

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

*На правах рукописи*



**Кирюхина Надежда Владимировна**

**ГЕНДЕРНЫЙ КОМПОНЕНТ В СЕМАНТИКЕ РУССКИХ И  
АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ**

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная  
лингвистика

Диссертация на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук, доцент  
О.Б. Абакумова

Орел 2025

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	4
<b>Глава 1. ПОСЛОВИЦЫ И АНТИПОСЛОВИЦЫ: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ВЫЯВЛЕНИЯ</b> .....	17
1.1 Проблема определения, языкового статуса, значения и смысла пословиц.....	17
1.2 Лингвистический феномен антипословицы и определение его места в паремиологии.....	27
1.3 Инференциальный потенциал антипословиц. К вопросу об универсальности антипословичного высказывания.....	32
1.4 Особенности стилистико-художественного оформления антипословичного текста.....	38
1.5 Прагматическая специфика пословичных неологизмов.....	41
1.6 Трансформационные стратегии антипаремиологического жанра.....	44
Выводы по главе 1.....	51
<b>Глава 2. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ЯЗЫКЕ И СЕМАНТИКА ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ</b> .....	55
2.1 Гендерная лингвистика и её постулаты.....	55
2.2 Применимость терминологического аппарата гендерной лингвистики к пословицам и антипословицам.....	64
2.3 Культурный код как ведущая категория лингвокультуры.....	71
2.4 Структуризация речевой (антипословичной) картины мира в нео- паремиологических фондах русского и английского языков .....	82
Выводы по главе 2.....	88
<b>Глава 3. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ</b> .....	90

3.1 Структурный анализ пословиц и антипословиц русского и английского языков.....	90
3.2 Семантический анализ пословиц и антипословиц русского и английского языков.....	119
3.2.1 Концептуальная метафора (образная составляющая концепта) в русскоязычных пословицах и антипословицах.....	121
3.2.2 Концептуальная метафора (образная составляющая концепта) в англоязычных пословицах и антипословицах.....	128
3.3 Пословичный концепт <i>Женщина / Woman</i> .....	134
Выводы по главе 3.....	152
<b>Заключение</b> .....	155
<b>Список литературы</b> .....	163

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящее диссертационное исследование посвящено комплексному рассмотрению гендерного фактора, нашедшего отражение в паремиологических единицах и раскрывающих категорию фемининности в русскоговорящем и англоговорящем культурных сообществах, а также системному описанию и аналитической интерпретации культурно обусловленной репрезентации гендерного компонента в семантике и структуре пословиц и антипословиц русского и английского языков.

**Актуальность** данного исследования обусловлена, во-первых, повышенным вниманием к изучению и описанию динамики развития гендерного фактора в языке в связи с антропологическим направлением в отечественном языкознании; во-вторых, значительным интересом к комплексному изучению пословичных гендерно маркированных единиц как репрезентантов русскоязычной и англоязычной языковых и культурных картин мира, кодирующих национально-детерминированные представления о мужчине и женщине в сопоставляемых лингвокультурах; в-третьих, недостаточной изученностью проявления гендерного фактора в русскоязычном и англоязычном паремиологических фондах в диахроническом и синхроническом аспектах.

**Степень научной разработанности темы.** Становление антропологической парадигмы в научном знании послужило толчком к побуждению большого научного интереса к разработке проблематики гендерной лингвистики, о чём свидетельствует большое количество статей, учебных пособий, монографий, рассматривающих фундаментальные вопросы гендерной лингвистики, разрабатывающих её терминологический аппарат, а также исследующие теорию социокультурной и биологической детерминированности пола и гендера, механизмы конструирования гендера: И. Гоффман (1994), А. В. Кирилина (1999, 2022), М. В. Гаранович (2002), К. Уэст, С. Фенстермейкер (2002), И. В. Зыкова (2003), Ф. Дейтч (2007),

А. А. Тёмкина, Е. А. Здравомыслова (2015) и др. Гендерные аспекты языковой картины мира, лингвокультурологии и концептологии рассматриваются в трудах В. А. Ефремова (2010, 2023), А. А. Григоряна (2021), Л. А. Нефедовой (2023, 2024), Р. И. Бабаевой (2021), А. С. Яценко (2021), Е. С. Гриценко (2022), Н. В. Данилевской (2022) и др. Важными для диссертационного исследования стали труды, исследующие фразеологическую гендерную маркированность и языковую репрезентацию оппозиции «маскулинность / фемининность» – работы В. Н. Телия (1996), И. В. Зыковой (2003), А. В. Кирилиной (2009), В. А. Ефремова (2010), А. Т. Литовкиной (2019) и др.

Также стоит отметить, что данная научная дисциплина находится в стадии активного развития, о чём свидетельствует появление терминологического словаря гендерной лингвистики в 2002 году под редакцией А. А. Денисовой и наличие ежегодных периодических журналов, посвященных вопросам взаимоотношений гендера и языка: «Гендер и СМИ», выпускаемый на базе МГУ им. М. В. Ломоносова, издаваемый с 2007 г., и периодическое издание «Адам и Ева. Альманах гендерной истории», выпускаемое на базе ИВИ РАН с 2001 г.

Пословица как фольклорный текст давно интересовала исследователей народной литературы. В этом отношении большой вклад в изучение паремиологии внесли работы В. И. Даля (1957), И. М. Снегирева (1848), Г. Л. Пермякова (1975, 2001), В. П. Жукова (1966, 1991), В. Мидера (1994, 2004), В. Н. Телия (1966, 1996) и др. Особенно важно отметить работы специалистов в области составления словарей пословиц. В последние десятилетия пословицы стали больше интересовать исследователей с позиций языка, их места в языковой системе, их структуры и функции (А. Крикманн 1984; М. Кууси 1978; В. М. Мокиенко, Х. Вальтер 2004, 2005; А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский 2008, 2011; О. Лаухакангас 2015; Е. И. Селиверстова 2011, 2017), описания стилистических особенностей (Т. Г. Бочина 2003, 2023), сопоставительного изучения пословиц (В. И. Карасик 2002, 2004; Е. В. Иванова 2006; М. Ю. Котова, А. А. Колпакова 2018; О. Б. Абакумова 2009,

2013). В настоящее время пословицы все чаще привлекаются к концептуальным, лингвокультурологическим исследованиям (Е. В. Иванова 2006, 2014; В. И. Карасик 2004, 2023; М. Л. Ковшова 2013, 2019; Т. Г. Бочина 2003, 2023; О. Б. Абакумова 2013, 2024). Лингвисты интересуются их сложным языковым статусом (Г. Л. Пермяков 1975; Cram 1994; Norrick 1994; Л. Б. Савенкова 2002; А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский 2008, 2011), семантикой, прагматикой (Г.Д. Сидоркова 1999; Н. Н. Семененко 2012; О. Б. Абакумова 2013), оценочностью (А. Крикманн 1984; О. Б. Абакумова 2013; А. И. Лызлов 2011, 2022), типологией, референцией (Ю.И. Левин 1984; Т. М. Николаева 1995; Т. Г. Бочина 2003; А. В. Жуков 2007; О. Е. Фролова 2007), когнитивно-дискурсивным моделированием смысла пословицы в дискурсе (О. Б. Абакумова 2013, 2015; О. А. Сулица 2020, 2022; В. И. Ильминская 2024), функционированием пословиц в тексте (С. В. Сидорков 2003; О. Лаухакангас 2015; О. В. Ломакина 2015, В. Мидер 2015).

Относительно новым веянием в паремиологии является исследование деривационных единиц, таких как антипословицы, антипоговорки, антиафоризмы и т.д., являющиеся продуктом лингвистической креативности человека. Вопросам лингвистической креативности в целом и фразеологической и паремиологической креативности в частности посвящены труды В. Мидера (1993, 1999), А.Т. Литовкиной (1999, 2021), В. М. Мокиенко, Х. Вальтера (2005, 2010), Е. Е. Жигариной (2006), Е. В. Ивановой (2014), П. С. Дронова (2011, 2014), Е. Е. Ивановой (2011, 2015), Х. Христовой-Готхардт (2011), А.Т. Litovkina, A W. Mieder, Hrisztova-Gotthardt H., Barta P., Vargha K. (2021), О. Б. Абакумовой (2023, 2024), А. Д. Бакиной (2024), И. В. Зыковой (2023), М. Л. Ковшовой (2024) и др.

**Гипотеза исследования.** Изучение семантики, структуры, референции пословиц и их функционирования в динамике (в форме антипословиц) способно раскрыть современное культурно обусловленное наполнение категории «фемининность», а также проследить процесс развития

архетипической оппозиции «мужчина / женщина», закрепленной и отраженной в языке.

**Объект** исследования – категория фемининности, лингвистически объективированная в паремиологическом фонде русского и английского языков.

**Предметом** исследования выступают гендерно маркированные пословицы и антипословицы русского и английского языков.

**Цель** настоящей работы состоит в выявлении гендерно универсальных и гендерно специфических качеств в содержании русскоязычных и англоязычных пословиц и антипословиц.

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

1. изучить подходы к разграничению явлений фразеологизма, пословицы и поговорки и установить их взаимосвязи с явлением антипословицы;
2. охарактеризовать состояние проблемы изучения гендерного фактора в современной лингвистике;
3. выявить особенности гендерно маркированных пословиц и антипословиц русского и английского языков на структурном, семантическом и референциальном уровнях с установлением статуса гендерного компонента в значении пословиц в сопоставительном аспекте;
4. определить наиболее частотно употребляемые фемининные гендерно маркированные лексемы в паремиологических фондах русского и английского языков;
5. установить доминантные, наиболее культурно значимые гендерные роли женщины в различных сферах общественной жизни русскоязычного и англоязычного социума в сопоставительном аспекте.

**Материал** исследования – гендерно маркированные русские и английские пословицы и антипословицы, извлеченные из словарей на основе структурного и семантического принципа отбора паремий. В основу

настоящего исследования был положен структурный, семантический и референциальный анализ свыше 1600 пословиц и антипословиц из наиболее авторитетных словарей: Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа, 2005; Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок, около 1 200 пословиц и поговорок, 1991; Зимин В.И., Ашурова С.Д. Русские пословицы и поговорки: учебный словарь, 1994; Иванов, Е.Е. Антипословицы Рунета: типология и словарь, 2009; Маргулис А., Холодная А. Русско-английский словарь пословиц и поговорок, 2000; Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Народная мудрость: русские пословицы, 2011; J.A. Simpson, J. Speake The Concise Oxford Dictionary of Proverbs, 1992; Fergusson R. The Penguin Dictionary of Proverbs, 2001; Jennifer Speake The Oxford dictionary of proverbs, 2007; Mieder W., Litovkina A. T. Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs, 2002.

В диссертации использованы следующие **методы**:

- *метод фразеологической идентификации;*
- *метод компонентного анализа;*
- *методы и приемы интерпретации, сопоставления, обобщения и классификации;*
- *метод словарных дефиниций;*
- *сравнительно-сопоставительный метод;*
- *референциально-типологический метод;*
- *стилистический анализ;*
- *метод количественной обработки отобранных пословиц и антипословиц и обобщения данных;*
- *лингвокультурологический анализ.*

**Теоретическую и методологическую базу** диссертационного исследования составили идеи, теории и учения отечественных и зарубежных учёных в следующих областях:

- 1) теория языка и методология лингвистических исследований (А. А. Потебня, Я. Ассман, Н. Д. Арутюнова, Ю. Д. Апресян, И. В. Арнольд,

Н. Ф. Алефиренко, В. Г. Гак, Б. М. Гаспаров, Ю. М. Лотман, Е. С. Кубрякова, Г. В. Колшанский, Е.В. Падучева, В. Н. Телия);

2) фразеология (А. В. Кунин, Н. Ф. Алефиренко, В.М. Мокиенко, Х. Вальтер, В. П. Жуков, И. В. Зыкова, М. Л. Ковшова, В. Н. Телия);

3) паремиология (Г. Л. Пермяков, В. П. Жуков, Е. В. Иванова, Т. Г. Бочина, О. Е. Фролова, О. Б. Абакумова, А. Крикманн, О. Лаухакангас, А. Т. Литовкина, В. Мидер);

4) лингвокультурология (Н. Д. Арутюнова, В. Н. Телия, Д. Б. Гудков, В. В. Красных, М. Л. Ковшова, В. И. Карасик, И. В. Зыкова, С. Г. Воркачев, Н. А. Красавский, Е. В. Иванова, О. Б. Абакумова);

5) гендерные исследования языка (И. Гоффман, А.А. Григорян, А. В. Кирилина, И. В. Зыкова, А. А. Денисова, В. А. Ефремов, Л. А. Нефёдова, А. А. Тёмкина, Е. А. Здравомыслова, В. Н. Телия, Р. Лакофф, А.Т. Литовкина, К. Уэст, С. Фенстермейкер, И. И. Халеева).

**Научная новизна** работы определяется тем, что:

1) уточнено понимание терминосочетания «речевая антипословицная картина мира»;

2) предложена критериальная база структурной классификации антипословиц;

3) выявлен периферийный статус антипословиц в паремиологическом фонде русского и английского языков;

4) определены универсальные и этноспецифические характеристики феминности в сопоставляемых лингвокультурах;

5) выявлена тенденция к гиноцентризму в русскоязычных и англоязычных антипословицах.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что: во-первых, установлены культурно релятивные качества, стили поведения, гендерные установки и стереотипы, составляющие ядро архетипа «женщина» в сопоставляемых лингвокультурах; во-вторых, выявлены исторически и социально обусловленные смещения концептуализации феномена «гендер» в

русскоязычной и англоязычной картинах мира; в-третьих, определены социокультурные факторы, способствующие нивелированию гендерных различий в современном российском и англоязычном социуме; в-четвертых, выявлена различная скорость стирания гендерных граней в сопоставляемых лингвокультурных сообществах, что обусловлено в первую очередь дифференциацией в иерархии их системы ценностей.

**Практическая значимость** работы состоит в возможности использования отобранного паремиологического материала для создания словарей, базирующихся на категориях «маскулинность» / «фемининность». Полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы в рамках теоретических курсов «Введение в теорию межкультурной коммуникации», «История и культура стран изучаемого языка», «Лингвокультурологические аспекты перевода», а также в языковых курсах практики культуры речевого общения на иностранном языке. Результаты работы найдут применение при подготовке студентами филологического профиля выпускных квалификационных работ.

**Основные результаты исследования и положения, выносимые на защиту:**

1. Феномен фемининности широко представлен в русских и английских паремиях. В нем обнаруживается как универсальное, так и этноспецифическое наполнение гендерных ролей, стереотипов, моделей поведения и моральных установок, что обусловлено как общецивилизационными, так и этнокультурно детерминированными факторами на стыке диахронии и синхронии. Оценка образа женщины в пословицах и антипословицах русского и английского языков выражается через концептуальную пословичную метафору, которая формирует образную составляющую пословичного концепта.

2. Уточняется определение термина *антипословица*, отвечающее двум векторам рассмотрения данного явления: *семантическому и структурному*. Антипословица рассматривается как трехуровневый знак,

задействующий в качестве праформы традиционные пословицы, афоризмы, фразеологизмы, устойчивые выражения, прецедентные имена, тексты и ситуации, а также как знак, не использующий перечисленные деривационные механизмы, но обладающий семантической противопоставленностью устаревшему хрестоматийно-поучительному семантическому потенциалу традиционной пословицы.

3. Предлагается понятие речевой антипословичной картины мира, определяемой как часть языковой картины мира, основу которой составляют антипословицы. Речевая антипословичная картина мира частично сохраняет свойства пословичной картины мира, являясь репрезентантом социально релевантных знаний об объектах и явлениях окружающего мира, однако противопоставляется последней по степени актуальности передаваемых семантикой провербиального знака культурных кодов, национально-гендерных стереотипов, а также содержанием категорий маскулинности и фемининности того или иного лингвокультурного сообщества.

4. Выявляются определенные культурные трансформации в социальной релевантности фемининных гендерных ролей, образующих различные гиноцентричные вершины в пословичной картине мира, сформированной традиционными паремиями, и в современной речевой антипословичной картине мира. Установлена устойчивая тенденция к снижению контрадикторности категорий *«маскулинность»* и *«фемининность»* в русскоязычных и англоязычных антипословицах, что проявляется: а) в частичном атрибутировании традиционно маскулинных качеств референту-женщине; б) в частичном атрибутировании традиционно фемининных качеств референту-мужчине. В современных англоязычных антипословицах по сравнению с русскоязычными выявлено значительно более заметное нивелирование границ между маскулинностью и фемининностью.

5. Установлен факт появления в сопоставляемых языках фемининных антипословиц, обладающих регулятивной и моделирующей функцией женского поведения, что свидетельствует о тенденции вытеснения

андрогинного взгляда на мир гиноцентрическим видением и его фемининной интерпретацией. Андрогинное толкование действительности частично деактуализируется в русскоязычном и англоязычном культурных сообществах в силу происходящих социокультурных изменений в современном обществе.

**Личный вклад автора** состоит в комплексном системном описании гендерного маркера на различных уровнях паремиологического знака: структурном, семантическом и референциальном и в выявлении динамики развития как пословичного концепта «женщина / woman», так и универсальной этнокультурной категории «фемининность» в паремиологических фондах сопоставляемых неблизкородственных языков. Кроме того, автором были отобраны (более 1600 ед.) англо- и русскоязычные гендерно маркированные пословицы и антипословицы из 10 словарей и учебных пособий, что дает возможность компиляции данных единиц в единый гендерно ориентированный паремиологический словарь.

Автором была предложена классификация антипословичных трансформаций в зависимости от типа деривации пратекста. В работе также подвергаются анализу и статистической обработке стилистические средства выразительности, положенные в основу художественного облика антипословичного речения.

Для достижения поставленной цели автором были определены задачи исследования, произведен поиск и анализ научной литературы по теме исследования, обоснована степень изученности проблемы, разработана программа исследования. Лично автором осуществлен сбор материала исследования, выбраны необходимые методы и приемы, проведена обработка, систематизация и обоснование полученных результатов.

**Достоверность результатов** диссертации обеспечивается высокой степенью теоретической и практической изученности проблемы, а также количеством использованных методов для проведения исследования, что в совокупности позволило выявить гендерную, лингво- и этноспецифику сопоставляемых паремиологических фондов. Значительный объем

фактического материала, положенного в основу проведения комплексного анализа (1600 русскоязычных и англоязычных единиц из 10 авторитетных словарей) также подтверждает достоверность полученных результатов.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты исследования были изложены в 16 публикациях общим объемом 6, 28 п.л., в числе которых 5 статей, опубликованных в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ (в том числе 1 статья, индексируемая в Web of Science).

Положения и результаты работы обсуждались на следующих международных научных и научно-практических конференциях: IV Международная научно-практическая конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орёл, 2020); VIII Международная конференция по психолингвистике и теории коммуникации «Жизнь языка в культуре и социуме – 8», Москва, Институт языкознания РАН и РУДН, 28 – 29 мая 2021; XXVI Международная научная конференция Пушкинские чтения – 2021 «Художественные стратегии классической и новой словесности: жанр, автор, текст» (Санкт-Петербург, 2021), V Международная научная конференция, посвященная 75-летию Заслуженного деятеля науки Российской Федерации, доктора филологических наук, профессора Н. Ф. Алефиренко (Белгород, 2021), V Международная конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орёл, 2021), VI Международная конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орёл, 2022), Актуальные вопросы филологии и лингводидактики. Монография памяти профессора Ф. А. Литвина. – Орёл, ОГУ имени И. С. Тургенева, VI Международная конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орёл, 2023); VIII Международная научно-практическая конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орёл, 2024).

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

***Статьи в научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ:***

1) Кирюхина Н.В. Брачные отношения через призму английских пословиц и антипословиц // Вестник САФУ имени М.В. Ломоносова, Архангельск, САФУ имени М.В. Ломоносова, №2, 2021. – С. 52-59.

2) Кирюхина Н.В. Метафоры в пословицах с гендерным компонентом и образ женщины в русских и английских поговорках // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, № 4, 2021. – С. 186–190 (в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

3) Кирюхина Н.В. Dynamic Representation of a Female Gender Role as a Part of a Woman's Image (on the Basis of English Proverbs and Anti-proverbs) // Научный журнал «Вопросы журналистики, педагогики, языкознания»/ Scientific journal "Issues in Journalism, Education, Linguistics", № 2 Том 41, 2022. С.329–338.

4) Кирюхина Н.В. Полевая структура гендерно маркированных пословиц и антипословиц (на материале русского и английского языков) // Материалы Международной научной конференции, вып. № 4 (55): «Когнитивная лингвистика в контексте современной науки», Челябинск: Южно-Уральский государственный университет, 2023. – С.425-428.

***В научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ, и индексируемых в международной базе данных Web of Science (WoS) Core Collection's Emerging Sources Citation Index (ESCI):***

5) Кирюхина Н.В. Паремиологическая репрезентация стереотипного представления о роли женщины в семье (на материале русских и английских пословиц о браке) // Научный периодический журнал «Язык и культура», Томск: Томский государственный университет, №55, 2021. – С. 87-102 (в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

***Статьи в других научных изданиях:***

6) Кирюхина Н.В. Конструирование гендера в русских пословицах и антипословицах // Известия Гомельского государственного университета имени Ф.Скорины, Гомель, 2020. - С.77-80 (в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

7) Кирюхина Н.В. Антропометрические лексемы и структуризация образа мужчины и женщины в современных русских антипословицах с гендерным компонентом (на материале паремического дискурса) // Международный электронный научный журнал «Дискурс профессиональной коммуникации», Москва, МГИМО МИД России, 2019. – С.50-59 (в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

8) Кирюхина Н. В. Анализ английских пословиц и антипословиц с прямой маскулинной гендерной референцией в рамках тематического поля «супружество» // Сборник научных трудов по материалам «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», материалы IV Международной конференции – Орел: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2020. – С. 334- 339.

9) Кирюхина Н.В. Русские антипословицы с гендерными маркерами как способ репрезентации образа мужчины и женщины // Сборник материалов конференции «Жизнь языка в культуре и социуме – 8», Москва, Институт языкознания РАН и РУДН, 28 – 29 мая 2021. – С. 290-291.

10) Кирюхина Н.В. Метафорическая репрезентация образа женщины в русских и английских пословицах // Сборник материалов XXVI Международной научной конференции «Пушкинские чтения – 2021», ЛГУ им. А. С. Пушкина, г. Санкт-Петербург, 2021. – С.284-293(в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

11) Кирюхина Н.В. Паремиологическая репрезентация образа женщины в гендерно маркированных английских пословицах и антипословицах // Языковые образы: лингвокреативные символы этнокультурной духовности: сборник научных трудов по итогам 5-й Международной научной конференции, посвященной 75-летию Заслуженного деятеля науки Российской Федерации, доктора филологических наук, профессора Н. Ф. Алефиренко, г. Белгород, 2021. – С. 94-99 (в соавторстве с О.Б. Абакумовой).

12) Кирюхина Н.В. Вариативность инференциального потенциала антипословиц (на материале английского языка) // Сборник научных трудов

по материалам V Международной конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2021. – С. 525-531.

13) Кирюхина Н.В. Традиционный и современный взгляд на гендерную роль женщины (на материале английского языка) // Актуальные вопросы филологии и лингводидактики. Монография памяти профессора Ф. А. Литвина. – Орёл, ОГУ имени И. С. Тургенева, издательство «Картуш», 2022. – С. 88-92.

14) Кирюхина Н.В. Особенности употребления стилистических приёмов в англо-американских и русских антипословицах // Сборник научных трудов по материалам VI Международной конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2022. – С. 130-134.

15) Кирюхина Н.В. Сравнительная динамическая референциальная типология пословиц и антипословиц английского языка, включающих в свою структуру гендерно-маркированный компонент // Сборник научных трудов по материалам VII Международной конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2023. – С. 364-369.

16) Кирюхина Н. В. Трансформационные приёмы в русских и английских антипословицах // Сборник научных трудов по материалам VIII Международной конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2024. – С. 209-212.

**Объём и структура работы.** Общий объём работы составляет 180 страниц. Диссертационное исследование состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованной литературы.

# ГЛАВА 1

## ПОСЛОВИЦЫ И АНТИПОСЛОВИЦЫ: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ВЫЯВЛЕНИЯ

### 1.1 Проблема определения, языкового статуса, значения и смысла пословиц

Пословицы, будучи квантами народной мудрости и кладезем закодированных культурных смыслов, способны приоткрыть дверь в прошлое, где бережно хранится информация об укладе жизни общества, исторических ценностях, традициях, обычаях, моральных и этических нормах. Они также реализуют уникальный дух народа и транслируют языковую картину мира нации. Воспроизводимость в речи пословицы в том виде, в котором она хранится в коллективной памяти, и ясность понимания её значения для каждого члена того или иного лингвокультурного сообщества позволяют относить пословицу к прецедентным высказываниям [Гудков 1999, Захаренко 1997, Красных 2002], за которыми стоят стереотипные ситуации. Впоследствии такая ситуация «переосмысливается, типизируется и, став фундаментом внутренней формы, несет в себе определенную ценностную ориентацию» [Абакумова 2012: 24]. В данной работе мы исходим из понимания прецедентного высказывания, предложенного В. В. Красных: «прецедентное высказывание (ПВ) — репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу: последний всегда «шире» простой суммы значений; в когнитивную базу входит само ПВ как таковое; ПВ неоднократно воспроизводится в речи носителей русского языка» [Красных 2002: 48]. Однако не все пословицы являются прецедентными высказываниями, а только наиболее известные, часто

употребляемые в речи, входящие в так называемый паремиологический минимум.

Поскольку паремии имеют ряд признаков, схожих с характеристиками фразеологизмов, возникает вопрос о вхождении паремий в раздел фразеологии. При поиске ответа на данный вопрос исследователи руководствуются различными факторами: «способность выступать в речи в качестве единиц номинации / коммуникации, эквивалентность / неэквивалентность слову, наличие семантического приращения – результата переосмысления выражения, различные степени устойчивости (устойчивость лексического состава, структуры, значения, употребления), моделируемость и т.д.» [Селиверстова 2017: 29-31].

Существует также традиция относить пословицы к текстам (В. П. Аникин, Т. Г. Бочина, В. Н. Телия, М. Л. Ковшова, О. Е. Фролова, Ш. Арора и др.). При таком понимании пословицы наравне с притчами, народными песнями, сказками, загадками, анекдотами и т.п., включаются в паремиологический фонд соответствующего языка и культуры. Сложная, многогранная природа пословицы позволяет Г.Л. Пермякову рассматривать пословицу как трехстороннюю сущность: с одной стороны, пословицы «явления языка, сходные с обычными фразеологизмами; с другой — логические единицы суждения или умозаключения; и с третьей — художественные миниатюры, в яркой, чеканной форме отражающие факты живой действительности» [Пермяков 1970: 8].

Такие лингвисты, как В. В. Виноградов, А.В. Кунин, А. Г. Назарян и Т. З. Черданцева, А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский рассматривают пословицы и поговорки в составе фразеологического наследия языка. Ряд других лингвистов, среди которых Н. Н. Амосова, Ю. Ю. Авалиани, Ю. А. Гвоздарев, В. П. Жуков, А. И. Молотков, С. И. Ожегов, воздерживаются от идеи вхождения паремий во фразеологический фонд. Признавая способность паремий и фразеологизмов к воспроизводимости, данные исследователи проводят грань между этими понятиями ввиду их семантических и логических

различий, нейтрализация которых, по их мнению, приведет к расплывчивости фразеологии как научной дисциплины и посеет неопределенность относительно ее объекта. Критерий умозаключения, оформленного в законченное предложение, позволяет В. П. Жукову исключить паремии из состава фразеологии. Продолжая свою мысль о самостоятельном статусе паремий, В. П. Жуков выдвигает следующий аргумент: «в основе их целостного смыслового содержания лежат не понятия, а суждения. Поэтому пословицы и поговорки не могут быть носителями фразеологического значения, которое присуще фразеологизмам; смысл их может быть передан только предложением (нередко развернутым); тогда как значение фразеологизма передается словом или словосочетанием» [Жуков 1991: 9]. Исследователь указывал также, что пословицы обладают двуплановостью, т.е. могут использоваться как в прямом, так и в переносном значении.

В. Н. Телия, как и Ю. А. Гвоздарев, А. И. Молотков, С. И. Ожегов, признают возможность включения паремий во фразеологический состав языка, но подчёркивают, что такое объединение языковых явлений, обладающих весьма разнородной логико-семантической спецификой, в итоге скажется на неоднозначности истолкования объема фразеологии и приведет к разночтениям относительно ее объектов. Таким образом, в настоящий момент данная дилемма решается в зависимости от индивидуально авторского понимания самой фразеологии. Если мы, согласно Г. Л. Пермякову, рассматриваем фразеологию в широком смысле, то пословицы и поговорки будут считаться частью ее фонда, если в более узком смысле – нет [Пермяков 1975].

Многие исследователи паремиологического фонда сходятся в своем понимании пословицы как знака языка, исходя из того положения, что пословица, как всякий знак, обладает планом выражения и планом содержания, подлежат исчислению и воспроизведению в речи. По мнению В. В. Гвоздева, пословица – это «самое сложное образование, которое можно наделить статусом языкового знака» [Гвоздев 1983: 13]. Обсуждая значение

пословицы, В. В. Гвоздев говорит о двух типах значения пословицы: инвариантном и конкретно-ситуативном, которое реализуется в контексте использования.

Г. Л. Пермяков, рассматривая паремии как знаки языка, относит их к формам клише, которые используются в качестве знака: «предложения, клишированные целиком, т.е. состоящие из одних постоянных членов и потому не изменяемые и не дополняемые в речи, мы называем замкнутыми, а клишированные не полностью, т.е. содержащие переменные члены, изменяемые или дополняемые в речи, — незамкнутыми» [Пермяков 1970: 9].

Понимание пословицы как знака языка обнаруживается и в трудах Д. Крэма, который определял пословицу как «лексический знак, но особый лексический знак, обладающий синтаксической структурой, что позволяет заниматься и исследованием синтаксиса пословиц» [Cram 1983] (перевод наш. – Н.К.).

В нашей работе мы исходим из определения пословицы, предложенного О. Б. Абакумовой, поскольку мы полагаем, что данное толкование пословицы включает все необходимые компоненты, связанные с семантикой, структурой и прагматикой этой самой сложной языковой единицы. Согласно О. Б. Абакумовой, пословица это – «сложный языковой знак, фразеологизм со структурой предложения, обобщенным значением, с текстовыми характеристиками и прагматическими функциями, практическое оценочное суждение, функционирующее в речи как косвенный речевой акт чаще всего директивного типа, который используется как тактическое средство реализации коммуникативной стратегии говорящего» [Абакумова 2021: 95-96]. К текстовым характеристикам относятся тема и образная составляющая пословицы, которая представлена метафорой или образным сравнением, прагматические функции включают констативную, экспрессивно-оценочную, регулятивную, метаязыковую и др. Прагматические функции пословиц подробно описаны Г. Л. Пермяковым [Пермяков 1970] Г. Д. Сидорковой

[Сидоркова 1999], С. В. Сидорковым [Сидорков 2003] и другими исследователями.

Сложность определения пословицы объясняется, как уже отмечалось, её органично комплексной природой, обладающей определенной спецификой в семантическом, структурном и функциональном планах, и которая, в то же время, развивает некоторый фиксированный ряд пословичных признаков или маркеров, позволяющих декодировать тот или иной устный или письменный текст как пословицу. Позволим себе заметить, что фиксация таких пословичных маркеров представляется нам весьма ценным лингвистическим материалом, поскольку в фокусе нашего внимания находятся и инновационные паремиологические единицы – антипословицы [Абакумова, Кирюхина, 2021, с. 96]. В связи с чем у нас возникает вопрос о полной или частичной возможности применения пословичных признаков-маркеров к антипословицам, которые рассматриваются в третьем параграфе настоящей работы.

А. Крикманн предлагает выделить среди пословично релевантных признаков следующие: 1) своим непосредственным значением текст не соответствует ситуативному и/или речевому контексту; (2) в своем непосредственном значении он представляется слишком очевидным для понимания и тривиальным, или (3) неправильным, или (4) бессмысленным; (5) он является по форме слишком упорядоченным и орнаментальным [Krikmann 1974]. Американский ученый Ш. Арора предлагает относить то или иное высказывание к пословичному жанру при соответствии самого текста следующим параметрам: общеупотребительность и традиционность, наличие ряда грамматических и синтаксических признаков, лексических маркеров (архаизмы и пр.), звуковых маркеров (ритм, метр, аллитерация) и стилистических маркеров (метафора, параллелизм, парадокс, ирония и пр.) [Arora 1994: 17]. Факторы общеупотребительности и общеизвестности как неперенные пословичные сигнификаторы выдвигаются на первый план и другим зарубежным исследователем, О. Лаухакангас, которая в своих трудах

подчёркивает: «Сила пословиц – в их общеизвестности, в первую очередь это касается структуры. Употребление пословичного клише вызывает чувство «общего языка» у говорящего и его аудитории» [Лаухакангас 2015: 102]. Весьма необходимым признаком пословицы, с точки зрения В. Мидера, является её *провербиальность* [Mieder 2004: 4], нашедшая свое отражение в работах ряда других паремиологов [Arora 1994: 8, Rogers 1994: 162, Obelkevich 1994: 213]. Под провербиальностью В. Мидер понимает традиционность пословицы, задаваемую в совокупности возрастом и степенью употребительности пословицы, вырабатываемыми на основе преемственности и временной выдержки [Mieder 2004: 4].

Адекватность применения данного маркера по отношению к модифицированным пословицам, то есть антипословицам, может вызывать сомнения, поскольку такие творческие речевые конструкции априори выступают инновационными текстами, которые еще не успели «обрасти» провербиальностью. Исследуя лингвистическую природу явлений пословицы и антипословицы, мы, вслед за авторами монографии «*Паремиология без границ*», полагаем, что «гипотетически можно говорить о значительном сокращении периода приобретения пословицей авторитета традиционности, когда благодаря новейшим средствам коммуникации удачно сказанное *bon mot* молниеносно распространяется по планете» [Антонова, Бредис, Владимирова, Гишкаева, Иванов, Зиновьева, Комова, Ломакина, Макарова, Мокиенко, Нелюбова, Николаева, Селиверстова, Семененко, Фаткуллина, Хайруллина, Ц. Цао 2020: 29]. Таким образом, первоочередно мы предлагаем исходить из степени употребительности антипословицы, которая, собственно, и будет образовывать несколько иную провербиальность антипословичных высказываний. Но все остальные маркеры пословичного высказывания (закрытая предикативная структура, ритм, обобщенное значение, которое можно применить к моделированию и оценке разных ситуаций действительности) соблюдаются и в антипословицах.

В области отечественной паремиологии, наряду с определением дефиниции пословицы, стоит проблема разграничения пословицы и поговорки. В данной работе, вслед за Г. Л. Пермяковым, поговорки и пословицы различаются по следующим критериям:

1) по отношениям *замкнутости и открытости синтаксической структуры*. Поговорки, будучи незаконченными суждениями, обретают свой конкретный смысл в контексте употребления, то есть непосредственно в речи, откуда они восполняют недостающую информацию («*[Имя-рек] стреляет из пушки по воробьям*»). В то время как пословицы «*фигурируют в речи в своем постоянном и неизменном облике*» («*Мал золотник, да дорог*»);

2) по *отношениям частотности и обобщенности*. Поговорки, ввиду незамкнутости своей структуры, можно было бы отнести к частным предложениям, поскольку широта охвата их сообщения распространяется на частные случаи («*Овчинка не стоит выделки*»). Пословица, напротив, представляет класс обобщенных предложений или же универсальных высказываний, так как ее сообщение передает информацию о какой-либо закономерности («*В чужой монастырь со своим уставом не ходят*»);

3) по *наличию / отсутствию двуплановой мотивировки* значения. Мотивировка значения может быть как образной, т.е. требующей дополнительного истолкования ввиду присутствия переносного смысла («*Без луны звёзды светят ярче*»), так и прямой, т. е. возможно расширенное толкование прямого смысла («*Сколько мудрецов – столько и мнений*») [Пермяков 1970: 9-11].

В отличие от пословицы, согласно В. П. Жукову, поговорки – это «*краткие народные изречения (нередко назидательного характера), имеющие только буквальный план*», например, «*Деньги дело наживное*» [Жуков 1991: 11]. Наличие образного и безобразного планов выражения пословицы также подчёркивается Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семеновым [Алефиренко, Семенов 2009]. В. П. Жуков также отмечал привязанность поговорки к речи, поскольку она «*вне ее не существует и именно в речи раскрывает свои настоящие*

свойства» [Жуков 1991: 7]. Стоит заметить, что контекстуальная несамостоятельность устойчивых выражений, не эквивалентных суждению, отмечается и в других работах, например, в трудах Н. Ф. Алефиренко и Н. Н. Семенов: «поговорки не обладают семантической независимостью от внешнего контекста, и их функционирование во многом обусловлено способностью украшать и разнообразить речь» [Алефиренко, Семенов 2009: 249].

Упоминания о разграничительном критерии *частности / обобщенности* также обнаруживаются в трудах другого российского лингвиста, Ю. И. Левина, который полагал, что высказывание обретает статус пословицы при условии выражения общего закона и при передаче квантора общности в ее значении [Левин 1984:120-125]. Отличие же поговорки и пословицы, по мнению А. В. Кунина, кроется в их функциональном плане: «поговоркам не свойственна директивная, назидательно-оценочная функция. Пословицы являются выражением народной мудрости, и для них характерна более высокая степень абстракции, чем для поговорок» [Кунин 1996: 177].

Резюмируя все рассмотренные идеи, мы обнаруживаем, что пословицам в большей степени, нежели поговоркам, присущи: 1) идея всеобщности, суждения, нравоучения; 2) замкнутость структуры; 3) наличие прямого и переносного значений.

