

## СУПРУЖЕСКИЕ ОЖИДАНИЯ В РЕЛИГИОЗНОМ КОНТЕКСТЕ: КАТОЛИЧЕСКИЕ И ПРАВОСЛАВНЫЕ БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ\*

**Дорота Пазио-Влазловская**

Институт славистики, Польская академия наук,  
Варшава, Польша

**Татьяна Ицкович**

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## MARITAL EXPECTATIONS IN A RELIGIOUS CONTEXT: CATHOLIC AND ORTHODOX MARRIAGE ADVERTISEMENTS

**Dorota Pazio-Wlazłowska**

Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences  
Warsaw, Poland

**Tatiana Itskovich**

Ural Federal University,  
Yekaterinburg, Russia

People's ideas about their future family are influenced by social stereotypes and family traditions. Religious dogmas reflected in the prototext of the Holy Scripture determine Christian family expectations. This article refers to marriage advertisements written by women of different age groups and different social statuses posted on Orthodox and Catholic dating sites. By indicating the desired traits of a partner and/or by identifying themselves, the authors of such texts explicate the formed value attitudes that reflect their idea of an ideal life partner. The space of the internet, characterised by freedom of expression in connection

---

\* *Citation:* Pazio-Wlazłowska, D., Itskovich, T. (2021). Marital Expectations in a Religious Context: Catholic and Orthodox Marriage Advertisements. In *Quaestio Rossica*. Vol. 9, № 2. P. 702–714. DOI 10.15826/qr.2021.2.604.

*Цитирование:* Pazio-Wlazłowska D., Itskovich T. Marital Expectations in a Religious Context: Catholic and Orthodox Marriage Advertisements // *Quaestio Rossica*. Vol. 9. 2021. № 2. P. 702–714. DOI 10.15826/qr.2021.2.604 / Пазио-Влазловская Д., Ицкович Т. Супружеские ожидания в религиозном контексте: католические и православные брачные объявления // *Quaestio Rossica*. Т. 9. 2021. № 2. С. 702–714. DOI 10.15826/qr.2021.2.604.

with the realisation of a basic human need, to create a family, leads to the explication of real value ideas about family in the texts of marriage advertisements. Texts of Orthodox marriage advertisements reflect the axiological reality of family relations based on the axiological ideal, such as faith in God, decency, chastity, innocence, kindness, and absence of mercantile interests, which remain a priority for the authors. Also, they still contain ideas about the value of the person's well-roundedness formed in Soviet society. The pragmatically determined requirements for place of residence and nationality indicate the need to take into account the cultural and economic characteristics of Russia, i. e. its large territory and diversity of nationalities. Catholic marriage advertisements focus on faith and the doctrine of the Catholic Church. The addressers create an image of an ideal family in which spouses support each other. The idyll for them is the promise of a wonderful bright future, family happiness, and the realisation of hopes and dreams. The advertisements manifest gender stereotypes, which is confirmed in the characteristics of the addressee: the addressers do not pay much attention to appearance; for them, internal characteristics are more essential, especially adherence to the Catholic faith, which is closely associated with patriotism.

*Keywords:* textology, system of values, axiological ideal, axiological reality, marriage advertisements, family, Orthodoxy, Catholicism

Представления человека о будущей семье формируются под влиянием социальных стереотипов, семейных традиций. Религиозные догматы, отраженные в прототексте Священного Писания, определяют семейные ожидания христианина. Материалом исследования являются тексты брачных объявлений, принадлежащие женщинам разных возрастных групп и разного социального статуса, размещенные на православных и католических сайтах знакомств. Указывая желаемые черты партнера и/или самоидентифицируясь, авторы текстов эксплицируют ценностные установки, отражающие их представление об идеальном спутнике жизни. Пространство сети Интернет, отличающееся свободой высказываний, в совокупности с реализацией базовой потребности человека в создании семьи приводит к экспликации в текстах объявлений реальных ценностных представлений о ней. Вера в Бога, порядочность, целомудрие, невинность, доброта, отсутствие меркантильных интересов остаются приоритетами авторов. Сохраняются и сформированные в советском обществе представления о ценности разностороннего развития человека. Прагматически обусловленные требования к месту жительства и национальности свидетельствуют скорее о необходимости учитывать культурно-экономические особенности России: это большая территория и многообразие национальностей. В католических брачных объявлениях акцентируются вера и учение католической церкви. Адресанты рисуют образ идеальной семьи, в которой супруги поддерживают друг друга. Идиллия для них – это обещание прекрасного светлого будущего, семейного счастья, реализации надежд и мечтаний. В объявлениях проявляются гендерные стереотипы: адресанты не уделяют много внимания внешнему виду, существенное значение имеет для них ис-

ключительно внутренняя характеристика, прежде всего приверженность к католической вере, которая тесно ассоциируется с патриотизмом.

