. – Пятигорск: ПГЛУ, 2010. – С. 126-133.

8. Москаленко К.О. Классификация испанских объявлений о знакомстве на основе прагматических особенностей самопрезентации / К. О. Москаленко // Современный научный вестник. – Белгород: ООО «Руснаучкнига», 2012. – № 7. – С. 20-26.

9. Москаленко К. О. Модальность текстов испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Университетские чтения 12–13 января. – Часть 3, секция 5-8, симпозиум 1. – Пятигорск: ПГЛУ, 2012. – С. 48-53.

10. Москаленко К. О. Классификация испанских объявлений молодежи на основе прагматических особенностей / К. О. Москаленко // Молодая наука – 2012: Материалы региональной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 17 апреля. – Часть 2. Секция № 1. – Пятигорск: ПГЛУ, 2012 – С. 33-35.

11. Москаленко К. О. Семантико-синтаксические особенности выражения цели адресанта в испанских объявлениях о знакомстве / К. О. Москаленко // Университетские чтения 10–11 января. – Часть 3, секция 3-6, симпозиум 1. – Пятигорск: ПГЛУ, 2013. – С. 115-118.

12. Москаленко К. О. Целевая стратегия адресанта испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Актуальные проблемы гуманитарного знания: теоретические и прикладные аспекты: межвузовский сб. науч. тр. – Пятигорск: ПГЛУ. – 2015. – № 3. – С. 114-121.

13. Москаленко К. О. Ядерные и периферийные элементы коммуникативно-прагматической структуры испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Романистика в современном мире: традиции и новации: сб. науч. тр. по материалам Международной научной конференции, посвященной памяти профессора Ю.А. Рылова (в рамках года испанского языка в России) (24-25 апреля 2015 г., г. Воронеж). – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – С. 253-256.

14. Москаленко К. О. Смысловые узлы малоформатных текстов испанских объявлений о знакомстве / К. О. Москаленко // Новые идеи в лингвистике 21 века: Актуальные проблемы и тенденции в рамках современных направлений лингвистической мысли. Межвузовский сб. науч. тр., посвященный памяти профессора Л.П. Бердниковой. – Пятигорск: ПГЛУ, 2016. – С. 152-158.

15. Москаленко К. О. Объявления о знакомстве как особый тип текста / К. О. Москаленко // Университетские чтения 2017. Материалы научно-методических чтений ПГУ. – Пятигорск: ПГУ, 2017. – С. 134-139.