Проблема разграничения пословицы и других фразеологических единиц представляет весьма обширное поле исследования, что подтверждает наличие многочисленных трудов, посвященных данной проблематике. В предисловии к своему словарю «Словарь русских пословиц и поговорок» В. П. Жуков отмечает: «от фразеологизмов пословицы и поговорки отличаются в структурно-грамматическом отношении: они представляют собой законченное предложение» [Жуков 1990: 9]. Помимо структурно-грамматического критерия, В. П. Жуков указывает на наличие ещё одного – смыслового: «пословицы в отличие от фразеологизмов выражают законченную мысль, организованы по типу предложения и имеют замкнутую

структуру» [Жуков 1990: 18]. Вслед за В. П. Жуковым, Л. Б. Савенкова и А. В. Батулина также подчёркивают, что паремийное значение – суждение, оформленное в структуру предложения [Батулина 2003, Савенкова 2002].

Отграничивая пословицы и поговорки от других паремиологических единиц, В. П. Жуков проводит разделительную черту между последними и крылатыми выражениями и афоризмами: «в отличие от крылатых выражений пословицы и поговорки имеют народное, а не книжное происхождение» [Жуков 1990: 10].

Помимо фразеологизмов, пословиц и поговорок также выделяются сверхфразовые единства, представляющие собой цепь замкнутых предложений, охватывающих большой круг различных ситуаций. Сюда можно было бы отнести загадки, басни, анекдоты, сказки и побасенки ввиду их воспроизводимости в речи в относительно фиксированном и автономном виде. Можно сказать, что основные различия между указанными языковыми выражениями сводятся к числовому критерию. Сверхфразовые единства как бы в самом своем названии заключают мысль «обширности», «многосоставности» и «разнообразия». Г. Л. Пермяков относит их к паремиям, как и пословицы.

Пословицы, будучи самыми сложными языковыми знаками и единицами фольклора одновременно, способны выполнять различные функции. Согласно Г. Л. Пермякову таковыми функциями являются: «1) моделирующая, в соответствии с которой пословица дает словесную (или мыслительную) модель той или иной жизненной (или логической ситуации); 2) поучительная функция реализуется в том, что пословица знакомит с картиной мира, с правилами поведения, мышления и т.д.; 3) прогностическая заключается в том, чтобы предсказывать будущее; 4) магическая, суть которой состоит в способности вызывать нужное действие, навязывать свою волю; 5) негативно-коммуникативная, которая дает возможность говорящему уйти от ответа, сказав что-либо, ничего не сообщить, или отвести довод собеседника; 6) развлекательная, используемая для развлечения слушателей; 7)

орнаментальная, суть которой заключается в «украшении речи» [Пермяков 1988].

А. А. Потебня рассматривал внутреннюю форму как «отношение содержания мысли к сознанию», которое «показывает, как представляется человеку его собственная мысль» [Потебня 1976: 98]. Изучая определение внутренней формы А. А. Потебни, Н. Н. Семенов подводит итог: «внутренняя форма выступает не только как «мостик» от довербального к вербализованному, но и как своеобразный дешифратор образа ситуации через образно-языковую представленность» [Семенов 2015: 116].

Е. В. Иванова предлагает рассматривать внутреннюю форму как «буквальное значение языкового знака, непосредственно выводимое из значений его составляющих и находящееся в различных видах отношений с собственно значением» [Иванова 2006: 33]. Будучи «слепком действительности», внутренняя форма выполняет функцию посредника между реальным миром, миром идей и языком как средством их выражения [Колшанский 1990]. Важной характеристикой внутренней формы выступает ее национальная специфика, которая находит свое непосредственное выражение, как в денотатах, так и сигнификатах пословицы.

Сосуществование нескольких смыслов в пределах одной пословицы позволяет В. В. Гвоздеву разграничить два типа значений пословицы: инвариантное и конкретно-ситуативное [Гвоздев 1983]. О. Б. Абакумова также различает два типа значения пословицы: значение пословицы как языкового знака («чистая» семантика) и прагматическое значение. Рассуждая о коммуникативно-дискурсивной специфике пословиц, О. Б. Абакумова приходит к выводу: «неактуализированная в речи пословица обладает специфическим типом значения, обобщенным, актуализированная пословица приобретает дополнительные оттенки смысла, связанные с реализацией ее значения в контексте коммуникативной ситуации и интенции говорящего, это ее прагматическое значение или текстовый смысл» [Абакумова 2013: 88]. Таким образом, разворачивание коммуникативного акта с интегрированными

в него пословицами предполагает наращение смысла и конкретизацию их значения путем референтивной отнесенности к определенной ситуации и ее участникам, а также проявления актуальных коннотаций, детерминированных социо-культурными стереотипами и рекомендуемыми нормами социального поведения для членов того или иного лингвокультурного сообщества. Актуализированная в речи пословица, тем самым, обретает своё конкретное значение, поскольку с момента своего появления в дискурсе она связывается коммуникантами с определенной ситуацией действительности. В данной работе под значением пословицы понимается инвариантное значение пословицы, под смыслом пословицы – ее референциальное значение, то есть то значение, которое она приобретает в ситуации употребления.

## **1.2 Лингвистический феномен антипословицы и определение его места в паремиологии**

Современная публицистика и другие средства массовой информации широко демонстрируют изобилие новых проявлений народной мудрости, являющихся продуктом «раскованного» стиля языкового творчества массовой культуры, с присущей ему остротой и искромётностью смыслов, злободневных для нашей современности. Таковыми единицами выступают антипословицы, вербальное воплощение которых как специфической разновидности провербиального фонда стало возможным благодаря языковой игре с внутренней и внешней формой традиционной пословицы. Несмотря на то, что явление пословичных трансформаций отнюдь не ново в истории языка, по сей день не существует чётко оформленного описания данного направления, что еще раз демонстрирует тот факт, что специализированное лингвистическое исследование границ и наполнения антипословичного жанра является востребованным направлением изучения современной паремиологии.

По замечанию И. В. Зыковой, «современное общество развивается в условиях глобальных социальных преобразований, имеющих непосредственное отражение на состоянии языков и их изменении» [Зыкова 2024: 192]. Такие процессы проявления креативности в дискурсе и языке И. В. Зыкова предлагает называть *лингвокреативностью*. При этом И. В. Зыкова разграничивает два подхода к пониманию лингвистической креативности.

Первый подход рассматривает взаимосвязь и взаимообусловленность языковой нормы и лингвокреативности, «лингвокреативность понимается как источник создания языкового канона, как движущая сила в реализации утвердившейся языковой конвенции» [Зыкова 2024: 183]. Иными словами, такие процессы происходят в языке совершенно стихийно и естественно, задавая новую языковую норму, поскольку использование языковых единиц «обязательно вызывает к жизни варьирование» [Гак 2016].

Второй подход противопоставляет языковую норму лингвистической креативности, в котором лингвокреативность есть инструмент «осознанного (индивидуального или индивидуально-коллективного) воздействия на языковой канон с целью его изменения» [Зыкова 2024: 183]. Мы полагаем, что антипословицы как пример динамики развития паремиологического фонда можно отнести к примерам такой креативности, поскольку они явно эксплицируют бинарную оппозицию «лингвистическая креативность – языковая норма», которая, в свою очередь, обладает своей «системой координат», позволяющей рассматривать то или иное языковое явление с позиции норма / не норма. Рассматривая тенденции развития языка и речи, Е. Н. Ремчукова подчёркивает: «Языковое творчество выступает именно на фоне стереотипа, и это позволяет выявить закономерности сложных и одновременно гармоничных взаимоотношений языка и речи» [Ремчукова 2016: 210].

На данный момент термин «антипословица» является наиболее приемлемым в научном сообществе способом номинации различных инновационных пословичных трансформаций (*anti-proverb* (English), *anti(-)*

*proverbe* (French), *антипословица* (Russian), and *anti(-)proverbium* (Hungarian) [Mieder 2004, Litovkina, Mieder 2006, Litovkina 2007, Mieder 2007, Litovkina 2021].

Термин «антипословица» можно трактовать как противоположность смыслов двух единиц: пословицы-донора и пословицы-реципиента, поскольку последняя призвана к конфронтации с традиционной системой ценностей, транслируемой паремиологическим фондом языка. Отсутствие однозначного толкования данного термина стало почвой для порождения самых разнообразных номинаций: переделка (*alteration*), пародия (*parody*), трансформация (*transformation*), вариация (*variation*), саркастическое замечание (*sarcastic remark*), намеренная пословичная инновация (*deliberate proverb innovation*), мутация (*mutation*) [Litovkina 2017: 15].

В свете распространения новообразовательных единиц в области когнитивного направления изучения языка появилась новая область научного знания – дериватология, которая исследует «способы формирования и представления нового знания в новообразованиях, специфику отражения в дериватах языковой картины мира носителей языка, влияние современных словообразовательных процессов и их результатов на сознание и поведение членов соответствующего социума» [Ращибурская 2015:76].

Необходимо заметить, что структурный строй антипословичного фонда русского и английского языков весьма отличается друг от друга. Антипословицы английского языка образуются на базе традиционной пословицы, в отличие от антипословиц русского языка, образованных как на базе традиционных пословиц, так и на базе фразеологизмов, крылатых выражений, слоганов, сентенций [Мокиенко, Вальтер 2005].

Изучая подход к термину антипословица, мы наблюдаем множество трактовок. А. В. Загребельный использует термин «пословично-поговорочное выражение» для номинации антипословиц, понимая под ним «устойчивое выражение, образованное на базе деактуализированных и недеактуализированных (сохранивших первоначальное значение)

компонентов и имеющее структуру предложения» [Загребельный 2015: 40]. Автор подходит к вопросу о включении в ряд паремиологических единиц данного явления со значительной степенью условности ввиду отсутствия важнейшего маркера паремии – воспроизводимости.

В. Мидер рассматривает антипословицы как любые преднамеренные изменения пословиц в форме каламбуров, преобразований, опущений, дополнений, которые способны реализовываться как поучительную, так и морализирующую функции [Mieder, Litovkina 2002: 3]. Следующее определение термина «антипословица» обнаруживается в трудах Х. Вальтера и В. М. Мокиенко, где авторы рассматривают её как результат авторской игры слов с пословицей, поговоркой, афоризмом или фразеологизмом; своеобразную модификацию или трансформацию известного выражения или изречения при условии «подчеркнуто иронического их “выворачивания наизнанку”» [Вальтер, Мокиенко 2005: 4]. Согласно А. Т. Литовкиной, антипословицы – это видоизменённые пословицы, сохраняющие признаки пословиц, например, повтор компонентов и рифму, преобразованные, при этом, при помощи добавления различных компонентов (отдельных звуков и/или слов, или простых предложений, клауз), их опущения или замены [Litovkina, Gotthardt, Barta, Vargha, Mieder 2021: 54, 141].

Компиляция антипословиц в формы различных сборников и словарей началась сравнительно недавно, о чём свидетельствует публикация лингвистических словарей антипословиц, а именно В. Мидер и А. Литовкина «Twisted Wisdom: Modern AntiProverbs» [Mieder, Litovkina 1999], Э. Госслер «Besser Arm dran als Bein ab: Antosprichtwörter und ihresgleichen» [Gossler 2005], А. Литовкина и К. Варга «A Hungry Student Dreams about a parcel: Twisted proverbs of students» [Litovkina, Vargha 2005], А. Литовкина и К. Варга «The Nation Lives in Its Jokes: Hungarian proverb parodies» [Litovkina 2005], Х. Вальтер, В. М. Мокиенко «Антипословицы русского народа» [Вальтер, Мокиенко 2005], В. Мидер и А. Литовкина «Old Proverbs Never Die, They Just Diversify: a Collection of Anti-Proverbs» [Mieder, Litovkina 2006], Х. Вальтер,

В.М. Мокиенко «Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы)» [Вальтер, Мокиенко 2006], Иванов Е. «Антипословицы Рунета: типология и словарь» [Иванов 2009], Х. Вальтер, В. М. Мокиенко «Антипословицы русского народа» [Вальтер, Мокиенко 2010], Х. Вальтер, В. М. Мокиенко «Словарь русских ковидных антипословиц-карантинок» [Вальтер, Мокиенко 2021].

Стремление общества пересмотреть устаревшие ценности, намеренное разрушение культурных стереотипов и порождение новых, «подгон» современных реалий в рамки языка – отнюдь не полный список причин возникновения квазипословиц. Пословичная картина мира, с одной стороны, отражает проработанные сгустки мудрости, за которыми стоит плотное и гомогенное социальное пространство, и архаичную систему взглядов на мир и человека в нём с другой. Согласно замечанию Х. Вальтера и В. М. Мокиенко, антипословицы родились не только «как протест против банального здравого смысла и назидательного тона традиционной «народной мудрости», но и как веселая языковая игра, очищающий катарсис, карнавальная речевая маска уставшего от «серьезностей» и трагедий повседневной жизни Человека» [Вальтер, Мокиенко 2010: 7]. Новый социальный опыт человека, расширяемый за счёт изменений в рамках политического, экономического и социальных дискурсов каждой отдельной страны, смещений культурно значимых полоролевых прескрипций, популяризации ранее латентных и табуированных моделей поведения в том или ином сообществе, диктует новые истины, одетые в вербальную одежду антипословицы. Таким образом, новые реалии, вербализованные в тексте неопаремий, способны отражать более актуальное и «живое» наполнение концептов носителей того или иного языка, тем самым порождая новые варианты узуальных пословиц.

### 1.3 Инференциальный потенциал антипословиц.

#### К вопросу об универсальности антипословичного высказывания

Весьма неоднозначен лингвистический статус антипословиц, которые, хотя и восходят к традиционным пословицам с присущей им семантической, компонентной и грамматической целостностью, но не обладают неизменными для пословицы факторами воспроизводимости и общеупотребительности в речи. Данный факт позволяет отнести антипословицы на периферию провербиального фонда языка, поскольку структурно-семантическая стройность неопаремий не обуславливает их вхождение в единую когнитивную базу того или иного языкового сообщества, а значит и не наделяет их статусом прецедентного текста, в отличие от традиционных паремий. Не стоит и спешить с присвоением антипословице статуса «оказиональность», поскольку тщательная проработка внутренней и внешней формы антипословицы позволяет обнаружить базовую образную и синтаксическую структуру, ингерентную традиционной пословице. При проведении лингвистического анализа внутренней формы антипословицы *«Работа сделала из обезьяны человека, а из женщины – лошадь»* становится ясно, что последняя построена на социоморфной метафоре «женщина – недочеловек», широко распространённой в славянских традиционных пословицах, имплицитно и эксплицитно выражающих культуруносный смысл «женщина – существо второго порядка» и, тем самым, содержащих ценностную асимметрию. Таким образом, многие традиционные метафорические, символные и эталонные основания «перерабатываются» современным обществом, и выводятся в речь в обработанном и переосмысленном формате. Иначе выражаясь, «из паремиологического фонда многое вовсе не исчезает бесследно, а лишь переоблачается в новую языковую одежду» [Вальтер, Мокиенко 2010: 5].

В предисловии к своему словарю Х. Вальтер и В. М. Мокиенко отмечают: «как бы «творцы» новых пословиц или ультрасовременных

паремийных трансформ не претендовали на оригинальность, в большинстве из таких трансформ или новообразований прослеживаются контуры обыгрываемого, обновляемого прототипа» [Вальтер, Мокиенко 2010: 5]. Более того, определенные синтаксические формулы, эксплицированные в традиционных пословицах, также находят своё отражение в плане выражения отобранных неопаремий, среди таковых А.Т. Литовкина и ее соавторы по коллективной монографии «Антипословицы на пяти языках» отмечают [Litovkina, Hrisztova-Gotthardt, Barta, Vargha, Mieder 2021: 31]:

1) «**He who X Y**» («*He who hesitates is lost – but the woman who hesitated is won*»), «Кто видит женщин насквозь, тот многое теряет»);

2) «**Better X than Y**»/ «**X is worth Y**» («*It is better to have loved and lost than to be married and divorced*»), «*One girl in the kitchen is worth two at the front gate*», «Старый друг лучше двух подруг», «Лучше потерять любимую жену, чем скорость на повороте»);

3) «**If X, (then) Y**» («*If experience is the best teacher, how is it that some husbands still think they're the boss of the family?*»), «Если жена – клад, остерегайся кладоискателей»);

4) «**X, but Y**» («*Мужчина сразу видит женщину, без которой он не может жить, а женщина – мужчину, с которым бы она могла жить*»).

В своих работах В. И. Карасик рассматривает пословицы, поговорки, афоризмы, цитаты и другие коммуникативные образования в качестве автосемантических высказываний, что объясняется тем, что такие высказывания «функционируют в качестве аргументов, предназначенных для убеждения и/ или развлечения аудитории, их содержание самодостаточно и применимо к широкому спектру ситуаций» [Карасик 2017: 230]. Е. И. Лазарева также относит пословицы к автосемантическим высказываниям, что подтверждается тем, что «автосемантичность обуславливает функционирование пословицы как самостоятельного текста (высказывания), представляющего собой завершённый фрагмент общения и несущего

когнитивную, информационную, психологическую и социальную нагрузку в конкретном акте коммуникации» [Лазарева 2012: 17].

Очевидно, что не все антипословицы можно квалифицировать как универсальные высказывания ввиду отсутствия генерализованного смысла инновационного речетворческого высказывания. Согласно В. И. Далю, «пословица – это обиняк, с приложением к делу, понятый и принятый всеми» [Даль 1957: 35]. Подтверждает ли это толкование, что антипословица также обладает смысловой общепризнанностью? Скорее да, чем нет, о чём идет речь ниже.

Используя принцип классификации пословиц В. И. Карасика [Карасик 2017: 231], мы делим отобранные гендерно-маркированные антипословицы на три содержательных группы: 1) с низкой инференциальной вариативностью; 2) с повышенной инференциальной вариативностью; 3) парольные, идиоматические.

Е. Н. Гаврилова разделяет универсальные и конкретизированные высказывания [Гаврилова 1986]. Е. Н. Гаврилова в качестве определения универсального высказывания предлагает следующее: это высказывание, обладающие «генерализированной семантикой, обеспечивающей самодостаточность их смысла, полноту содержащейся в них информации» [цит. по Иванову 2018: 139]. Среди признаков семантической структуры универсальных высказываний Е. Е. Иванов выделяет «нереферентность имен, атемпоральное синтаксическое значение времени, квантификация общности (всеобщности)» [Иванов 2018: 345]. Универсальные высказывания (*Книга учит нас жить*) противопоставляются конкретизированным высказываниям (*Книга лежит на столе*) по степени общности сообщаемой информации. Мы предполагаем, что некоторые антипословицы можно отнести к разделу *универсальных высказываний*.

Для установления уровня инференциального уровня антипословицы был проведён опрос среди информантов возрастной группы 20-25 лет, принадлежащих к русской лингвокультуре, которым предлагалось порядка

100 антипословиц русского (50) и английского (50) языка, подлежащих классификации по степени выводимости смысла. В результате были получены следующие данные.

В первую группу антипословичных высказываний входят антипословицы с низкой инференциальной вариативностью, то есть антипословицы, имеющие единственный вариант возможного трактования. Например, антипословица «*A fool and her money are soon courted*» (Оригинал: «*A fool and his money are soon parted*») транслирует только одну доступную версию прочтения – богатые, но глупые девушки никогда не бывают одиноки (вероятно, потому что такие девушки не умеют разумно пользоваться своим богатством, что открывает мужчинам путь для ухаживания за ними с целью различного рода махинаций и обмана на деньги). Иначе выражаясь, антипословицы, составляющие данную категорию заключают в себе прозрачный и легко читаемый смысл, быстро понимаются реципиентом. Согласно проведенному опросу, информанты отнесли большинство представленных антипословиц (59%) к первому типу (с низкой инференциальной вариативностью).

Ко второму типу антипословиц предлагается относить антипословицы с повышенной инференциальной вариативностью, что объясняется закодированным значением транслируемой мысли, процесс декодирования которой допускает наличие двух и более вариантов трактования. Русскоязычная антипословица «*Баба с возу – деду легче*» допускает два варианта осмысления, которые возможны ввиду полисемии прилагательного «*легкий*»: 1) *деду легче везти воз физически*; 2) *деду легче морально, чувство облегчения и свободы, когда жены нет рядом*. К данной категории антипословиц информанты отнесли наименьшее количество антипословиц (6%).

Третью группу по степени сложности выведения смысла составляют антипословицы с паролем значением, не подлежащем декодированию путем использования простой логики и здравого смысла (35%). Значение

антипословиц, входящих в данный класс, не выводится из слов-компонентов антипословицы. Например, антипословица «*You can tell a lot about a person by the time she keeps*», не будучи элементом дискурса, не объясняет причину использования местоимения *she* («*A man is known by the company he keeps*»).

Однако при обращении к ситуации употребления становится понятно, что это антипословица-слоган часовой компании «Omega», которая демонстрирует факт попытки компании выйти на новый рынок покупателей – «женский рынок», получение которого, очевидно, планировалось путем имплементации в общество потребителей следующего смысла: «можно многое сказать о женщине, по тому, какие часы она носит». Отличительной чертой третьего типа антипословиц выступает тот факт, что они не могут быть применены к различным коммуникативным ситуациям, поскольку такие речения, как правило, либо представляют собой бессмысленный, но забавно подобранный набор слов («*Баба с возу – два сапога пара*»), либо узко коммуникативно направлены, то есть создаются искусственно с целью возведения таковых в ранг слоганов, например, антипословица «*Home is where the Howard is*» (реклама американского банка «Howard State Bank»); антипословица «*A man's beer is his castle*» (реклама пива «Hofbräu»); антипословица «*A working mothers's best friend is her Maytag*» (реклама американской фирмы «Maytag», выпускающей бытовую технику) и т.д.

Резюмируя вышесказанное, речения первого типа легко понимаются реципиентом, что обеспечивает их популярность в народе. Ко второму типу относятся антипословицы с повышенной инференциальной вариативностью, которая достигается за счёт частичной парольности нео-высказывания, но при этом поддается логическому анализу и осмыслению, в результате симбиоза которых мы получаем несколько возможных вариантов интерпретации значения антипословичного текста. К третьему классу антипословиц относятся антипословицы с полностью парольным значением, не выводимым не из логической суммы слов-компонентов высказывания, не из переносного смысла речения. Однако в отличие от антипословиц, парольный смысл

традиционных пословиц сложился в связи с двумя тенденциями: 1) выпадение некоторых ранее входящих в план выражения слов-компонентов пословицы. Например, пословица «*A miss is as good as a mile*» некогда выглядела следующим образом: «*A miss in an inch is as good as a miss in a mile*», что означало «промах есть промах и неважно, на сколько сантиметров»; 2) смена поколений и культурных реалий. Например, пословица «*Люби жену, как душу, трясси её, как грушу*» в славянской культуре имела положительную коннотацию, поскольку дерево груша, являлось древним символом плодovitости, материнства. В. М. Мокиенко и Х. Вальтер также приводят в пример широко употребительную украинскую поговорку *груші на вербі*, выступающую как знак чего-то абсолютно невозможного, невероятного, поскольку поговорка реализует мифологическое противопоставление двух дендрологических символов – бесплодности (*верба*) и плодovitости (*груша*) [Мокиенко, Вальтер 2007].

Высокую степень парольности смысла традиционных пословиц, составляющих третий тип автосемантических высказываний, мы склонны связывать с тем фактом, что обычно носители языка не обладают достаточной компетенцией, чтобы разгадать историко-этимологическую «подоплёку» значения пословицы, как, например, в случае с символом «груша – плодородие». Данный фактор приводит либо к неверному истолкованию пословицы, либо к малой воспроизводимости паремиологической единицы. Т. А. Зуева, отмечая данные характеристики отдельных пословиц, также пишет, что «отдельные пословицы характеризуются тем, что их внутренняя форма «осложнена повышенной образностью, экспрессивностью, ее интерпретация предполагает достаточно высокий уровень языковой компетенции» [Зуева 2012: 202]. Антипословицы русского и английского языков, входящие в третий тип автосемантических высказываний, фиксируют несколько другую природу парольности, сводящуюся в целом к пониманию (непониманию) контекста употребления и связаны, как правило, с культурными реалиями.

## 1.4 Особенности стилистико-художественного оформления антипословичного текста

Как отмечают Н. Ф. Алефиренко и Н. Н. Семенов, ритмико-фонетическое оформление пословицы является её ярким провербиальным маркером: «Рифма – важнейший залог воспроизводимости паремии, но не менее важен и ритм, оформляющий высказывание, возводящий его в ранг поэтического произведения» [Алефиренко 2009: 250]. Характерной чертой современного русскоязычного и англоязычного паремиологических фондов выступает снижение уровня ритмико-фонетической оформленности антипословичного предложения, а также упрощение и «опущение» высокого стиля паремийного жанра в целом, происходящее, по большей мере, из-за повсеместной тенденции к вульгаризации живой речи и языка средств массовой информации. Так, например, среди отобранных гендерно маркированных антипословиц русского языка (450 единиц) и английского языка (свыше 300) ритмико-фонетическое оформление текста удалось зафиксировать только в некоторых антипословицах русского и английского языков, вот некоторые из них: «*Родила царица в ночь Коле – сына, Толе – дочь*» (парономазия), «*Мужчина женщину встречает по одежке, а провожает без застёжки*» (аллитерация звуков ж, [е], [к]), «*Two wrongs don't make a right, but they often make a fight*» (добавление клаузы + параллельные конструкции + парономазия, что в совокупности создает ритм).

Лаконичная форма пословицы, по мнению, Н. Ф. Алефиренко и Н. Н. Семенов, обеспечивается также весьма широким художественно-стилистическим репертуаром, центральное место среди которого, авторы склонны отдавать следующим тропам: «метафора, метонимия, сравнение, олицетворение, образный параллелизм, образы-символы, аллегории, гипербола, ирония, художественные эпитеты, эллипсис, словесные повторы, словесная антитеза, инверсия» [Алефиренко, Семенов 2009: 251].

По итогам проведения исследования стилистической структуры гендерно маркированных антипословиц русского языка и английского языка удалось установить, что наименее распространёнными и редкими стилистическими приёмами являются: 1) *метонимия* («*Мужчины! Не гоняйтесь за юбками! Вы не в Шотландии!*»); *синекдоха* («*The hand that cooks the meal is the hand that rules the world*»); *зевзма* («*Time, tide and women drivers wait for no man*»); *олицетворение* («*Взгляд лжсет, улыбка обманчива, и только драгоценности ее не лгут никогда...*»); *анадиплосис (+эллипсис)* («*Супружество с хорошей женщиной – это гавань в буре жизни, а с плохой – это буря в гавани*», «*A man is only as old as he looks – and if he only looks, he's old*»); *оксюморон* («*Early to rise and early to bed makes a male healthy and wealthy and dead*»); *словесные повторы* («*Как бы плохо мужчины ни думали о женщинах, они о них думают, думают, думают...*»).

Среди наиболее популярных художественных средств, оформляющих антипословичное речение, можно выделить: **метафора** («*The early bird gets up to serve his wife breakfast in bed*», «*Машина – вторая жена*»); **синтаксический параллелизм** («*Man proposes, then woman imposes*», «*Like tom, like son*», «*Красивая женщина для глаз – рай, для души – ад, для кармана – чистилище*»); **аллюзия** («*Diamonds are not a girl's best friend*», «*Женщина сотворена из ребра. Не потому ли она часто выходит мужчине боком?*»); **сравнение** («*A woman without a man is like a moose without a hatrack*», «*Женщины – как револьверы – опасны в руках новичка*»); **анадиплосис** («*The wife who makes a mountain out a molehill probably has a husband who makes a molehill out of a mountain*», «*Женщина ценит мужчину в себе, а мужчина – себя в женщине*»); **градация** («*Behind every successful man is a woman, who didn't have jewelry, a tirk coat, and an expensive home*», «*С годами все труднее бегать за женщинами, приходится волочиться*»).

Частотное использование таких художественных средств как каламбур, абсурд, ирония, сарказм и парадокс в семантической структуре антипословицы подчёркивается в статьях и монографиях отечественных и

зарубежных исследователей антипаремийного жанра, среди которых работы В. Мидера (1985, 1991, 1993, 1998), В. Мидера и А. Т. Литовкиной (1999, 2002, 2006), Х. Вальтера и В. М. Мокиенко (2005), Е. В. Ивановой (2014), А. Т. Литовкиной, Х. Христовой-Готхарт, П. Барта, К. Варга (2021), О. Б. Абакумовой (2022), Т. Г. Бочиной (2023) и др. Эталоном синтагматической аранжировки выступает **антитеза**: «*Many a woman never puts off till tomorrow the gossip she can spread today*», «*Мужчина сразу видит женщину, без которой он не может жить, а женщина – мужчину, с которым бы она могла жить*».

Связаны между собой и другие приёмы контраста, базирующиеся на принципе противоречия, а именно *сарказм, ирония, каламбур и парадокс*: **сарказм** («*All work and no play makes Jack a dull boy – and Jill a wealthy widow*», «*Баба с возу – [и] волки сыты*»); **ирония** («*There`s no place like home, especially when your wife wants you to go with her to visit her relatives*», «*Если у тебя нет женщины, значит, у кого-то их две*»); **парадокс** («*Experience teaches wisdom: the experienced husband has learned to think twice before saying nothing*», «*Мужчина гоняется за женщиной, пока она его не поймает*»); **каламбур** («*Love is blind, but your mother-in-law isn`t*», «*Вышла Василиса Прекрасная за Ивана Дурака и стала Василиса Дурак*»); **абсурд** («*A man`s beer is his castle*», «*В жене мудрость, в пиве сила, в воде микробы*»).

Таким образом, анализ семантики антипословиц русского и английского языков позволил констатировать наличие контрастного поля, выстраиваемого и поддерживаемого за счёт сосуществования на основе взаимного противопоставления двух полярных областей в пределах народного речения (мужское / женское). Иначе выражаясь, многочисленные примеры антипословиц русского и английского языка подтверждают факт наличия стилистически полярной структуры высказывания, как в данном случае, поле контраста, которое базируется на совокупности стилистических приёмов, имеющих векторную направленность на экспликацию различного типа и рода полярных оппозиций.

Проведенный стилистический анализ гендерно маркированных антипословиц русского и английского языков также позволил обнаружить, каким художественным приёмам отдаётся предпочтение автором при кодировании «смысла» в вербальную одежду антипословицы. Во многих случаях в тексте антипословицы удалось «зафиксировать большую востребованность в имплементации смехотворческих стилистических приёмов (сарказм, ирония, абсурд, каламбур, парадокс) в текст антипословиц, выполняющих особый социальный заказ – заказ разрушения народных истин и построения новых, отвечающих иным социокультурным реалиям» [Кирюхина 2022б: 132-133].

### **1.5 Прагматическая специфика пословичных неологизмов**

Появление прагматического направления в лингвистике связано в первую очередь с тем фактом, что ранее высказывания изучались только с описательных позиций, изолированно от ситуации общения. Л. Хорн выделяет три направления в понимании прагматики: конверсационное (речеактовое), функциональное (риторико-стилистическое) и психолингвистическое (порождение и восприятие речи) [Horn 1988].

Как отмечает В. И. Карасик, определение прагматики часто зависит от исходных позиций исследователей и очень разнится в трудах лингвистов. Исследователи синтаксиса прагматикой называют остаток при синтаксическом и семантическом анализе; исследователи семантики – оценочные и примыкающие к ним ассоциации и коннотации. Исследователи стилистики и риторики прагматикой считают коммуникативную семантику, а также использование языка с целью воздействия; для исследователей речевой деятельности прагматика – теория пресуппозиций, коммуникативных постулатов, речевых актов [Карасик 1992]. В. А. Пищальникова и А. Г. Сонин, например, к лингвистической прагматике относят изучение «внешних» компонентов коммуникативной ситуации, значимых для порождения речи

[Пищальникова, Сонин 2009: 400]. Дж. Юл [Yule 1996] включает в предмет прагматики изучение аспектов когниции, коммуникации и культуры [Абакумова 2013].

Вслед за Л. П. Семененко под лингвистической прагматикой предлагается понимать «область лингвистических исследований, имеющих своим объектом отношение между языковыми единицами и условиями их употребления в определенном коммуникативно-прагматическом пространстве, в котором взаимодействуют говорящий / пишущий и слушающий / читающий и для характеристики которого важны конкретные указания на место и время их речевого взаимодействия, связанные с актом общения, целью и ожиданиями» [Семененко 1994: 269]. Согласно Б. Ю. Норману лингвопрагматика – это «изучение поведения языковых знаков в реальных процессах коммуникации» [Норман 2009: 8]. Таким образом, фокусом лингвопрагматики есть «анализ явных и скрытых целей высказывания, внутренней установки говорящего и готовности слушающего «пойти навстречу» в достижении искомого смысла; изучение типов коммуникативного поведения: речевой стратегии и тактики, правил диалога, направленных на достижение эффективности общения, использование так называемых «непрямых» речевых актов и разнообразных приемов речевой игры» [Норман 2009: 8].

Можно сказать, что в широком понимании прагмалингвистика сегодня «призвана объединить современные исследования в области теории речевых актов, когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и теории коммуникации» [Абакумова, Семененко 2018: 65].

В своих трудах Дж. Остин рассматривает коммуникативный акт как акт с трехуровневой структурой, различая акт *локуции* (произнесение звуков, употребление слов, построение грамматически правильного высказывания), *иллокуции* (коммуникативная цель высказывания) и *перлокуции* (возможные последствия от двух предыдущих актов). Речевые акты Дж. Остин определяет следующим образом: «Мы совершаем локутивное действие, которое

приблизительно эквивалентно употреблению определенного предложения с определенным смыслом и определенной референцией, что опять-таки приблизительно эквивалентно «значению» в традиционном смысле... Мы также можем совершать иллокутивные действия, такие как информирование, приказ, предостережение, то есть употребления, которые имеют определенную конвенциональную силу... Мы можем совершать также перлокутивные действия — то, что мы привносим или достигаем посредством говорения чего-либо, например, убеждение, принуждение, устрашение» [Остин 1989: 99]. Перлокутивный эффект антипословицы может быть достигнут в том числе при помощи распознавания интертекстуальной ссылки. Под интертекстуальностью мы будем понимать то же, что и И. В. Арнольд, а именно: «включение в текст целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий» [Арнольд 2002: 71-72].

Г. Д. Сидоркова, рассматривая «речевой потенциал» паремий, подчёркивает, что «с точки зрения своих иллокутивных функций поговорки и пословицы относятся в основном к классу констативов (констатация, резюмирование), регулятивов (урезонивание, побуждение, совет) экспрессивов и квазиэкспрессивов (сетование, самоуничтожение)» [Сидоркова 1999: 48].

Мы полагаем, что антипословицы, ровно, как и пословицы, способны наделяться статусом косвенного речевого акта благодаря имплицитности иллокутивной функции. Специфика косвенного речевого акта состоит в том, что «говорящий передает слушающему большее содержание, чем то, которое он реально сообщает, и он делает это, опираясь на общие фоновые знания, как языковые, так и неязыковые, а также на общие способности разумного рассуждения, подразумеваемые им у слушающего» [Сёрль 1986: 197]. Под косвенным речевым актом также можно понимать «непрямой речевой акт, который предполагает имплицитное выражение истинного коммуникативного намерения говорящего» [Абакумова 2012: 100]. Если снова обратиться к

упомянутой выше антипословице «*If at first you don't succeed, date the boss's daughter*», то вербализованная в речи, она будет функционировать как косвенный речевой акт, побуждающий Коммуниканта<sup>2</sup> начать отношения с дочерью начальника, поскольку высказывание содержит импликацию «чтобы продвинуться по карьерной лестнице, необходимо встречаться с дочерью начальника». Таким образом, импликация представляет собой вербально невысказанный пласт информации. Г. П. Грайс ввёл в научный оборот понятие импликации (implicature), чтобы обозначать процесс имплицирования, импликации (implying), используемый для обозначения имплицированного смысла высказывания [Грайс 1985].

Актуализация антипословицы в речи основывается на отношениях пресуппозиции и коммуникативной компетентности участников коммуникативного акта. Иначе выражаясь, зачастую внедряя квазипословицу в акт локуции, Коммуникант<sup>1</sup> рассчитывает на достаточную коммуникативную компетентность Коммуниканта<sup>2</sup>, который, опираясь на свои фоновые знания и на пресуппозицию, способен выстроить прочную цепочку связи между пословицей-донором и пословицей-реципиентом (антипословицей). Пресуппозиция, как подчёркивается Н. Д. Арутюновой, «входит в семантику предложения как «фонд общих знаний» собеседников, как их «предварительный договор» [Арутюнова 1973: 85]. То есть пресуппозиция представляет собой тот пласт «невысказанного» текста, предшествующего ходу развития вербального текста, знание и понимание которого предполагается как само собой разумеющееся.

## **1.6 Трансформационные стратегии антипаремиологического жанра**

Изучение и систематизация типов антипословичных приёмов относится к насущным задачам современной паремиологии, рассматривающей и описывающей актуальный срез паремиологического фонда того или иного

языка. На данный момент существуют немногочисленные труды, затрагивающие в той или иной мере проблемы классификации пословичных преобразований. В данном параграфе освещаются некоторые распространённые типологии пословичных преобразований, и проводится собственная классификация провербиальных новаций с опорой на рассмотренные работы.

А. Д. Бакина, исследуя типологическую модель вариантности библейской фразеологии, подчёркивает, что «при лексическом варьировании изменениям могут быть подвержены: субстантивные компоненты, глагольные компоненты, адъективные компоненты, предложные компоненты» [Бакина 2024: 26]. Автор также приходит к выводу об *узуальной и окказиональной вариативности*, когда «узуальные варианты являются результатом системной трансформации, то есть в пределах языка как устоявшейся системы, и обычно фиксируются в лексикографических справочниках, а значит и в языковой системе» [Бакина 2024: 23]. В то время как «окказиональное «несистемное» варьирование фразеологических единиц обуславливается фразеологической креативностью, порождающей индивидуально-авторские преобразования фразеологизмов» [Бакина 2024: 29].