*Ключевые слова:* текстология, система ценностей, аксиологический идеал, аксиологическая реальность, брачные объявления, семья, православие, католичество

Представления человека о своем будущем, мечты о семье, об идеальном спутнике жизни формируются под влиянием социальных стереотипов, полученного воспитания. Одним из факторов, влияющих на образ семейного будущего, является принадлежность человека к «воображаемому сообществу», например, религиозному [Андерсон]. Интериоризированные религиозные ценностные установки оказывают влияние на ожидания человека, происходит формирование идеального образа семьи, состава, ролей и функций, выполняемых ее членами.

Особый интерес с точки зрения изучения экспликации ожиданий человека, желающего создать семью, представляют тексты брачных объявлений. Жанр объявления предполагает прямое, открытое выражение потребностей адресанта, что позволяет представить достаточно полную картину идеальной семьи, будущего спутника жизни.

Гипотеза исследования состоит в том, что тексты христианских брачных объявлений отражают уровень освоения адресантами религиозных догматов, их готовность следовать трансцендентным принципам в повседневной реальной жизни. Предположительно, уровень интериоризации христианских ценностей должен отличаться в польском католическом и российском православном сообществах. Польша, в отличие от полиэтнической и поликонфессиональной России, моноэтническое и моноконфессиональное государство, в котором около 90 % жителей идентифицируют себя как практикующие католики [Гадомский]. Даже в период построения социализма в Польской Народной Республике деятельность католической церкви не находилась под запретом, действовали костелы, регулярно проводились богослужения, священнослужители произносили проповеди, транслирующие и разъясняющие основы христианской веры. Иной была судьба православия в России. Известные события, происходившие в России в XX в., а именно государственная политика атеизма, закрытие и разрушение церквей, гонения на священнослужителей, превали христианскую традицию в России почти на 70 лет, что непосредственно отразилось на уровне усвоения религиозных ценностей православным сообществом.

Обратимся к пониманию ценности, значимом в исследовании. Понятие «ценность» связано с миром должного (Г. Лотце), «ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка» [Лосский, с. 5]. Ценности определяются как «изначальные высшие принципы» [Петров, с. 28], обобщенные представления о том, что является долж-

ным, правильным, «социально желанным» в различных сферах общественной жизни [Kluckhohn, p. 289; Леонтьев, с. 410], как устойчивые убеждения, которыми руководствуется человек или социальная группа, предпочитая тот, а не иной тип поведения [Rokeach, p. 12–26]. Ценностные установки человека особенно активно проявляются в личной, семейной сфере, аксиология рассматривает семью как уникальный социокультурный феномен, источник базовых ценностей и основу бытия личности [Вепрева]. Фамилистика как новый раздел науки о семье, изучающий ее как феномен повседневности, продуцирует идею «религии семьи» [Баркова; Семья; Черняк]; в ней вводится понятие «семейное сознание» с разделением на традиционное, эгалитарное и смешанное [Ильиных, 2013], определяются гендерные особенности семейных представлений [Ильиных, 2008; Ильиных, 2009; Нечаева; Сюй; Kwinta].

Создание семьи – переломный этап в жизни человека, некий экзистенциальный шаг, для совершения которого нужны определенные качества: смелость, решительность, готовность к переменам, открытость новому. Создавая семью, человек опирается на усвоенные ценностные ориентиры, которые служат фундаментом нового здания. В христианстве сформирован комплекс идеальных семейных ожиданий: семья понимается как малая церковь (в православии), домашняя церковь (в католичестве), где муж служит посредником между Богом и остальными домочадцами, проводником Божественной благодати; жена в духовной иерархии занимает подчиненное положение, что закреплено в чине венчания. Дети должны расти в послушании родителям, которые отвечают не только за их физическое развитие, но прежде всего за духовное становление [Рождественский; Троицкий]. Религиозные установки, касающиеся семьи, которые можно считать аксиологическим идеалом, закреплены как в прототексте Евангелия (первое чудо, сотворенное Иисусом Христом, произошло во время брачного пира), так и в текстах Священного Предания, в учении отцов церкви, житиях святых, проповедях священнослужителей [Соболева].

