

## ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИНТЕНЦИИ АДРЕСАНТА В АНКЕТАХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕРВИСОВ ОНЛАЙН-ЗНАКОМСТВ ИЗ БЕЛАРУСИ

Стремительная дигитализация процессов коммуникации привела к тому, что в современном мире дейтинг-приложения заняли свое место наравне с другими способами поиска друзей и потенциальных партнеров. Сервисы онлайн-знакомств, механика которых основана на геолокации и совпадении личных предпочтений и интересов, обещают максимально облегчить и ускорить процесс поиска. Анкеты пользователей подобных приложений являются современной версией объявления о **знакомстве**, которое О. С. Рогалева определяет как «персонализированное представление информации в виде законченного текста аппелятивного характера, содержанием которого является прогнозируемый характер межличностного взаимодействия между мужчиной и женщиной» [3].

Данное взаимодействие может описываться по-разному в зависимости от совокупности социокультурных и поведенческих характеристик ролей, определяющих статус личности мужчины и женщины в определенном обществе – гендера [1, с. 218]. Социальная и культурная специфика пола находит свое отражение в стереотипных представлениях о типично «женском» и «мужском» стилях общения. Так, анализируя гендерные различия в системе языка, Е. А. Попова пишет: «Народнолингвистические представления о женской речи по сравнению с мужской выглядят следующим образом: женщины очень болтливы; они меньше сквернословят и употребляют грубые, резкие выражения, чем мужчины; женщины более вежливы; они предпочитают использовать не прямые, а косвенные просьбы и приказы, чаще употребляют эвфемизмы; женщины пристрастны к чрезмерностям в оценках и обращениях; они любят переспрашивать и меньше перебивают собеседника; женщины часто не заканчивают свою речь и т. д.» [2, с. 41].

Регистрируясь в дейтинговых приложениях, пользователям необходимо указать цель, которая чаще всего сводится к установлению трех видов отношений: романтические, дружеские и временные. Интенции регистрации пользователей-белорусов в сервисах онлайн-знакомств, а также гендерная специфика их вербализации, пока не исследовались, чем и объясняется актуальность данного исследования.

Для анализа методом сплошной выборки были отобраны 200 мужских и 200 женских анкет пользователей мобильного приложения дейтингового сервиса «Badoo» из Беларуси. Функционал приложения при регистрации предлагает выбрать цель из предложенных вариантов («Серьезные отношения», «Просто общаться», «Ничего серьезного», «Пока не знаю»), а также можно продублировать либо описать свою цель более подробно в поле «О себе».

«**Серьезные отношения**» являются доминирующим вариантом: 77 мужчин (38,5 %) и 82 женщины (41 %) указали именно его, что говорит о том, что притязания полов совпадают. В данном случае пользователи имеют целью создание семьи или крепких отношений, основанных на уважении и доверии. Интенциональные установки актуализируются эксплицитно посредством прямой номинации, когда адресант напрямую очерчивает свои намерения. Мужчины конкретизируют свои ожидания преимущественно следующими описаниями: *серьезные отношения; создание семьи; гармоничные, долгосрочные, уважительные отношения; длительное и близкое общение; любовь; семья*. Женщины вербализуют эту цель несколько по-другому: *серьезные отношения; серьезные намерения; реальное/живое общение; конструктивное общение; взаимная любовь; общение и встречи*.

«**Пока не знаю**» – второй по популярности вариант, его выбрали 62 мужчины (31 %) и 47 женщин (23,5 %), что сигнализирует о неуверенности пользователей в определении своей интенции. Здесь наблюдается широкий спектр описаний, т. к. каждый вкладывает свой собственный смысл в данное высказывание. В профилях можно найти намеки как на дружеское общение (*Пообщаться, глупенькие мимо. Ничего не ищу.*), так и на романтические отношения (*Ищу своего человека для интересного общения и отношений, а там как пойдет.*)

Целевую установку «**Просто общаться**» выбрали 26 (13 %) и 40 (20 %) мужчин и женщин соответственно. Интенцией адресанта выступает поиск друга по общности интересов и жизненных взглядов. Как правило, цель объективируется эксплицитно (с помощью прямой номинации) и имплицитно (посредством актуализации в описании общих интересов). Мужские профили практически не дают описаний ожидаемых взаимоотношений, однако тут можно увидеть рекламу своих услуг (*Приглашаю на персональные тренировки по фитнесу в Уручье.*) и намеки на возможность перехода к более серьезным отношениям (*Ищу подругу для совместной жизни в шалаше.*). В женских профилях данная интенция вербализована через описание манеры общения (*Ищу нормальное адекватное общение и друга или Познакомлюсь с интересными людьми для нереально крутого времяпрепровождения и реализации совместных идей*).

Вариант «**Ничего серьезного**» выбрали 30 мужчин (15 %) и 24 женщины (12 %). Целью в таких анкетах обычно выступает создание временных отношений интимного характера, не имеющих конечной целью брак, поэтому пользователи в данном случае предпочитают выразить ее импли-

цитно с помощью эвфемистических высказываний. В мужских профилях отсутствует какое-либо уточнение и наблюдается некое несоответствие в указании цели регистрации и вербализации этой интенции. Так, например, «Ничего серьезного» может поясняться в поле «О себе» как создание семьи (*Семья у меня в приоритете.*). В женских же профилях интенция вербализуется через следующие описания: *отношения без обязательств, спонсорские отношения.*

В то же время пользователи предупреждают потенциального партнера о том, что не является целью регистрации в приложении. В профилях мужчин фигурируют: *встречи на одну ночь; реклама различных услуг и товаров; долгие переписки.* В женских профилях указываются: *интим/интимная часть жизни; переписка месяцами; несерьезные намерения; отношения без обязательств; встречи «для здоровья» и на одну ночь; вирт; свободные отношения.*

Проанализировав анкеты пользователей, можно сделать вывод о том, что интенции адресантов мужского и женского пола в целом совпадают. Преобладающей целью регистрации в приложении является поиск серьезных отношений, т. е. пользователи ищут романтического партнера в абсолютном большинстве случаев. Интенции могут актуализироваться как эксплицитно (с помощью прямой номинации), так и имплицитно (посредством эвфемистических высказываний и описания общности интересов), в зависимости от типа ожидаемого взаимодействия между мужчиной и женщиной (романтические, дружеские, временные отношения).

Белорусские женщины более многословны и эмоциональны при описании своих целей и желаемого/нежелаемого формата общения, чем мужчины. В женских анкетах можно увидеть подробное описание ожиданий, причем это не зависит от типа ожидаемого взаимодействия. Мужчины же, в свою очередь, чаще конкретизируют свои интенции, не ограничиваясь указанием цели при регистрации анкеты. Можно сказать, что мужчины пишут о целях чаще, но женщины делают это более эксплицитно и подробно.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Крылова, М. Н. Гендерные особенности воздействия на адресата речи в русской рекламе личного характера // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. – Саратов, 2009. – Вып. 9. – С. 212–221.
2. Попова, Е. А. Об особенностях речи мужчин и женщин / Е. А. Попова // Русская речь. – 2007. – № 3. – С. 40–49.
3. Рогалева, О. С. Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса (коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О. С. Рогалева ; Ом. гос. ун-т. – Омск, 2005. – 22 с.