Создатели словаря русскоязычных антипословиц Х. Вальтер и В. М. Мокиенко приводят следующие типы преобразований паремий и идиом: «1. Стандартные преобразования. 2. Структурные (структурно-семантические) преобразования. 3. Трансформации, основанные на предварительном вычленении ключевого компонента. 4. Окказиональные единицы. 5. Семантические трансформации. 6. Образование окказиональных единиц по модели языковой единицы. 7. Авторская паремия, основанная на использовании языковой паремии. 8. Слово, окказионально образованное (переосмысленное) на основе паремии» [Вальтер, Мокиенко 2010: 13].

В зарубежной коллективной монографии [Litovkina et al. 2021] авторами также выделяются основные типы пословичных модификаций, среди которых: 1) добавление (*одного и более звуков; нового слова; словосочетания,*

*придаточного предложения, комментария); 2) опущение (одного и более звуков; одного слова и/ или двух, трёх слов, частей пословичной структуры; опущение пунктуационных знаков); 3) субституция (обмен звуками в пределах слова/ слов; лексическая замена; изменение порядка слов высказывания; замена пунктуационного знака; замена слова; замена одного слова и/ или двух, трёх слов; замена первой или второй части высказывания); 4) контаминация пословиц (контаминация разных частей пословиц; контаминация двух и более пословиц; контаминация пословицы и идиомы/высказывания/ поговорки); 5) сплитинг (разрыв структуры пословицы на части).*

Также можно обратиться к классификации русскоязычных пословичных преобразований, предложенной Е. К. Николаевой: 1) переделанные пословицы, являющиеся часто смысловыми антиподами традиционных паремий либо заведомо приземленными их вариантами («*Дают - бери, бьют — сдачи давай*»); 2) перефразированные библейские сентенции («*В начале было слово, а уже потом - отделение милиции*»); 3) вывернутые наизнанку известные афоризмы и крылатые выражения («*Деньги не пахнут, но улетучиваются*»); 4) шуточные дефиниции («*Возраст - это стоимость свечей, превышающая стоимость тортов*»); 5) обеденные и бранные паремии («*Дай дураку хрен стеклянный, он и хрен разобьет и руку порежет*»); 6) переделанные рекламные слоганы или высказывания, обыгрывающие содержание рекламы («*Водка «Титаник» – одна бутылка и ты на дне!*»); 7) короткие шуточные стихотворения («*Знать хочу я, какие в больнице хирурги, чтоб отдать свои ноги в хорошие руки*») [Николаева 2003].

Е. Е. Иванов и И. И. Боровая дифференцируют антипословичные деформации по трём критериям: а) по наличию vs. отсутствию мотивации; б) по структуре; в) по семантике. Авторы подчёркивают, что по наличию и отсутствию мотивации антипословицы делятся на *непроизводные* («*Если жизнь берет за горло - поневоле покажешь ей язык*») и *производные* («*Волков бояться — умным быть*»). Последние, в свою очередь, подразделяются на преобразованные от пословиц («*Семь бед - один президент*»), фразеологизмов

(«Свою кончину он отложил в долгий ящик»), крылатых выражений («В любви все возрасты проворны»), известных литературных изречений («Кому на Руси жить хорошо, а кому еще лучше») и популярных текстов массовой коммуникации («Главное, чтобы Киндер не стал Сюрпризом»). Согласно классификации антипословиц по структурному принципу авторы предлагают различать веллеризмы («Как обманчива внешность (природа)», - сказал еж, слезая с кактуса»), современные пословицы («Кто быстро гонит, того медленно несут»), афоризмы («Самая короткая дорога та, которую ты знаешь») и шуточные изречения («Иногда большая часть побеждает лучшую»). В соответствии с семантическим критерием антипословицы предлагается разделять на противоречащие («Чтобы быть красивой, надо купить ему много водки») и не противоречащие действительности («Только через два дня завтра будет вчера») [Иванов, Боровая 2009].

Хотелось бы заметить, что жанровая специфика антипословиц русского и английского языков расходятся на стадии генезиса. Если квазипословицы английского языка априори являются производными от традиционных пословиц, что косвенно говорит о преференции узкого понимания термина «антипословица» в англоговорящем научном сообществе, то источниками модифицированных пословиц русского языка выступает не только весь паремиологический фонд, но и весь фразеологический фонд, а также крылатые выражения и язык публицистики. Таким образом, классификация русскоязычных и англоязычных антипословиц производилась с учётом вышеуказанных особенностей, что объясняет как количественное превалирование, так и отсутствие примеров тех или иных антипословиц в рамках некоторых типов пословичных преобразований.

Мы расширяем предложенную Е. Е. Жигариной классификацию пословичных инноваций добавлением третьей группы с новой инвариантной структурой: антипословицы с сохранением инвариантной структуры (модификации и трансформации традиционных пословиц), пословицы с ломкой инвариантной структуры (мутации традиционных пословиц)

[Жигарина 2006: 128] и *антипословицы с новой инвариантной структурой* (антипословицы с отсутствием пословицы-источника). Последние, в таком случае, можно также назвать новыми пословицами. Относительно инварианта пословицы автор замечает: «Рассматривая же новообразование или пословицу с фронтальным изменением лексики при сохранении синтаксической модели, мы понимаем под пословицей каждое возможное проявление пословичного инварианта - т.е. берем за основу широкое понимание вариативности» [Жигарина 2006: 109]. Таким образом, в данной работе под инвариантной структурой пословицы предлагается понимать базовый набор лексем конститuentов и синтаксическую модель, обеспечивающих беспрепятственную ассоциативную связь антипословицы-реципиента с пословицей-донором.

Антипословицы основываются на приёмах модификации и трансформации. Под *модификациями* пословичного высказывания мы будем понимать а) замены компонентов при сохранении традиционного смысла суждения («Баба с возу – деду легче», «Баба с возу – легче ехать» → «Баба с возу – кобыле легче»; «Beauty skins deep → «Beauty is but skin deep»»); б) использование приёма расширенной метафоры или клаузы при сохранении оригинальной пословицы или оригинального афоризма («A woman's place is in the home. That's why she's so eager to find a man to put her in her place», «An Englishman's home is his castle – so let him clean it»; «Настоящий мужчина состоит из мужа и чина», – сказала жена, хотя была пьяна»; в) перифраз традиционных паремий («Девушки подобны цветам: раскрываются только от тепла и света» vs. «Девушка без любви – цветы без солнца [цветок без запаха]»). Под *трансформацией* понимается преобразование фонетической, морфологической, лексической и синтаксической структуры текста пословицы, влекущее за собой значительное искажение значения пословицы-донора.

Среди возможных приёмов, образующих антипословицы, мы выделяем (прим. приём может существовать как самостоятельно, так и в комбинации

с другими приёмами):

1) **Лексические субституции:** «*A fool and his wife are soon parted*» vs. «*A fool and his money are soon parted*»; «*A woman's day is never done*» vs. «*A woman's work is never done*»; «Чем дальше в лес, тем больше интерес» vs. «Чем дальше в лес, тем больше дров»;

2) **Фонетические субституции (параномазия):** «*A Ms. is as good as a male*» vs. «*A miss is as good as a mile*»; «*Gentlemen be-fur blondes*» vs. «*Gentlemen prefer blondes*»; «Супружеский долг платежом классен» vs. «Долг платежом красен»; «Что посмеешь, то и пожмёшь» vs «Что посеешь, то и пожнёшь»;

3) **Морфологические субституции:** «*A fool and his money are soon parting*» vs. «*A fool and his money are soon parted*»; «*Appearances are deceiving: many a girl who puts up a swell front in public is flat-chested at home*» vs. «*Appearances are deceptive*» + (добавление клаузы); «*He пожелай ближнему жены своей*» vs. «*He возжелай жены ближнего своего*»;

4) **Добавление клаузы и лексико-синтаксическое расширение:** «*A woman's place is in the home. That's why she's so eager to find a man to put her in her place*» vs. «*A woman's place is in the home*»; «*An Englishman's home is his castle – so let him clean it*» vs. «*A man's home is his castle*»; «Женщина, думающая, что путь к сердцу мужчины лежит через желудок, метит слишком высоко» vs. «Путь к сердцу мужчины лежит через желудок»;

5) **Аллюзия на традиционные пословицы русского и английского языков:** «Женщина без мужа – все равно что конь без уздечки» vs. «Муж без жены, что конь без узды»; «Баба с воза – ничто человеческое нам не чуждо» vs. «Баба с возу – возу легче»; «Дорога к успеху переполнена женщинами, которые толкают перед собой мужей» vs. «*Behind every successful man, there's a woman*»; «*Man proposes and the girl weighs his pocketbook and decides*» vs. «*Man proposes, God disposes*»;

6) **Спунеризмы (перемена положений лексем в пределах знака):** «*Invention is the mother of necessity*» vs. «*Necessity is the mother of invention*»;

«*The hand that rules the cradle rocks the world*» vs. «*The hand that rocks the cradle rules the world*»; «*Не пожелай ближнему жены своей*» vs. «*Не возжелай жены ближнего своего*»;

7) **Сплитинг:** «*Of two evils, it isn't always possible to choose the lesser – sometimes they are twins*» vs. «*Of two evils choose the less*»;

8) **Контаминация:** «*Баба с воза (возу) – потехе час*» vs. «*Баба с возу – возу легче*» + «*Делу время, потехе час*»; «*Бабу с возу могила исправит*» vs. «*Баба с возу – возу легче*» + «*Горбатого могила исправит*»; «*Experience teaches wisdom: the experienced husband has learned to think twice before saying nothing*» vs. «*Think twice before you speak*» + «*Experience is the best teacher*»;

9) **Аллюзия на фразеологизм или устойчивое выражение:** «*Мужчина должен иметь голову, женщина – заставить ее потерять*» vs. «*потерять голову*»; «*Женщина за рулем как обезьяна с гранатой*» vs. «*как обезьяна с гранатой*»; «*Вложивший в женщину всю душу, часто оказывается обманутым вкладчиком*» vs. «*вложить душу*»;

10) **Аллюзия на прецедентное имя, текст, ситуацию:** «*Каждая женщина в душе ждет своего Дантеса*»; «*Подарите женщине миллион алых роз, а она скажет, что ей достаточно одной, но белой*»; «*8 Марта — это практически единственный день, когда женщина соглашается со всем что говорится в её адрес*»;

11) **Аллюзия на афоризм:** «*Всё новое — это хорошо забытое старое: Ева — первая удачная попытка клонирования человека*» (французский писатель Жак Пеше); «*Грудь стала больше — жить стало веселей*» (И. В. Сталин).

Под **мутацией** в данной работе понимается глубинный процесс изменения плана выражения и плана содержания народного высказывания, сводящийся к почти полной утрате установления родственной связи между пословицей-донором и пословицей-реципиентом (контаминация), например, «*Голод не тётка, в лес не убежит*», «*Бабу с возу могила исправит*», «*Experience teaches wisdom: the experienced husband has learned to think twice*

*before saying nothing» («Experience teaches wisdom» + «Think twice before you speak»).*

Антипословицы с ломкой инвариантной структуры и пословицы с сохранением инвариантной структуры являются индивидуально-творческими производными традиционных пословиц.

Антипословицы с новой инвариантной структурой не являются производными, то есть не восходят ни к одной традиционной пословице, или же являются частично производными, если: а) в их состав входят фразеологизмы или крылатые выражения; б) строятся по общим пословичным моделям: *«Красивая женщина – это пир для глаз во время чумы для ушей» vs. «Пир во время чумы»; «Чем меньше девушек [женщину] мы любим, тем больше времени на сон [мы спим]» vs. «Чем меньше женщину мы любим, тем легче нравимся мы ей», «Если девушка некрасивая, то какая разница, что она там знает».*

## **Выводы по главе 1**

Вхождение паремий во фразеологический фонд языка зависит от широты рассмотрения самого понятия фразеологизма, которое может включать или не включать пословицы и поговорки. Пословицы и поговорки отличаются от других фразеологических единиц по трем аспектам: с точки зрения логики – они соотносятся с суждением или умозаключением, а не понятием; с точки зрения синтаксиса – имеют форму предложения, а не словосочетания, а также обладают клишированностью и замкнутостью лексико-грамматической структуры; с точки зрения функционального использования – являясь «хранителем» совета, рекомендации и нравоучения, несут дидактический характер. Троиединство этих аспектов наделяет пословицу и поговорку определенной автономией. Главное отличие пословицы от поговорки обуславливается функциональным вектором: поговорка характеризует частную ситуацию, человека, его поведение, а

пословица, также характеризуя ситуацию и человека, транслирует моделирующую функцию, раскрывающуюся в косвенной или прямой вербализации совета, рекомендации, предупреждения.

Рассмотренные в главе признаки пословиц, доказывают, что пословицу можно рассматривать как сложный языковой знак, за которым стоит определённый народный сценарий, типовая ситуация, подмеченная и оформленная народом во фразеологизм со структурой предложения, с текстовыми характеристиками и прагматическими функциями, практическое оценочное суждение, функционирующее в речи как косвенный речевой акт чаще всего директивного типа, который используется как тактическое средство реализации коммуникативной стратегии говорящего.

Антипословицам также присущ набор определённых пословичных маркеров и функций, позволяющих относить антипословицы во фразеологический (паремиологический) фонд языка при широком понимании последнего. Состав анипаремиологического фонда русского и английского языков значительно отличается в отношении источника мотивированности антипословичных новаций. Антипословицы английского языка являются производными традиционных пословиц, сохраняющими структурно-функциональные признаки исходного знака. Антипословицы русского языка можно рассматривать в терминах антипословицы, построенной на базе традиционной пословицы, и современной пословицы, выступающей как противоположная сила устаревшему хрестоматийно-поучительному семантическому потенциалу традиционной пословицы.

В зависимости от широты подхода к термину *антипословица*, мы можем определять антипословицу как сложный языковой знак, имеющий или не имеющий структурно-семантическую связь с прототипом, но обладающий набором пословичных маркеров и пословично характерных функций, совокупность семантического значения которого направлена на разрушение общественного табу, нормы с целью конструкции актуальных моделей поведения. Таким образом, разграничиваются семантический подход к

определению антипословицы, когда новое значение вступает в противоборствующие отношения с устоявшимися квантами народной мудрости и структурный, предполагающий противопоставленность, фиксируемую не только на семантическом, но и на структурном уровне.

Антипословичное значение в ряде случаев может обладать свойством универсальности, что определяется степенью генерализованности семантического запаса текста антипословицы. Универсальность антипословицы обеспечивается абстрактно-обобщенным типом значения антипословицы, которое, как и пословица, строится по структуре *когда? всегда, какой? всякий, каждый*, транслируя при этом идею всеобщности, атемпоральности.

В зависимости от степени фиксации инференциальности антипословицы можно разделить на три группы: 1) с низкой инференциальной вариативностью; 2) с повышенной инференциальной вариативностью; 3) паролной, идиоматической референциальной значимостью. Самую востребованную группу по уровню вариативности высказывания составляют пословицы и антипословицы русского и английского языка, восходящие к первому типу.

Анализ семантики антипословиц русского и английского языков эксплицирует наличие контрастного поля в рамках лексико-грамматического оформления неопаремий, что достигается за счёт ряда стилистических приёмов, обладающих различной векторностью, служащей основой для формирования различного рода полярных оппозиций (мужчина/ женщина; жена/ любовница; умный/ глупый и др.).

Наиболее востребованным способом изменения традиционной пословицы в англоязычном антипословичном фонде выступает *трансформация* без ломки инвариантной структуры пословицы-донора, в отличие от русскоязычного антипословичного фонда, выстраиваемого преимущественно немотивированными антипословицами с новой инвариантной структурой. Однако приёмы *модификации, трансформации и*

*мутации* также типичны для русскоязычного антипословичного материала.

## Глава 2

# ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ЯЗЫКЕ И СЕМАНТИКА ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ

### 2.1 Гендерная лингвистика и её постулаты

На начальном этапе появления гендерной лингвистики стояли несколько факторов, среди которых Женское движение, возникшее в начале XX века и также находящаяся в стадии формирования феминистская лингвистика, избравшая своим орудием действия феминистскую критику языка. Феминистская критика языка была сосредоточена на постулате об андроцентричности языка и наличии гендерной языковой асимметрии, проявляющейся в навязывании мужской картины мира носителям языка, в которой женщина выступает чем-то значительно иным, отличающимся от мужчины или вовсе игнорируется [Бовуар 1997; Janssen-Jurreit 1975; Borneman 1991 (впервые в 1971); Coates 1986; Lakoff 1973; Samel 1995]. В виду данного фактора, сторонники феминистской лингвистики стремились к гендерному равенству в языке, к искоренению слов и выражений с явной гендерной маркированностью. Распространение подобных идей и осуществление их посредством языкового нарратива актуально и по сей день.

Сегодня гендерная лингвистика насчитывает около пятидесяти лет с момента своего образования в качестве междисциплинарного направления и за этот период она успела пройти «путь от признания гендера как аналитической категории, обозначающей половую роль, сформированную в процессе социализации, до интерпретации гендера как изменчивого социального конструкта, производимого в социальных структурах и воспроизводимого в рутинных взаимодействиях» [Здравомыслова, Тёмкина 2015: 23]. Как замечает А. В. Кирилина, «на современном этапе развития гуманитарного знания недостаточно признания только лишь «нерасчлененной» антропности языка, что делает необходимым создание

такой модели описания человека в языке, которая позволила бы описать как общечеловеческий (метагендерный) уровень, так и уровень маскулинности и фемининности (собственно гендерный), а также исследовать их корреляцию [Кирилина 2004: 85].

Язык, выступая связующим звеном между мирами Идеальное и Реальное, способен «овнешнить» картину мира, присущую мужской сфере жизнедеятельности, что проявляется через следующие признаки: «1) отождествление понятий *человек* и *мужчина* (во многих языках они обозначаются одним словом); 2) языковая норма *гендерно не нейтральна*, иерархична и несет в себе оценочные категории; более того, мужские языковые формы, используемые как нормы языка, способствуют маргинализации и игнорированию женщин в языковой картине мира; 3) разделение языка на нормы мужского и женского основано на реальной социальной гендерной асимметрии, отражает ее, а затем закрепляет через языковое воспроизводство» [Денисова 2002: 4]. Уподобление женщины «вторичному» существу было распространено еще задолго до современного мира, что подтверждается некоторыми воззрениями на фемину древних философов. Как писал Аристотель «Самка является самкой в силу отсутствия определённых качеств. Характер женщины мы должны рассматривать как страдающий от природного изъяна» [цит. по: Бовуар 1997: 10]. Фома Аквинский вслед за ним утверждал, что женщина – это неудавшийся мужчина, существо случайное. Пифагор замечал: «Есть доброе начало, сотворившее порядок, свет и мужчину, и злое начало, сотворившее хаос, мрак и женщину» [цит. по: Бовуар 1997: 6]. Таким образом, история женщины, её статуса и положения в языке и обществе, отсчитывается с самого начала времён, что, собственно, и имеет настоящее отражение в национальных языках и культурах.

Итак, лингвистическая гендерология (гендерная лингвистика) вобрала в себя данные из многочисленных дисциплинарных областей – лингвистики, социологии, психологии, культурологии, антропологии, межкультурной и

коммуникации и др. Целью лингвистической гендерологии является рассмотрение и изучение категорий фемининности и маскулинности, находящихся свое отражение в вышеобозначенной языковой асимметрии. Иначе выражаясь, гендерная лингвистика призвана описать и сформировать (именовать) те способы, посредством которых манифестируется пол в языке, какие половые характеристики социально атрибутируются мужчине и женщине и являются в знаках языка, а также установить семантические области языка, в которых они находят наибольшую плотность отражения. Объектом гендерной лингвистики является язык и отражение в нем пола, а также речевое поведение мужчин и женщин, «человеческий фактор в языке» [Кирилина 2004: 85]. Тогда предметом можно считать «номинативную систему, лексикон, синтаксис, категорию рода и ряд сходных объектов» или же «типичные стратегии и тактики, гендерно специфический выбор единиц лексикона, способы достижения успеха в коммуникации» [Кирилина 2004: 43].

Язык выступает, с одной стороны, как механизм сохранения и передачи знаний человека о мире, и как инструмент конструирования самой картины мира с другой. Отсюда следует, что человек воспринимает этот мир и себя в этом мире как нечто «навязанное», как некий языковой образ, получивший свое формирование посредством языковой системы, развитой благодаря многовековому опыту человека, и, прежде всего, телесному, что подтверждается концепцией о телесной метафоре [Lakoff, Johnson 1980]. Язык открывает путь к рассмотрению способов манифестации половой идентичности индивида, поскольку анализ структур языка помогает выявить информацию о степени «включённости» гендера в той или иной культуре, о том, какие гендерные характеристики социально приписываются мужчинам и женщинам, какие гендерные стереотипы и модели поведения им приписываются, как менялось и меняется социальное воплощение категорий «маскулинность» и «фемининность» и отношение представителей того или иного лингвокультурного сообщества к ним.

Термин *гендер*, будучи ключевым понятием гендерной лингвистики, используется для описания тех норм поведения и позиций, которые закреплены за образом мужчины и женщины в обществе, что подчёркивает его социокультурную природу. В Словаре гендерных терминов гендер рассматривается как понятие, означающее «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [Денисова 2002: 14]. В таком случае возникает некоторая неясность относительно термина «пол», который функционирует наравне с понятием «гендер». Пол, в отличие от рода и гендера сводится к бинарной оппозиции: мужской или женский / *male or female*, то есть пол – это набор тех анатомических, физиологических и гормональных признаков, позволяющих отличать мужчину от женщины и наоборот. Пол биологически детерминирован, в отличие от гендера, который был внедрён в научное знание, чтобы концептуально продемонстрировать культурную и социальную доминанту моделирования личностного поведения человека того или иного пола. Гендер можно рассматривать, как член триединства *пол: род: гендер*. По замечанию И. В. Зыковой, гендер отличается культурной и исторической относительностью, так как «его значение, интерпретация и выражение могут быть различными как в рамках одной культуры, так и в разных культурах, выступая в качестве причины исторических изменений языковой системы» [Зыкова 2003: 7].

Сегодня, на рубеже третьего тысячелетия, происходит некоторая ревизия научных взглядов относительно понятия гендер. Как замечает А. В. Кирилина: «Человек мыслится и становится все более динамичным и независимым от самой «изначальной природы» гомо сапиенс. Это связано как со спецификой эпохи, так и с политическими факторами. Новые научные открытия и новые технологии меняют и биологическое, и социальное в человеке» [Кирилина 2021: 112]. Среди главных инноваций во взаимоотношениях теории гендера и человека, оказывающих влияние на культуру и язык, автор выделяет: 1) идеи о множественности гендера,

признание человека «множественным»; 2) рассмотрение категорий гендера и пола как автономных категорий; 3) деконструкция прежней ритуализации пола, проходящая через «внедрение «обязательной» характеристики сексуальности индивида и связанной с ней идеи множественности гендера; усиленную гендеризацию детства; дискурсивное включение детства в поле сексуальности; глубокая ревизия идеи мужественности, направленная на элиминирование «мужественности господствующей», объявление ее агрессивной и «токсичной»; 4) усиление религиозной и иных патриархатно-фундаменталистских интерпретаций пола [Кирилина 2021: 112]. Таким образом, навязывается идея исключительно социальной природы гендера.

Ускорение жизни человека и жизни вокруг человека имеет свои объективные плюсы: быстрая передача данных и информации, глобальный обмен научным и культурным опытом, географическая доступность и т.д. Однако помимо плюсов мы находим и минусы, которые в контексте концепции гендера и языка можно было бы свести к тому, что человек, «оказывающийся на перепутье культур и языков, осваивающий новые модели поведения, часто не успевая примерить к ним предварительно критический инструментарий, проверить на совместимость с культурной средой, к которой принадлежит» часто не обладает достаточным количеством времени, чтобы осознать и в некоторой степени отфильтровать новые типы гендерных форматов [Дубровская, Кислицина, Леонтьева, Ребрина, Семехина, Щетинина 2022: 6].

Если ранее во многих исследовательских работах термины *пол* и *гендер* были взаимозаменяемыми, отражающими в равной степени бинарность социокультурного концепта, то сегодня термин *гендер* «превратился в чрезвычайно политизированный маркер сексуальной ориентации (агендер, бигендер, трансгендер и т.д.), а также в маркер самоидентификации как таковой» [Кирилина 2021: 114]. Однако такая глобалистская тенденция рассмотрения концепции гендера и пола сосуществует с более традиционной, находясь с последней в отношениях противоборства.

Согласно концепции гендеризма И. Гоффмана [Goffman 1994; 1976], биологический пол задает дальнейшее развитие для разделения социума на две категории, которые постепенно развивают в индивиде те или иные категориально значимые социальные нормы. И. Гоффман оперирует в своих трудах понятием *гендерный дисплей*, призванным для описания половых социальных аспектов. Под гендерным дисплеем И. Гоффман понимает проявление индивидом набора признаков, соотносящих его с тем или иным полом [Goffman 1994]. Основу для гендерного дисплея составляют процессы *институционализации* и *ритуализации* пола. Приписывание пола или категоризация по полу пронизывает социальные факторы, что проявляется в гендерном дисплее личности. По замечанию Л. А. Нефёдовой, выделение роли социума при рассмотрении вышеуказанных процессов было просто необходимым, что, по итогу, способствовало во многом изучению того, как в языке реализуется гендер и как он проявляется в коммуникации людей [Нефёдова 2023: 27].

Основными конструктивными единицами, посредством которых реализуется гендерный дисплей, стоит считать *гендерные стереотипы*, *полоролевые нормы* и *полоролевую идентичность*. А. В. Кирилина, продолжая его мысль, подчёркивает, что «социальный пол (гендер) входит в привычку, получает общепринятые формы выражения, приобретает узнаваемый вид, становится необходимой частью внешней формы, типичной для всех членов данного общества, составляющей поведения и не зависит от воли и намерений индивида» [Кирилина 1999: 5]. Все возможные этапы институционализации и ритуализации пола проходят через социализацию индивида, то есть через «вхождение личности в общество, ее адаптация в нем происходит через социальные институты семьи, школы, религии, политики, средства массовой информации и рынка труда» [Кирилина, Гаранович 2022: 9] и все эти факторы создают *гендеризм* – «идеологизированную и пронизывающую всю жизнь систему социальной значимости пола» [Кирилина, Гаранович 2022: 9].

Ритуализация пола охватывает все возрастные этапы индивида, начиная с раннего детства, когда мальчикам приобретается одежда голубых тонов, а девочкам – розовых. В дальнейшем оба пола, оба гендера укрепляют свои взрослые гендерные ролевые стереотипы через тексты СМИ, социум и культуру. Исполнение и распознавание общественно значимых признаков-трансляторов пола, таких как манера поведения, общения, стиль одежды, в совокупности позволяет социуму идентифицировать индивида как лицо мужского или женского пола. Таким образом, пол соотносится с гендером на отношении распознавания индивидом и обществом его половой категории и ответственности за соответствие актуальным культурным концепциям поведения [West, Zimmerman 2009]. Кроме того, «на общественное понимание женственности («фемининности») или мужественности («маскулинности») накладываются нормативные предписания различного стиля поведения» [Кирюхина 2021: 53]. Таким образом, социальные институты транслируют гендерные стереотипы, которые стоит понимать как «сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины» [Денисова 2002: 50]. В. А. Ефремов замечает, что большинство гендерных стереотипов относится к архетипическим, «реликтовым» представлениям о мироздании, «генезис и существование которых обусловлены древнейшими пластами человеческого сознания» [Ефремов 2010: 11]. В. А. Ефремов продолжает: «Сама оппозиция *мужчина/женщина* базируется на архетипическом биноме 'мужское – женское', который в древней картине мира был не только отражением биологических различий, но и семиотическим выражением целого ряда социальных оппозиций экзогамии, дифференциации хозяйственных ролей и профессий, религиозно-ритуальных сфер внутри семьи и в коллективе, гендерной закреплённости ритуалов» [Ефремов 2010: 11].

Понятие гендерного стереотипа теснейшим образом связано с понятием *гендерной роли*, однако отличается от последней тем, что

гендерный стереотип описывает актуальные и реально существующие на тот или иной момент развития общества качества и характеристики, атрибутируемые лицам мужского и/или женского пола, в то время как *гендерная роль* – это «один из видов социальных ролей, набор ожидаемых образцов поведения (или норм) для мужчин и женщин» [Денисова 2002: 49]. Обобщая, нужно сказать, что гендерная роль индивида – это его социальная роль, то есть набор «предписаний и ожиданий относительно надлежащего поведения индивида, занимающего определенную социальную позицию и находящегося в определенной ситуации» [Здравомыслова, Тёмкина 2015: 253]. И. И. Халеева подчёркивает: «Подход к гендеризму как к реальности, опосредуемой знаками, символами и текстами (т. е. с позиции герменевтики), позволяет определить гендер в качестве своего рода *междисциплинарной интриги*, в основе которой сплетается множество наук о человеке, о его не только биологической, но и социально и культурно обусловленной специфике, интриге как совокупности обстоятельств, событий и действий, в центре которых находится человек, личность» [Халеева 1999: 10]. Помимо этого, также стоит заметить, что «трихотомия «общество – группа – индивид» находится в постоянном и непрерывном взаимодействии, в процессе которого выстраиваются новые модели взаимоотношений, новые качества и роли мужчин и женщин, включаемые «по умолчанию» в акте коммуникации и находящие свое отражение в различии социальных отношений к лицам мужского и женского пола, а также в саморефлексии индивида» [Кирюхина, Абакумова 2021: 89].

В широко известном труде «Производство различий» (*“Doing differences”*) авторы Уэст и Финстермейкер подчёркивают социально зависимую, подотчётную характеристику гендера, что проявляется в оценивании действий индивида относительно норм гендерных ролей [West, Fenstermaker 1995].

Интересной работой, демонстрирующей связь между социальными процессами и языком, является статья Марисоль дель-Тесо-Кравиотто, в

которой автор представляет данные своего изучения распределения слов *woman, man, work* в периодике таких журналов как *Good Housekeeping, Cosmopolitan, Working Woman and Ms.* По итогу исследования автор приходит к выводу, что эти слова «are used in ways that reveal the magazines' position towards women and femininity» [del-Teso-Craviotto 2006: 2003], то есть использование данных слов объясняет позицию журналов к категории феминности. В данном контексте гендерных исследований языка обнаруживается связь между некоторыми идеями Гумбольдта [Гумбольдт 1984] и гипотезой Сепира-Уорфа [Sapir 1970; Whorf 1956], поскольку язык есть не только выражение духа народа, его мышления, но и сила, которая творит этот дух и мышление. Язык не только вербализует внешний мир, но и формирует мышление и в некоторой степени регулирует поступки людей, составляющих то или иное лингвокультурное сообщество.

Однако если исходить из положения, что гендер выступает выстраиваемым конструктом (*doing gender*), то можно предположить, что гендер может быть также деконструируемым объектом (*undoing gender*) [Deutsch 2007]. Согласно Френсин Дейтч, теория создания гендера полноценно раскрывает причины подчинения конвенциональным гендерным нормам и стереотипам (подотчётный характер гендера), но почти оставляет без внимания фактор несоответствия гендерным ожиданиям и изменений гендерных паттернов. В одной из своих статей Фенстермейкер и Уэст [Fenstermaker, West 2002] признают, что индивидуальная неспособность соответствовать нормативным представлениям о женском или мужском поведении в конкретной ситуации может ослабить связь между определённым нормативным поведением и половой категорией. Тем не менее, они утверждают, что, хотя отдельное поведение может потерять свою связь с половой категорией, подотчётность инвариантна, и, следовательно, гендерный дисплей неизбежен. Авторы также подчёркивают неизменность различий между половыми категориями, хотя они признают, что конкретные различия могут варьироваться в зависимости от культуры или внутри общества с

течением времени, они подразумевают, что вездесущность гендера как созданной системы различий всегда будет поддерживать систему неравенства.

Как уже отмечалось, некоторыми современными исследователями выдвигаются гипотезы о противоборствующем социальном процессе – *демонтаже гендера (degendering)* [Deutsch 2007, Lorber 2005, Risman 2008, West, Zimmerman 2009], который сводится к различному набору действий, направленных на сокращение гендерных различий и гендерного неравенства в языке, культуре и других сферах жизнедеятельности человека. При этом исследователи признают, что данная тенденция не способна полностью стереть гендерные различия, так как гендер являет собой базовую идентичность, наравне с расой и этносом человека, однако данный процесс способен снизить уровень производства гендерного неравенства при условии сохранения гендерных различий.

## **2.2 Применимость терминологического аппарата гендерной лингвистики к пословицам и антипословицам**

Пословицы наряду с фразеологизмами, являются яркими носителями ключевых слов культуры, включенных в культурную память народа, например, такие гендерно маркированные лексемы, как *женщина, мужчина, муж, жена, мать, отец, wife, bride, widow* и мн. др. Ключевые слова культуры могут быть включены в процесс гендерной стереотипизации. Гендерные стереотипы как дополнительные культурные импликации широко представлены в паремиологическом фонде русского и английского языков. Гендерно маркированные пословицы также содержат макрокомпонент оценки в своей семантике, что и является предметом данного исследовательского интереса. Тот факт, что оценке в пословице зачастую подвергается человек, его характеристики и действия с вектором оценивания гендерного дисплея, позволяет утверждать, что оценка имеет антропоцентрический характер, что,

в свою очередь, способствует раскрытию содержания культурных категорий маскулинности и фемининности.

Одним из опорных терминов данной работы выступает гендерный стереотип, который рассматривается как частное проявление *стереотипа*. Язык же регистрирует и транслирует гендерные стереотипы путем воспроизводимых в речи различных лексических и синтаксических средств. В. Н. Телия в своей монографии о русской фразеологии посвящает раздел вопросам репрезентации женского образа, по завершению которого автор приходит к следующим выводам: 1) в русском социуме женщина не рассматривается как слабый пол; 2) за гендерной ролью женщины закреплён стереотип женщины-домохозяйки; 3) при наличии гастрономической метафоры женщина репрезентируется как «лакомый кусок»; 4) в русской культуре поощряется целомудрие девушки и верность жены мужу, частая смена мужчин в жизни женщины порицается; 5) женщине свойственен статус «недочеловека» в бытовом понимании [Телия 1996: 264]. В работе А. В. Кирилиной также рассматривается содержание национально-специфических гендерных стереотипов во фразеологическом фонде русского и немецкого языков, по результатам которой автор делает следующие выводы: 1) две сопоставляемые культуры андроцентричны, что проявляется в общественной ориентации на маскулинные оценки и дефиниции; 2) женщина зачастую уподобляется неживым предметам, следовательно, воспринимается как объект или предмет; 3) положительной оценки заслуживает та сфера и те фемининные качества, которые оказываются нужными или выгодными мужчине [Кирилина 1999]. Андроцентризм рассматривается как «глубинная культурная традиция, сводящая общечеловеческую субъективность (общечеловеческие субъективности) к единой мужской норме, репрезентируемой как универсальная объективность, в то время как иные субъективности, и прежде всего женская, репрезентируются как собственно субъективности, как отклонение от нормы, как маргиналия» [Денисова 2002: 4]. В то же время, гиноцентризм (*от греч. γυνή – женщина*) мыслится как культурная практика,

которая сознательно или бессознательно ставит женщину или женскую точку зрения в центр собственного мировоззрения. Женское мировосприятие, женские потребности и желания имеют приоритет в этой системе, женский взгляд выступает точкой отсчета или призмой, через которую анализируются все вопросы.

Среди зарубежных трудов нельзя не упомянуть работу Р. Лакофф «Язык и место женщины», в которой автор обосновывает андроцентричность языка и ущемленность женщины в картине мира, воспроизводимой языком [Lakoff 1973], а также работу А. Т. Литовкиной, посвященной способам фемининной стереотипизации в текстах англоязычных антипословиц, влияющих на общественное восприятие женского прототипа. В работе [Литовкина 2019] исследуются и подвергаются анализу моральные качества, манеры и стиль женского поведения, а также другие качества женщины, входящие в категорию «фемининность» на настоящий момент развития англоговорящего сообщества.

Анализируя пословицы английского, немецкого и других европейских языков другой исследователь, Э. А. Дейтч, заключает, что во многом изображение женщины в пословицах зависело от её экономического, политического и социального статуса в 19 и 20 веке, что непосредственным образом отразилось на семантике пословиц. Женщина рассматривалась преимущественно в отрицательных терминах, ей приписывалась излишняя эмоциональность, болтливость, изменчивость, чрезмерная амбициозность. Вместе с тем в пословицах подчёркивалась и её важная роль в семье, как жены, матери и хозяйки [Deutsch 2022].

Изучение гендерной маркированности идиом и пословиц ставит вопрос о том, каким образом, с помощью каких средств, осуществляется фиксация гендерного компонента. Первая попытка определения способов регистрации гендерного компонента в английских фразеологизмах была предпринята А. В. Куниным [Кунин 1996], который отмечал, что в семантической структуре фразеологизма могут быть выделены грамматические семы – макроэлементы

и микроэлементы грамматического значения. Для гендерной лингвистики наибольший интерес представляют микросемы, обозначающие родовой признак. Семы могут быть выражены как эксплицитно, так и имплицитно. При эксплицитном выражении грамматической семы рода в денотативной структуре пословицы и антипословицы имеется лексема, референтом которой выступает лицо определённого пола (*жена, невеста, man, woman, boy, girl, lady и т.д.*). Отбор материала в таком случае определяется **принципом структурной гендерной маркированности** высказывания, а именно: **антропоцентрические лексемы** (*женщина – мужчина, невеста – жених, man – woman, boy – girl и др.*); **термины родства** (*мать/мама – отец/nana, бабушка/бабка – дедушка/дед, husband – wife, mother – father и др.*); **антропонимические лексемы** (*Марья, Иван, Jack, Jill, Tom, Dick and Harry и др.*); **агентивные существительные** (*doctor, nurse, maid и т.д.*). При отсутствии эксплицитных гендерных маркеров существует вероятность наличия имплицитных (маркеры гендера присутствуют в плане содержания, но отсутствуют в плане выражения) гендерных маркеров в семантической структуре высказывания, что вводит **семантический принцип** отбора языкового материала (*a dolly bird – хорошенькая девушка; a blue coat – солдат, моряк*).