Идеальные представления о христианской семье находятся в дихотомических отношениях с понятием аксиологической реальности, которая эксплицируется в текстах христианских брачных объявлений. Пространство сети Интернет в совокупности с реализацией базовой потребности человека, заключающейся в создании семьи, приводит к экспликации в текстах объявлений о знакомстве реальных ценностных представлений о семье. Материал, используемый для анализа, – тексты брачных объявлений, размещенные на православных и католических сайтах знакомств<sup>1</sup>. Несмотря на единую христианскую

---

<sup>1</sup> В качестве примеров приводятся тексты, помещенные на общедоступных сайтах католических и православных брачных объявлений [Przystań dla szukających miłości; Светелка]. Чтобы пользоваться другими найденными нами католическими и православными сайтами брачных объявлений, необходима регистрация. Авторы посчитали неэтичным регистрироваться на сайтах брачных объявлений с целью сбора материала для исследования.

основу католичества и православия, судьба этих конфессий в Польше и России различна, что находит отражение как в наборе ценностей, предъявляемых в брачных объявлениях, так и в уровне их усвоения верующими. Жанр объявления вообще и брачного объявления в частности предполагает, с одной стороны, обращенность к массовому широкому адресату, с другой стороны, готовность адресанта открыто предъявить *urbi et orbi* свои потребности, желания. Именно поэтому тексты профессиональных брачных объявлений можно рассматривать как материал для выявления уровня сформированности аксиологической реальности в религиозных сообществах. Размещая брачное объявление на католических или православных сайтах, адресант априори сужает аудиторию, предполагая встретить человека, обладающего теми же ценностями, воспринимающего семью сквозь призму религиозных представлений; адресанту нужна не любая семья, но семья христианская. Вербализованные в текстах брачных объявлений представления об избраннике свидетельствуют о ценностных предпочтениях адресанта, об уровне усвоения им аксиологического идеала.

### **Брачные объявления в католической культуре**

Католические брачные агентства представляют своих клиентов как людей высоких нравственных качеств: *Мы построили сервис, объединяющий людей с ценностями, потому что мы уверены, что именно на их основе легче всего построить настоящие и прочные отношения. Портал знакомств для людей с ценностями, которые дорожат ценностями [Przeznaczeni]. Религия имеет большое значение в любви. Церковный брак – это для тебя единственная возможность? Как практикующий католик ты помотришь, какие предложения тебе предоставит наше брачное интернет-агентство. Мы предоставляем вам сервис, благодаря которому вы сможете завязать новые знакомства с людьми, которым близки христианские ценности [Zapisani Sobie].* Подавляющее большинство клиентов – это католики, для которых церковный брак имеет существенное значение, а вера является основой создания прочной семьи. На лексическом уровне эти устремления реализуются при помощи словосочетаний: *люди с ценностями; люди, которые дорожат ценностями; практикующий католик; люди, которым близки христианские ценности.*

Брачные объявления отражают социокультурную картину среды, к которой принадлежат адресант и адресат, в частности, их ценностные приоритеты. Поэтому оправданной кажется реконструкция на их материале образа адресанта, его воображения об адресате, а также намерений. Именно такие части выделяются в смысловой структуре анализируемых объявлений: самопрезентация, портрет адресата и целеполагание, причем в каждой из них высвечиваются ценности, высоко оцениваемые адресантом.

## **Вера**

Семья воспринимается согласно догматам католической церкви. Ее основой являются Бог и вера, что на лексическом уровне реализуется за счет конструкций *семья основана на Боге, семья основана на прочном фундаменте, семья Богом сильна*, в центре которых находятся словоформы *основана* и *фундамент*, обладающие позитивной оценкой и вызывающие положительные ассоциации с надежной опорой, прочностью и безопасностью.

*У меня есть мое собственное представление о счастливой семье. Она основана на Боге, который является неисчерпаемым источником любви к ближнему, кстати, в повседневной жизни.*

*Я мечтаю о том, чтобы создать сильную Богом семью, основанную на прочном фундаменте, составить единство с любимым человеком, разделять с ним радости и горе, а также с уверенностью доверять Христу наши повседневные дела.*

*Моей самой большой мечтой и самой важной целью в жизни является то, чтобы найти человека, который станет меня любить такой, какая я есть; создание с ним счастливой семьи, основанной на фундаменте, который есть Бог и вера в Него.*

*Моя важнейшая мечта – это создание семьи и воспитание детей в соответствии с традиционными христианскими ценностями.*

Только любовь, исходящая из веры, по мнению адресантов, настоящая: *Я прежде всего женщина, которая ищет настоящую любовь. Я пишу «настоящую», потому что в наше время понятие любви сильно обесценилось. Настоящую любовь, то есть глубокое зрелое чувство, укоренившееся в Боге; я мечтаю о том, чтобы верой и любовью мне удалось создать крепкую семью.*

Лишь в некоторых объявлениях отмечаются трудности повседневной жизни, которые, однако, как подчеркивают авторы, можно преодолеть благодаря вере и совместной молитве: *Я хотела бы создать такую семью, в которой все переживается вместе. Вдвоем проще, и все можно перенести, молясь вместе и радуясь каждому дню.*

Для характеристики семейной жизни адресантами используются прилагательные, которые имеют для них явно положительную окраску, – *настоящий* и *христианский*: *христианская семья, настоящая любовь.*

Вера, составляющая основу семьи, играет значительную роль в характеристике адресантов и адресатов объявлений, создание прочной и счастливой семьи мыслится возможным лишь с верующим человеком. Поэтому слова и выражения *вера, Бог, учение католической церкви* и *христианские ценности* стабильно фиксируются в объявлениях, привлекая внимание адресатов: *Я глубоко верующий человек, который безоговорочно принял учение католической церкви. Я люблю Бога, и поэтому в своей жизни я руководствуюсь Его принципами; Основные для меня ценности – это вера, надежда, любовь и следование за Христом, который есть «Путь, Истина и Жизнь»; Я ищу... чело-*

века, для которого христианские ценности так же важны, как и для меня, который созрел для решения о создании семьи и способен обеспечить ей чувство безопасности и стабильности; Я мечтаю о том, чтобы встретить человека, для которого вера является основой существования, и вместе с ним создать католическую семью.

Посещение праздничной церковной службы имеет для них перво-степенное значение: *Заветный день для меня воскресенье. Участие в Евхаристии и встреча с Христом в святом причастии дарят мне радость и внутренний покой.*

Авторитетом для адресантов является папа римский (родом из Польши): *Для меня авторитетом был и остается Иоанн Павел II.*

Вера детерминирует цели, к которым должны стремиться будущие супруги: это усовершенствование приверженности вере и спасение. Адресанты-женщины убеждены, что мужа им помогает найти Сам Бог, и именно от Его воли зависит их будущее. Декларируется, что они хотят жить по учению католической церкви: *Я верю, что сердце Божье, если это будет по Его воле, найдет для меня кого-то, вместе с кем я смогу приближаться к Богу и любить друг друга, а также других людей, которых мы встретим на нашем жизненном пути.*

Целью совместной супружеской жизни является спасение. Супруги помогают друг другу в достижении этой цели: *Я верю, что если супруги безгранично доверятся Богу, то преодолеют все трудности и достигнут цели земного скитания – неба...*

### **Уважение к родителям**

Католическая вера предопределяет уважение к родителям как к тем, кто научил адресантов ее основам: *Этому научили меня мои родители, которые до сих пор являются для меня примером.*

Жизнь родителей оценивается как практическое воплощение науки церкви и воспринимается как идеал. Отчий дом для адресантов – источник католической веры. В объявлениях активно подчеркивается преемственность из поколения в поколение католического образа жизни: *Покойный, как и настоящий папа римский Бенедикт XVI, это два авторитета, которые, как и родители, и дедушка с бабушкой, являются для меня образцом мышления, поведения, жизни настоящего католика; Я из католической семьи, где христианские ценности всегда были на первом месте.*

### **Патриотизм, приверженность традициям и народной культуре**

Вера ассоциируется с патриотизмом, который презентуется адресантами как долг каждого гражданина: *Мне не нравится равнодушие к Родине. <...> Бог, честь, Родина – это очень важные для меня ценности.*

Христианские и народные ценности тесно переплетаются друг с другом и в характеристике адресата подкрепляются высоким стилем изложения: *Я мечтаю о семье, в которой будут храниться хри-*

*стианские и народные ценности, поэтому я ищу кого-то, кто захочет вместе со мной охранять доброе и прекрасное.*

### ***Женщина как покровительница домашнего очага***

Акцентируется положительно оцениваемая адресантами патриархальная модель семьи, в которой женщина занимается домашним хозяйством, а муж содержит семью: *Я считаю, что это соответствующая роль для женщины – создавать и поддерживать в доме атмосферу, полную тепла и нежности; Я вижу себя [в семье] как жрицу домашнего очага, которая окружает всех теплом и заботой.*