Некоторую трудность в данном ключе для исследователя представляет наличие *косвенной или ситуативной гендерной референции*, которая в отличие от *прямой гендерной референции* (непосредственное отнесение лексем в пословице к референту-мужчине или к референту-женщине), имеет отнесенность к референту-мужчине или к референту-женщине, проявляемую только в конкретном контексте употребления. Также имеет место третий тип референции – *интергендерная референция*, определяемая как «отнесенность фразеологизма к лицам как мужского, так и женского пола» («Serve two masters») [Зыкова 2003: 215].

При анализе конструирующих элементов картины мира и языковой картины мира многие исследователи придерживаются некоторой системы

бинарных оппозиций, которые относятся к базовым категориям сознания и культуры человека. А. Я. Гуревич выделяет следующие категории человеческого сознания: время, пространство, изменение, причина, судьба, число, а также некоторые другие категории, такие как социальная [Гуревич 1984: 30-31]. Т. В. Цивьян также выделяет систему бинарных оппозиций, сводимых к структуризации пространства, времени, цвета, природы и культуры, а также социальным категориям [Цивьян 1990: 5, 119]. Таким образом, мы считаем целесообразным говорить о наличии некоторых базовых универсальных категорий, определяющих действительность, нашедших свое отражение, как в пословичной картине мира, так и в речевой (антипословичной). Как уже было замечено, важной частью данной работы также выступают *базовые оппозиции культуры*, которые соотносятся с архетипическими представлениями человека об устройстве бытия, что позволяет рассмотреть глубинные слои лингвокультуры. Среди таковых оппозиций В. В. Красных подчёркивает следующие: «верх - низ», «далеко - близко», «хорошо - плохо», «свой - чужой», «много - мало», «право - лево» и некоторые другие [Красных 2002].

В. А. Ефремов использует термин *концептуальное пространство* для конструирования и анализа контрадикторных отношений концептов «мужчина» и «женщина», что позволяет автору сделать вывод не только об отношениях противопоставления между данными концептами, но и об их комплиментарности, проявляющейся в созависимой актуализации этих концептов, так как «актуализация одного из концептов неминуемо предполагает актуализацию второго» [Ефремов 2010: 9]. Под концептуальным пространством автором понимается «совокупность двух симметрично структурированных самостоятельных концептов, находящихся друг с другом в контрадикторной оппозиции, но вместе с тем через комплементарные отношения, образующие в сознании носителя языка (и в концептосфере) определенную целостность» [Ефремов 2010: 36]. В. А. Ефремов подчёркивает, что «концептуальное пространство включает в себя не

только сам концептуальный бинომ, но и элементы других концептов, например, концептуальное пространство «мужчина – женщина» имеет зоны пересечения с концептами «семья», «возраст» и рядом других» [Ефремов 2010: 9]. Таким образом, мы полагаем, что концептуальное пространство пословичного и антипословичного концепта женщина / woman может быть представлено системой базовых оппозиций культуры, являющихся концептуальными биномами, которые также можно рассматривать в терминах концептуальных пространств (свой – чужой, верх – низ, инструментальность, логичность – эмоциональность, алогичность и др.).

Пословицы, наряду с антипословицами, обладают свойством дуальности организации высказывания. Оппозитивность пословицы и антипословицы, раскрывающаяся на синтактико-грамматическом и семантическом уровнях их оформления, выступает их основным свойством и признаком. Согласно структурному анализу пословиц, проведенному Матти Кууси, значение и смысл каждой пословицы раскладывается на две сюжетные линии, предоставляющие выбор между двумя альтернативами [Кууси 1978: 56]. По замечанию Т.Г. Бочиной, характерной чертой структурно двучленных пословиц выступает внутренняя связь компонентов, базирующаяся на отношениях сходства или противоположности, что объясняет востребованность таких выразительных средств как сравнение и противопоставление (контраст и антитеза) в качестве оформляющих приёмов «выразительного облика» пословичного предложения [Бочина 2023: 117].

Согласно словарю гендерных терминов, выделяются следующие пары бинарных оппозиций, отождествляемых с категориями мужественности и женственности, где первый компонент каждой оппозиции традиционно соотносится с мужским началом, а второй – с женским:

1) *логичность, абстрактность* (мужчине присуща рациональность, инициативность, сознательность) / *интуитивность, конкретность* (инстинктивность женщины, её склонность к самоотдаче и к мыслительной деятельности о конкретных вещах);

- 2) *инструментальность, сознательность* (выражаются в целеустремленности, компетентности, упорядоченности действий мужчины, твердости его решений и убеждений) / *экспрессивность, бессознательность* (определяется эмоциональностью женщины, чувственностью, впечатлительностью, эмпатичностью);
- 3) *власть* (образ покровителя, хозяина, мужское начало имеет активную, в некоторой степени агрессивную природу, женское – пассивную, готовую принимать) / *подчинение* (преданность, покорность, жертвенность);
- 4) *порядок* (Мужское начало организует, выстраивает, вносит смысл, задает порядок) / *хаос* (чрезмерная эмоциональность и чувственность женщины ведет к беспорядку и отсутствию дисциплины);
- 5) *независимость, индивидуальность* (властное и дисциплинированное мужское начало стремится к авторитарности и доминантности, где первоочередная необходимость отдается личным целям и стимулам) / *близость, коллективность* (эмпатичность, традиционно приписываемая категории фемининности, обуславливает стремление женщины к близости с людьми);
- 6) *сила Я* (заключается в силе проявления мужской личности, в ориентированности его деятельности на достижение личных целей) / *слабость Я* (женское Я рассматривается, как часть *мужского Я*, женская сила состоит в достижении общего блага);
- 7) *импульсивность, активность* (мужское начало задает порядок и порождает движение, мужской пол мыслится как активный) / *статичность, пассивность* (женское начало, принимающее, подчиняющееся и зависимое, мыслится как пассивное);
- 8) *непостоянство, неверность, радикализм* (мужской архетип ассоциируется с радикализмом, переменами) / *постоянство, верность, консерватизм* (женский архетип наделен статичностью, пассивностью и стремлению к единообразию) [Денисова 2002: 50-51].

Мы склонны полагать, что перечисленные бинарные оппозиции

пронизывают фразеологический уровень языка, что вскрывается при анализе значения и внутренней формы паремиологических единиц. Кроме того, пословичные тексты способны хранить и передавать из поколения в поколение культурно значимые национальные установки и традиции носителей языка, а значит, они заключают в себе культурно относительные представления о категориях феминности и маскулинности, о мужском и женском началах. Знание данных оппозиций может не осознаваться индивидом ввиду их архаической природы. Равно, как и знание стереотипов, метафор, эталонов и символов может носить «наивный» характер, однако эти единицы составляют культурное пространство нации и принадлежат национально-культурному сознанию данного лингвокультурного сообщества.

Одной из самых распространённых оппозиций, находящих свое воплощение в русскоязычных пословицах и антипословицах, является оппозиция *мужчина vs женщина*, «система стилистических приёмов контраста весьма широко и разнообразно представлена в текстах русскоязычных пословиц и антипословиц, эталоном синтагматической аранжировки которой выступает антитеза» [Кирюхина 2023: 426-427]. Однако антипословицы используют данную оппозицию чаще, чем она фигурирует в «прямом» виде в текстах традиционных пословиц. Сей факт позволяет вынести на передний план возможность сближения сфер маскулинность / феминность, поскольку семантика антипословиц отражает повышенный интерес общества к сравнению гендерных ролей мужчины и женщины, выявлению общих и различительных черт.

### **2.3 Культурный код как ведущая категория лингвокультуры**

По замечанию В. Н. Телия, пословицы представляют собой наиболее важный «код» культуры [Телия 1996: 219], что обусловлено бытовой средой их функционирования, сводящейся к устойчивой жизненной философии народа – носителя языка. Как отмечает Е. В. Иванова, «процесс образования

пословиц, их дальнейшего употребления в речи есть результат действия двух фундаментальных взаимосвязанных характеристик человеческого мышления – категоризации и аналогии» [Иванова 2006: 90]. Действительно, человеку свойственно категоризировать мир и свой опыт в нём путём операций сопоставления и отнесения [Щедровицкий 1995: 44], а значит, новый опыт человека, обрамлённый в структуру антипословицы, также прошёл необходимую стадию категориального соотнесения с вполне реальными повседневными ситуациями, послужившими основами для порождения стереотипов бытия.

План выражения пословицы являет собой способ фиксации и трансляции культурно релевантных эталонов, символов и образных оснований метафор. Следовательно, целью проведения лингвокультурологического анализа будет выступать вскрытие и описание составляющих базу культурных кодов «культурно-национальных коннотаций, узуально сопровождающих значение в форме образных ассоциаций с эталонами, стереотипами и другими культурными знаками и соотносимых друг с другом посредством когнитивных процедур, придающих этим коннотациям осмысление» [Телия 1996: 78].

Обращаясь к понятию *культуры*, можно отметить многоаспектность этого термина и широкое различие дефиниций. Культура – это ненаследственная память общества, представляющая как система запретов и предпочтений (Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский); пространство общей памяти [Лотман 1992, Ассман 2004]; образ мира [Леонтьев 1983]; это мировидение и миропонимание, обладающее семиотической природой [Телия 1996: 222]. Как отмечает Н. Д. Арутюнова, «человек живет в контексте культуры, она является для него “второй реальностью”. Он создал ее, и она является для него объектом познания» [Арутюнова 1991: 3]. И. В. Зыкова также рассматривает культуру как систему «невербальных семиотических областей, состоящих из невербальных знаков, совокупное содержание которых образует целостную концептуальную сферу (концептосферу)» [Зыкова 2014: 69]. М. Л. Ковшова и Д.Б. Гудков определяют культуру как «пространство смыслов, имеющих

ценностное содержание, вырабатываемое человеком в процессе миропонимания, и кодов – знаковых систем, в которых используются разные материальные и формальные средства для означивания этих смыслов» [Ковшова, Гудков 2018: 50].

Человек со времен становления мира пытался объяснить себе этот мир и найти своё место в нем, что осуществлялось различными способами, преимущественно через телесно-чувственные ощущения, постепенно приводя себя к логическому осмыслению, о чём также свидетельствуют разные этапы развития мышления человека (мифологическое, религиозное, научное). Вся полученная телесным и ментальным опытом ценностная информация подлежит хранению, репрезентации и передаче, что реализуется благодаря процессу концептуализации, позволяющему утверждать, что информационное пространство, существующее вокруг человека, отнюдь не хаотично, а упорядоченно. В связи с чем, вся ценностная информация содержится в разного рода концептах, совокупность которых образует концептосферу. Концептосферу, в свою очередь, И. В. Зыкова определяет как «сложнейшее системное образование, которое создаётся из концептуально упорядоченной и концептуально оформленной ценностной информации, выработанной или полученной в результате познания неким сообществом мира и воплощенной (или воплощаемой) во всем множестве существующих невербальных знаков самой разной природы и составляющих различные и взаимосвязанные семиотические области» [Зыкова 2014: 69].

В данном отношении стоит упомянуть, что концептуальная картина мира гораздо шире языковой, поскольку семантическая сфера представлена только языковыми значениями слов. Соответственно, языковая картина мира – это зафиксированная в языке и специфичная для данного коллектива схема восприятия действительности [Яковлева 1994: 9]. По справедливому замечанию Э. Сэпира, языковая картина мира скорее отражает культуру прошлого [Sapir, 1973: 102], поскольку эволюция языка занимает значительный период времени, тот период, за который обобщение

социокультурного опыта человека способно воплотиться в знаках языка, а значит, языковая картина мира есть пережиточная картина мира [Касевич 1990:100]. Таким образом, противопоставление языковой и концептуальной картины мира с лингвистических позиций есть противопоставление языка и речи. Е. В. Иванова подчёркивает важность динамического подхода к языку: «динамический подход к языку как к текучей, открытой и непрерывной среде, все время изменяющейся, обнаруживающей относительность языковых правил и категорий наряду с устойчивыми, неизменными характеристиками, может дать наиболее адекватную модель языка и соотнесенных с ним структур знания» [Иванова 2006: 42-43]. В связи с чем в данной работе разграничиваются языковая и речевая (антипословичная) картина мира.

Тогда, что же такое лингвокультура? Согласно В. В. Красных, лингвокультура – это «воплощенная и закрепленная в знаках живого языка и проявляющаяся в языковых/речевых процессах культура, явленная нам в языке и через язык» [Красных 2013: 134]. Очевидно, что лингвокультура «исследует взаимодействие языка и культуры в диапазоне культурно-национального самосознания и его языковой презентации», то есть лингвокультура призвана овнешнять культуру и являть её человеку через язык [Ковшова, Гудков 2018: 98].

Поскольку творцом лингвокультуры выступает человек, личность, то возникает вопрос, что именно входит в понятие языковой личности. С. Г. Воркачëв рассматривает языковую личность как триединство: личность речевая, личность коммуникативная, личность словарная, этносемантическая [Воркачев 2001]. Таким образом, языковая личность это: 1) носитель языка, рассматриваемый со стороны его способности к речевой деятельности [Нерознак, 1996]; 2) совокупность вербального поведения индивида, пользующегося языком для ведения коммуникации [Богин 1984: 1]; 3) «базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, своего рода "семантический фоторобот", составляемый на основе

мировоззренческих установок, ценностных приоритетов и поведенческих реакций, отраженных в словаре» (Цит. по: [Воркачѐв 2001: 65]).

Одной из основных единиц лингвокультурологии также является концепт, который, будучи «зонтиковым термином», ввиду его способности покрывать предметные области когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, сводится к понятию как совокупности существенных признаков предмета, «погружѐнному» в культуру и язык [Воркачѐв 2003, 2010]. Н. А. Красавский также подчѐркивает: «Концепты – мыслительные единицы человеческого сознания» [Красавский 2001: 12]. Е. С. Кубрякова рассматривает концепты как оперативные единицы сознания, и значения языковых знаков [Кубрякова 1997: 24].

Лингвокогнитивный и лингвокультурологический подходы к концепту различаются по направленности исследовательского взора: «с позиций когнитивной лингвистики мы движемся от человека к культуре, с позиций лингвокультурологии – от культуры к человеку» [Карасик 2009: 29]. Кроме того, лингвокультурологические исследования ориентированы на изучение «специфического в составе ментальных единиц», а также сфокусированы на «описании отличительных семантических признаков конкретных концептов» [Воркачѐв 2004: 36]. По мнению С. Г. Воркачѐва, в широком смысле «в число концептов включаются лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют «наивную картину мира» носителей языка» [Воркачѐв 2001: 68]. Совокупность таких концептов образует концептосферу языка.

Учитывая лингвокогнитивный и лингвокультурологический подходы к рассмотрению концепта, В. И. Карасик формирует его определение: «концепт как ментальное образование в сознании индивида есть выход на концептосферу социума, т.е. в конечном счете на культуру, а концепт как единица культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием индивида» [Карасик 2002: 97]. И. В. Зыкова рассматривает лингвокультурный концепт как вербализованный культурный концепт или

культурный концепт, объективированный посредством знаков естественного языка [Зыкова 2014]. Следуя определению лингвокультурного концепта, данного В. И. Карасиком [Карасик 2002, 2009, 2020], будем выделять понятийную, образную и ценностную составляющую пословичного и антипословичного концепта. По замечанию В. И. Карасика, «ценностный подход к изучению и описанию концептов учитывает важность аффективной стороны концепта, тогда как образная составляющая культурного концепта коррелирует с перцептивной и когнитивной сторонами концепта, а понятийная составляющая представляет собой выход на языковое воплощение рассматриваемого явления» [Карасик 2002: 98].

С. Г. Воркачѐв выделяет образную и понятийную составляющую лингвоконцепта, но также предлагает включать значимостную составляющую, «определяемую местом, которое имя концепта занимает в языковой системе» [Воркачев 2004: 36]. Этимологические и ассоциативные характеристики автор относит в значимостную составляющую. С. Г. Воркачѐв предполагает, что значимостная составляющая может быть определена из ассоциаций имени концепта, его словообразовательного потенциала и номинативной плотности. Понятийная сторона концепта, есть «языковая фиксация концепта, его обозначение, описание, признаковая структура, дефиниция, сопоставительные характеристики данного концепта по отношению к тому или иному ряду концептов, которые никогда не существуют изолированно, их важнейшее качество — голографическая многомерная встроенность в систему нашего опыта» [Карасик 2002: 107]. Здесь стоит заметить, что пока не сложилось единого научного знания относительно способов выявления компонентов понятийной составляющей концепта. В связи с чем С. Г. Воркачѐв пишет: «определить её изначально можно «апофатически», через отрицание: это – то в содержании концепта, что не является метафорически-образным и не зависит от внутрисистемных («значимостных») характеристик его языкового имени» [Воркачев 2004: 63-64]. Таким образом, сложная и комплексная природа самого концепта порождает множественность подходов его рассмотрения, а

относительная размытость его границ не позволяет установить единую модель его конструирования.

В своих трудах Н. А. Красавский подчёркивает, что исследование паремий, а именно концептов, включаемых в структуру высказывания, «позволяет выявить ценностные смыслы социума на разных этапах его развития, систему приоритетов лингвокультурного сообщества, точнее – его определённой страты» [Красавский 2019: 219]. Исследование пословиц и антипословиц в динамическом аспекте позволяет зафиксировать изменения в ценностях того или иного лингвокультурного сообщества. О трансформационном характере ценностей Н. А. Красавский продолжает: «...ценности выступают в роли индикатора духовного состояния цивилизации, социума, его отдельных стратов, фиксируя систему их приоритетов, норм поведения и т.п.» [Красавский 2019: 219].

Поскольку данная работа осуществляется под вектором гендерных исследований, то основным концептом, выявляемым на материале пословиц и антипословиц русского и английского языков, является пословичный концепт *Женщина/Woman*. В качестве понятийной составляющей концепта в таком случае, вероятно, стоит считать его определение. Итак, мы находим следующее определение *женщины* в словаре С.И. Ожегова: «1) *Лицо, противоположное мужчине по полу, та, которая рождает детей и кормит их грудью. Женщина равноправна с мужчиной; 2) Лицо женского пола, вступившее в брачные отношения*» [Ожегов, Шведова 1997: 674-675]. В словаре Д. Н. Ушакова: «1) *Лицо, противоположное мужчине по полу; 2) Взрослая, в противоп. девочке*» [Ушаков 2014: 138]. Ядром понятийной составляющей концепта можно считать дистинктивные, дифференцирующие родовые признаки, хотя и с включением доминантных, прототипических ассоциаций. Весьма любопытной выступает дефиниция английского концепта *woman* в электронном словаре Cambridge, которая была расширена в 2022 году: «1) *an adult female human being; 2) an adult who lives and identifies as female though they may have been said to have a different sex at birth; 3) a wife or*

*female sexual partner*» [Cambridge Dictionary]. В отличие от русскоязычной дефиниции, понятийная сторона англоязычного концепта *woman* 1) не противопоставляет её мужчине, не выводит её определение через сферу маскулинности; 2) фиксирует национально-специфический компонент (женщина – это лицо любого пола, если оно идентифицирует себя таковой). Из анализа словарной дефиниции концепта *женщина/ woman* становится очевидным противоборствующий вектор гендерных исследований языка, находящийся на стыке традиций традиционности и глобализма.

Образная составляющая концепта *женщина/ woman* может конструироваться как посредством мыслительной картинки, наглядно-чувственного образа, так и посредством концептуальных метафор. В данной работе образное ядро пословичного и антипословичного концепта *женщина/ woman* составляют базовые метафоры, рассматриваемые в материалах третьей главы.

Ценностная составляющая пословичного и антипословичного концепта *женщина/ woman* определяется в данной работе посредством компонентного анализа, а также посредством предложенной О. Б. Абакумовой тематической роли «квалитатив», который определяется как «падеж, характеризующий качество описываемого объекта» [Абакумова 2013: 12].

Данная работа фокусируется на вычленении культурной информации в языковом облики, а именно в пословицах и антипословицах, поэтому предлагается рассмотреть понятие кода культуры и выполняемых им функций. Код является главным оперативным понятием семиотики, которая есть наука о знаках и знаковых системах. Понятие о коде обозначает класс знаков, с присущим каждому отдельной значимостью, а также сущность каждого знака иметь содержание, задаваемое соответствием между планом выражения – телом знака, и планом содержания – значением знака. Под кодом культуры можно понимать, согласно М. Л. Ковшовой, «совокупность знаков, составляющих план выражения для культурного содержания, внутренне связанной системы культурно ценностной информации и установок, носящих

конвенциональный характер и формирующихся в пределах культуры» [Ковшова, Гудков 2018: 40]. «Это система знаков материального и духовного мира, ставших носителями культурных смыслов; способ сохранения и передачи культурной информации, тип культурной памяти» [там же]. Как объясняет В. А. Маслова, культурный код «это то, что позволяет понять, как значение преобразовалось в культурный смысл» [Маслова 2016: 79]. Можно утверждать, что культурные коды экстраполируют древнейшие архетипические и мифологические представления о мире. По замечанию Д.Б. Гудкова, составляющими элементами культурных кодов выступают те единицы, которые «наделяются определенными культурными значениями, часть из которых присутствует в «светлой зоне» сознания представителей той или иной культуры, другие же не осознаются, присутствуют имплицитно, представляя собой своеобразные «лакуны», их экспликация является результатом лингвокультурологического анализа» [Гудков 2004: 39]. Таким образом, код культуры есть система знаков, наделенных культурными смыслами, выражаемыми эксплицитно или имплицитно в пределах каждого знакового тела.

В. Н. Телия предлагает рассматривать культурные коды как вторичные знаковые системы, «использующие разные материальные и формальные средства для кодирования одного и того же содержания, сводимого в целом к картине мира, к мировоззрению данного социума» [Телия 1966: 58]. Несомненно, способность культурного кода экстраполировать имплицитно надстроенные культурные значения денотатов позволяет говорить о сосуществовании двух видов семиотических систем: первичной, выстраиваемой естественным языком с его первосмыслами, и вторичной, выстраиваемой вторичными смыслами, образующими несколько иную систему значений / созначений. Доказательной силой в данном отношении выступает проведение простого сопоставительного анализа некоторых единиц, входящих, как в первую, так и во вторую систему. При словарном анализе лексемы «горло» мы обнаруживаем фиксацию следующего значения:

1) передняя часть шеи; 2) общее название зева, глотки; 3) верхняя суженная часть сосуда; 4) пролив, соединяющий залив с морем, а также рукав, соединяющий устье реки с морем, озером [Ожегов 1997: 129]. Из словарной дефиниции следует, что горло трактуется в своем первоначальном, прямом значении как физиологическая часть строения тела человека или осмысливается метафорически, что иллюстрируют семема 3 и семема 4. При этом толковые словари не учитывают культурно детерминированную коннотацию, составляющую символическое значение *горла*. При переходе во вторую семиотическую систему, упомянутую выше, понятие о *горле* начинает наслаиваться метонимическим осмыслением *горла* как *дыхания человека*, которое, в свою очередь, метафорически связывается с представлением человека о *свободе/ несвободе* (как *кость в горле, наступить на горло, поперёк горла*). Примечателен и тот факт, что символическая функция *горла*, зафиксированная телесным кодом сопоставляемых лингвокультур, сохраняет свою значимость по сей день и раскрывается при интерпретации антипословицы «*A woman`s way to a man`s heart is through his stomach, but not by jumping down his throat*», в которой читается рекомендация женщине не лишать мужчину свободы его действий и решений, не диктовать ему, что он должен или не должен делать, напротив, стоит продемонстрировать свою заботу через кулинарный навык. В антипословице русского языка «*Если жизнь берет за горло, поневоле покажешь ей язык*» также реализуется символическая функция лексемы *горло*, восходящая к смежности образов *дыхания* и *трудностей*.

Восходя к вопросу о семантике слова, «в настоящее время в отечественной лингвистике укрепилось представление о лексическом значении как о многокомпонентном семантическом целом; как правило, в его структуре выделяют в качестве обязательных денотативный и сигнификативный компоненты значения, а в качестве факультативных – коннотативный (или эмотивный), этнокультурный и структурный (парадигматический и синтагматический) компоненты» [Лукашевич 2002: 56-

57]. Иначе выражаясь, значение есть ни что иное, как многокомпонентная структура взаимосвязанных элементов (Ю. Д. Апресян, Ш. Балли, В. В. Виноградов, В. Г. Гак, Л. Ельмслев, А. Мартине, Э. Сепир, С. Ульман и др.). Помимо понятийного содержания значения слова, восходящего скорее к классифицирующей и номинативной функции языка, особенного внимания заслуживает семантический компонент, находящий свое воплощение в коннотации слова и его лексического фона, который можно понимать как совокупность всего, что не относится к понятийному содержанию слова [Верещагин, Костомаров 1983: 56-58].

Вышеизложенные идеи подводят к понятию коннотации, которое в зависимости от угла рассмотрения и выполняемых им функций, можно именовать: «как «стилистический эффект» (Ш. Балли); «добавочные (модальные, оценочные и эмоционально-экспрессивные) компоненты лексического значения (Г. В. Колшанский); «лексический фон значения» (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров); «эмоциональные наслоения» (Д. Н. Шмелёв); «эмотив» (В. И. Шаховский); «потенциальные признаки» (В.Н. Гак); «совокупность не всегда связанных, но закрепленных в культуре данного общества ассоциаций, образующих содержательные элементы, логические и эмотивные, которые складываются в стереотип» (Е. Бартминский) и др.» [Ковшова 2016: 20]. Очевидно, что семантика слова не исчерпывается лексическим понятием, сюда также стоит относить сумму коннотаций, выступающих как добавочные компоненты лексического значения слова.

Согласно мнению Ю. Д. Апресяна, коннотации стоит рассматривать как «несущественные, но устойчивые признаки выражаемого лексемой понятия, которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности; они не входят непосредственно в лексическое значение слова и не являются следствиями или выводами из него» [Апресян 1995: 159]. Если обратиться к трудам И. А. Стернина, то мы обнаружим, что автор включал коннотацию в лексическое значение слова, хотя и относит её на периферию [Стернин 1979].

Понятие коннотации особенно важно как для фразеологии, так и для паремиологии, поскольку «образно-ассоциативный комплекс, так или иначе входящий во фразеологическое значение, коннотирует с системой эталонов, стереотипов, символов, выработанных народным мировоззрением; с помощью коннотаций осуществляется связь между фразеологическими знаками языка и духовной культурой народа» [Ковшова 2016: 23]. Появление новых коннотаций есть не что иное, как длительный процесс, детерминированный национально-культурной значимостью той или иной единицы культуры.

Вслед за В. В. Красных, в данной работе мы полагаем, что лингвокультуру как систему, образуют когнитивная, метафорическая, эталонная и символическая подсистемы, которые, в свою очередь, состоят из набора единиц, наделенных культуроносной информацией: ментефакты (знания, понятия, концепты, представления), базовые метафоры, ниши эталонов, базовые символы [Красных 2016: 379]. Соответственно, традиционные пословицы и современные антипословицы могут быть рассмотрены в рамках обозначенных подсистем, с последующим описанием некоторых аспектов лингвокультурного пространства сопоставляемых в работе лингвокультур.

#### **2.4 Структуризация речевой (антипословичной) картины мира в неопаремиологических фондах русского и английского языков**

В данном параграфе предпринимается попытка дать ответ на вопрос о лингвокультурологическом статусе современных антипословиц. С целью поиска ответа на данный вопрос было принято решение обратиться к фонду антипословиц русского и английского языков с целью извлечения культурно ценностной и значимостной информации из их семантической структуры (здесь стоит сделать оговорку, ввиду проведения работы под вектором гендерных исследований, фактическим материалом послужили только гендерно маркированные антипословицы). Как уже было подмечено,

антипословицы призваны отражать более актуальную фрагментацию мира человека, что демонстрируется, в том числе, наличием в лексической структуре антипословиц новых лексем-номинантов, восходящих к до поры не существовавшим понятиям и объектам (*менеджер, конкурент, микробы, страховая компания, исполнительный директор, торговый центр, телефон* и др.), а также раскрывать более современное понимание тех или иных концептов.

Упомянув термин «национально-культурная специфика», необходимо внести ясность в его понимание в пределах данной работы. Согласно Д. О. Добровольскому, национально-культурная специфичность может быть описана посредством двух подходов: узкого и широкого. При первом способе осмысления, «национально-культурный компонент усматривается только в значении так называемых слов реалий типа *самовар, лапти, щи*» [Добровольский 1997: 39]. В таком случае круг национально-специфичных языковых выражений будет представлять из себя архаично замкнутый конструкт, не допускающий появления новых единиц, описывающих новые реалии. При широком рассмотрении данного термина национальная культура воплощается и выражается в многообразии различных языковых явлений, если интерпретация таковых явлений вкладывается в рамки категорий культуры, которая априори национальна [Бердяев 1990: 26]. Полагается, что всё, что подлежит осмыслению с аксиологических позиций, «прескрипций народной мудрости, мировидения и миропонимания народа, признаётся релевантным в аспекте национальной культуры» [Добровольский 1997: 39]. Следовательно, культурно заряженными языковыми единицами оказываются и пословичные неологизмы.

В связи с описанием системы ценностей В. И. Карасиком вводится понятие «аксиогенная ситуация», понимаемая как «положение дел, которое заслуживает внимания, является ценностно мотивированным и допускает переосмысление» [Карасик 2014: 74]. Среди коммуникативных жанров, раскрывающих аксиогенные ситуации, выделяются легенды, притчи,

*пословицы*, анекдоты и казуальные нарративы. Антипословицы также можно считать знаками аксиогенно заряженных ситуаций, поскольку они так же, как и пословицы, транслируют те или иные прескрипции поведения в форме запретов и рекомендаций.

По замечанию Н. А. Красавского, «современная интерпретация знаково закреплённых результатов человеческой деятельности, то есть культуры, в той или иной степени искажает истинные реалии прошлого; она всегда аппроксиматична, поскольку сам текст как фрагмент культуры объясняется его толкователями с позиции нынешнего знания, с точки зрения современного состояния культуры», поэтому «адекватный анализ любых культурных феноменов должен быть максимально контекстным, реально приближенным ко времени их рождения» [Красавский 2001: 55]. Следовательно, проведение комплексного системного анализа антипословичного знака позволяет обнаружить аккумуляцию в ходе историко-социальной эволюции новых смыслов и категорий действительности и адекватно их описать.

Е. В. Иванова замечает, что менталитет, проявляющийся в пословичной картине мира – это «отраженный в пословичном фонде менталитет народа, точнее, определенных социальных групп народа» [Иванова 2006: 49]. Тогда исследование семантики антипословиц позволяет выделить актуальные характерные черты менталитета той или иной нации.

Таким образом, культурно заряженными языковыми единицами оказываются такие пословичные неологизмы, как *«Не верь жене и... тормозам»* (квалитатив неверности), *«Если хочешь, чтобы жена тебе не изменяла, не женись»* (квалитатив неверности), *«When ra comes in at the door, ma's boyfriend flies out of the window»* (квалитатив неверности), так как в них вербализуется стереотипная для современного русскоязычного и англоязычного социума установка – женщины неверны своим мужьям, в связи с чем данные антипословицы транслируют народное предостережение, а точнее маскулинно ориентированное предостережение, созданное мужчинами для мужчин, не верить тому, что говорит женщина. Таким образом, гендерный

стереотип о женщине-обманщице, по-прежнему является востребованным для двух сопоставляемых лингвокультур. Чего нельзя сказать о некоторых реалиях, некогда входящих в повседневный уклад жизни человека, например, можно предположить, что реалия *конь (лошадь)* утратила свою актуальность в современном русском мире. Это не могло не отразиться на антипословичном фонде русского языка, в котором удалось зафиксировать только одну антипословицу, вызывающую к архаичному образу лошади, лошади крестьянского человека: «*Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе*» (квалитатив высокой ответственности и постоянной загруженности). В плане содержания нет лексемы *лошадь*, образ лошади возникает в нашем сознании в связи с глаголом *везти*. Полагается, что здесь имеет место отсылка к таким традиционным пословицам, как: «*Кума с возу — кобыле легче*», «*Что с возу упало, то и пропало*», «*Чей конь, того и деньги, Чей конь, того и воз*», инвариантное значение которых транслирует, что всю тяжелую работу выполняла лошадь (конь), что, собственно, и послужило закреплением в русской культуре лошади как эталона выносливости. Можно утверждать, что степень тяжести выполняемого физического (а может и морального) труда современной женщины сопоставляется по степени тяжести с физическим трудом, выполняемым ранее лошадью, то есть в данной антипословице образ современной женщины как бы отождествляется с архаичным образом лошади по степени возлагаемой нагрузки.

Национальная специфичность пословичного и антипословичного фондов обладает некоторым свойством антиномичности, а именно, остается национально уникальной и культурно универсальной одновременно, что подтверждается наличием схожих по значению и образности пословиц и антипословиц разных языков. Не составит никакого труда найти антипословицы русского и английского языков, в которых, например, транслируется поучительная (предупредительная) функция при декодировании логико-понятийной структуры речений, которые как бы предупреждают мужчину об опасности, исходящей от женщин: «*Beware of*

*women bearing gifts:remember Eve» (квалитатив опасности), «Beware of the girl who likes to eat her cake and have yours too» (квалитатив опасности), «Бежать за женицами никому не повредило – опасно их поймать» (квалитатив опасности). Тем не менее, среди англоязычных нео-паремий также находятся тематические группы антипословиц, не имеющих аналогов в корпусе русскоязычных антипаремий. Сюда можно отнести антипословицы об эфемерности женской красоты, о быстротечности «женского» времени: «Time and tide wait for no man-But time always stands still for a woman of thirty» (квалитатив возраста/ эфемерности красоты и молодости), «Time waits for no man, but it usually hesitates a while for a woman of twenty-nine» (квалитатив возраста/ эфемерности красоты и молодости); или группу антипословиц, в которой женщины демонстрируют своё социальное превосходство над другими лицами женского пола: «The widow feels superior to the spinster because even a husband is better late than never» (квалитатив превосходства), «Widows rush in where spinsters fear to tread» (квалитатив отважности). Приведённые примеры ещё раз подтверждают сложность и неоднородность структуры культурно-национальной специфики антипословиц, что ставит перед исследователем непростую задачу вычленения тех самых национально специфичных и культурно релевантных черт той или иной культуры.*

Категория «маскулинность» также фиксирует новые смыслы, вбирая некоторые грани категории «фемининность», что демонстрируется многочисленными антипословицами русского и английского языков, эксплицирующих образ мужчины как следящего за чистотой в доме, готовящего еду, склонного к ношению элементов женского белья, и даже проявляющего интерес к мужчинам («The early bird gets up to serve his wife breakfast in bed» (квалитатив проявления внимания, желания угодить), «Любовь зла — полюбил козел козла» (квалитатив склонности к гомосексуальности). Таким образом, обнаруживается тенденция к унификации гендерных экспектаций, навязываемых индивиду в процессе его жизнедеятельности, тенденция к сближению сфер *фемининное* и *маскулинное*,

достигаемая за счёт взаимообмена исконно мужскими и женскими доменами знаний, что в итоге приводит к процессу нейтрализации гендерных границ и прескрипций [Кириухина 2022а].

Чтобы получить более адекватное представление о современной действительности средствами языка, нужно обратиться к семантике антипословиц, считает Е. В. Иванова, которые, по замечанию исследователя, «отражают происходящие в обществе изменения, неприятие и осуждение традиционного понимания миропорядка» [Иванова 2014: 162]. Отсюда следует, что более современная интерпретация окружающего мира обнаруживается во множествах значений антипословиц, составляющих ядро речевой картины мира [Кириухина 2022: 330].

Ввиду транслируемого антипословицей значения, все антипословицы можно условно разделить на две большие группы: *обесмысленные* и *переосмысленные*. По замечанию О. Б. Абакумовой: «в первом случае внимание говорящего, использующего или окказионально создающего антипословицу, сосредоточено в первую очередь на изменениях синтаксической структуры и/или лексических заменах с использованием параномасии, полисемии, омофонии и др. приемов языковой игры» [Абакумова 2022: 160]. В данном случае употребление антипословицы такого типа преследует сугубо «приземлённые» цели, например, демонстрация собственного (или чужого) языкового новаторства с развлекательно-провокационным вектором данного коммуникативного акта без претензии на дидактический посыл такой квазипословицы («*Мы с Тamarой ходим парой – пароходы мы с Тamarой*»). Вторая же группа антипословиц связана «в большей степени с семантикой высказывания, с изменением пропозиции базовой формы пословицы и тех деонтических норм, которые эксплицитно или имплицитно фиксированы в семантике традиционной паремической единицы. Во втором случае речь может идти об отражении в антипословицах изменения системы ценностей данной лингвокультуры» [Абакумова 2022: 161].

Таким образом, единицы нео-паремиологического фонда также находятся в тесной связи с культурой того или иного языкового сообщества, являясь вербальным способом воплощения большого многообразия универсального и культурно-специфического, национального набора характеристик.

## Выводы по главе 2

Гендер являет собой социокультурный конструкт, образующийся в совокупности взаимодействия бесконечного множества повседневных ситуаций общения, требующих воплощения определённого гендерного дисплея, гендер обладает статусом *приобретённое*, однако не обладает статусом неизменяемого конструкта. Гендерная атрибуция, как сетка, набрасывается на всевозможные ситуации общения и находит своё отражение через гендерный дисплей.

Язык и культура выступают в тесной связи друг с другом, представляя собой две семиотические системы. Культура манифестируется как тело воплощения данных кодов, тематически дифференцированных и наделённых различными культураносными смыслами. Лингвокультура же складывается на основании пересечения и наложения двух семиотических систем, а именно, языка и культуры, что даёт основания полагать о существовании третьей семиотической системы – лингвокультурологической.

Культурное пространство нации базируется на единой когнитивной базе нации, которая хотя и подлежит некоторой разности интерпретации с надстройкой индивидуальных смыслов, но сохраняет ядерное содержимое единой когнитивной базы. Культурная база нации выстраивается национально-культурно детерминированными единицами лингвокультуры, а именно ментефактами, метафорами, эталонами и символами, которые находят оязыковление в том числе в текстах пословиц и антипословиц, а значит, они подлежат фиксации, адекватной интерпретации и аналитическому описанию.