Семейная жизнь характеризуется как жизненное призвание женщины, задача, выполнение которой поставил перед ней Сам Бог. Только роли матери и жены, утверждают авторы объявлений, гарантируют женщине счастье: *У меня интересная жизнь, но ей не хватает полноты. Я мечтаю о возможности реализовать себя в роли любящей жены и матери... Такова моя миссия, к которой меня призвал Бог.*

В объявлениях часто употребляется слово *домоседка*, указывающее на сферу бытия женщины, которая должна служить положительной характеристикой: *По натуре я домоседка и люблю домашнее уединение. [Люблю] готовить (особенно если есть для кого), с удовольствием также вяжу крючком; я пеку замечательную шарлотку и пряники; я люблю... готовить и заниматься цветами; с большим удовольствием я занимаюсь домом и большим огородом.*

Нестандартные для женщин занятия называются крайне редко и противопоставляются женским обязанностям: *Меня радуют мои способности в области мужских занятий: что-то привинтить, отвинтить, исправить мебель – это для меня никакая не проблема.*

Адресанты рисуют образ идеальной семьи, в которой супруги поддерживают друг друга. Это образ идиллии [см.: Orszulak-Dudkowska, s. 70], прекрасного светлого будущего, семейного счастья, реализации надежд и мечтаний. Портреты адресата и адресанта вписываются в этот идеальный образ. В объявлениях высвечиваются идеальные с точки зрения адресантов модели и стереотипы христианской семьи – жены-матери и мужа-отца [ср.: Ibid., s. 71].

Гендерная стереотипизация, зафиксированная в самопрезентации, находит свое подтверждение в характеристике адресата. Адресанты не уделяют много внимания внешнему виду партнера, в их сообщениях никак не проявляется сексуальная культура или эротическая привлекательность.

## **Православные брачные объявления**

### ***Брак***

Православные авторы объявлений также придерживаются патриархальных взглядов и заявляют о серьезности своих намерений, прямо указывая на желание *создать семью; вступить в серьезные от-*

ношения; для создания семьи на всю жизнь познакомлюсь для создания малой церкви. Адресанты осуждают гражданские браки, то есть незарегистрированные сожительства: *На предложения пожить в сожительстве или вступить в близкие отношения без регистрации брака реагирую отрицательно.*

В текстах объявлений находит отражение христианское представление о браке, основанном на вере: *познакомлюсь с православным христианином; познакомлюсь с православным молодым человеком.* Женщина готова видеть в муже главу семьи: *хотелось бы видеть в будущем муже более глубокую воцерковленность, нежели у меня, чтобы было с кого брать пример, у кого учиться.*

В объявлениях женщины подчеркивают отсутствие детей и опыта семейной жизни: *замужем не была, детей нет; детей нет, в браке не была;* того же требуют от избранника: *который не был женат и без детей!; свободного, без детей от прошлых отношений.*

### **Вера**

Идентифицируя себя, авторы формулируют ценностные предпочтения, в первую очередь вероисповедание: *православная; верующая; я окончила Православный институт, но сама из атеистической семьи, поэтому воцерковляюсь постепенно, можно сказать, планомерно-сосредоточенно; православная, искренняя, со специфическим чувством юмора.* В сравнительно небольшом количестве объявлений эксплицирована ценность *веры*. Можно предположить, что размещение брачного объявления именно на православном сайте знакомств предполагает религиозно ориентированную аудиторию, чем обусловлено умолчание о вере в большей части объявлений.

Одним из способов имплицитного выражения веры является наличие в текстах объявлений цитирования христианских авторитетов, отсылки к общеизвестному мнению: *на молебне о создании семьи батюшка вчера сказал, что самое главное для тех, кто пока еще не вступил в брак, уже сейчас начать учиться смирению и терпению, что очень благопотребно для супружеской жизни; стараюсь быть оптимистичной, к чему и призывает вера христианская.*

### **Любовь**

Как одна из главных христианских ценностей, безусловная для идеального образа семьи, представлена любовь: *с кем можно встретить старость в любви и покое; мне нужен человек, готовый полюбить... безэмоциональные отношения не интересуют; хочу любить и быть любимой.*

### **Светские прагматические факторы**

Наряду с ценностями веры, любви, ядерными для православного понимания семьи, авторы объявлений ставят на первое место географический фактор и национальность жениха: *Только Москва и близле-*

*жащие города, села и деревни!; Хочу найти русского парня из Москвы или Подмоскovie; познакомлюсь с русским!; мой идеал – русский парень из Москвы; возможно, из Кавминвод или другого города; только русско-го. «Русский» для авторов объявлений скорее всего означает «православный». Отношение к смене места жительства ради создания семьи различное, от готовности до решительного отказа.*

Авторы объявлений полагают, что привлекательными их делает широкий кругозор, разносторонние вполне светские увлечения:

*Люблю природу, возиться на даче, ходить в музеи, гулять по центру Москвы, паломнические поездки; люблю природу, романтику, закаты и рассветы.*

*Катаюсь на велосипеде, люблю ходьбу, плавание. Когда грустно – пою)). Раньше много классики читала. А сейчас детскую литературу, там все, что надо, есть))*

*Люблю русский рок, народные песни, классические произведения. Искусство в любых проявлениях вдохновляет. Кино, музеи, выставки и т. д.*

*Люблю мюзиклы и кукольные спектакли.*

Объявления отражают аксиологическую реальность, для которой характерны в большей степени общечеловеческие ценности: *Ищу разностороннего активного православного симпатичного мужчину 42–48 лет, позитивного и с чувством юмора; Хочется, чтобы мой герой был основательным и дальновидным человеком, добрым и надежным. Для женщин важна ценность реального, а не виртуального общения: Познакомлюсь с добродушным человеком. Готовым к реальному общению, а не стучанию по кнопкам клавиатуры.*

Ценностные представления выражаются при помощи прецедентных текстов С. Михалкова советского периода в соединении со штампами из детских мультфильмов: *Среднего роста, плечистый и крепкий. Ходит он в белой рубашке и кепке. Знак ГТО на груди у него. Больше не знаю о нем ничего; Как говорил кот Леопольд: давайте жить дружно!*

Идеалом семейной жизни для православной женщины является следующая стереотипно-романтическая картина: *Хочется чуда в Рождество, вместе ходить на воскресные службы, печь шарлотку тихим семейным вечером, летом ходить в лес по грибы и ягоды и осенними вечерами варить варенье... и многое другое.*

В текстах православных брачных объявлений отражены ценности семейных отношений, которые основываются на аксиологическом идеале: вере в Бога, порядочности, гендерной субординации, традиционной роли женщины в семье как матери и хозяйки. Одновременно сохраняются сформированные в советском обществе представления о важности разностороннего развития человека. Прагматически обусловленные требования к месту жительства и национальности свидетельствуют скорее о необходимости учитывать культурно-экономические особенности России – большие территории и многообразии национальностей.

Аксиологическая реальность формируется под непосредственным воздействием аксиологического идеала, в этом процессе несомненно важны последовательность и непрерывность. Экстралингвистические факторы определили различия в содержании и уровне сформированности семейных ценностей в католическом и православном сообществах Польши и России. Можно полагать, что воздействие аксиологического идеала в Польше было непрерывным и поступательным, что обусловило сформированность аксиологической реальности, представляющей собой, как показывает материал, сложную разветвленную систему взаимосвязанных понятий, основанных на религиозных догматах: это вера в Бога, спасение, почитание родителей, любовь как свойство Божественной энергии, патриотизм. В России же 70 лет официального атеизма и богоборчества, закрытие и разрушение храмов, запрет в служении и физическое уничтожение священнослужителей привели к редуцированию христианской традиции, место которой в мировоззрении человека заняла светская (в том числе советская) идеология. Смешение двух систем ценностей, религиозной и светской, отразилось в текстах православных брачных объявлений, где авторы демонстрируют сформированность как ядерных христианских ценностей (веры, целомудрия), так и светских с явными следами советских (роль общечеловеческих ценностей, географическое положение, национальность избранника).

### Список литературы

- Андерсон Б.* Воображаемые сообщества : Размышления об истоках и распространении национализма. М. : Кучково поле, 2016. 416 с.
- Баркова Л. А.* Духовное видение семьи и материнства в творчестве В. В. Розанова // Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер.: Философия. 2016. № 1. С. 114–122.
- Вепрева И. Т.* Инновационные методы исследования аксиологического содержания речевого быта семьи // Cross-Cultural Studies. Education and Science. Т. 3. 2018. № 3. С. 107–113.
- Гадомский А. К.* Теолингвистические исследования в славянском языкознании. Симферополь : Форма, 2017. 320 с.
- Ильиных С. А.* Образы мужчин и женщин в зеркале гендерных представлений // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2008. № 14. С. 120–125.
- Ильиных С. А.* Влияние гендера на картину мира : опыт социологического исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2009. № 28. С. 66–86.
- Ильиных С. А.* Фамилистика: введение нового понятия «семейное сознание» // Изв. Тульск. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2013. № 3–1. С. 231–240.
- Леонтьев Д. А.* Ценность // Человек : филос.-энцикл. словарь. М. : Наука, 2000. 516 с.
- Лосский Н. О.* Ценность и бытие : Бог и Царство Божие как основа ценностей. Париж : YMCA Press, 1931. 135 с.
- Нечаева Н. А.* Патриархатная и феминистская картины мира : анализ структуры массового сознания // Гендерные тетради. СПб. : С.-Петербург. филиал Ин-та социологии РАН, 1997. Вып. 1. С. 17–43.
- Петров А. В.* Пересечение понятий «добро» и «зло» в этике и праве // Наука, общество, человек : Вестн. Урал. отд. РАН. 2008. № 3. С. 28–31.