Человек, получая новый социокультурный опыт, склонен к проведению

ряда аналогий и отсылок к уже имеющемуся у него опыту и результатом сей когнитивной деятельности индивида выступает синтез информации путём анализа конкретных ситуаций и их обобщением, находящий своё воплощение в логико-понятийной структуре антипословицы. Данные процессы носят устойчивый характер и являются результатом шаблонизации мышления, т.е. стереотипизации. Антипословицы, будучи знаками культуры, могут служить ориентиром в социокультурном пространстве нации.

Происходит сглаживание границ между полями «маскулинность» и «фемининность», что постепенно может привести к подрыву позитивной социальной идентичности личности, которая служит навигатором и ориентиром человека в многообразии его полоролевых отношений, реализующихся в различных общественных институтах, будь то семья, образование, рынок труда, сфера межличностного общения.

### Глава 3. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ

#### 1.1 Структурный анализ пословиц и антипословиц русского и английского языков

Предпринимались различные попытки построить типологию пословиц: на тропеической (Г.Л. Пермяков), модальной (Левин) и синтаксической (Т.М. Николаева) основе. А. А. Потебня разграничивал образные и безобразные пословицы, при этом отмечая, что иносказательность пословицы является её важнейшей характеристикой, отличительным признаком жанра. Г.Л. Пермяков выделял клише с образной мотивировкой значения и клише с прямой мотивировкой общего значения. Исследователь не наделял синтаксис пословицы особыми стилевыми и жанровыми характеристиками, соотнося синтаксис пословицы с синтаксисом литературного языка. Ю. И. Левин предложил следующую типологию, основанную на модальных характеристиках высказывания: 1) законы жизни, мыслимые как обычай и 2) предписания, мыслимые как указания к действию. Класс предписаний объединяет как эксплицитные, так и имплицитные императивные установки. В. П. Жуков выделял три группы паремий, основываясь на их функционально-семантической специфике: 1) пословицы, «которые в настоящее время не употребляются в буквальном, прямом смысле», 2) пословицы, которые отличаются двойным планом, 3) выражения, которые употребляются только в прямом смысле. Т. М. Николаева дифференцировала две группы пословиц: без условного компонента (*Аппетит приходит во время еды*) и с условным компонентом (*Была бы шея, хомут найдется*).

Под референцией можно понимать как «отнесенность актуализованных имен, именных выражений или их эквивалентов к предметам действительности (референтам, денотатам)» [Арутюнова 1998: 411], так и

«соотнесение и соотнесенность языковых выражений с внеязыковыми объектами и ситуациями» [Падучева 2008: 79]. Развитие теории референции в логике и позднее в лингвистике привело к возникновению двух крупных групп теорий: логико-семантической, прагматической и синтаксической [Арутюнова 1998]. В прагматический подход к референции также принято относить понятия «коммуникативной установки говорящего, его интенции, фонда знаний собеседников, коммуникативной организации высказывания, отношения к контексту» [Там же]. Логико-семантический подход исключает говорящего из акта референции, и, таким образом, референция становится актом прямого соотнесения слова и объекта. Еще одно принципиальное различие между логико-семантическим и прагматическим подходами заключается в том, что логическая традиция рассматривает референцию на уровне предложения, а прагматическая – на уровне высказывания. В своей работе мы придерживаемся логико-семантического подхода к понятию референции. При синтаксическом подходе различается референтное и нереферентное употребление именных выражений, когда в позиции предиката имена функционируют нереферентно, указывая не на объект, а на признаки.

О.Е. Фролова предполагает, что референция пословицы определяется синтаксическими позициями и семантикой ИГ. Связь между именными группами и объектами внеязыковой действительности осуществляется в высказывании с помощью местоимений, нарицательных и собственных имен. В данной типологии пословиц автор отличает три типа пословиц, различающихся по заполненности/ незаполненности актантных позиций предиката. В связи с этим автор выделяет следующие типы пословиц с точки зрения их референции: 1) с занятыми актантными позициями; 2) со свободными актантными позициями; 3) с формально занятыми и семантически непроясненными или опустошенными позициями предиката» [Фролова 2007].

В основу настоящего изложения практического материала была положена референциальная типология пословиц, предложенная О. Е. Фроловой [Фролова 2007, с.45-52], которая была дополнена оценочным и

сравнительно-сопоставительным аспектами в работе О. Б. Абакумовой [Абакумова 2013]. В рамках проводимого анализа было изучено около 450 русскоязычных пословиц и 450 антипословиц, а также 400 англоязычных пословиц и 300 антипословиц.

Наш анализ выявил следующие категории **русскоязычных пословиц с гендерным компонентом**:

1. **Русскоязычные пословицы с заполненными актантными позициями (59%)**. Первая группа пословиц и антипословиц, с занятыми и заполненными актантными позициями, является наиболее распространенной в традиционном и современном паремиологическом фонде. Более характерной формой глагольного сказуемого в пословицах выступает 3-е лицо единственного и множественного числа и 3-е лицо единственного числа, что объясняется семантикой пословичного и антипословичного текста, который транслирует отношение общества к сферам «маскулинное» и «фемининное», а именно оценку и характеристику поведенческих паттернов мужчины и женщины. Время в большинстве пословиц и антипословиц неактуализированное, подходящее под схему *когда? всегда*. Структурирование пословичного концепта *женщина* по материалам пословиц русского языка также происходит как выделение совокупности отдельных качеств (квалитативов):

**Квалитатив необходимости, ценности, значимости брачных отношений:** *Без жены дом – содом; Видал ли ты беду, терял ли ты жену?; Скрасит девку венец да молодец; Была бы невеста, а сваха будет; Без мужа голова не покрыта, а без жены дом не крыт; Без мужа жена – всегда сирота.*

**Квалитатив важности хозяйственности, бережливости:** *Добрая жена дом сбережет; Муж возом не навозит, что жена горшком наносит. Что муж возом не навозит, то жена горшком наносит; Хозяйкою дом стоит; Коли изба крива – хозяйка плоха; Красна девка не телом, а делом.*

**Квалитатив материнской любви:** *Всякой матери милы свои дети; Дитя хоть и криво, а отцу с матерью мило; Сердце матери греет лучше*

*солнца; Сыр калача белее, а мать мачехи милее; Слепой щенок и тот к матери ползет.*

**Квалитатив таинственности, мистики, судьбы:** *Бабка надвое сказала; Хорошо тому жить, кому бабушка ворожит; Девка плачет, а белка скачет; Девкой меньше – так бабой больше; Всяка невеста для своего жениха родится.*

**Квалитатив собственного мнения, ответственности:** *Жена не сапог – с ноги не скинешь; Жена – не рукавица: с руки не сбросишь, за пояс не заткнешь; Ехал бы прямо, да жена упряма; Жена не горшок – не расшибешь; Жена не балалайка: поиграв, на стену не повесишь.*

**Квалитатив внешней привлекательности, соблазнительности:** *В чужую жену чёрт ложку мёда кладёт; В чужую жену чёрт ложку мёду кладёт, в свою уксус подливает; Были бы девки, ребята через забор перескачут; Искушила молодца чужая девичья краса.*

**Квалитатив важности репутации:** *Жена Цезаря должна быть выше подозрений; Жена без мужа – вдовы хуже; Девушка – не травушка, не вырастет без славушки; Никто не бывал, а у девки дитя; Хороша та девка, которую мать хвалит; Просватанная невеста всем нравится.*

**Квалитатив доброты:** *Добрая жена дом сбережет; С доброй женой и муж будет честен; С доброй женой и горе – полгоря, а радость – вдвойне; Жена приласкает, а мать пожалеет; И добрая мачеха, а все не мать.*

**Квалитатив равенства мужу, единения/единства:** *Жена мужу не прислуга, а подруга; Муж жене отец, жена мужу – венец; Муж да жена – одна сатана; Муж с женою бранится, да под одну шубу ложится; Жена да муж – змея да уж.*

**Квалитатив подчинения, послушания смирения, терпения:** *Муж жене закон; Женское оружие – кротость; Смирная девушка – ожерелье; Жена мужу пластырь, а муж жене пастырь; Где муж, там и жена.*

**Квалитатив разборчивости:** *Разборчивая невеста в девках останется; Каждая девушка ищет счастливой любви; Умная невеста и за двадцать сидит, а дура и в семнадцать выйдет.*

**Квалитатив логики:** *Женский ум лучше всяких дум; Бабий ум лучше всяких дум; Женский совет немудрен, а кто его не слушает, тот неумен; Женский ум стоит многих.*

**Квалитатив страстности, чувственности, эмоциональности:** *Бабые сердце что в котле кипит; Бабые сердце, что горшок с кипятком: что всплыло, то и было; Муж – голова, жена – душа.*

**Квалитатив здоровья и богатства:** *Муж любит жену здоровую, а брат сестру богатую; Больная жена мужу не мила; Муж любит жену здоровую, а жених невесту – богатую.*

**Квалитатив возраста:** *Девка не мак: в один день не облетит; Какова ни будь красна девка, а придёт пора – выцветет; Девка красна до замужества.*

**Квалитатив наследственности:** *Какова мать – такова и дочь; Баба что мешок: что положишь, то и несет.*

**Квалитатив богатства:** *У девки золотом уши завешены (квалитатив алчности, неразумности); Богаты невесты, да до венца (квалитатив бесправности); Были б денежки в кармане, будет и тётушка в торгу.*

**Квалитатив скромности, терпения:** *Невеста сама в дом не придёт.*

**Квалитатив злого нрава, раздражительности, сварливости:** *Свекровь сушит кровь; Жена взбесилась и у мужа не спросилась; Злая жена страшнее дурного сна; Все девушки хороши, но откуда злые жёны берутся?; Где сатана не сможет, туда бабу пошлет; Жена злонравна – мужу погибель.*

**Квалитатив лицемерия, хитрости:** *В людях – ангел, не жена, дома с мужем – сатана; Гонит девка молодца, а сама прочь нейдет; Женская лесть без зубов, а с костями сглохнет; И дура – жена мужу правду не скажет; Муж не знает, где жена гуляет.*

**Квалитатив алогичности, глупости, ненужных хлопот, беспечности:**

*Дал муж жене волю – не быть добру; У бабы волос долог, да ум короток; Не было у бабы хлопот, купила баба поросю; Скачет баба задом и передом, а дело идет своим чередом (квалитатив проворства, ловкости).*

**Квалитатив доминантности, властности:** *Что мать в голову вобьет, того и отец не выбьет (квалитатив влияния матери). Жена – в доме глава; Муж – голова, жена – шея, куда захочет, туда и повернет; Мать всякому делу голова; Хозяйка лежит – и все лежит; хозяйка с постели – и все на иголках.*

**Квалитатив жертвы:** *У мужа жена всегда виновата; Перед мужем жена всегда виновата; У плохого мужа жена всегда дура; Худой муж всегда жену не хвалит; Обошёл мужик женушку дубинным корешком; Честный муж одну только жену обманывает.*

**Квалитатив болтливости:** *Баба – бабе, баба – борову, а потом по всему городу; Женщина без разговора, что двор без забора; Жена говорлива мужу не мила; Бабий язык – чёртово помело: выметет из дому и хитреца, и мудреца; Не ждёт баба спроса, сама все скажет.*

**Квалитатив несчастья, скорби:** *На вдовый плач глядя, и мужик убивается; Сирая вдова – круглая сирота; Женские слезы не вода, а невода; Вдовье дело горькое.*

**Квалитатив низкого социального статуса:** *Курица – не птица, а баба – не человек; Баба да корова – одна порода; Бабья доля – что рабья воля; Мужик да собака всегда во дворе, а баба да кошка всегда в избе.*

**Квалитатив товарности, предмета купли/продажи:** *Девка – чужой товар; Девки – чужой хлеб.*

**Квалитатив бедности:** *Бедной девке краса – смертная коса.*

2. **Пословицы с незанятыми актантными позициями субъекта (36%).** Пословицы этой группы в большей степени отражают напутствие или модель поведения, нежели оценку ситуации.

2.1. Императивная конструкция: *Учи жену без детей, а детей без людей (квалитатив тактичности (для мужа)/ обидчивости, ранимости (для жены и детей); Невесту выбирай не глазами, а ушами (квалитатив репутации); Бей жену как шубу, а люби как душу (квалитатив любви/повиновения).*

В традиционном паремиологическом фонде также распространены, хотя и с меньшей степенью, пословицы с глаголом в будущем времени, что добавляет смыслу, транслируемому пословицей, созначение долженствования, обета, чего не прослеживается в современных антипословицах.

2.2 Определённо-личные конструкции: *С милым дружкой и на льду хлеба найду (квалитатив любви, преданности, жертвенности); Старого мужа соломкой прикрою, молодого сама отогрею (квалитатив неверности); Муженёк хоть всего с кулачок, да за мужниной головой не сижусь сиротой (квалитатив ценности замужества).*

2.3. Неопределённо-личные конструкции: *Где венчают, тут и отпевают (квалитатив судьбы, недолговечности); Где венчают, тут и погребают (квалитатив судьбы, недолговечности, смертности); Сосватав невесту, у людей не спрашивают (квалитатив решительности, верности слову).*

2.4. Обобщенно-личные конструкции: *От хорошей жены помолодеешь, от плохой состаришься (квалитатив доброты, сочувствия, взаимопонимания); Сердцу не прикажешь (квалитатив судьбы); Любовь не картошка, не выбросишь в окошко (квалитатив ответственности); Любовь зла, полюбишь и козла (квалитатив судьбы).*

2.5. Инфинитивные конструкции: *Добрую жену взять ни скуки, ни горя не видать (квалитатив разумности и веселого нрава); Не жить приданым, а жить богоданным (квалитатив судьбы), С красотой не жить (квалитатив доброго нрава и хозяйственности).*

2.6. Безличные конструкции: *Скроено – так шить, выдано – так жить (квалитатив судьбы, смирения); Без жены скучно, а с женой трудно*

(квалитатив необходимости взаимопонимания); При матери добро, при солнышке тепло (квалитатив доброты, тепла).

2.7 Назывные конструкции: У доброй девки ни ушей, ни глаз (квалитатив доброго нрава); Дитянку по голове, а матери по сердцу (квалитатив материнской любви); В девушках дольше – замужем короче (квалитатив возраста).

### **3. Пословицы с формально занятыми, но семантически непроясненными или опустошенными позициями предиката (5%).**

3.1. Пословицы с актантами, выраженными кванторными местоимениями: Каждому свое чадо любо (квалитатив любви); Всякому мужу своя жена мила (квалитатив милая, любимая); Всякому свое дитя жалко (квалитатив любви, сочувствия); Всякому свое дитя милее (квалитатив любви).

3.2. Пословицы с актантами, выраженными отглагольными или отадъективными существительными, обозначающими действие, состояние или абстрактное качество: Согласною семью беды обходят (квалитатив взаимопонимания и согласия); Где лад, там и клад (квалитатив миролюбия, взаимопонимания); Лад да согласие – первое счастье (квалитатив доброжелательности, взаимопонимания и взаимодействия).

3.3. Актантная позиция заполняется относительными местоимениями в местоименно-относительных конструкциях: Кто жене волю дает, сам себя обкрадывает (квалитатив подчинения, послушания); Кто матери не послушает, в беду попадет (квалитатив мудрости, опыта); Кто матери не послушает, тот век мучиться будет (квалитатив мудрости, опыта).

Проведенный анализ антипословиц дал возможность выделить следующие категории **русскоязычных антипословиц с гендерным компонентом:**

#### **1. Антипословицы с заполненными актантными позициями (71%).**

Первая группа пословиц имеет в качестве именной группы референциально связные актанты, что подразумевает их соотнесение с представителями класса.

В этом типе антипословиц актантные позиции предиката заняты антропометрическими лексемами с указанием на мужчину или на женщину. Кроме этих лексем субъектные позиции могут быть заняты существительными, называющими животных, растения, предметы, оценочными существительными, именами собственными, соматизмами и т.п., что создает основу для конструирования образа женщины и/или мужчины, их гендерных характеристик в данной культуре:

**Квалитатив ценности, необходимости партнера для отношений:**

*Возраст каждого мужчины определяется тем, как выглядит его жена;  
Мужчина как банный лист: сначала он к женщине пристаёт, а потом смывается.*

**Квалитатив неверности:** *Бывает, что у жены муж умирает, а у вдовы живет.*

**Квалитатив (чрезмерной) хозяйственности:** *Женщина, думающая, что путь к сердцу мужчины лежит через желудок, метит слишком высоко.*

**Квалитатив материнской любви, заботы, субъективности:** *Вырастая, мы чаще всего становимся теми самыми мужчинами, от которых мать велела нам держаться подальше; Бог не может поспевать везде, и поэтому он создал матерей.*

**Квалитатив скромности:** *Если девушка, разговаривая с парнем, опускает свои глаза, это означает, что он ей нравится. А вот если парень опускает свой взгляд при разговоре с девушкой, то это означает, что ему нравятся ее ноги.*

**Квалитатив романтичности, наивности, чистоты:** *Тургеневские девушки влюбляются в поэтов, женщины бальзаковского возраста – в прозаиков; Мужчины хотят секса, женщины – любви. А занимаются все одним и тем же.*

**Квалитатив мудрости, практичности:** *Тургеневские девушки влюбляются в поэтов, женщины бальзаковского возраста – в прозаиков;*

*Красивые женщины часто гораздо умнее, чем это кажется, если судить по их внешности.*

**Квалитатив внешней привлекательности, соблазнительности:**  
*Красивые женщины часто гораздо умнее, чем это кажется, если судить по их внешности; Красивая женщина не должна быть слишком умна: это отвлекает внимание; Наши женщины тратят на косметику гораздо больше, чем страна на вооружение. Это и понятно: они и победы одерживают чаще.*

**Квалитатив капризности, непредсказуемости, высокой самооценки:**  
*Мужчина, если бы и смог понять, что думает женщина, все равно не поверил бы; Женщина всегда верит в то, во что она хочет верить; Есть два способа командовать женщиной, но никто их не знает.*

**Квалитатив чувственности, алогичности:** *Женщина рассуждает чувствами.*

**Квалитатив судьбоносности:** *Женщина в жизни спортсмена может быть этапом, периодом, таймом или дополнительным временем; Женщину придумал Бог, но делал ее черт; Чтобы женщина стала прекрасной царевной, надо просто спустить с нее шкуру.*

**Квалитатив возраста:** *Женщина выглядит на столько лет, на сколько она себя чувствует; Женщине столько лет, на сколько она выглядит.*

**Квалитатив верности:** *Женщина хочет многого, но от одного, а мужчина – одного, но от многих; Верность жены — это одно из достоинств ее мужа, а верность мужа — это лишь стечение обстоятельств.*

**Квалитатив физической силы и трудолюбия, повышенной ответственности:** *Только женские руки могут так нежно... уложить асфальт; Вера может двигать горы, она колоссальная баба; Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе; Настоящая женщина должна спилить дерево, разрушить дом и вырастить дочь.*

**Квалитатив алчности, расточительности:** *Чем бы жена ни тешилась, лишь бы не моей зарплатой; Чем больше женщину мы любим, тем меньше*

*денег в кошельке; Женщина мечты – самый дорогой способ исполнения желаний.*

**Квалитатив расчётливости, прозорливости, хитрости:** *Мужчина сразу видит женщину, без которой он не может жить, а женщина – мужчину, с которым бы она могла жить; Женщина любит мужчину за то, что он любит ее. Мужчина любит женщин вообще; В одном вопросе мужчины и женщины, безусловно, согласны между собой: и те и другие не доверяют женщинам.*

**Квалитатив опасности:** *Женщина, если захочет, забирает у мужчины все, даже фамилию; Женщины могут все, но (просто) некоторые стесняются; Девушка – это пуля со смещенным центром тяжести: попадает в глаз, проходит через сердце, бьет по карману и выходит боком.*

**Квалитатив доминантности, власти, женского обаяния:** *Мужчина гоняется за женщиной, пока она его не поймает; Как бы плохо мужчины ни думали о женщинах, они о них думают, думают, думают; Если президентом страны станет женщина, то нам придется работать не на дядю, а на тетю.*

**Квалитатив неверности, предательства, лицемерия** (по отношению к мужу): *Ветвистость рогов мужа прямо пропорциональна стройности ног жены; Злые женщины ставят мужчинам шишки, а добрые – рога; Разводы тоже совершаются по любви... к другому; Если автобусу изменит жена, то он станет троллейбусом.*

**Квалитатив ненужности, обременительности** (для мужчины): *Баба с возу – деду легче; Баба с возу – кобылой меньше; Баба с возу – легче ехать; Руки есть – жены не надо!; В жизни мужчины бывают периоды, когда они абсолютно равнодушны к женщинам. Это 1-й, 2-й, 3-й периоды хоккея.*

**Квалитатив сложности, противоречивости, непредсказуемости:** *С годами все труднее бегать за женщинами, приходится волочиться; Все плохие жены начинали как хорошие невесты; Если вы хотите жениться на умной, красивой и богатой, вам придется жениться три раза.*

**Квалитатив сварливости, несговорчивости, злого нрава:** *Если утром жена с вами не разговаривает, значит, вечер удался; Самый лучший способ запомнить день рождения жены – один раз его забыть; Если жена пилит мужа, значит, хочет сделать из него прекрасную половину.*

**Квалитатив недостатка ума:** *Недостаточную глубину мысли женщина восполняет иными глубинами; Вышла Василиса Прекрасная за Ивана Дурака и стала Василиса Дурак; Баланс: женщины чаще говорят глупости, мужчины – чаще делают; Если мужчина требует от женщины только одно, значит, она не способна на другое.*

**Квалитатив болтливости:** *Женщины, безусловно, умеют хранить тайны, но сообщают; Чья бы корова мычала, только бы баба молчала.*

**Квалитатив порочности:** *Верные мужья обычно верны и своим любовницам; Зевая во весь рот, мужчина показывает свое бескультурье, женщина демонстрирует свои возможности; Чем у женщины больше косметики на лице, тем неоднозначней был ее вчерашний вечер.*

**Квалитатив непривлекательности, лишнего веса, отсутствия манер:** *Женщину неопределенного возраста часто выдает вес; Баба с возу – землетрясение в 5 баллов; Если дама, подавая руку для поцелуя, не сняла перчатку, джентльмен может не вынимать изо рта сигару.*

**Квалитатив подчинения мужчине, зависимости:** *Раздельное питание по-восточному – это когда мужчины едят мясо отдельно от макарон, которые едят женщины; Женщина без мужа – все равно, что конь без уздечки; Муж – голова, жена – все остальное; Баба не волк, в лес не убежит.*

2. **Антипословицы с незанятыми актантными позициями субъекта (23%).** Присущие традиционному жанру пословицы грамматические структуры инфинитива и императива также широко представлены в новом антипословичном жанре, значение которых, соответственно, также обладает элементом долженствования в основной пропозиции. Пословицы этой группы в большей степени отражают соответствие норме, чем оценку ситуации.

2.1. Императивные конструкции: *Баба с возу – давай другую (квалитатив вещественности, объектности); Любите женщину: она научит вас уважать свободу (квалитатив опасности); Не говори, подруга, сама по пьянке замуж вышла (квалитатив порочности).*

2.2. Определенно-личные конструкции: *У меня с моей женой обмен мнениями: прихожу со своим мнением, ухожу – с ее (квалитатив доминантности, манипулятивности); Трубку, лошадь и жену не дам никому (квалитатив предмета собственности); Жену свою люблю, поэтому изменяю редко (квалитатив жертвы).*

2.3. Неопределенно-личные конструкции: *За одну малолетку дают две пятилетки (квалитатив опасности, соблазнительности); Красивые женщины как дефицитные товары: их так же быстро расхватывают (квалитатив внешней привлекательности, ценности для мужчины).*

2.4. Обобщенно-личные конструкции: *От женщины никогда не знаешь, что ожидать – девочку или мальчика (квалитатив опасности непредсказуемости); Любовь нечаянно нагрянет, когда жену совсем не ждешь (квалитатив опасности, потери свободы).*

2.5. Инфинитивные конструкции: *Мне всегда было трудно привести домой женщину: сначала из-за родителей, теперь из-за жены! (квалитатив порядочности, соблюдения приличий); Чтобы хорошо провести время, нужно провести жену и тещу (квалитатив обременительности).*

2.6. Безличные конструкции: *И с самой сварливой женщиной можно найти общий язык, если прикусить свой (квалитатив сварливости); Сейчас женщинам легче добиться равных прав с мужчинами. Для этого им достаточно пригрозить сменить пол (квалитатив равноправия).*

2.7. Номинативные конструкции: *Так много женщин, так мало времени (квалитатив соблазнительности); Мужская игра – всегда что-то от спорта, женская – от театра (квалитатив игривости); От любви до ненависти один шаг. Налево (квалитатив неверности, обманчивости); Нет дамы без огня (квалитатив опасности).*

В отличие от традиционных пословиц, антипословицы значительно меньше включают конструкции обобщённо-личного, определённо-личного и неопределённо личного типов, что можно было бы связать с тенденцией снижения ориентации на «Мы» пространство и плавного фокуса на позиции «Я» («Он», «Она»). Деление национальных культур на коллективистские и индивидуалистические выступает важным параметром определения её строения [Hofstede 1984, Hofstede 1991, 2008]. Данная параметризация позволяет вычленить осознание человеком самого себя в обществе, проходящее либо под углом «Я-локус», либо «Мы-локус». Традиционно, русская культура соотносилась с коллективистским типом культур, что подтверждается наличием определённых культурных и языковых маркеров, позволяющих прийти к такому выводу. При анализе синтаксических структур русскоязычных традиционных пословиц мы обнаруживаем большое количество конструкций обобщённо-личного и неопределённо-личного типа, имеющих в качестве предиката глагол во 2-ом или 3-ем лице множественного или единственного числа («Где венчают, тут и отпевают», «Как вырастешь занятыми, но семантически опустошёнными позициями предиката («Кто жене волю дает, сам себя обкрадывает»), что фиксирует ценность коллективистской общественной оценки явлений мира и уклада быта. Тем самым подтверждается факт высокой ценности мнения коллектива как важного элемента структуризации модели поведения индивида, когда общество выступает в роли авторитетного источника знаний, коллективного судьи. Современные антипословицы русского языка мало представлены конструкциями обобщённо-личного и неопределённо-личного типа. Вероятно, представляется возможным зафиксировать тенденцию в русском социуме к сниженной потребности в общественной аксиологической оценке явлений бытия и субъектов действий, стереотипов их поведения с позиции коллективного ума, наблюдателя, судьи. Хотя, специфика явления пословицы (и антипословицы в том числе) включает в себя архетипическую отсылку к

коллективному осмыслению и лексикографическому оформлению явлений окружающей действительности, небезосновательно можно предположить о сдвиге в оценке данных объектов и субъектов с позиции «*Мы-ценность*» на «*Я-ценность*», о чем сигнализирует непопулярность некоторых грамматических конструкций, имплицитно содержащих в своей семантике оценку «*Мы*». Таким образом, антипословицы в некотором смысле обладают менее выраженной степенью экспликации плотного общественно-культурного пространства, создающего некий фантом общности социального мнения, в отличие от традиционных пословиц (*Хвалят...., Найдут...., Венчают....*), использующих категорию плюральности для выражения единогласия.

**Антипословицы с формально занятыми, но семантически непроясненными или опустошенными позициями предиката (6%).** Третья группа пословиц с точки зрения заполнения актантных позиций предиката обращается к пропозитивным и дейктическим средствам. Структурное заполнение позиции субъекта при отсутствии семантического заполнения. Как правило, актанты предиката выражаются личными и относительными местоимениями в сложных предложениях приместоименно-соотносительного типа:

3.1. Пословицы с актантами, выраженными отглагольными или отадъективными существительными, обозначающими действие, состояние или абстрактное качество: *Поскольку любовь окрыляет, возможны перелеты (квалитатив неверности); Белая и пушистая – это на самом деле седая и волосатая (квалитатив непривлекательности); Естественный отбор – это изъятие денег у мужа после получки (квалитатив алчности).*

3.2. Актантная позиция заполняется относительными местоимениями в местоименно-относительных конструкциях: *Кто видит женщин насквозь, тот многое теряет (квалитатив внешней физической привлекательности); Ничто не красит так женщин, как перекись водорода (квалитатив*

*непривлекательности, бедности); То, что женщине по душе, мужчине [часто] не по карману (квалитатив расточительности).*

3.3 Пословицы с актантами, выраженными кванторными местоимениями: *Третий не лишний: он запасной (квалитатив неверности, лживости).*

Стоит заметить, что в некоторых пословицах и антипословицах имена собственные также обладают широким референциальным полем, что объясняется их интертекстуальностью, лежащей в основе взаимодействия текста со знаковым фоном, выступающим в качестве фундаментальной основы смыслообразования высказывания, например:

*Хороша дочь Аннушка, как хвалят мать да бабушка (Аннушка R (reference) Невеста) – квалитатив родственной любви; По бороде – Авраам, а по делам – Хам (Авраам R Мудрый мужчина/ Хам R Неуважительный мужчина) – квалитатив ума, квалитатив неподчинения правилам; Женою и Адам из рая изгнан (Адам R Муж) – квалитатив неподчинения правилам, послушания; На всякого Борю Моисеева найдется свой проктолог (Боря Моисеев R Мужчина нетрадиционной ориентации) – квалитатив наличия партнера; Если гора не идет к Магомету, значит, Абрам дал больше (Магомет R Мужчина1/ Абрам R Мужчина2) – квалитатив алчности; Вышла Василиса Прекрасная за Ивана Дурака и стала Василиса Дурак (Василиса R Женищина/ Иван R Мужчина) – квалитатив зависимости от мужа.*

Однако в других случаях имена собственные имеют своим референтом обозначенную мифологему: *Если бы Ева не изменила Адаму, Дарвин не смог бы утверждать, что человек произошел от обезьяны – квалитатив неверности; Всё новое — это хорошо забытое старое: Ева — первая удачная попытка клонирования человека – квалитатив зависимости от мужчины; Галантность — отношение Адама к Еве в дояблочный период – квалитатив непорочности.*

Анализ англоязычных традиционных пословиц дает возможность выделить следующие категории **англоязычных гендерно маркированных паремий**:

**1. Англоязычные пословицы с заполненными актантными позициями (54%):**

Квалитатив опасности: *Women are the snares of Satan; Women are like wasps in their anger; A morning sun, and a wine-bred child, and a Latin-bred woman, seldom end well; Women are the devil`s net; Women are saints in church, angels in the street, and devils at home.*

Квалитатив доминантности (над мужем): *The most master wears no breech; An obedient wife commands her husband; As the goodman says, so say we, but as the good wife says, so must it be; Where the mistress is the master, the parsley grows faster.*

Квалитатив неверности, предательства, лицемерия: *A fair wife and a frontier castle breed quarrels; Women are saints in church, angels in the street, and devils at home; The postern door makes thief and whore; An old man who weds a buxom young maiden, bids fair to become a freeman of Buckingham.*

Квалитатив жадности, алчности, меркантильности и расточительства: *Mills and wives are ever wanting; Wife and children are bills of charges; Women, priests and poultry have never enough; Two daughters and a back door are three stark thieves; Whores affect not you but your money; Wine and wenches empty men`s purses.*

Квалитатив ненужности, нежелательности (для мужчины): *Why buy a cow when milk is so cheap?; An ox, when he is loose, licks himself at pleasure; Many a man sing that wife home brings; wist he what he brought, weep he might; The woman who marries many is disliked by many.*

Квалитатив сварливости, вздорного нрава, злости: *Scolds and infants never lin bawling; Husbands are in heaven whose wives scold not; Three things drive a man out of his house: smoke, dropping of rain and wicked wives; Mother-in-*

*law and daughter-in-law are a temptest and hail storm; A fair wife and a frontier castle breed quarrels; Women and dogs set men together by the ears.*

Квалитатив недостатка мудрости/ глупости, алогичности: *When an ass climbs a ladder, we may find wisdom in women; Women have long hair and short brains; A woman cuts her wisdom teeth when she is dead; A clever man will build a city, a clever woman will lay it low; Women in state affairs are like monkeys in glass shops.*

Квалитатив низкого социального статуса: *A man of straw is worth a woman of gold; A bad woman is worse than a bad man; The female of the species is more deadly than the male; A married woman has nothing of her own but her wedding-ring and her hair-lace.*

Квалитатив болтливости: *A woman's strength is in her tongue; Women are great talkers; Many women, many words; many geese, many turds; A woman's sword is her tongue, and she does not let it rust; Three women make a market; Three women, three geese, and three frogs make a market.*

Квалитатив капризности, изменчивости, непостоянства: *A woman is a weathercock; A woman's mind and winter wind change oft; Women are as wavering as the wind; Early rain and a woman's tears are soon over; Women are as fickle as April weather.*

Квалитатив порочности: *A fair woman without virtue is like palled wine; Women may blush to hear what they were not ashamed to do; A maid and a virgin is not all one; Thieves and whores meet at the gallows; Three things cost dear: the caresses of a dog, the love of a whore, and the invitation of a host.*

Квалитатив пассивности: *A woman is flex, man is fire, the devil comes and blows the bellows; Deeds are males, and words are females; A good husband makes a good wife; A good Jack makes a good Jill.*

Квалитатив веселья, доброты, любви: *A cheerful wife is the joy of life; A good wife is a goodly prize, saith Solomon the wise; Two things do prolong thy life: a quiet heart and a loving wife; All women are good; All women are good (either*

*for something or nothing); A fair face cannot have a crabbed heart; A hearth is no hearth unless a woman sit by it.*

Квалитатив внешней привлекательности, возраста, эфемерности: *The fairest flowers soonest fade; The fairest rose at last is withered; A bonny bride is soon buskit, and a short horse is soon wispit; A man is as old as he feels, and a woman as old as she looks.*

Квалитатив эмоциональности, интуитивности: *Deeds are males, and words are females; Words are for women, actions for men; A woman either loves or hates in extremes; Woman's instinct is often truer than men's reasoning; A woman has an eye more than a man.*

Квалитатив ценности, необходимости: *A good wife and health is a man's best wealth; Men get wealth and women keep it; A man without a wife is but half a man; Women are necessary evils; A married man has many cares, the unmarried one many more.*

Квалитатив характера, собственного мнения, разборчивости: *Women must have their wills while they live, because they make none when they die; Women will have their wills; Swine, women, and bees can not be turned; A maid marries to please her parents; a widow to please herself.*

Квалитатив мудрости: *Women in mischief are wiser than men; An ounce of mother is worth a ton of priest; Discreet women have neither eyes nor ears; The wife should be blind and the husband deaf; A dark man's a jewel in a fair woman's eye.*

Квалитатив хозяйственности (её важности): *The foot on the cradle and a hand on the distaff is a sign of a good housewife; The wife is a key to the house; Men make houses but women make homes; Woeful is the household that wants a woman; Men get wealth and women keep it.*

Квалитатив материнской любви: *The good mother says not, "Will you?" but gives; A ship under sail, a man in complete armour, a woman with a great belly are three of the handsomest sights; Children suck the mother when they are young, and the father when they are old.*

Квалитатив домашнего пространства: *A wife, domestic, good and pure, Like snail, should keep within her door; Phidias made the statue of Venus at Elis with one foot upon the shell of tortoise, to signify two great duties of a virtuous woman, which are to keep home and be silent.*

Квалитатив надежности, ответственности, занятости: *A groaning horse and a groaning wife never fail their master; Home is the girl's prison and the woman's workhouse.*

Квалитатив скромности, послушания, спокойствия: *Maidens must be mild and meek, swift to hear and slow to speak; Maidens should be meek till they be married; A maid that laughs is half taken; Maidens should be seen, and not heard.*

Квалитатив слабости: *A woman is the weaker vessel; A woman, a dog, and a walnut-tree, the more you beat them the better they be.*

Квалитатив богатства: *Widows are always rich.*

**2. Пословицы с незанятыми актантными позициями субъекта (20%).** Пословицы этой группы в большей степени отражают соответствие норме, чем оценку ситуации.

Императивные конструкции: *Take a vine of a good soil, and the daughter of a good mother (квалитатив хорошего воспитания); Refuse a wife with one fault, and take one with two (квалитатив низкого личного статуса); Go down the ladder when you marry a wife, go up when you choose a friend (квалитатив низкого социального статуса); Choose a wife by your ear rather than by your eye (квалитатив хорошей репутации).*

Пассивные конструкции: *Better be half hanged, than ill married (квалитатив опасности, нежелательности); Better one house spoiled than two (квалитатив опасности).*

**2.3 Назывные конструкции:** *Pretty face, poor fate (квалитатив судьбы, квалитатив внешней привлекательности); No war without a woman (квалитатив опасности); Once a whore and ever a whore (квалитатив порочности); Better a portion in a wife than with a wife (квалитатив доброты); Better hand loose than in an ill tethering (квалитатив нежелательности).*

2.4 Инфинитивные конструкции: *Better to be an old man's darling than a young man's slave* (квалитатив выбора, свободы); *A house readymade and a wife to make* (квалитатив нужности мужчине); *No lack to lack a wife* (квалитатив нежелательности).

2.5 Безличные конструкции: *Better wed over the mixen then over the Moor* (квалитатив равного социального пространства); *Marry in May, rue for aye* (квалитатив осторожности).

**Пословицы с формально занятыми, но семантически непроясненными или опустошенными позициями предиката (26%).** Третья группа пословиц с точки зрения заполнения актантных позиций предиката обращается к пропозитивным и дейктическим средствам.

3.1. Структурное заполнение позиции субъекта при отсутствии семантического заполнения. Как правило, актанты предиката выражаются личными и относительными местоимениями в сложных предложениях приместоименно-соотносительного типа: *He that marries a widow and two children marries three thieves* (квалитатив меркантильности и расточительности); *He that has a wife has a master* (квалитатив доминантности, власти в семье); *He that has a wife, has strife* (квалитатив сварливости, придирчивости).

3.2. Актанты предиката выражены числительными в неопределенно-личных конструкциях: *Many a one for land takes a fool by hand* (квалитатив глупости); *One cannot love and be wise* (квалитатив глупости, эмоциональности).

3.3. Актантная позиция предиката заполняется местоимением *it* или *they* в безличных конструкциях: *It is better to marry a shrew than a sheep* (квалитатив наличия силы, характера, умения постоять за себя); *It is hard to wive and thrive both in a year* (квалитатив обременительности); *It is no more pity to see a woman weep, than to see a goose go barefoot* (квалитатив обманчивости).

3.4. Группу составляют пословицы с актантами, выраженными отглагольными или отадъективными существительными, обозначающими действие, состояние или абстрактное качество: *No mischief but a woman or a priest is at the bottom of it* (квалитатив опасности); *Women's counsel is cold* (квалитатив опасности); *Love is blind* (квалитатив потери разума, слепой преданности); *A sieve will hold water better than a woman's mouth a secret* (квалитатив болтливости); *An ounce of mother wit is worth a pound of learning* (квалитатив мудрости).

В результате анализа англоязычных антипословиц удалось выявить следующие категории **англоязычных нео-паремий с гендерным компонентом:**

**1. Англоязычные антипословицы с заполненными актантными позициями (78%):**

**Квалитатив опасности:** *A little woman is a dangerous thing; "Every little bit helps," as the old lady said when she pissed in the ocean to help drown her husband; A little knowledge is a dangerous thing, especially when your wife has it; Dead men tell no tales ...which makes it easier for widows to remarry.*

**Квалитатив нежелательности, ненужности, хлопотности:** *A bachelor is a rolling stone that gathers no boss; A rolling stone gathers no Mrs.; Behind every great man there's an asshole; Every man has his price, but brides are given away; Love is blind, but your mother-in-law isn't; Man proposed, and a mother-in-law opposes.*

**Квалитатив мудрости:** *There are two sides to every man: the side his wife knows, and the side he thinks she doesn't know.*

**Квалитатив хорошего аппетита:** *The way to a woman's heart is through the door of a good restaurant; Baby-sitter: The hand that rocks the cradle raids the refrigerator.*

**Квалитатив верности, привязанности:** *There's no accounting for love: many a girl cannot put a man out of her mind even after he has put her out of his life.*

**Квалитатив доминантности, властности, карьеры:** *A man is as old as she feels; A man is only as old as the woman he feels; A man's castle is his home, and his wife has the keys to all the rooms; A man's home is his wife's castle; A woman's place is in the (White) House; A woman's place is in the House....and in the Senate; A woman's place is in the White House.*

**Квалитатив удивления, невнимательности:** *Behind every successful man stands an amazed mother-in-law!; Behind every successful man, there stands an amazed woman.*

**Квалитатив лицемерия, хитрости, склонности к обману:** *All the world's a stage, and some women are always rehearsing their woes; Appearances are deceiving: many a girl who puts up a swell front in public is flat-chested at home.*

**Квалитатив предательства, измены:** *A fool and his wife are soon parted; When pa comes in at the door, ma's boyfriend flies out of the window; When husband comes in at the door, the lover flies out of the window.*

**Квалитатив независимости, своеправия, наличия амбиций:** *A woman without a man is like a moose without a hatrack; A woman's place is every place; A woman's place is in the car; A woman's place is in the delicatessen store and the beauty salon; A woman's place is in the house....or anywhere else she wants to be.*

**Квалитатив сексуальности, порочности, доступности:** *A woman's place is in the hay; A woman's place is sitting on my face; Behind every good moan – there's a woman; Boys will be boys and girls will be girls, but not forever; A woman who thinks the way to a man's heart is through his stomach is aiming a little too high.*

**Квалитатив гордости за мужчин, удивления:** *Behind every successful man stands a proud but surprised wife.*

**Квалитатив богатства:** *A widow and her money are soon courted; Opposites attract – that's why so many men are attracted to girls with money.*

**Квалитатив вовлечения в профессию, карьеру:** *Behind every beautiful woman, there's a beautiful woman; Behind every great woman, there's a man; Behind every great woman there's a man who tried to stop her; Behind every*

*successful woman there is a good man; Men seldom make passes at a girl who surpasses; A working mothers's best friend is her Maytag.*

**Квалитатив романтичности:** *To a romantic girl, all roads lead to Romeo.*

**Квалитатив вздорного нрава, сварливости:** *A word to a wife is never sufficient; A word to wife is sufficient- to start a quarrel; Behind every successful man is a woman who keeps reminding him that she knows men who would have done even better; Behind every successful man there's woman sneering that she knows a man who's more successful; Behind every famous man there's a woman telling him he's not so hot.*

**Квалитатив плохой матери, нежелания быть матерью:** *Lots of babies must be rocking themselves nowadays; Children should be seen and not had; Another thing stranger than fiction is woman; The hand that used to rock the cradle is now busy writing about planned parenthood.*

**Квалитатив бедности, низкого социального статуса:** *Behind every successful man is a woman, who didn't have jewelry, a mink coat, and an expensive home; Half the world doesn't know how the other half lives on the husband's salary.*

**Квалитатив расточительности, капризности:** *Behind every successful man is a woman who wanted a mink; Behind every successful man is a woman who hasn't enough closet space; Hell hath no fury like a woman at a bargain counter; Money makes the mare go....and woman makes the money go; The man who said "talk is cheap" never had a wife with a charge account in a department store.*

**Квалитатив алчности, меркантильности:** *Behind every successful man there's a woman trying to catch him; Every man has his price, and every woman has her figure; Faint heart never won fair lady - but a full purse can always pull a trick; Blondes prefer gentlemen with money; Woman cannot live by diamonds alone.*

**Квалитатив непунктуальности:** *A woman on time is one in nine.*

**Квалитатив болтливости:** *A woman's place is in the home because that's where the telephone is; A woman's place is in the home. Usually right next to the*

*telephone; A woman's word is never done; Woman's work is never done, probably because she can't get off the telephone long enough to do it.*

**Квалитатив недостатка мудрости, глупости:** *A fool and her money are soon courted; A little knowledge is a dangerous thing, especially when your wife has it; A woman driver is known by the fenders she keeps; A word to a wife is never sufficient; A word to the wise is sufficient, a word to the wife never is.*

**Квалитатив пристрастия к алкоголю, наркотикам:** *Men always make passes at girls who drain glasses; Men often make passes at girls who hold glasses; Absinthe makes the tart grow fonder (квалитатив порочности); In Hawaii, men make passes at girls who wear grasses.*

**Квалитатив внешней привлекательности, соблазнительности:** *A man is as old as his arteries, a woman is as young as her art; A Miss is as good as a Mrs; A miss is as good as her smile; Diamonds are not a girl's best friend.*

**Квалитатив эмоциональности:** *Behind every transferred executive stands a woman with a moist hankie; My wife's hobby is making things-like mountains out of the molehills.*

**Квалитатив материнства:** *On the matrimonial sea, the hand that rocks the cradle seldom rocks the boat; The hand that rocks the cradle rules the world; When children ask embarrassing questions, invention is the necessity of mother; What a mother should save for a rainy day is patience; To the mother of young children there's a time and place for everything, except rest.*

**Квалитатив домашнего пространства:** *A woman's place is in the home. That's why she's so eager to find a man to put her in her place; A woman's work is never done-by men!; A woman's day is never done; All work and no pay makes a housewife.*

**Квалитатив возраста:** *A man is as old as he feels before breakfast, and a woman is as old she looks before breakfast; A man's as old as he looks when he needs a shave, a woman is as old as she looks just after washing her face.*

**Квалитатив превосходства вдовы над другими женщинами:** *The widow feels superior to the spinster because even a husband is better late than never;*

*Widows rush in where spinsters fear to tread; One woman's poise is another woman's poison.*

**Квалитатив осторожности, любопытства:** *Nowadays when a girl goes out on a blind date, she would eat, drink and be wary; What every wife wants to know: how the other half lives.*

**Квалитатив важности репутации:** *A man is known by the company his wife keeps (квалитатив доминирования); A man is known by the company he keeps, and a woman by the maids she can't keep; A girl is judged by the company she keeps - at a distance; A man is judged by the company he keeps, a woman by how late she keeps company.*

**Квалитатив стремления выйти замуж:** *Man proposes, then woman imposes (квалитатив доминирования); Time and tide wait for no man but a woman will; Husband-seeking women: Too many looks spoil the truth; The best way to a businessman's heart is through his stomach.*

**Квалитатив хитрости, находчивости:** *The way to a man's heart may be through his stomach, but a pretty girl can always find a detour; You can't make a silk purse out of a sow's ear, but a smart gal knows how to get a mink out of an old goat; Where there's a woman, there's a way – and she usually gets it.*

**Квалитатив нужности мужчине:** *A girl had in bed is worth two in the car, A girl in a convertible is worth two in the car, One girl in the kitchen is worth two at the front gate; One spoony girl in the deserted conservatory is worth two in the crowded ballroom; A rich man and his daughter are soon parted.*

**Антипословицы с незанятыми актантными позициями субъекта (10%).**

1.1 Императивные конструкции: *Beware of women bearing gifts: remember Eve (квалитатив опасности); Of two evils, choose the prettier (квалитатив опасности/внешней привлекательности); And remember that the way to a man's heart hangs just below his stomach (квалитатив сексуальности); Give a man enough rope, and he'll hang himself, give a woman enough rope, and she'll want pearls on it (квалитатив расточительности, капризности); Give a*

woman an inch, and she'll complain that nothing fits her anymore (квалитатив капризности); Give a housewife enough rope and she'll make macrame' hangers for all her houseplants (квалитатив хозяйственности).

1.2 Назывные конструкции: *Like mom, like son* (квалитатив доминирования, руководства).

### 3. Антипословицы с формально занятыми, но семантически

е 3.1. Структурное заполнение позиции субъекта при отсутствии семантического заполнения: *Every cloud has a silver lining: when you get a divorce, you also get rid of your mother-in-law* (квалитатив недоброжелательности, придирчивости); *As she shows, so shall we peep* (квалитатив соблазнительности); *You can't make a silk purse out of a sow's ear, but a smart gal knows how to get a mink out of an old goat* (квалитатив меркантильности).

е 3.2. Актанты предиката выражены числительными в неопределенно-ничных конструкциях: *Two can live as cheaply as one, but wives work because they don't care to live that cheap* (квалитатив бедности, стремления заработать, иметь свои деньги).

м 3.3. Актантная позиция предиката заполняется местоимением *it* или *they* в безличных конструкциях: *Of two evils, it isn't always possible to choose the lesser-sometimes they are twins* (квалитатив соблазнительности, внешней привлекательности); *It's not easy for a beautiful girl to believe that love is blind* (квалитатив опыта); *'Tis better to have loved and lost than to marry and be bossed* (квалитатив доминирования); *When spinsterhood is bliss, 'tis folly to be wived* (квалитатив любви к себе, свободы).

о 3.4. Эту группу составляют пословицы с актантами, выраженными глагольными или отадъективными существительными, обозначающими действие, состояние или абстрактное качество: *Early to bed and early to rise is the way of a girl before she gets wise* (квалитатив недостатка мудрости); *Among women drivers, one bad turn deserves another* (квалитатив недостатка

*опыта, умений*); *Clothes don't make the woman, but they often show how she is made* (квалитатив внешней привлекательности); *Clothes may not make the man, but they certainly help a woman to make him* (квалитатив внешней привлекательности).

В традиционном и современном паремиологическом фонде английского языка по-прежнему самой активной формой глагола выступает глагол 3 лица единственного и множественного числа, употребляемый в форме неактуализированного настоящего времени. Однако в традиционных англоязычных пословицах широко распространены назывные конструкции, чего нельзя сказать о гендерно маркированных антипословицах. Кроме того, анализ референциальных связей высказывания позволил зафиксировать появление антипословиц вероятно созданных женщинами для женщин, вот некоторые из них:

1) *Attention girls: Always save a boyfriend for a rainy day – and another one in case it doesn't rain.* Очевидно, что данная антипословица вербализирует поучительную функцию пословичного жанра, научая современную женщину быть хитрой и уметь манипулировать мужчинами.

2) *It is better to have loved and lost than to have to do homework for the kids every night.* В этом случае также реализуется гендерная роль женщины-холостячки, которая осознанно выбирает путь свободной жизни и открыто не желает вступать в брак и обзаводиться детьми. Любопытен статус терминов «холостячка» и «*bachelorette*», которые хоть и фиксируются словарями, но едва ли характеризуются как востребованные в сопоставляемых лингвокультурах. В русском языке наиболее приемлемой формой номинации свободной женщины является фраза «*незамужняя женщина*», что всё равно объясняет *термин* через сферу маскулинности. Другими способами номинации свободной женщины в сопоставляемых языках служат формы «*старая дева*» и «*spinster*» обладают отрицательной оценкой, что объясняется негативным отношением общества к женщинам, которые так и не вышли замуж, таким образом, и в данном случае мы имеем выход в маскулинную

систему ценностей, в которой женщина подлежит оценке через призму маскулинных взглядов на мир. Чего нельзя сказать о термине «холостяк», который обладает нейтральной социальной оценкой, а значит, не подлежит порицанию ни со стороны женщин, ни со стороны мужчин;

3) *Two can live as cheaply as one-but wives work because they don't care to live that cheap.* В данном случае транслируется миграция фемининного поля в маскулинное, границы между категориями маскулинности и фемининности начинают становиться размытыми, нивелированными. Современная женщина предстаёт в роли добытчика и как самостоятельная общественная единица.

Подводя итог, можно заключить, что антипословицы, как и традиционные пословицы, отмечаются высокой степенью антропоцентризма, читаемого в их значениях и смыслах, они созданы людьми и для людей, выступая с одной стороны неким способом хранения народного опыта и источником его распространения с другой. Основной характеристикой современного и традиционного срезов пословичного жанра по-прежнему выступает категория неактуализованности ситуации, с установкой на её воспроизводимость и закономерность, антипословицы вслед за пословицами обладают равной дидактико-перлокутивной силой, взывая к обобщённому опыту социума, высказанному лексико-грамматической формой данных единиц. Основными грамматическими категориями выступают сказуемое, выраженное глаголом в форме настоящего времени, инфинитива и/или повелительного наклонения, а также именная группа, воплощающая в себе семантику неопределённости и квантор всеобщности, реализуемый эксплицитным фактором нерелевантности числового показателя имени и его имплицитным неконкретизированным денотативным статусом. Все рассмотренные пословицы и антипословицы, имеющие в своей синтаксической структуре именную группу, выраженную именем существительным, транслируют его неконкретизированное значение с семантикой *какой? всякий, каждый*, например, *Женщина должна одеваться*

*так, чтобы мужчине хотелось ее раздеть, Сирая вдова – круглая сирота, Жена для совета, теща для привета, а нет милей родной матери* и др.

### **3.2 Семантический анализ пословиц и антипословиц русского и английского языков**

В данном параграфе сравнительному и сопоставительному семантическому анализу подвергаются англо- и русскоязычные пословицы и антипословицы, обладающие имплицитной или эксплицитной гендерной маркированностью. Отбор лингвистического материала для проведения данного исследования также осуществлялся при помощи структурного и семантического принципов в рамках выявления и описания образной составляющей паремий, способствующих отражению культурной специфики категорий «фемининность» и «маскулинность».

Поддерживая идею К. Григаса [Григас 1987] о том, что семантика пословицы главным образом складывается из ключевых слов и ядерного образа, выраженного метафорой, мы провели анализ, результаты которого изложены в данном параграфе и основываются на *концептуально-метафорической гипотезе образности*, предложенной Р. Гиббсом, Дж. Лакоффом, М. Джонсоном и др. [Лакофф 2011, Gibbs 1990, Lakoff, Johnson 1980]. Такие виды осмысления и прочтения одних сущностей в терминах других фиксируются языком и входят в лингвокультурное пространство нации. Исходя из антропометричной природы метафоры, В. Н. Телия полагает, что метафора соизмеряет разные сущности, создавая новый «гештальт» из редуцированных прототипов, формируя на его основе новый гносеологический образ и синтезируя в нем признаки гетерогенных сущностей [Телия 1988: 26-52]. Таким образом, пословицы и антипословицы побуждают коммуникантов к культурной интерпретации того или иного высказывания через соотнесение текста с «архивными» смыслами национальной культуры, через апелляцию к набору знаний и представлений о содержательном образе

фразеологической единицы, соотносимого с национальными символами, эталонами, мифологемами, стереотипами и др. [Ковшова 2013: 147-150].

Антипословицы транслируют традиционный образ категории «фемининность» с надстройкой более актуальных частей культурной информации, поскольку всё то, что находит своё отражение в тексте антипословиц было преломлено через коллективные сведения о мире, уже «пропущенные» через язык [Кубрякова 2009: 10]. Феномен антипословиц в некотором смысле соотносится с дихотомией языка и речи, поскольку всё то, что вошло и входит в язык, когда-то черпало истоки с речи: «каждое языковое явление, которое мы описываем и называем когнитивным, обнаруживает свои истоки в речевой деятельности, а каждый акт коммуникации имеет отношение к когнитивному процессу, а потому и может быть описан либо по своим когнитивным предпосылкам, либо по своим когнитивным последствиям» [Кубрякова 2012: 68]. Язык, являясь средством номинации и интерпретации окружающей действительности, служит проводником к мыслительным, ментальным, интеллектуальным и категоризирующим операциям в мозгу человека, а пословицы и антипословицы, являясь частью этого языка, способны приоткрыть дверь в непреходящий процесс расширения национальных образов и национальных картин мира. По замечанию М. Л. Ковшовой, «особенность знаковой функции пословиц и поговорок состоит в том, чтобы обозначать то, что болит и плачет (согласно поговорке); чтобы выражать постулаты наивной этики; потому что обращение к паремиям позволяет выявить подлинные, не плоскостные, а многомерные когнитивные схемы осмысления происходящего» [Ковшова 2019: 26].

В рамках проводимого анализа было изучено около 500 русскоязычных пословиц и 450 антипословиц, а также 400 англоязычных пословиц и 300 антипословиц с использованием аппарата когнитивной семантики и тематической роли «квалитатив», который определяется как «падеж, характеризующий качество описываемого объекта» [Абакумова 2013: 26], а также при помощи систематизации материала по разным типам метафор,

обладающих бинарной оппозиционной структурой (структурные, пространственные, онтологические, метафоры типа «контейнер» и др.) [Lakoff, Johnson 1980]. В работе также применяется аппарат гендерной метафоризации, понимаемый как частный случай телесной метафоры с одной стороны и как перенос совокупности духовных качеств и свойств, объединенных словами *женственность* и *мужественность*, на другие предметы с другой [Словарь гендерных терминов 2002].

### 3.2.1 Концептуальная метафора (образная составляющая концепта) в русскоязычных пословицах и антипословицах

**Пространственная метафора** в пословицах и антипословицах русского языка:

– **оппозиция «далеко / близко»:** *Баба да кошка – в избе, мужик да собака – во дворе* (квалитатив своего и чужого пространства); *Мужик да собака всегда во дворе, а баба да кошка всегда в избе* (квалитатив своего и чужого пространства); *Бабе дорога – от печи до порога* (квалитатив ограниченного пространства); *Жена от мужа на ноготок, а муж от жены на локоток* (квалитатив близости, зависимости); *Девушка что тень: ты за ней – она от тебя, ты от нее – она за тобой* (квалитатив своеуравия); *К милому идти – семь верст не околица* (квалитатив жертвенности, любви); *Принца можно всю жизнь ждать, а мужик каждый день нужен* (квалитатив ценности, коллективности);

– **оппозиция «свой / чужой»:** *Всякой матери милы свои дети* (квалитатив материнской любви); *Дитя хоть и криво, а отцу с матерью мило* (квалитатив материнской любви); *В чужую жену чёрт ложку мёду кладёт, в свою уксус подливает* (квалитатив соблазнительная; квалитатив несговорчивая); *Чужая жена – лебёдушка, а своя – полынь горькая* (квалитатив соблазнительности, квалитатив жертвы); *Чужого мужа полюбить – себя погубить* (квалитатив верности); *Не хвастайтесь, что*

*ваша жена лучше всех: женщины могут обидеться, а мужчины захотят убедиться (квалитатив ценности); Девушки! Не ходите замуж за иностранца, поддержите отечественного производителя (квалитатив своего и чужого пространства); Твоя жена – моя жена, но моя жена – не твоя жена (квалитатив собственности);*

– **оппозиция «верх / низ»:** *Не петь курице петухом, не владеть бабе мужиком (квалитатив подчинения, неравного социального статуса); Как вырастешь с мать, все будешь знать (квалитатив знания, неравного социального статуса); Знай, баба, свое кривое веретено (квалитатив низкого социального статуса); Бабушка на печь, а дед по дрова (квалитатив доминантности, власти); Женщина скрывает от мужчины свое прошлое, а мужчина от женщины – ее будущее (квалитатив осторожности); У меня с моей женой обмен мнениями: прихожу со своим мнением, ухожу – с ее (квалитатив подчинения); Если жена пилит мужа, значит, хочет сделать из него прекрасную половину (квалитатив подчинения).*

#### **Временная метафора в русскоязычных пословицах и антипословицах:**

– **Оппозиция «начало / конец»:** *Девка красна до замужества (квалитатив привлекательности/социального статуса); Чужую жену любить – свою загубить (квалитатив верности); Больная жена мужу не мила (квалитатив здоровья); Девичья красота – до замужества (квалитатив возраста); Замуж идти не мед пить, а слёзы лить (квалитатив жертвенности); Если утром жена с вами не разговаривает, значит, вечер удался (квалитатив жертвы); Вам смешно, а мне жениться (квалитатив нежелательности брака); Галантность — отношение Адама к Еве в дояблочный период (квалитатив хорошего отношения); Женщин берут в жены за их мнимые достоинства, а оставляют — за реальные недостатки (квалитатив антиценности).*

#### **Онтологические метафоры в русскоязычных пословицах и антипословицах:**

– **Метафора объективации («женщина – объект / трофей»):** Девка – чужой товар; Девки – чужой хлеб; Девка не лошадь: без сбруи не сбудешь (квалитатив предмета купли / продажи); Дочь отцу с матерью не корысть: пои-корми, да и в люди отдай (квалитатив предмета купли / продажи); Станешь гадать, как девку замуж отдать (квалитатив важности мужа, необходимости); Дороже всего, как ни странно, стоят бесплатные женщины (квалитатив предмета купли/продажи); Девушка как парашют, лучше всегда иметь запасной (квалитатив жертвы); Женщина как чемодан без ручки: и тащить тяжело, и бросить жалко (квалитатив жертвы); Красивые женщины как дефицитные товары: их так же быстро расхватывают (квалитатив предмета купли/продажи).

– **Метафора типа «контейнер» («женщина – контейнер эмоций»):** Баба что горшок: что ни влей – все кипит (квалитатив сварливости, эмоциональности, несговорчивости); Баба что мешок: что положишь, то и несет (квалитатив реактивности, отзывчивости, плодородия); Бабье сердце что в котле кипит (квалитатив страстности); Бабье сердце, что горшок с кипятком: что всплыло, то и было (квалитатив несдержанности, повышенной эмоциональности); Где мать плачет, там колодец (квалитатив материнской любви); Вложивший в женщину всю душу, часто оказывается обманутым вкладчиком (квалитатив лицемерия); Женщины бывают полные и пустые (квалитатив глупости); Любите жену – надежный источник знаний ваших недостатков (квалитатив вздорного нрава); Мужское счастье где-то внутри женского (квалитатив добра).

– **Зооморфная метафора («женщина – глупое, агрессивное и упрямое животное»):** В девках курочка – в бабах дурочка (квалитатив глупости); Курица – не птица, а баба – не человек (квалитатив низкого социального статуса); Баба да корова – одна порода (квалитатив глупости); Курицу не накормишь, а бабу не нарядишь (квалитатив глупости); Закон Мерфи в любви: прежде, чем найдешь свою царевну, перецелуешь немало жаб! (жаба – эталон злости, нечистоты); Шампанское по-домашнему: водка

*под шипение жены* (змея – эталон злости, сварливости); *Блеянье козы возбуждает только козлов и волков* (квалитатив глупости, излишней эмоциональности).

– **Ботаническая метафора** («женщина – красивый цветок»): *Девка не мак: в один день не облетит* (квалитатив внешней привлекательности); *Девушка – не травушка, не вырастет без славушки* (квалитатив привлекательности/репутации); *Девушка без любви – цветы без солнца / цветок без запаха* (квалитатив потребности в любви/ эмоциональности); *Без матушки родной и цветы не цветно растут* (квалитатив материнской любви); *Елку люди берут в дом молодой и пушистой, а выбрасывают на улицу голой* (квалитатив жертвы); *Белая и пушистая – это на самом деле седая и волосатая* (квалитатив обманчивости); *Девушки подобны цветам: раскрываются только от тепла и света* (квалитатив нежности).

– **Социоморфная метафора** («женщина – низшее существо»): *Бабыя доля – что рабыя воля»* (квалитатив бесправия); *Не быть курице петухом, а бабе мужиком; Знай, баба, свое кривое веретено* (квалитатив низкого социального статуса); *Женица – двуногое бескрылое кровососущее (из вирусологии)* (квалитатив антиценности); *Женица – слабое беззащитное существо, от которого невозможно спастись* (квалитатив недочеловека, низкого социального статуса); *Женица уже много тысячелетий живет рядом с человеком, а некоторые ее повадки так до конца и не изучены* (квалитатив недочеловека, низкого социального статуса); *Женица тоже человек, только какой-то странный* (квалитатив низкого социального статуса); *Баба с возу – деду легче* (квалитатив низкого социального статуса).

– **Гастрономическая метафора** («женщина – лакомый кусок»): *В чужую жену чёрт ложку мёда кладёт* (квалитатив соблазнительности); *В чужую жену чёрт ложку мёду кладёт, в свою уксус подливает* (квалитатив соблазнительности; квалитатив скуки, надоедливости); *Мимо девки да мимо репки так не пройдешь – щипнешь* (квалитатив внешней

привлекательности); *У всех свой вкус, своя манера: папа любит арбуз, а мама – офицера*» (квалитатив неверности, лживости); *Любовь как обед: женщина сначала подает холодное, потом горячее... Но мужчина как ребенок: хочет начать сразу со сладкого. И если женщина ему это позволит, он быстро потеряет аппетит* (квалитатив соблазнительности, квалитатив хитрости).

– **Военная метафора** (женщины – оружие): *Женщинам нужны больше оруженосцы, чем рыцари* (квалитатив самостоятельности); *Женщины – как револьверы – опасны в руках новичка* (квалитатив опасности); *Брак – это нечто вроде истории колониальной страны: ее завоевывают, а потом вечно сталкиваются с борьбой за независимость* (квалитатив опасности); *Наши женщины тратят на косметику гораздо больше, чем страна на вооружение. Это и понятно: они и победы одерживают чаще* (квалитатив опасности); *Девушка – это пуля со смещенным центром тяжести: попадает в глаз, проходит через сердце, бьет по карману и выходит боком* (квалитатив опасности).

Если гендер раскрывает категории фемининности и маскулинности, то «сущностью конструирования гендера является полярность и противопоставление» [Словарь гендерных терминов 2002: 14]. В связи с этим предлагается рассмотреть некоторую систему бинарных оппозиций, первый член которой метафорически отождествляется с мужским началом, второй – с женским [Логинов 1989: 14].

#### **Гендерные метафоры:**

– **оппозиция «логика, рациональность, правда / эмоции, иррациональность, ложь»:** *Женский обычай – слезами беде помогать* (квалитатив эмоциональности, чувствительности); *Не ждёт баба спроса, сама все скажет* (квалитатив болтливости); *Бабий ум что бабье коромысло: и криво, и зарубисто, и на оба конца* (квалитатив глупости); *«Бабьи думы разоряют дома* (квалитатив глупости); *Бабий ум лучше всяких дум* (квалитатив чувственности, практичности, интуиции); *Женский совет*

*немудрен, а кто его не слушает, тот неумен* (квалитатив ума, опыта); *Женский ум стоит многих* (квалитатив ума); *В споре с женщиной последнее слово может сказать только эхо* (квалитатив болтливости, вздорности, непредсказуемости); *Если женщина молчит — лучше ее не перебивать* (квалитатив болтливости, эмоциональности); *Женщина не врет никогда. Она просто не помнит, что говорила минуту назад* (квалитатив глупости); *Женщины последовательны в своем непостоянстве* (квалитатив глупости); *Логика на грани женской* (квалитатив алогичности);

– **оппозиция «власть / подчинение»:** *Бей жену молотом, будет золотом* (квалитатив жертвы/высокой ценности); *Жена без грозы – хуже козы* (квалитатив подчинения/ легкомысленности); *Жену бей, так и щи вкусней* (квалитатив жертвы/ бесхозяйственности); *Муж жене закон* (квалитатив подчинения, послушания); *Жена не сапог – с ноги не скинешь* (квалитатив своеправия); *Если женщина села вам на шею, значит, вам не нужно больше носить её на руках* (квалитатив доминантности); *Если мужчина утверждает, что он в доме хозяин, значит, он и в других случаях лжет* (квалитатив доминантности); *Жена — это твоя вторая половина, которая постоянно норовит стать первой* (квалитатив доминантности/ квалитатив подчинения);

– **оппозиция «порядок / хаос»:** *Добрый муж наживёт, а худая жена рукавом растрясёт* (квалитатив беспорядочности, расточительности); *Баба в доме – во всем порядок* (квалитатив хозяйственности); *Муж задурит – половина двора горит, а жена задурит – и весь сгорит* (квалитатив отсутствия интеллекта, бесхозяйственности); *Парни встречаются, парни влюбляются, женятся* (квалитатив нетрадиционной маскулинной ориентации); *На всякого Борю Моисеева найдется свой проктолог* (квалитатив нетрадиционной маскулинной ориентации); *Любовь зла — полюбил козел козла* (квалитатив нетрадиционной маскулинной ориентации); *Когда друг говорит, что любит тебя, это уже не дружба* (квалитатив нетрадиционной маскулинной ориентации); *Если вы поймали мужчину,*

*дайте ему пинка* (квалитатив нетрадиционной маскулинной ориентации); *Мы с Тamarой ходим парой – пароходы мы с Тamarой* (квалитатив нетрадиционной ориентации);

– **оппозиция «дух/материя»:** *Сердце матери греет лучше солнца* (квалитатив материнской любви); *При солнышке тепло, при матери добро* (квалитатив материнской любви); *За хорошей женой и муж пригож* (квалитатив ценности); *Возвышает жену не наряд, а домостройство* (квалитатив хозяйственности, подчинения); *Семейное счастье — это когда желания жены совпадают с возможностями мужа* (квалитатив свободы выбора, наличия нрава); *Финансовый гений — это человек, который зарабатывает больше, чем может потратить его жена* (квалитатив небережливости); *Бог не может поспевать везде, и поэтому он создал матерей* (квалитатив заботы);

– **оппозиция «независимость, индивидуальность / близость, коллективность»:** *Жена от мужа на ноготок, а муж от жены на локоток* (квалитатив зависимости, подчинённости); *За мужем жена – в доме госпожа, без мужа жена – сирота* (квалитатив беспомощности, зависимости); *Муженёк хоть всего с кулачок, да за мужниной головой не сижусь сиротой* (квалитатив беспомощности, зависимости); *Был бы милый по душе, проживем и в шалаше* (квалитатив любви, скромности); *Если до 20 лет не женился, то потом уже рано* (квалитатив независимости); *Если от тебя ушла жена, запомни, как ты этого достиг* (квалитатив антиценности, свободы); *Женщина хочет многого, но от одного, а мужчина – одного, но от многих* (квалитатив индивидуальности);

– **оппозиция «активность / пассивность»:** *Смирная девушка – ожерелье* (квалитатив смирения, пассивности); *Девка пляшет – сама себя красит* (квалитатив привлекательности, энергичности); *Мир в семье женой*

д

е

р

ж

и

т

уложить асфальт (квалитатив маскулинности); Если на жену смотреть как на друга, то кто же будет рожать? (квалитатив активности);

– **оппозиция «непостоянство, неверность / постоянство, верность, консерватизм»:** Чужая жена – лебёдушка, а своя – полынь горькая (квалитатив соблазнительности (для чужой жены), квалитатив однообразия, скуки (для своей)), Вдову взять – спокойнее спать (квалитатив верности), Честный муж одну только жену обманывает (квалитатив жертвы); Бранися, а за милого держись (квалитатив верности); Верные мужья обычно верны и своим любовницам (квалитатив жертвы); Верность жены — это одно из достоинств ее мужа, а верность мужа — это лишь стечение обстоятельств (квалитатив неверности/верности); Двоежёнство карается двумя тёщами (квалитатив неверности); Родила царица в ночь Коле – сына, Толе – дочь (квалитатив неверности); «Если автобусу изменит жена, то он станет троллейбусом (квалитатив неверности).

### 3.2.2 Концептуальная метафора (образная составляющая концепта) в англоязычных пословицах и антипословицах

**Пространственная метафора** в пословицах и антипословицах английского языка:

– **оппозиция «далеко / близко»:** *Better wed over the mixen than over the moor* (квалитатив сходного социального статуса); *A woman`s place is in the home* (квалитатив домашнего пространства); *Women and hens are lost by gadding* (квалитатив домашнего пространства); *One girl in the kitchen is worth two at the front gate* (квалитатив домашнего пространства); *A girl had in bed is worth two in the car* (квалитатив внешней привлекательности); *A woman`s place is every place* (квалитатив свободы); *A woman`s place is in the delicatessen store and the beauty salon* (квалитатив свободы); *A woman`s place is in the home because that`s where the telephone is* (квалитатив домашнего пространства);

– **оппозиция «верх / низ»:** *Go down the ladder when you marry a wife, go up when you choose a friend* (квалитатив преференции низкого социального статуса невесты); *Refuse a wife with one fault, and take one with two* (квалитатив более низкого социального статуса); *A married woman has nothing of her own but her wedding- ring and her hair-lace* (квалитатив более низкого социального статуса); *Man is the head, but woman turns it* (квалитатив доминантности); *An obedient wife commands her husband* (квалитатив доминантности); *A man's castle is his home ,and his wife has the keys to all the rooms* (квалитатив доминантности); *A man's home is his wife's castle* (квалитатив доминантности); *To most husbands: A word from the wives is sufficient* (квалитатив доминантности); *The early bird gets up to serve his wife breakfast in bed* (квалитатив доминантности).

**Временная метафора в англоязычных пословицах и антипословицах:**

– **оппозиция «начало / конец»:** *Women and wine, game and deceit, make the wealth small, and the wants great* (квалитатив низкого социального статуса, расточительности, порочности); *Wine and wenches empty men's purses* (квалитатив расточительности); *A clever man will build a city, a clever woman will lay it low* (квалитатив иррациональности); *Marry your daughters betimes, lest they marry themselves* (квалитатив важности замужества); *Beauty fades like a flower* (квалитатив возраста, утраты красоты); *Every cloud is a silver lining: when you get a divorce, you also get rid of your mother-in-law* (квалитатив сварливости); *Every man has his price, but brides are given away* (квалитатив важности замужества); *«Man proposes, and his mother-in-law opposes»*(квалитатив сварливости).

**Онтологические метафоры в англоязычных пословицах и антипословицах:**

– **Метафора объективации («женщина – объект/трофей»):** *Wife and children are bills of charges* (квалитатив расточительности); *A woman is a*

*weathercock* (квалитатив непостоянства, капризности); *The wife is a key to the house* (квалитатив хозяйственности, доброты); *A good wife and health is a man`s best wealth* (квалитатив ценности); *Wives must be had, be they good or bad* (квалитатив ценности); *A little woman is a dangerous thing* (квалитатив опасности); *Gentlemen be-fur blondes* (квалитатив внешней привлекательности); *A widow and her money are soon courted* (квалитатив ценности); *A woman`s place is in the home. That`s why she`s so eager to find a man to put her in her place* (квалитатив послушания, подчинения).

– **Метафора типа «контейнер» («женщина – контейнер эмоций»):** *Women are the devil`s net* (квалитатив опасности); *Women are the snares of Satan* (квалитатив опасности); *You may ding the devil into a wife, but you`ll never ding him out of her* (квалитатив опасности, вздорного нрава); *Better a portion in a wife than with a wife* (квалитатив важности доброго нрава); *A woman is the weaker vessel* (квалитатив хрупкости, слабости); *The brain-women never interest us like the heart-women* (квалитатив важности эмоциональности, нежности); *A sieve will hold water better than a woman`s mouth a secret* (квалитатив болтливости); *Hell hath no fury like a woman who has waited an hour for her husband on the wrong corner* (квалитатив вздорного нрава, злости); *Hell hath no fury like the diary of a woman scorned* (квалитатив вздорного нрава, злости).

– **Зооморфная метафора («женщина – глупое, агрессивное, болтливое и упрямое животное»):** *Women are like wasps in their anger* (*wasp* – эталон язвительности, опасности); *Women in state affairs are like monkeys in glass shops* (*monkey* – эталон глупости); *A woman`s tongue wags like a lamb`s tail* (квалитатив болтливости); *Many women, many words; many geese, many turds* (*goose* – эталон крикливости); *Why buy a cow when milk is so cheap?* (квалитатив антиценности); *No fish without bone; no woman without a temper* (квалитатив наличия нрава); *Women live like bats or owls, labour like beasts and die like worms* (квалитатив низкого социального статуса); *A woman without a man is like a moose without a hatrack* (квалитатив независимости); *When pa comes in at the*

*door, ma's boyfriend flies out the window»* (квалитатив лицемерия, неверности); *The early bird gets up to serve his wife breakfast in bed»* (квалитатив доминантности).

– **Ботаническая метафора («женщина – красивый цветок»):** *Beauty fades like a flower* (квалитатив возраста, эфемерности); *The fairest flowers soonest fade* (квалитатив красоты, быстротечности, эфемерности); *The fairest rose at last is withered* (квалитатив красоты, быстротечности, эфемерности); *Beauty is but a blossom* (квалитатив красоты, быстротечности, эфемерности).