*Рождественский А. В.* Семья православного христианина. СПб. : Паровая тип. Н. В. Гаевского, 1902. 594 с.

Светелка : клуб знакомств для православных : [сайт]. URL: <https://blagovest.cofe.ru/svet/> (дата обращения: 27.04.2021).

Семья : феноменология повседневности / под общ. ред. Е. С. Элбакян, Г. С. Широкаловой. Ниж. Новгород : НГСХА, 2016. 444 с.

*Соболева Л. С.* Гимн семейной любви и гармонии в рукописном сборнике проповедей конца XVII века // Диалог со временем. 2020. Вып. 73. С. 254–270. DOI 10.21267/AQUILO.2020.73.73.014.

*Сюй Ш.* Вербальные знаки ценностных предпочтений современной женщины (на материале брачных объявлений) // Научный диалог. 2016. № 11 (59). С. 110–120.

*Троицкий С. В.* Христианская философия брака. Клин : Фонд «Христианская жизнь», 2001. 224 с.

*Черняк Е. М.* Парадигмы исследования семьи // Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования. 2011. № 1. С. 79–85.

*Kluckhohn C.* Culture and Behavior : Collected Essays. N. Y. : Free Press, 1962. 402 p.

*Kwinta E.* Idealna kobieta, idealny mężczyzna w ogłoszeniach matrymonialnych // Język Polski : Organ Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego. 2010. № 4–5. S. 286–292.

*Orszulak-Dudkowska K.* Świat ogłoszeń matrymonialnych – poszukiwania i inspiracje // Lud. 2004. № 88. S. 65–77.

Przeznaczeni : portal randkowy dla ludzi z wartościami. URL: [www.przeznaczeni.pl](http://www.przeznaczeni.pl) (accessed: 07.01.2021).

Przystań dla szukających miłości : Katolickim Centrum Kojarzenia Małżeństw : [website]. URL: <http://czysteserca.pl/> (accessed: 27.04.2021).

*Rokeach M.* The Nature of Human Values. N. Y. : Free Press, 1973. 438 p.

Zapisani Sobie : katolicki portal randkowy – chrześcijańskie randki internetowe. URL: <https://zapisanisobie.pl/> (accessed: 27.04.2021).

## References

Anderson, B. (2016). *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostraneniі natsionalizma* [Imaginary Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism]. Moscow, Kuchkovo pole. 416 p.

Barkova, L. A. (2016). Dukhovnoe videnie sem'i i materinstva v tvorchestve V. V. Rozanova [The Spiritual Vision of Family and Motherhood in the Works of V. V. Rozanov]. In *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya*. No. 1, pp. 114–122.

Chernyak, E. M. (2011). Paradigmy issledovaniya sem'i [The Research Paradigm of the Family]. In *Sovremennaya sotsial'naya psikhologiya: teoreticheskie podkhody i prikladnye issledovaniya*. No. 1, pp. 79–85.

Elbakyan, E. S., Shirokalova, G. S. (Eds.). (2016). *Sem'ya. Fenomenologiya povsednevnosti* [Family. The Phenomenology of Everyday Life]. Nizhny Novgorod, Nizhegorodskaya gosudarstvennaya sel'skokhozyaistvennaya akademiya. 444 p.

Gadomski, A. (2017). *Teolingvisticheskie issledovaniya v slavyanskom yazykoznanii* [Theolinguistic Studies in Slavic Linguistics]. Simferopol, Forma. 320 p.

Il'nykh, S. A. (2008). Obrazy muzhchin i zhenshchin v zerkale gendernykh predstavlenii [Images of Men and Women in the Mirror of Gender Perceptions]. In *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*. No. 14, pp. 120–125.