– **Социоморфная метафора («женщина – низшее существо»):** *Three women make a market* (квалитатив разговорчивости, общительности); *A poor beauty finds more lovers than husbands* (квалитатив привлекательности/низкого социального статуса); *A bad woman is worse than a bad man* (квалитатив низкого социального статуса); *Man, woman, and devil, are the three degrees of comparison* (квалитатив низкого социального статуса); *A man of straw is worth a woman of gold* (квалитатив низкого социального статуса); *Behind every successful man is a woman who is trying to keep up with the Joneses* (квалитатив невысокого интеллекта); *All work and no pay makes a housewife* (квалитатив низкого социального статуса); *If at first you don't succeed, blame it on your wife* (квалитатив низкого социального статуса); *Another thing stranger than fiction is woman* (квалитатив низшего существа).

– **Гастрономическая метафора:** *A fair woman without virtue is like palled wine* (квалитатив соблазнительности/повседневности, скуки, рутины); *A woman and a cherry are painted for their own harm* (квалитатив внешней привлекательности/ жертвы); *Beware of the girl who likes to eat her cake and have yours too* (квалитатив конкурентоспособности).

**Гендерные метафоры в англоязычных пословицах и антипословицах:**

– **оппозиция «логика, рациональность, правда / эмоции, иррациональность, ложь»:** *A woman's sword is her tongue, and she does not*

*let it rust* (квалитатив болтливости); *Three women make a market* (квалитатив болтливости); *Arthur could not tame woman`s tongue* (квалитатив болтливости); *A woman`s thoughts are afterthoughts* (квалитатив глупости, медлительности); «*Women have long hair and short brains* (квалитатив глупости); “*Because*” is the woman`s reason (квалитатив иррациональности); *A fool and her money are soon courted* (квалитатив глупости и материального благополучия ); *For the modern girl, opportunity doesn`t knock. It parks in front of her home and honks the horn* (квалитатив глупости, медленного восприятия, неспешности); *Many a woman never puts off till tomorrow the gossip she can spread today* (квалитатив болтливости); *The only golden thing that some women dislike is silence* (квалитатив болтливости);

– **ОППОЗИЦИЯ «власть / подчинение»:** *A woman, a dog, and a walnut-tree, the more you beat them the better they be* (квалитатив жертвы, ценности в домашнем хозяйстве); *A woman kissed is half won* (квалитатив слабости, легкомысленности/доступности); *Maidens should be meek till they be married* (квалитатив послушности, кроткости); *Women were created for the comfort of men* (квалитатив подчинения); *Man proposed, and a mother-in-law opposes* (квалитатив доминантности); *A bachelor is a rolling stone that gathers no boss* (квалитатив доминантности); *Behind every successful man is a woman who makes it necessary for him to make money* (квалитатив доминантности, руководства);

– **ОППОЗИЦИЯ порядок / хаос:** *Woman is the confusion of man* (квалитатив нелогичности, иррациональности); *Gaming, women, and wine, while they laugh, they make men pine* (квалитатив опасности, разрушительной силы); *A married man turns his staff into a stake* (квалитатив опасности); *You know a good housekeeper by her windows* (квалитатив хозяйственности); *A woman on time is one in nine* (квалитатив непунктуальности); *On the matrimonial sea, the hand that rocks the cradle seldom rocks the boat* (квалитатив спокойствия); *A word to wife is sufficient – to start a quarrel* (квалитатив вздорного нрава, алогичности); *My wife`s hobby is making things – like mountains out of the molehills* (квалитатив вздорного нрава, алогичности);

– **ОППОЗИЦИЯ ДУХ / МАТЕРИЯ:** *Men make houses, women make homes* (квалитатив хорошей хозяйки); *Wives are young men's mistresses, companions for middle age, and old men's nurses* (квалитатив доброго нрава); *A man is in general better pleased when he has a good dinner upon his table, than when his wife talks Greek* (квалитатив хорошей хозяйки); *Silence is the best ornament of a woman* (квалитатив ценности доброго нрава); *A hearth is no hearth unless a woman sit by it* (квалитатив хорошей хозяйки); *Men hold the reins, but the women tell them which way to drive* (квалитатив властности); *It's not easy for a beautiful girl to believe that love is blind* (квалитатив практичности, мудрости); *Man proposes and the girl weighs his pocketbook and decides* (квалитатив расчетливости); *Love is blind, but not stone blind when a girl gets a diamond with a flaw in it* (квалитатив расчётливости);

– **ОППОЗИЦИЯ «НЕЗАВИСИМОСТЬ, ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ / БЛИЗОСТЬ, КОЛЛЕКТИВНОСТЬ»:** *Better hand loose than in an ill tethering* (квалитатив ненужности); *An ox, when he is loose, licks himself at pleasure* (квалитатив ненужности для мужчины); *Why buy a cow when milk is so cheap?* (квалитатив ненужности для мужчины); *A young man married is a young man marred* (квалитатив ненужности для мужчины); *Honest men marry soon, wise men not at all* (квалитатив ненужности для мужчины); *A married man has many cares, the unmarried one many more* (квалитатив ценности); *He who marries might be sorry; he who does not will be sorry* (квалитатив ценности); *A man without a wife is but half a man* (квалитатив ценности);

– **ОППОЗИЦИЯ «АКТИВНОСТЬ / ПАССИВНОСТЬ»:** *Men get wealth and women keep it* (квалитатив хозяйственности); *A good husband makes a good wife* (квалитатив объектности); *Deeds are males, words are females* (квалитатив пассивности); *Women will have their wills* (квалитатив наличия собственного мнения, строптивости); *Behind every successful man there's a woman-competing for his job* (квалитатив самостоятельности, активности, конкурентоспособности); *Where there's a woman, there's a way – and she usually gets it* (квалитатив самостоятельности, активности, конкурентоспособности);

*The hand that rocks the cradle rules the world* (квалитатив властности, судьбоносности); *No man can serve two masters...or mistresses* (квалитатив доминантности); *No man can serve two masters, unless he has a wife and grown-up daughter* (квалитатив доминантности);

– **оппозиция «непостоянство, неверность / постоянство, верность, консерватизм»:** *Who has a fair wife needs more than two eyes* (квалитатив неверности); *A fair wife and a frontier castle breed quarrels* (квалитатив неверности); *An old man who weds a buxom young maiden, bids fair to become a freeman of Buckingham* (квалитатив неверности); *A fool and his wife are soon parted* (квалитатив неверности); *Early to bed and early to rise, and your girl will go out with additional guys* (квалитатив неверности); *Early to bed and early to rise makes sure you get out before her husband arrives* (квалитатив неверности); *Behind every married man there's a woman-and she often catches him too* (квалитатив неверности).

### 3.3 Пословичный концепт *Женщина/Woman*

Проведённое исследование гендерно маркированных пословиц и антипословиц позволило выявить как общие, так и этноспецифические представления о женщине в русско- и англоязычном социуме. Кроме того, определена динамика развития концепта «женщина/woman» и архетипической оппозиции «мужчина/женщина».

Когнитема выступает вторым (после самой пословицы) «строительным блоком» пословичной картины мира. Когнитема, согласно Е. В. Ивановой, есть «единица когнитивной лингвистики, которой целесообразно пользоваться при переходе от традиционного анализа семантики к реконструкции пословичной картины мира, единица, на которой базируется реконструкция пословичной картины мира» [Иванова 2006: 99]. Использование данного термина относительно анализа пословичной картины мира является

рациональным, поскольку когнитема позволяет кратко и ёмко реконструировать единицу знания, передаваемую пословичным и антипословичным знаком и отражающую национально специфический пословичный и речевой (антипословичный) менталитет. Некоторые исследователи также писали о выделении некоторых единиц информации, «коммуникативных фрагментов», которые подлежат хранению в памяти и воспроизведению в речи как готовые отрезки, входящие в гигантский «цитатный фонд» [Гаспаров 1996: 104-105]. Когнитема – это единица плана содержания, единица знания, единица, образующая концепт. Таким образом, «когнитема соответствует единицам традиционной семантики, в случае пословичной семантики – значению или части значения (которая обязательно должна носить пропозициональный характер), внутренней форме или ее части, подуровню сценария, ассоциативным связям (в частности, между составляющими когнитивные уровни значения и внутренней формы), инвариантному значению или его части [Иванова 2006: 99]. Например, антипословицы «*Of two evils, choose the prettier*», «*Beware of women bearing gifts: remember Eve*» содержат когнитему-значение «women are dangerous» и когнитемы-сценарии «choose a good looking woman» и «be careful with women». Всё это позволяет сделать вывод о том, что пословичный концепт состоит из концептообразующих когнитем, то есть «пословичный концепт – это совокупность когнитем, имеющих отношение к объекту» [Иванова 2006: 109]. Объём когнитемы как единицы знания меньше семантики пословицы. Например, пословица «*Beauty is but a blossom*» (*квалитатив молодости, эфемерности, быстротечности*) реализует значение «внешняя красота быстротечна, нужно ценить внутреннюю красоту женщины», которое можно извлечь при сложении анализа внутренней формы (концепт уровня внутренней формы «*blossom*») и выводимого значения (концепт уровня значения «*youth*»). В данном случае когнитема рассматриваемой пословицы выглядит так – «*Beauty is quality of youth*».

О. Б. Абакумова, рассматривая пословичный концепт, а точнее, концепт-стереотип, определяет его как «совокупность семантических ролей, выполняемых именем в пословичных предложениях-высказываниях, представляющих типовые ситуации (фреймы)» [Абакумова 2012: 125]. Таким образом, пословичный концепт – совокупность квалитативов разного рода, отражающих онтологические, аксиологические, модальные, функциональные и др. концептуальные признаки описываемого объекта. Соответственно, пословичный концепт женщина / woman может быть рассмотрен в рамках совокупности гендерно ориентированных квалитативов.

Гендер раскрывается в отношениях полярности и противопоставленности категорий фемининности и маскулинности, что фиксируется уже на понятийном уровне концепта *женщина / woman*. Анализ понятийной стороны концепта *женщина*, соотносимого с пословичным концептом *женщина*, показывает наличие следующих признаков: 1) лицо, противоположное мужчине по полу, которое 2) воплощает свойства и качества этого пола, 3) будучи состоящей или состоявшей в браке.

Анализ понятийной стороны концепта *woman* обнаружил наличие следующих признаков: 1) взрослый человек женского пола, который 2) идентифицирует себя как женщина, 3) относится к определённой категории и виду профессиональной деятельности, 4) является женой или сексуальным партнёром. Однако англоязычные источники фиксируют значительное расширение понятийной стороны концепта *woman*, согласно которому женщина это лицо, определяющее себя как женщину в независимости от биологического пола при рождении (*an adult who lives and identifies as female though they may have been said to have a different sex at birth*).

Помимо понятийной составляющей концепта, в настоящем параграфе анализируются образный и ценностный компоненты пословичного концепта *женщина / woman*. Смысловая интерпретация с аксиологических позиций пословиц и антипословиц позволяет воссоздать наполнение лингвокультурных ценностей, «поскольку ценности как высшие ориентиры

поведения определяют содержание и специфику культуры в целом» [Карасик 2022: 17]. Ценностные характеристики *женщины*, отражённые в содержании пословиц и антипословиц, эксплицируются путём раскрытия образного компонента, задаваемого *временной, пространственной, онтологической и гендерной метафорой*. Заметим, что исследование метафоричности пословиц, как характерного и дифференцирующего признака пословиц (и антипословиц), заслуживает пристального внимания, по замечанию Аристотеля: «Пословицы – тоже метафоры «от вида к виду» [Аристотель 2000: 133].

**Пространственная метафора**, вербализируемая в пословицах и антипословицах русского и английского языков, выражена базовыми культурными оппозициями *далеко / близко, свой / чужой* и *верх / низ*.

На материале русского языка оппозиция *далеко / близко* более широко применима по отношению к традиционным пословицам и по большей мере относится к физическим качествам пространства, иными словами, описывает ситуацию вокруг действительного положения субъектов в их географическом маршруте (напр.: «*Не ищи невесту под лесом, а гляди под носом*» – *квалитатив своего пространства*, «*К милому идти – семь верст не околица*» – *квалитатив чужого пространства*). Можно предположить, что в современном мире, в мире стирания границ между городами и странами, данная оппозиционная модель представлена уже не так широко, поскольку достижения человека в способах передвижения шагнули далеко вперед и более перед человеком не стоит трудно достигаемых или вовсе недостижимых мест. С другой стороны, ранее домашнее пространство было ориентировано на фемининную категорию, то есть женщины, преимущественно, находились в поле фемининно маркированных сфер быта: огород, дом, кухня («*Мужик за порог, а жена за пирог*» – *квалитатив своего пространства*, «*Бабе дорога – от печи до порога*» – *квалитатив своего пространства*), тогда как современная женщина давно «вышла за пределы собственного дома» и является вовлечённой в маскулинную сферу

бытия (работа, политика, вождение машин и т.д.). В современной интерпретации компоненты данной оппозиции мыслятся скорее в нематериальном плане, а именно *далеко = будущее / близко = прошлое/настоящее* («Принца можно всю жизнь ждать, а мужик каждый день нужен», «Женщина страшится будущего в двух случаях — когда ее настоящее ужасно и когда ее настоящее прекрасно»). Все перечисленные факторы в совокупности делают данную оппозицию гендерно нерелевантной в фонде антипословиц.

Оппозиция *далеко / близко*, передаваемая пословицами и антипословицами английского языка, находит своё отражение как в структуре пословицы, так и антипословицы, однако последние имеют тенденцию к повышенной проverbsиальной активности данной модели, что можно объяснить наличием в англоговорящем культурном сообществе противоборствующей тенденции – *стремление мужчины видеть женщину в ареоле домашнего пространства* («*A woman`s place is in the home*») и *стремление женщины вырваться из него* («*A woman`s place is every place*»).

Оппозиция *свой / чужой* частично соотносится с гендерной метафоричной оппозицией «*непостоянство, неверность / постоянство, верность, консерватизм*». В традиционных пословицах русского языка подчёркивается безусловная родительская любовь к своему ребёнку, а также соблазнительность чужой женщины для женатого мужчины, что также отмечается в русскоязычном современном пословичном фонде. Оппозиция *свой / чужой* не находит вербализации в гендерно маркированных пословицах и антипословицах английского языка, которые, тем не менее, задействуют оппозицию «*непостоянство, неверность / постоянство, верность, консерватизм*».

Метафора *власть ориентирована вверх*, представляет собой не что иное, как систему понятий, а не совокупность независимых друг от друга речевых высказываний. Данный тип метафоризации реализуется в многочисленных пословицах и антипословицах русского языка («*Где жена*

*верховодит, там муж по соседям ходит», «Если жена пилит мужа, значит, хочет сделать из него прекрасную половину» – квалитатив власти, доминирования)* и непременно образом соотносится с метафоричной гендерной оппозицией *власть / подчинение*. Благодаря статистической обработке отобранных пословиц и антипословиц русского языка можно проследить следующую тенденцию, где мужчина > («выше») женщины, мужчина < («ниже») женщины, мужчина = женщине:

	мужчина > женщина	мужчина < женщина	мужчина = женщина
пословицы	55,1 %	18,37 %	26,53 %
антипословицы	20,7 %	72,4 %	6,9 %

Исходя из полученных данных, можно зафиксировать *гендерное смещение* в оппозициях *верх / низ* и *власть / подчинение* русскоязычного паремиологического фонда, в котором традиционно женщине отводилась гендерно детерминированная социальная позиция ниже мужчины. Можно предположить, что в свете распространения феминистических идей женщины намеренно оборачивают ситуацию вспять, где мужчина (муж) подчиняется указам женщины (жены), что фиксируется множественными антипословицами русского языка.

Пословицы и антипословицы английского языка, напротив, *сохраняют гендерную стабильность* в пределах данной оппозиции: в традиционных пословицах подчёркивается важность выбора невесты более низкого социального статуса, что, однако, не отменяет факта доминирования жены над мужем в браке в традиционных пословицах и антипословицах. Гендерная роль женщины-жены оценивается скорее отрицательно, как желание подчинить мужа своей власти и бесконтрольно пользоваться его материальными ресурсами (*«A man's castle is his home, and his wife has the keys to all the rooms»*).

**Временная метафора**, выраженная пословицами и антипословицами двух сопоставляемых языков, базируется на оппозиции *начало / конец*.

Русскоязычные пословицы, представленные в данной категории, главным образом, метафорично вербализуют модели *замужество = конец беззаботной жизни* («Замуж выйти – в могилу сойти»); *взросление = конец красоты, эфемерность* («Девка красна до замужества»), *добрая девушка → злая жена* («Хорошая невеста – плохая жена»), а также подчёркивается любовь матери к дочери, которая, выходя замуж, более не принадлежит родительскому дому («Выданная дочь – отрезанный ломоть»). Русскоязычные антипословицы, в свою очередь, частично задействуют вышеуказанные модели («Если женщина в 20 некрасива — это ее беда. Если женщина в 40 некрасива — это ее вина»; «Все плохие жены начинали как хорошие невесты»), но также позволяют расширить гендерно маркированные сценарии, допуская ориентированность антипословиц не только на женщин, но и на мужчин («Идеальный мужчина – это кто-то, кого знала твоя жена, пока не вышла за тебя замуж»).

Англоязычные пословицы, представленные в данной категории, транслируют важность правильного выбора жены, поскольку брак с правильной женщиной продлевает жизнь («*Two things do prolong thy life: a quiet heart and a loving wife*»). В пословицах также выражается объектное отношение к дочерям, которых рекомендуется поскорее выдать замуж («*Marry your son when you will, your daughters when you can*»). Антипословичный фонд также содержит прескрипцию скорой выдачи дочерей замуж. Традиционно женщине атрибутируется опасность, поскольку женщина может завладеть мужчиной, его разумом, поступками и материальными благами. Антипословичный концепт *брак* преимущественно обладает отрицательной коннотацией, поскольку брак означает конец свободы для мужчины, в жизни которого также появляются дополнительные хлопоты в виде родственников жены («*There`s no place like home, especially when your wife wants you to go with her to visit her relatives*», «*Love is blind, but your mother-in-law isn`t*»). Традиционные пословицы английского языка в большей степени, нежели чем антипословицы,

транслируют модель *взрoсление = конец красоты, эфемерность*, в антипословицах проявляется умение женщины маскировать свой возраст (*A woman is as old as she looks until she puts her face on, A man's as old as he looks when he needs a shave, a woman is as old as she looks just after washing her face*). Представление о красоте является национально специфичным для культуры сопоставляемых лингвосообществ, в которой социальное поощрение и одобрение, а значит и культурную ценность, получает скорее внутренняя красота и материальное благосостояние («*A fair woman without virtue is like palled wine*», «*PrettiNESS makes no pottage, Beauty is potent but money is omnipotent*»).

Рассмотренные типы архетипических оппозиций, описывающие свойства окружающего человека пространства, а также отношение человека к делению этого пространства, составляют пространственный код культуры нации. В каждой культуре мы находим данные базовые типы оппозиций, восходящих к освоению мира человеком по параметрам *свой-чужой, внутренний-внешний, космос-хаос*. Впоследствии пространственный код проникает в другие коды культуры (антропный, временной, духовный и др.), накладывая пространственный тип отношений на различные модусы человеческой деятельности. Пространственный код также способен проникать в системы других кодов, например, временного, антропного и духовного, тем самым накладывая пространственные отношения на другие виды деятельности человека.

**Онтологические метафоры** в пословицах и антипословицах двух сопоставляемых языков представлены *метафорой типа «контейнер», зооморфной, ботанической, социоморфной, гастрономической, военной метафорами и метафорой объективации*.

В группе русскоязычных пословиц, входящих в *метафору типа «контейнер»*, женщина представлена как вместилище бурных и страстных эмоций (квалитатив высокой эмоциональности, страстности). Анализируя семантический уровень русскоязычных антипословиц, женщина

рассматривается двойко: как вместилище добра и мудрости, и как вместилище глупости и вздорного нрава. Англоязычные паремии характеризуют женщину как сети и ловушки для мужчин (*квалитатив опасности*). Отождествление женщины со злом и опасностью, вербализуемое лексемами *devil* и *fury*, характерно как для традиционного, так и для современного провербиального фонда. Однако пословицы также подчёркивают ценность наличия характера женщины, важность наличия собственного мнения, что противопоставляется покорности и послушности как архетипических качеств категории фемининности в провербиальном фонде русского языка. В традиционном фонде отрицательную аксиологическую заряженность имеет желание и стремление женщины к получению образования и ведению научной деятельности, в пословичной картине мира английского лингвокультурного сообщества личностные и внешние качества женщины оцениваются с позиций нужности и приоритетности для мужчины («*Beauty's the thing that counts in women; red lips and black eyes are better than brains*», «*A man doesn't want a woman smarter than he is*», «*A woman's way to charm is not by writing*»). Вхождение в традиционно маскулинные сферы (работа, образование, наука) расценивалось как утрата женственности, что впоследствии «наказывалось» утратой одной из ключевых областей категории фемининности (отсутствие детей и/или мужа): «*A blue-stocking is the scourge of her husband, children, friends, servants, and every one*», «*Every blue-stocking will remain a spinster as long as there are sensible men on the earth*». В современном антипословичном фонде английского языка общественное порицание стремления женщины к профессиональной самостоятельности, в целом, утратило свою актуальность.

Некоторые пословицы и антипословицы, содержащие в своей структуре *зооморфную метафору*, подчёркивают равный статус мужчины и женщины, вербализуют семейный квалитатив и квалитатив материнской любви («*Муж да жена – одной свиньи мясо*», «*Без матки пчёлки – пропащие*

*детки*)). Широко представлена дуальность ценности и антиценности женщины / мужа («*Без жены – что без кошки, а без мужа – что без собаки*», «*Мужчина без жены как рыба без велосипеда*» – квалитатив антиценности).

В образе пословиц и антипословиц русского языка компоненты *корова, курица (курочка), обезьяна* и собирательный анималистический термин «*добыча*» соотносятся с зооморфным кодом культуры и восходят к мифологическому представлению об окультуренном окружающем мире, а также кодируют и вербализуют национально специфический *эталон глупости, непредсказуемости, низшего существа* («*Ум женщины – это ум курицы; ум умной женщины – это ум двух куриц*» – квалитатив глупости, «*Женщина за рулем как обезьяна с гранатой – квалитатив непредсказуемости*», «*Глупая и красивая – легкая добыча...*», «*Чья бы корова мычала, только бы баба молчала*» – квалитатив глупости, низшего существа).

В русскоязычных антипословицах, маркированных зооморфной метафорой, можно зафиксировать уподобление русской женщины *лошади*, основой для порождения такой метафоры послужило эталонное качество выносливости лошади: *Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе; Работа сделала из обезьяны человека, а из женщины – лошадь; Для женщины в определенном возрасте фраза «На тебе пахать можно» — тоже, в сущности, комплимент.* Вероятно, первая антипословица могла быть создана женщинами о женщинах, чтобы «овнешнить» трудную долю женщины в русской культуре. Среди остальных зооморфных метафор, обнаруженных в антипословицах, можно выделить следующие аллегорические переносы *женщина – кошка (квалитатив домашнего уюта), женщина – корова (квалитатив непривлекательности), женщина – крокодил (крокодил – эталон хитрости, лживости, непредсказуемости), женщина – жаба (жаба – эталон нечистоты, злости, жадности), женщина – птица (птица – эталон свободы).*

Любопытен тот факт, что антипословицы русского языка запечатлели маскулинную зооморфную метафору, в которой мужчина уподобляется оленю, собаке и козлу: *Ветвистость рогов мужа прямо пропорциональна стройности ног жены, Если автобусу изменит жена, то он станет троллейбусом* (олень, рога – символ супружеской неверности), *Леди не захочет, джентльмен не вскочит* (квалитатив власти), *Любовь зла — полюбил козел козла* (квалитатив маскулинной нетрадиционной ориентации).

Пословицы английского языка как в русском, указывают на недостаток интеллекта у женщины (квалитатив глупости, агрессивности, жадности, привередливости), но подчёркивают ещё и излишнюю разговорчивость, несдержанность, желание доминировать (квалитатив болтливости, лживости, властности). Этноспецифичны для английской лингвокультуры образы *гусыни, осы, курицы, овцы, обезьяны*. Очевидно, что распространенность тех или иных зооморфных метафор, репрезентирующих образ женщины, находится в прямой зависимости от традиционных образов, символов и эталонов, выраженных устойчивыми сравнениями в рамках каждой из сопоставляемых лингвокультур. Любопытен факт смещения фокуса оценки в зооморфном типе метафоры для антипословичного фонда английского языка, в котором провербиальную активность получают уподобления мужчины / мужа *птице* и *козлу* («*The early bird gets up to serve his wife breakfast in bed*»? «*You can't make a silk purse out of a sow's ear, but a smart gal knows how to get a mink out of an old goat*»).

В пословицах и антипословицах русского языка, содержащих *ботаническую метафору*, женщина представлена как красивый цветок, привлекательность которого исчезает со временем (квалитатив красоты, привлекательности/ быстротечности, эфемерности). В пословицах выявляются еще дополнительные признаки – потребности любить и быть любимой (квалитатив потребности в любви) и важность хорошей репутации, доброго имени (квалитатив репутации). В пословицах английского языка,

содержащих ботаническую метафору, нет прямого указания на женщину, т.е. эксплицитного гендерного компонента, а значит, можно говорить только об имплицитной гендерной референции. В паремиях сопоставляемых лингвокультур женщина представлена как красивый цветок, привлекательность которого исчезает со временем (квалитатив красоты, привлекательности/быстротечности, эфемерности). Традиционная пословица «*A woman without a child is like a tree without fruit*» имеет образную связь с русскоязычными пословицами «*Яблоко от яблони недалеко падает*», «*Люби жену, как душу, трясси ее, как грушу*», в которых дерево выступает символом жизни, материнства. Случаи употребления ботанической метафоры в антипословицах английского языка не были зафиксированы.

*Социоморфная метафора* в пословицах и антипословицах русского языка указывают на более низкий социальный статус женщины по сравнению с мужчиной. Но пословицы включают еще положительный оценочный признак хозяйственности. В антипословицах подчёркивается статус женщины недочеловека, не имеющего равных прав с мужчиной. Все пословицы и антипословицы данного типа в сопоставляемых языках указывают на более низкий социальный статус женщины по сравнению с мужчиной. Но англоязычные паремии также вербализуют квалитативы *лицемерия, агрессивности, болтливости*.

*Гастрономическая метафора* в пословицах и антипословицах сопоставляемых языков транслирует ценность женщины как сексуального партнёра, однако такая привлекательность таит в себе опасность, и женщина может стать жертвой даже в семейной жизни, когда это качество потеряет свою новизну, а значит и свою притягательность («*В чужую жену чёрт ложку мёду кладёт, в свою уксус подливает*»). Интересной аксиологической ценностью, однако, на наш взгляд, выступает англоязычная антипословица «*Beware of the girl who likes to eat her cake and have yours too*», которая функционирует как косвенный ревой акт директивного типа, транслируя напутствие мужчинам быть осторожными с девушками, которые «не

упустят своего», которые могут с ними соревноваться, в таком случае лексема *cake* функционирует в значении «выгода», «деньги», «успех», «лакомая часть», в таком случае объясняется логическая связь данной антипословицы с прарословицей «*You can't have [eat] your cake and eat [have] it (too)*».

*Военная метафора* находит свое языковое воплощение только в фонде антипословиц русского языка и является национально-специфичной для русской культуры поскольку данный тип метафоры не находит эквивалентного отражения в фонде англоязычных антипословиц. Женщина, уподобляемая оружию, выступает источником опасности для мужчины («*Женщины – как револьверы – опасны в руках новичка*»).

В русскоязычных пословицах, содержащих *метафору объективации*, женщина представлена преимущественно как ценный объект, трофей, о котором надо заботиться, или который необходимо «отдать», совершить действие *над* по умолчанию («*Хорош на девке шёлк, коли в девке толк*», «*Дочку отдать - ночушку не спать*»). Единичны случаи сравнения женщины с не имеющим высокой цены объектом («*Нет старухи – купил бы, есть старуха – убил бы*»). В антипословичном фонде русского языка отмечается обратная тенденция – женщина в большинстве случаев уподобляется не имеющему ценности объекту, презираемому предмету, передающемуся из рук в руки, («*Женщина как бутылка: открывают одни, а пользуются все*», «*Обнаженные женщины – это те места отдыха, где отдыхают европейцы*»). Метафорический перенос осуществляется на основе сходства концептов по релятивной ценности, концептами-мишенями выступают: *машина, чемодан, бутылка, сигарета, консервная банка*, то есть те предметы, которыми пользуется мужчина. Во многих антипословицах задействован *квалитатив* «*требующая деньги, оплачиваемая*», что, вероятно, стало речевой рефлексией на имеющиеся в русскоязычном социуме общественные тенденции («*Женщина и машина – чем моложе, тем дороже*»).

В традиционном поговорочном фонде английского языка в большей степени распространена метафора объективации, концепт женщина вызывает ассоциации со счетами об оплате (*квалитатив расточительности*) или с предметом, меняющим свое направление под влиянием ветра (*квалитатив непостоянства*). ИмPLICITное или эксплицитное сравнение женщины с природной стихией и погодой является этноспецифичным для английской лингвокультуры, основой для метафорического переноса выступает склонность женского характера к быстрой смене настроения, к непостоянству («*Winter-weather and women's thoughts change oft*», «*A woman's mind is like the wind in a winter's night*», «*Early rain and a woman's tears are soon over*» — *квалитатив непостоянства, переменчивости*). Большую культурную ценность и значимость с позиций маскулинности имеет наличие приданого у невесты («*Never marry for money, but marry where money is*», «*He who marries for wealth sells his liberty*», «*Matrimony's a matter of money*» — *квалитатив материальной обеспеченности*). Однако метафора объективации утрачивает свою поговорочную активность в антипоговорочном фонде, что можно объяснить современной субъектностью женщины.

Система **гендерных метафор** в фонде пословиц и антипословиц русского языка строится на таких оппозициях как: 1) *логика, рациональность, правда / эмоции, иррациональность, ложь*; 2) *власть / подчинение*; 3) *порядок / хаос*; 4) *дух / материя*; 5) *независимость, индивидуальность / близость, коллективность*; 6) *активность / пассивность*; 7) *непостоянство, неверность / постоянство, верность, консерватизм*.

В русскоязычных пословицах и антипословицах оппозиция *логика, рациональность, правда / эмоции, иррациональность, ложь* представлена большим количеством пословиц и антипословиц, а также характеризуется однородностью: женщине приписываются такие качества, как *глупость, излишняя эмоциональность, чрезмерная болтливость, хитрость, непоследовательность действий* («*Бабий ум что бабье коромысло: и криво,*

*и зарубисто, и на оба конца»*). Однако в традиционных пословицах иногда подчёркивается мудрость, практичность и женская интуиция («*Бабий ум лучше всяких дум*»). Рассмотрение женского архетипа в пословичном и антипословичном фонде английского языка, содержащем данную оппозицию, преимущественно характеризуется атрибуцией таких личностных качеств, как *излишняя эмоциональность, болтливость, глупость ввиду следования интуиции, а не рациональности мышления*. Однако обнаруживаются паремиологические единицы, которые, как и в русском языке, подчёркивают ценность противоположной, мужской рациональности, женской интуиции, поскольку не всё в мире можно объяснить с точки зрения логики. Положительную аксиологическую оценку представляет образ женщины-матери в традиционных пословицах, где подчёркивается её находчивый ум, житейская мудрость. Тем не менее, данная группа оппозиций фиксирует культурный сдвиг в ассоциациях гипонима *мать*, которая ранее отождествлялась исключительно в положительных терминах. Антипословицы вербализуют отрицательную оценку социальной «включённости» женщин, которые теперь не могут уделять столько времени своему ребенку («*Lots of babies must be rocking themselves nowadays*»).

Специфической чертой англоязычного лингвокультурного пространства, вербализуемой посредством оппозиции *власть / подчинение*, является изменение характеристик на противоположные, когда при смене гендерной роли невесты на гендерную роль жены, власть начинает ассоциироваться уже с женским образом, а подчинение с мужским. Данная группа оппозиций носит амбивалентный характер, поскольку некоторые традиционные пословицы отмечают важность послушания, кроткости, служения мужчине при наличии большого количества пословиц, в которых жена является главой семьи. Заметим, что антипословицы английского языка исключают качественные *послушная, жертвенная* из своего ценностного

потенциала, отводя на первый план такие качества женщины, как *властная, доминирующая, самостоятельная, независимая*.

В бинарной оппозиции *порядок / хаос* под порядком понимается традиционный уклад жизни человека и общества, под хаосом – отклонение от нормы, нарушение привычного хода жизни. В русскоязычных пословицах женщине приписываются качественные *беспорядочности и хорошей хозяйки, излишней болтливости и нерациональности действий*. В русскоязычном антипословичном фонде также фиксируются множественные случаи *гендерной неконформности* (качественные нетрадиционной мужской ориентации и единичный случай нетрадиционной женской ориентации), что также могло стать речевой рефлексией на социальные тренды/антитренды в *гендерной дисфории* (расстройство гендерной идентичности). Напротив, в данной оппозиции обнаруживается только одна англоязычная антипословица, транслирующая склонность к однополюм связям, что, можно предположить, объясняется меньшей социальной табуированностью данного явления в сравнении с русской культурой. Оппозиция также подчёркивает судьбоносность брака для мужчины, в жизни которого царит порядок, пока он не вступит в законный брак. Кроме того, оппозиция снова обращает наше внимание на противоречивость слов и действий женщины. Антипословицы выявляют сдвиг в дихотомии мужское/женское, который проявляется в атрибутировании традиционных фемининных качеств референту-мужчине («*A man's home is his castle – let him clean it!*», «*A new groom sweeps clean*»).

База сравнения метафоры *дух / материя* отсылает реципиента к реальным мужчинам и женщинам, которым приписываются данные природой черты, а именно *дух и материя*. Женскому началу традиционно атрибутируются духовные и нравственные ориентиры, мужскому – физические, объектные, материальные. В традиционных пословицах и антипословицах русского языка вербализуются такие гендерно окрашенные качественные, такие как *доброта, ласка, любовь* для женщин и *умение*

*обеспечить материальные блага* для мужчин. Таким образом, данная группа не фиксирует никаких социолингвистических смещений.

Англоязычные пословицы данной группы также отождествляют женщину с духовным наполнением семьи, порядком и чистотой в доме, поскольку именно женщина создаёт уют. В пословицах подчёркивается скрытая сила женщин управлять мужчиной, его действиями и умение распоряжаться благами семьи. Таким образом, в традиционном фонде английского языка реализуется духовная составляющая женского начала. Однако антипословицы, напротив, выявляют инструментальный характер мотивов и поступков современной женщины, которая, в первую очередь, руководствуется личностными выгодами, практической, материальной, а не духовной направленности (*«Man proposes and the girl weighs his pocketbook and decides»*, *«It's not easy for a beautiful girl to believe that love is blind»*).

Русскоязычные пословицы и антипословицы с оппозициями *независимость, индивидуальность / близость, коллективность и активность / пассивность* указывают на зависимость женщины от мужчины, ее стремление иметь мужа, семью (квалитатив зависимости, подчиненности), а также входят в национально специфичное представление о *женственности* и *мужественности*. Исходя из пословиц и антипословиц, женщине атрибутируется качество зависимости от мужчины, женщина лишь ждёт действий от мужчины, который выступает более активным актантом. Мужчине присуще стремление к независимости от женщины. В антипословицах фиксируется *нарушение границ маскулинности*, поскольку женщине иногда атрибутируются андрогинные качества (*«Только женские руки могут так нежно... уложить асфальт»*, *«Вера может двигать горы, она колоссальная баба»*).

В отличие от русской лингвокультуры, мы не находим англоязычных пословиц и антипословиц директивов, призывающих к обязательности брака для женщины. Однако подчёркивается важность брака для мужчины, которая, тем не менее, также характеризуется дихотомичностью (семейная

жизнь как ценность и антиценность). Более того, отличительной чертой англоязычного культурного пространства является предпочтение в выборе жены энергичной, со своим мнением и сильным характером, но выражаются опасения, что она возьмет власть в свои руки и станет доминировать в доме. Для концепта русской женщины наиболее ценностно востребованными качествами, напротив, выступает зависимость от мужчины, коллективистский строй личности, стремление к послушанию.

Образ русского мужчины в традиционном паремиологическом фонде русского языка изображен как склонный к увлечениям, т.е. часто неверный, а женщина характеризуется как верная жена, скучная и надоевшая своему мужу, что характерно и для антипословичного фонда. Однако данная оппозиция фиксирует также некоторые *гендерные деформации*, надлом в гендерной модели о представлении образа современной женщины, поскольку ей, как и мужчине, приписываются склонности к изменам, частой смене партнёров. Женское начало, её склонность к консерватизму, близости с одним мужчиной, претерпевает ряд изменений в настоящее время, что подтверждается многочисленными антипословицами, фиксирующими факт именно женской неверности в браке, что изначально атрибутировалось исключительно категории маскулинности («*Родила царица в ночь Коле – сына, Толе – дочь*»). В англоязычном лингвокультурном пространстве мы обнаруживаем, что категории непостоянства и неверности характерны для женщины, а не мужчины, в отличие от русскоязычной пословичной и антипословичной картины мира. Данная категория также вобрала в себя больше количество антипословиц, что утверждает её актуальность и по сей день.

Таким образом, пословицы и антипословицы двух сопоставляемых языков, являясь знаками ситуации, проявили как универсальные, так и национально специфические наборы ценностей, служащие ориентиром в типологизации личностного поведения мужчины и женщины, а также сводящиеся к трансляции общечеловеческих и этнокультурных норм,

запретов, предписаний, правил, гендерных моделей поведения (гендерных стереотипов), традиций.

### Выводы по главе 3

Первая группа пословиц и антипословиц русского и английского языков с занятыми и заполненными актантными позициями является наиболее распространенной в традиционном и современном паремиологическом фонде двух сопоставляемых языков. Наиболее провербиально востребованной формой глагольного сказуемого в пословицах и антипословицах выступает 3-е лицо единственного и множественного числа. Время в большинстве пословиц и антипословиц двух сопоставляемых языков – неактуализированное, подходящее под схему *когда? всегда*.