Il'nykh, S. A. (2009). Vliyanie gendera na kartinu mira. Opyt sotsiologicheskogo issledovaniya [The Influence of Gender on the World Picture: The Experience of Sociological Research]. In *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie*. No. 28, pp. 66–86.

Il'nykh, S. A. (2013). Familistika: vvedenie novogo ponyatiya "semeinoe soznanie" [Family Studies: Introducing a New Concept of "Family Consciousness"]. In *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*. No. 3–1, pp. 231–240.

- Kluckhohn, C. (1962). *Culture and Behaviour: Collected Essays*. N. Y., Free Press. 402 p.
- Kwinta, E. (2010). Idealna kobieta, idealny mężczyzna w ogłoszeniach matrymonialnych. In *Język Polski. Organ Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego*. No. 4–5, pp. 286–292.
- Leont'ev, D. A. (2000). Tsennost' [Value]. In *Chelovek. Filosofsko-entsiklopedicheskii slovar'*. Moscow, Nauka. 516 p.
- Losskii, N. O. (1931). *Tsennost' i bytie. Bog i Tsarstvo Bozhie kak osnova tsennosti* [Value and Being. God and the Kingdom of God as the Basis of Values]. Paris, YMCA Press. 135 p.
- Nechaeva, N. A. (1997). Patriarkhatnaya i feministskaya kartiny mira: analiz struktury massovogo soznaniya [Patriarchal and Feminist Worldviews: Analysis of the Structure of Mass Consciousness]. In *Gendernye tetrad*. St Petersburg, Sankt-Peterburgskii filial Instituta sotsiologii RAN. Iss. 1, pp. 17–43.
- Orszulak-Dudkowska, K. (2008). Świat ogłoszeń matrymonialnych – poszukiwania i inspiracje. In *Lud*. No. 88, s. 65–77.
- Petrov, A. V. (2008). Peresechenie ponyatii “dobro” i “zlo” v etike i prave [The Intersection of the Concepts of “Good” and “Evil” in Ethics and Law]. In *Nauka, obshchestvo, chelovek. Vestnik Ural'skogo otdeleniya RAN*. No. 3, pp. 28–31.
- Przeznaczeni. *Portal randkowy dla ludzi z wartościami*. URL: [www.przeznaczeni.pl](http://www.przeznaczeni.pl) (accessed: 07.01.2021).
- Przystań dla szukających miłości. Katolickim Centrum Kojarzenia Małżeństw* [website]. URL: <http://czysteserca.pl/> (accessed: 27.04.2021).
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. N. Y., Free Press. 438 p.
- Rozhdestvenskii, A. V. (1902). *Sem'ya pravoslavnogo khristianina* [The Family of an Orthodox Christian]. St Petersburg, Parovaya tipografiya N. V. Gaevskogo. 594 p.
- Soboleva, L. S. (2020). Gimn semeinoi lyubvi i garmonii v rukopisnom sbornike propovedei kontsa XVII veka [An Ode to Family Love and Harmony in the Handwritten Collection of Sermons from the Late Seventeenth Century]. In *Dialog so vremenem*. Iss. 73, pp. 254–270. DOI 10.21267/AQUILO.2020.73.73.014.
- Svetelka. Klub znakomstv dlya pravoslavnykh* [Svetelka. Dating Club for Orthodox Christians] [website]. (N. d.). URL: <https://blagovest.cofe.ru/svet/> (accessed: 27.04.2021).
- Syui, Sh. (2016). Verbal'nye znaki tsennostnykh predpochtenii sovremennoi zhenshchiny (na materiale brachnykh ob'yavlenii) [Verbal Signs of the Value Preferences of the Modern Woman (Based on the Material of Marriage Advertisements)]. In *Nauchnyi dialog*. No. 11 (59), pp. 110–120.
- Troitskii, S. V. (2001). *Khristianskaya filosofiya braka* [The Christian Philosophy of Marriage]. Klin, Fond “Khristianskaya zhizn”. 224 p.
- Vepreva, I. T. (2018). Innovatsionnye metody issledovaniya aksiologicheskogo soderzhaniya rechevogo byta sem'i [Innovative Methods of Research of the Axiological Content of the Speech Life of the Family]. In *Cross-Cultural Studies. Education and Science*. Vol. 3. No. 3, pp. 107–113.
- Zapisani Sobie. Katolicki portal randkowy – chrześcijańskie randki internetowe*. URL: <https://zapisanisobie.pl/> (accessed: 27.04.2021).

*The article was submitted on 22.01.2021*