Именная группа преимущественно заполняется антропометрическими лексемами с указанием на мужчину или на женщину. Принципы частичной и полной гендерной маркированности обнаружили фиксацию гендерного компонента в трехуровневой структуре пословичного и антипословичного знака. Таким образом, наиболее частотной гендерной корреляцией является линейная гендерная корреляция, предполагающая выражение семы рода / гендерного маркера на уровне структуры, семантики и референции.

Пословичный концепт *женщина* в сопоставляемых лингвокультурах чаще всего включает ассоциации об *излишней эмоциональной экспрессивности, алогичности, непоследовательности, недостатка интеллекта*. Такое рассмотрение женского архетипа служит непосредственным стимулом для порождения различных гендерных стереотипов, среди которых выделяются представления: 1) о женском разуме как о когнитивно несостоятельной структуре; 2) о чрезмерной склонности женщин к пустым разговорам; 3) о генетически заданной интуитивности женщины, руководствующейся скорее чувствами, а не логикой; 4) о внешней

привлекательности женщины, сопряженной с характеристиками предмета купли-продажи, ценности или антиценности.

Этноспецифический макрокомпонент оценки обнаруживается в ценностном наполнении пространственных, временных, онтологических и гендерных метафор. Универсальное проявляется в довольно ограниченном выборе областей целей и источников концептуальной метафоры, которые совпадают у носителей двух даже неблизкородственных языков. В сопоставляемых лингвокультурах женщина метафорически соотносится с: 1) различными неживыми объектами, подлежа тем самым управлению мужчиной; 2) животными, proverbially плотность которых национально детерминирована (в русской лингвокультуре с образами курицы, коровы, лошади, змеи и кошки, в английской – гусыни, овцы, осы, курицы и обезьяны); 3) цветами, для русской лингвокультуры более распространён образ мака, для английской – розы; 4) «вместилищем» бурных эмоций; 5) статусом «недочеловека».

Гендерная роль женщины в пословичных картинах мира сопоставляемых лингвокультур преимущественно характеризуется ограниченным пространством, ролью хозяйки дома, но в пословичной картине мира русского языка эта роль оценивается положительно, так как связана с коллективностью, ориентацией на другого человека, с любовью и заботой о членах семьи; в англоязычной культуре роль женщины-хозяйки оценивается скорее отрицательно, как желание доминировать, подчинить своей власти, бесконтрольно пользоваться материальными ресурсами мужа.

Гендерная роль женщины в антипословичной картине мира русского и английского языков вербализует качественные изменения в наполнении концепта *женщина / woman*. Личностные качества женщины, её желания, стремления и амбиции производят смену фокуса и вектора оценки. Антипословицы двух сопоставляемых языков обнаруживают признаки разрушения архаичной системы ценностей, частично устаревшего кодекса морали и чести, пересмотра содержания специфики полоролевых отношений

и экспектаций, и имплементации более востребованных смыслов, раскрытия актуального наполнения культурных кодов, национально-гендерных стереотипов.

Национально специфичными для англоязычной пословичной картины мира выступают такие квалитативы как *самостоятельная, конкурентоспособная, политически активная, независимая*, что доказывается большим количеством антипословиц, вербализующих данные квалитативы. Как показал анализ антипословиц английского языка, одной из наиболее востребованных пословиц-доноров, на базе которой было построено (и, вероятно, продолжают множиться) множество антипословиц, стала «*A woman`s place is in the home*», что может свидетельствовать о повышенном социальном интересе или даже социальном вопросе к народной мудрости, выражаемой данной традиционной пословицей. Контрадикторный характер фокуса оценки отмечается в оппозициях *власть-подчинение* и *верх-низ*, в которых сосуществуют две тенденции: стремление мужчины ограничить жизненную сферу женщины до границ дома и стремление женщины сохранить не только главенствующую роль в этом доме, но и её стремление выйти за пределы домашней среды.

Национально специфичными для русской лингвокультуры является утрата таких квалитативов в пословичном концепте *женщина*, как *жертвенная, покорная, послушная*, которые замещаются квалитативами *расчётливая, прозорливая, хитрая, властная*. Однако в отличие от англоязычных антипословиц русскоязычные антипословицы не фиксируют стремление русской женщины к всеобъемлющей самостоятельности, независимости от мужчины, к вхождению в политические институты и другие области сферы маскулинности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предпринятое в работе исследование состояло в комплексном рассмотрении гендерного фактора, зафиксированного в пословицах и антипословицах русского и английского языков, с его последующим системным описанием и анализом, позволившим в совокупности установить лингвокультурную репрезентацию концепта «женщина / woman», а также национально специфичное рассмотрение категорий «маскулинность» и «фемининность» в двух сопоставляемых языках.

Определён ряд схожих и дифференцирующих критериев понятий фразеологизма, поговорки, пословицы, антипословицы.

Выявлены типичные признаки пословиц: наличие структуры, семантики и референции (знаковая составляющая), наличие темы и образности высказывания (текстовая характеристика), замкнутость лексико-грамматической структуры (фразеологическая составляющая) и наличие прагматических функций (констативная, экспрессивно-оценочная, регулятивная и др.). Вместе с тем антипословица не обладает факторами воспроизводимости и общеупотребительности в речи, составляющими маркер *провербиальности* высказывания. Данный факт позволяет отнести антипословицы на периферию паремиологического фонда языка, поскольку антипословицы, хотя и вбирая классифицирующие маркеры пословиц, порождают несколько иные составляющие провербиальности.

Проведен структурно-семантический анализ гендерно маркированных антипословиц двух сопоставляемых языков, который впоследствии установил, что антипословицы английского языка являются производными от традиционных пословиц, в отличие от антипословиц русского языка, имеющими в качестве прототипа традиционные пословицы, афоризмы, слоганы, фразеологизмы и крылатые выражения. Для дифференциации *генетического кода* антипословицы была предложена классификация антипословиц по степени их производности: антипословицы с *сохранением*

*инвариантной структуры* (модификации и трансформации традиционных пословиц), пословицы с *ломкой инвариантной структурой* (мутации традиционных пословиц) и *антипословицы с новой инвариантной структурой* (антипословицы с отсутствием пословицы-источника).

Уточнено содержание понятия *антипословица* и предложено определение термина *антипословица*, отвечающее двум векторам рассмотрения данного явления: *семантическому и структурному*.

На основе семантического анализа установлено, что антипословицы можно отнести к автосемантическим единицам ввиду универсальности транслируемого ими смысла.

Семантический анализ пословиц и антипословиц двух сопоставляемых языков определил универсальные, изоморфные и национально специфические, алломорфные характеристики *категории фемининность*, воплощенные в лингвокультуре на основе ценностного наполнения гендерных ролей, стереотипов, моделей поведения, доминантных характеристик коммуникативного поведения и моральных установок, заданных как общецивилизованными, так и культурно детерминированными факторами на стыке диахронии и синхронии.

Установлено наличие речевой (антипословичной) картины мира, более «живой» и «осовремененной» картины мира, образуемой антипословицами, транслирующими как типичные черты, универсалии, так и национально специфические особенности восприятия мира, уникалии. Освоение нового культурного знания (в самом широком понимании данного слова) накладывается на уже имеющийся опыт человека, образуя синергичный процесс осмысления аксиогенных ситуаций с последующим порождением новых культурных смыслов, вербализуемых антипословицами, что, в совокупности, привело к выделению речевой (антипословичной) картины мира. Речевая (антипословичная) картина мира соотносится с пословичной картиной мира на отношениях актуальности / архаичности передаваемых семантикой провербиального знака культурных кодов, национально-

гендерных стереотипов, а также содержанием категорий маскулинности и фемининности того или иного лингвокультурного сообщества.

Выявлено наличие двух гендерно ориентированных тенденций: тенденция к имплементации гендера (doing gender) и тенденция к демонтажу гендера (degendering, undoing gender). Указанные тенденции реализуются посредством национального языка, который, в ответ на некий социальный (в некоторых случаях и политический) заказ, либо поддерживает существующие национальные гендерные стереотипы, гендерные модели поведения и распределение гендерных ролей в пределах категорий *маскулинность и фемининность*, либо наоборот, стирает границы между данными категориями через сокращение гендерных различий в культурно специфичных представлениях о мужественности и женственности.

Установлено местоположение гендерного маркера в пределах провербиального знака, который может присутствовать на всех его уровнях (структурный, семантический, референциальный) или на некоторых из них. В зависимости от экспликации гендерного признака пословицы и антипословицы подлежат классификации по принципу *линейной* или *нелинейной гендерной корреляции*, а также по типу *прямой, косвенной и интергендерной референции*.

Определены наиболее провербиально активные гендерно маркированные лексемы, задающие различные гиноцентричные вершины в пределах сопоставляемых лингвокультур, а значит, и наиболее культурно востребованные и релевантные фемининные гендерные роли. Анализ пословиц и антипословиц сопоставляемых языков установил, что наибольшую паремиологическую активность в русскоязычном традиционном паремиологическом фонде проявляют лексемы *жена, девушка/ девица/ девка, баба и мать/ матка/ матушка*. Очевидно, что гиноцентричной вершиной в традиционном пословичном фонде русского языка является гендерная роль *жены*. Рассматривая динамику развития гендерной роли женщины на материале русскоязычных антипословиц, удалось обнаружить культурный

сдвиг в распределении доминантных гендерных ролей женщины. Посредством проведения структурного анализа гендерно маркированных лексем-конституентов антипословичного знака было установлено, что наибольшую паремиологическую активность проявляют лексемы *женщина, жена, девушка, мать*. Таким образом, гендерная роль *жены* более не образует гиноцентричную вершину, а значит, не является наиболее приоритетной гендерной ролью женщины. В результате исследования паремиологической активности фемининных гендерных лексем англоязычных пословиц и антипословиц не удалось зафиксировать культурных смещений в распределении гиноцентричных вершин, которые сохраняют провербиальную стабильность: *a woman, a wife, a mother, a girl/ a maid/ a maiden*. Гендерной доминантой в традиционном паремиологическом фонде английского языка являлась и является роль *женщины*, а не *жены*. Данный факт является национально специфическим и объясняется тем, что замужество не рассматривается главной целью для англоязычной женщины, которая не стремится к всеобъемному подчинению мужчине и жертвенной самоотдаче, наоборот, она способна проявлять свой нрав и постоять за себя.

Установлены изоморфные черты сопоставляемых лингвокультур:

1) относительно ограниченный набор целей и источников концептуальной метафоры (пространственная, временная, онтологическая и гендерная метафоры);

2) пословичный концепт *женщина / woman* в двух сопоставляемых лингвокультурах чаще всего включает концептуальные признаки, «квалитативы» излишней *эмоциональной экспрессивности, алогичности, непоследовательности, недостатка интеллекта*. Такое рассмотрение женского архетипа в лингвокультурах служит непосредственным стимулом для порождения различных гендерных стереотипов;

3) положительная оценка гендерной роли матери, которая отождествляется с такими понятиями, как *любовь, мудрость, нежность, покровительство* (*A mother`s love never ages – квалитатив материнской*

любви; *The good mother says not, "Will you?" but gives – квалитатив самоотверженности, жертвенности*);

4) наличие *гендерной асимметрии*, выражаемой посредством трансляции в семантике исследуемого материала преимущественно отрицательной оценки гендерной роли женщины, присущих ей личностных качеств и её стилей поведения;

5) пословичный и антипословичный фонды английского и русского языков, хотя и с выявлением центров гиноцентрических сдвигов, по-прежнему имеют андроцентрический характер, что проявляется как в большей активности фемининных гендерных лексем в провербиальных и антипровербиальных текстах, так и в атрибуции гендерных стереотипов, моделей поведения, ценностно-моральных установок и личностных качеств, рассматривающих женщину с позиции мужской нормы. Оценка гендерной фемининной роли происходит либо через определение отношения женщины к мужчине, либо через определение ценности и необходимости женщины для мужчины;

б) тенденция к снижению уровня контрадикторности сфер маскулинного и фемининного в антипословицах сопоставляемых языков, что подтверждается расширением круга участия женщины в различных областях общественной жизни, ранее традиционно соотносимых с маскулинностью, а именно, профессиональная состоятельность (*Дорога к успеху переполнена женщинами, которые толкают перед собой мужей – квалитатив продвижения по службе; Behind every successful man there's a woman-competing for his job – квалитатив соперничества*), вождение машины (*A woman's place is in the car – квалитатив умения водить*), участие в политике (*Если президентом страны станет женщина, то нам придется работать не на дядю, а на тетю; A woman's place is in the House....and in the Senate, A woman's place is in the (White) House) – квалитатив амбициозности*).

Проведённое сопоставительное исследование паремиологических фондов двух неблизкородственных языков также выявило изменения на разных уровнях пословичного концепта: понятийном, образном и ценностном.

Установлены алломорфные черты сопоставляемых лингвокультур, обусловленные, в том числе, национально специфическими изменениями фокуса метафорического концепта, связанного с позицией наблюдателя, и системой ценностей, характерной для каждой лингвокультуры.

При анализе ценностно-маркированных речений обнаружено, что в традиционной пословичной картине мира русского языка женщина (жена) рассматривается, как подчиненная мужчине, ей атрибутируются такие фемининные качества, как *хозяйственность, кротость, послушание, скромность, смирение, жертвенность, терпение, стремление к угождению и подчинению мужчине*. Пословичный концепт «жена» обладает положительной коннотированностью, что эксплицируется через квалитативы *доброта, хозяйственность, материнство, бережливость, любовь, забота, ценность*. Однако пословичный концепт «жена» актуализирует также и отрицательные гендерные атрибуции, послужившие основой для создания гендерных стереотипов: *злая, алогичная, непослушная, вздорная, упрямая, чрезмерно болтливая*. Гендерно значимостными (ценностными) характеристиками, соотносимыми с гендерной ролью жены, обладают качества, глубинно соотносимые с материнством и плодородием. Антипословицы русского языка также фиксируют оценку фактов окружающей действительности с позиций женской нормы, однако, в отличие от традиционных английских пословиц, данный фактор был выявлен и применительно к традиционным пословицам русского языка.

Пословичный концепт *женщина* утрачивает значительное количество традиционных квалитативов (*хозяйственность, кротость, послушание, скромность, смирение, жертвенность, терпение, стремление к угождению и подчинению мужчине*), взамен которых атрибутируются *наличие собственного мнения, доминантность, неуступчивость, отсутствие*

*ориентира на другого человека, неверность, лицемерие, алчность, меркантильность.* Таким образом, антипословицы русского языка вербализуют наличие некоторых социальных процессов в русском лингвокультурном сообществе, манифестирующих начало нивелирования границ дихотомии мужское / женское, что проявляется в атрибутировании исконно маскулинных качеств референту-женщине и наоборот. Национально специфичным, алломорфным, фактом, типичным только для русскоязычной речевой картины мира можно назвать распространённость мужской *половой неконформности*, когда мужчине «вменяется» половая связь с другими представителями мужского пола.

Пословичный концепт *woman* имеет преимущественно отрицательную окраску в англоязычном лингвообществе, что фиксируется и проявляется такими стереотипными гендерными качествами, как *жадность, меркантильность, расточительность, агрессивность, болтливость, лживость, стремление занимать лидирующее положение в семье.* Однако в отличие от русскоязычного традиционного и современного поговорочного фонда, англоязычные антипословицы транслируют большую склонность к нивелированию границ маскулинности и фемининности, что проявляется в большей распространённости антипословичных единиц, стирающих гендерные стереотипы путем атрибуции исконно маскулинных качеств референту женщине (*доминантность, самостоятельность, решительность, практичность, независимость, увлечение политикой и вождением машины*) и путём атрибуции исконно фемининных качеств референту мужчине (*хозяйственность, услужливость, домашнее пространство, уступчивость, покорность*).

Выявлены антипословицы английского языка, обладающие регулятивной и моделирующей функцией женского поведения, созданных женщинами для женщин, фокусом оценки в которых выступает мужчина, его личностные качества и модели поведения. Таким образом, антипословицы русского и английского языков транслируют социально востребованную

тенденцию вытеснения андрогинного взгляда на мир путём имплементации гиноцентричной интерпретации реальности: *Attention girls: always save a boyfriend for a rainy day – and another one in case it doesn't rain – квалитатив практичности; An Englishman's home is his castle-so let him clean it! – квалитатив смены домашних обязанностей; A woman's place is in the house....or anywhere else she wants to be – квалитатив свободы, независимости; If experience is the best teacher, how is it that some husbands still think they're the boss of the family?- квалитатив смены семейных ролей.*

Антипословицы русского языка также фиксируют оценку фактов окружающей действительности с позиций женской нормы, когда явления и субъекты подлежат рассмотрению с позиций гиноцентризма, а именно, с позиций ценности, приоритетности и необходимости для женской картины мира. Однако, в отличие от традиционных англоязычных пословиц, данный фактор был выявлен и применительно к традиционным пословицам русского языка (*Для милого не жаль потерять и многого – квалитатив жертвенности, самоотречения; Ср. в антипословицах: Идеальный муж — это мужчина, который не изменяет, не курит, не пьёт и... не существует – квалитатив независимости от мужчины; Принца можно всю жизнь ждать, а мужик каждый день нужен – квалитатив практичности).*

В качестве перспектив исследования заслуживающим внимания нужно указать применение методов корпусной лингвистики для анализа дискурса антипословиц с последующим определением наиболее востребованных типов антипословиц в сопоставляемых языках, а также проведение аналогичной лингвистической процедуры с целью обнаружения динамики развития маскулинного образа.

Практические результаты, полученные в рамках проведённого исследования, можно использовать при составлении словарей пословиц и антипословиц, базирующихся на категориях «маскулинность» / «фемининность».

## Список литературы

1. Абакумова О. Б. Пословицы в языке, сознании и коммуникации. – СПб.: Алеф-Пресс, 2012. – 352 с.
2. Абакумова О.Б. Пословичные концепты в паремическом дискурсе: дис. ... д-ра филологических наук. Орел, 2013. – 375 с.
3. Абакумова О. Б. Русский культурный пословичный концепт-стереотип Правда // Сборник научных трудов по итогам международного научно-практического семинара по вопросам филологического образования и межкультурной коммуникации. – Старый Оскол: Изд-во «РОСА» / СОФ НИУ «БелГУ», 2014. – С. 8-16.
4. Абакумова О. Б., Семененко Л. П. Семантика и прагматика пословиц в художественном тексте (на материале произведения Мозма «Пирог и пиво») // Ученые записки Орловского государственного университета. – Орел, 2018. – № 3 (80). – С. 64-67.
5. Абакумова О. Б. Библиейские фразы и их трансформы – русские и английские пословицы как отражение лингвокультуры // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение. Сборник науч. трудов V Международной конференции. Орел: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2021. – С. 95-107.
6. Абакумова О. Б. Антипословицы в языке и тексте // Язык. Человек. Культура. Сборник научных трудов, посвященных юбилею М.Л. Ковшовой. - Москва: ИЯ РАН, 2022. – С.155-163.
7. Абакумова О.Б., Кирюхина Н.В. Паремиологическая репрезентация образа женщины в гендерно маркированных английских пословицах и антипословицах // Языковые образы: лингвокреативные символы этнокультурной духовности : сборник научных трудов по итогам 5-й Международной научной конференции, посвященной 75-летию Заслуженного деятеля науки Российской Федерации, доктора филологических наук, профессора Н. Ф. Алефиренко (г. Белгород, 17—19 сентября 2021 года) / В.К.

Харченко, К.К. Ли, В.С. Морщинский, А.С. Титова, А.В. Медведева, П.А. Чересюк. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2021. – С. 94-100.

8. Алефиренко Н. Ф. Фразеология и паремиология: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 344с.

9. Антонова Е. Н., Бредис М. А., Владимирова Т. Е., Гишкаева Л.Н., Иванов Е. Е., Зиновьева Е. И., Комова Д. Д., Ломакина О.В., Макарова А. С., Мокиенко В. М., Нелюбова Н. Ю., Николаева Е. К., Селиверстова Е. И., Семененко Н. Н., Фаткуллина Ф. Г., Хайруллина Р. Х., Цао Ц. Паремиология без границ: монография [под ред. М. А. Бредиса, О. В. Ломакиной]. М.: РУДН, 2020. – 244 с.

10. Апресян Ю. Д. Коннотации как часть прагматики слова (лексикографический аспект) // Избранные труды. В 2 тт. Том II. Интегральное описание языка и системная лексикография. – М.: Языки русской культуры, 1995. – С. 156-177.

11. Аристотель. Риторика. Поэтика. // Перевод с древнегреческого и примечания О.П. Цыбенко под ред. О.А. Сычёва и И.В. Пешкова) // (Перевод В.Г. Аппельрота /под ред. Ф.А. Петровского). М.: Лабиринт, 2000. – 224 с.

12. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учеб. для вузов. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 383 с.

13. Арутюнова Н. Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике // Известия АН СССР СЛЯ, 1973. – № I. – С.84-89.

14. Арутюнова Н. Д. От редактора // Логический анализ языка: Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – 204 с.

15. Арутюнова Н.Д. Референция // БЭС. Языкознание. М.: БРЭ, 1998. – С. 411–412.

16. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

17. Ассман Я. Культурная память: Письмо и память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.

18. Бакина А. Д. Интегративное описание библейской фразеологии (на материале английского и немецкого языков): автореф. дис. ... д-р. филол. наук. – Орёл, 2024. – 44 с.
19. Батулина А. В. Пословично-поговорочные выражения в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук. – Великий Новгород, 2003. – 211 с.
20. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма // Репринтное воспроизведение издания YMCA-PRESS, 1955 г. — М.: Наука, 1990. — 224 с.
21. Бовуар С. де. Второй пол // Т. 1 и 2. – М.: Прогресс; – СПб.: Алетейя, 1997. – 832 с.
22. Богин Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текста: дис. ... д-ра филол. наук. – Ленинград, 1984. – 354 с.
23. Бочина Т. Г. Пословица на века молвится: монография: избранные труды русской паремиологии. – Казань: Издательство Казанского университета, 2023. – 286с.
24. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Антипословицы русского народа / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко; ОЛМА медиагрупп. – СПб.: Нева, 2005. – 573 с.
25. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Прикольный словарь: (антипословицы и антиафоризмы) / ОЛМА Медиагрупп; [Мокиенко В.М., Вальтер Х.]. – Москва; Санкт-Петербург: Нева, 2006 (М.: Красный пролетарий). – 381 с.
26. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Русские антипословицы и их лексикографическое описание // Х. In: Acta Ethnographica Hungarica, Vol. 52, 2007. – P. 157–175.
27. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Антипословицы русского народа / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко. – Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 573 с.
28. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного // 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1990. – 248 с.

29. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки, 2001. – № 1. – С. 64-72.
30. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 236 с.
31. Гаврилова Е. Н. Универсальные высказывания и другие обобщающие суждения // Филологические науки. - № 3. 1986. – С. 56-62.
32. Гак В. Г. Языковые преобразования: Виды языковых преобразований. Факторы и сферы реализации языковых преобразований. М.: УРСС, 2016. – 408 с.
33. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое лит. обозрение, 1996. – 351 с.
34. Гвоздев В. В. Место пословиц как структурно-семантических образований в языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1983. – 15 с.
35. Грайс Г. П. Логика речевого общения // Новое в зарубежной лингвистике: лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. – С. 217-237.
36. Григас К. Литовские пословицы: Сравнительное исследование. – Вильнюс: Vaga, 1987. – 320 с.
37. Григорян А.А., Григорян А.Ю. Объективация женщины как один из видов сексизма // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2021. - №2. – С. 5-10.
38. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... д-р филол. наук. – Москва, 1999. – 42 с.
39. Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М.: Изд-ва МГУ, 1999. – 152 с.
40. Гудков Д. Б. Единицы кодов культуры: проблемы семантики // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2004. – Вып. 26. – С. 39-50.

41. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Пер. с нем. под ред., с предисл. [с. 5-33, и примеч.] Г. В. Рамишвили. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
42. Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. – М.: Искусство, 1984. – 349 с.
43. Даль В. Пословицы русского народа: Сборник. – М.: Государственное издательство художественной литературы, 1957. – 992 с.
44. Денисова А. А. Словарь гендерных терминов // Региональная общественная организация "Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты". – М.: Информация XXI век, 2002. – 256 с.
45. Добровольский Д. О. Национально-культурная специфика во фразеологии // Вопросы языкознания. 1997. – № 6. – С. 37-48.
46. Дубровская Т. В., Кислицина А. Н., Леонтьева Т. В., Ребрина Л.Н., Семехина А. С., Щетинина А. В. Лики единения в языке и дискурсе: монография. – Екатеринбург: Ажур, 2022. – 292 с.
47. Ефремов В. А. Динамика русской языковой картины мира: вербализация концептуального пространства «'мужчина' – 'женщина': автореф. дис. ... д-р. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2010. – 41 с.
48. Жигарина Е. Е. Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 25 с.
49. Жигарина Е. Е. Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов: дис. .... канд. филол. наук. – М., 2006. – 251 с.
50. Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок: около 1 200 пословиц и поговорок // 4-е изд., испр. и доп. – М.: Рус. яз., 1991. – 534 с.
51. Загребельный А.В. Авторские паремии в русском языке начала XX века // Вопросы филологии. 2015. – № 3. – С. 39–47.

52. Захаренко И. В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М., 1997. – С. 82-103.
53. Здравомыслова Е. А., Тёмкина А. А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — 768 с.
54. Зуева Т.А. Паремиологический фон слова «Друг» в свете показаний языкового сознания // Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – Уральский филологический вестник. – 2012. – №3. – С. 198 – 203.
55. Зыкова И. В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 232 с.
56. Зыкова И. В. Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков: дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2014. – 510 с.
57. Зыкова И. В. Параметризация как метод анализа креативности в дискурсе и языке // Эмпирические исследования германских языков: Сборник статей по материалам VII Чтений памяти В. Н. Ярцевой. – М.: Языкознание, 2024. – С. 180-194.
58. Иванов Е. Е. Антипословицы Рунета: типология и словарь. – Минск: Право и экономика, 2009. – Вып. 3. – 72 с.
59. Иванов Е. Е., Боровая Е. Е. Типы русских антипословиц // *Varietaten im Slavischen = Субстандартные варианты славянских языков: избранные статьи.* – Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2009. – С. 111–122.
60. Иванов Е. Е. Лингвистика афоризма. Хрестоматия: учебное пособие. – Минск: Вышэйшая школа, 2018. – 303 с.
61. Иванова Е. В. Мир в английских и русских пословицах: учеб. пособие. – Москва: Филологический факультет СПбГУ: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2006. – 278 с.

62. Иванова Е. В. Кривое зеркало английских антипословиц // Язык как культурный код нации / отв. ред. А. В. Зеленщиков, Е. Г. Хомякова. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2014. – С. 83-103.
63. Иванова Е. В. Картина мира в английских антипословицах // XLIII Международная филологическая конференция 11-16 марта 2014 г.: избранные труды. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2015. – С. 161-169.
64. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.
65. Карасик В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. 2014. – №1(47). – С.65-75.
66. Карасик В. И. Выводимый смысл универсальных высказываний // Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы: материалы VII Международной научно-практической конференции / под ред. Л. А. Миловановой. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2017. – С.230-238.
67. Карасик В. И. Языковые картины бытия: монография. М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2020. – 468 с.
68. Карасик В. И. Языковая лестница познания: монография. – М.: Государственный институт русского языка им А.С. Пушкина, 2022. – 462 с.
69. Касевич В. Б. Языковые и текстовые знания // Вопросы языкознания. 1990. – №6. – С. 98-101.
70. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: изд-во «Институт социологии РАН», 1999. – 180 с.
71. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: Учеб. пособие. – М., 2004. – 252 с.
72. Кирилина А. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Вопросы психолингвистики. 2021. – № 3 (49). – С. 109–147.

73. Кирилина А. В., Гаранович М. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2022. — С.7-58.

74. Кирюхина Н. В. Брачные отношения через призму английских пословиц и антипословиц // Вестник САФУ имени М.В. Ломоносова, Архангельск, САФУ имени М.В. Ломоносова. - №2. 2021. – С. 52-59.

75. Кирюхина Н. В., Абакумова О. Б. «Паремиологическая репрезентация стереотипного представления о роли женщины в семье (на материале русских и английских пословиц о браке)» // Научный периодический журнал «Язык и культура», Томск: Томский государственный университет. - №55. 2021. – С. 87-102.

76. Кирюхина Н. В. «Традиционный и современный взгляд на гендерную роль женщины (на материале английского языка)» // Актуальные вопросы филологии и лингводидактики. Монография памяти профессора Ф.А. Литвина. – Орёл, ОГУ имени И. С. Тургенева, издательство «Картуш», 2022. – С. 88-92

77. Кирюхина Н. В. Особенности употребления стилистических приёмов в англо-американских и русских антипословицах // Сборник научных трудов по материалам VI Международной конференции «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение», Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2022. – С. 130- 134.

78. Kiriukhina N. V. «Dynamic Representation of a Female Gender Role as a Part of a Woman’s Image (on the Basis of English Proverbs and Anti-proverbs)» // Научный журнал «Вопросы журналистики, педагогики, языкознания»/ Scientific journal “Issues in Journalism, Education, Linguistics”, № 2 Том 41, 2022 г. – С.329–338.

79. Кирюхина Н. В. Полевая структура гендерно маркированных пословиц и антипословиц (на материале русского и английского языков) // Материалы Международной научной конференции. 19-21 сентября 2023 г. /

отв. ред. вып. О.А. Турбина. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет, 2023. – С. 425-428.

80. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. – М.: УРСС, 2013. – 453 с.

81. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры // Изд. 3-е. – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 456 с.

82. Ковшова М. Л., Гудков Д. Б. Словарь лингвокультурологических терминов. М.: Гнозис, 2018. – 189 с.

83. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический анализ идиом, загадок, пословиц и поговорок. Антропонимический код культуры. – М.: ЛЕНАНД, 2019. – 400 с.

84. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. – М.: Наука. – 1990. – 108 с.

85. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: Монография. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с.

86. Красавский Н. А. Динамика эмоциональных концептов в немецкой и русской лингвокультурах: автореф. дис. ...д-ра филол. наук. Волгоград, 2001. – 40 с.

87. Красавский Н. А. Концепт «терпение» в русской и немецкой пословичных картинах мира // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. – № 7 (140). – С. 219-225.

88. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.

89. Красных В. В. Грамматика лингвокультуры, или что держит языковую картину мира? // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. №1. – С.133-141.

90. Красных В. В. Словарь и грамматика лингвокультуры: основы психоллингвистологии. – М.: Гнозис, 2016. – 496 с.

91. Кубрякова Е. С. Язык пространства и пространство языка (К постановке проблемы) // Изв. АН. Сер. лит. и яз. 1997. – Т. 56, №3. – С. 22-31.

92. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов: ИЯ РАН, 2009. №1. – С. 5-12.
93. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. — М.: Знак, 2012. — 208 с.
94. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. 2-е изд., перераб. – М.: Высшая школа, Дубна, Феникс, 1996. – 381с.
95. Кууси М. К вопросу о международной системе пословичных типов // Паремиологический сборник. – М.: Наука, 1978. – С. 53–81.
96. Лазарева Е.И. Коммуникативно-прагматические функции пословиц в рекламном дискурсе: на материале немецкого языка // Современные проблемы филологии, искусствоведения и культурологии: материалы междунар. заоч. науч.-практ. конф., Новосибирск, – Новосибирск, 2012. – С. 17-26.
97. Лакофф, Дж. Огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении // Книга 1: Разум вне машины. / Пер. с англ. И.Б. Шатуновского. – М.: Гнозис, 2011. – 512 с.
98. Лаухакангас О. Пословицы в дискуссионных интернет-форумах // Паремиология в дискурсе. Общие и прикладные вопросы паремиологии. Пословица в дискурсе и в тексте. Пословица и языковая картина мира / под ред. О. В. Ломакиной. – М.: Ленанд, 2015. – 304 с.
99. Левин Ю. И. Провербиальное пространство// Паремиологические исследования: Сб. статей / Сост. и ред. Г. Л. Пермяков. – М.: Глав. ред. вост. литературы, 1984. – С.108-126.
100. Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. – М.: Педагогика, 1983. – 320 с.
101. Логинов А. А. Женщина и мужчина: Отношения полов. – Красноярск: Красноярское книжное издательство, 1989. – 268 с.
102. Лотман Ю. М. Память в культурологическом освещении // Избранные статьи. Т. 1. – Таллинн: Александра, 1992. – 478 с.

103. Лукашевич Е. В. Когнитивная семантика: эволюционно-прогностический аспект: Монография // Ин-т языкознания Рос. акад. наук, М-во образования Рос. Федерации, Алт. гос. ун-т. – Москва; Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2002. – 233 с.
104. Маслова В. А. Духовный код с позиции лингвокультурологии: единство сакрального и светского // Метафизика. 2016. – № 22. – С.78-97.
105. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Русско-венгерские паремиологические параллели (в поисках национальной специфики) // *Studia Slavica Academiae Scientiarum Hungaricae*, 64 (1). 2019, – P. 85-102.
106. Нерознак В. П. Лингвистическая персоналогия: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод. – М., 1996. – 163 с.
107. Нефёдова Л.А. Гендерно инклюзивная фразеология современного немецкого языка: симметрия фразеологизмов в свете гендера. М.: МПГУ, 2023. – 232 с.
108. Николаева Е. К. Антипословицы как лингвистические единицы и их лексикографическое описание // Материалы XXXII Международной филологической конференции (11-15 марта 2003 г.). Вып. 14: Фразеология. Санкт-Петербург, 2003. – С. 38-43.
109. Норман Б.Ю. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков): курс лекций. – Минск, 2009. – 183 с.
110. Ожегов С. И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — Москва: Азбуковник, 1997. — 944 с.
111. Остин Дж. Как совершать действия при помощи слов // Избранное. Перевод с англ. Макеевой Л.Б., Руднева В.П. — М.: Идея Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1989. — С. 13-136.
112. Падучева Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: Референциальные аспекты семантики местоимений. 5 изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 296 с.
113. Пермяков Г. Л. К вопросу о структуре паремиологического фонда // Типологические исследования по фольклору. – М.: Наука, 1975. – С. 247-274.

114. Пермяков Г. Л. От поговорки до сказки: (Заметки по общей теории клише). М.: Наука, 1970. - 239 с.
115. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремиологии. – М.: Наука, 1988. – 235 с.
116. Пищальникова В. А. Общее языкознание: учебник для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 448 с.
117. Потебня А. А. Эстетика и поэтика: [Сборник]. – М.: Искусство, 1976. – 614 с.
118. Рацибурская Л.В. Прагматические аспекты исследования новообразований в медийном дискурсе // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛЖ. Ставрополь: Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. Выпуск 12. Часть 2. - Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2014. – С.75-87.
119. Ремчукова Е. Н. Креативный потенциал русской грамматики. – М.: УРСС, 2016. – 224 с.
120. Савенкова Л.Б. Русские паремии как функционирующая система: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2002. — 46 с.
121. Селиверстова Е. И. Пространство русской пословицы: постоянство и изменчивость / науч. ред. В. М. Мокиенко. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. – 296 с.
122. Семенов Л. П. Диалог с постулатом значения // Бахтинские чтения. Орёл: Администрация Орловской области, 1994. – С. 236-244 с.
123. Семенов Н. Н. От образной модели к стереотипу: синергия внутренней формы пословицы // Вестник ТГГПУ. 2015. – №2 (40). – С.116-121.
124. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С.195-222.
125. Сидорова Г.Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 1999. – 250 с.

126. Сидорков С. В. Пословично-поговорочные паремии как фактор структурно-смысловой организации дискурса // Ростов-на-Дону: Изд. СКНЦ, ВШ, 2003. – 214 с.
127. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова. – Воронеж: изд-во Воронежского ун-та, 1979. – 156 с.
128. Телия В. Н. Что такое фразеология? – М.: Наука, 1966. – 86 с.
129. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. – 142 с.
130. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки славянской культуры, 1996. – 289 с.
131. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С.26-52.
132. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. – М.: «Аделант», 2014. – 800с.
133. Фролова О. Е. Мир, стоящий за текстом: референциальные механизмы пословицы, анекдота, волшебной сказки и авторского повествовательного художественного текста. – М.: ЛКИ, 2007. – 317 с.
134. Халеева И.И. Гендер как интрига познания // Гендерный фактор в языке и коммуникации / Под ред. И. И. Халеевой. - Иваново, 1999. – С. 5-9.
135. Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира // АН СССР, Ин-т славяноведения и балканистики. – М.: Наука, 1990. – 203 с.
136. Щедровицкий Г. П. Избранные труды. – М.: Школа Культурной Политики, 1995, – 800 с.
137. Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). – М.: Гнозис, 1994. – 343 с.
138. Arora Sh. The Perception of Proverbiality // W. Mieder. Ed., Wise Words: Essays on the Proverb. – New-York: Garland, 1994. – P. 3-29.
139. Abbott B., Reference. – Oxford University Press, 2010. – 324 p.

140. Borneman E. Das Patriarchat. Ursprung und Zukunft unseres Gesellschaftssystems. – Frankfurt a. Main: Fischer, 1991 (zuerst 1971). – 694 S.
141. Coates J. Women, men, and language: a sociolinguistic account of sex differences in language. – London: Longman, 1986. – 228 p.
142. Cram D. The Linguistic Status of the Proverb // Cahiers de lexicologie 43. – 1983. – P. 53–71.
143. Del-Teso-Craviotto M. Words that matter: Lexical choice and gender ideologies in women`s magazines // Journal of Pragmatics. – 2006. – 38(11). – P. 2003-2021.
144. Deutsch F. Undoing Gender // Gender & Society, 2007. – N 21(2). – P. 106–127.
145. Deutsch E. A. Some American, Polish, German, Czech and Sorbian proverbs about a woman`s place and their historical and cultural context // Proverbium 39. – Osijek: Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, 2022. – P. 29-57.
146. Fenstermaker S., West C. Doing gender. In Doing gender, doing difference: Inequality, power, and institutional change. – New York: Routledge, 2002. – 262 p.
147. Gibbs R.W. Psycholinguistic studies on the conceptual basis of idiomaticity // Cognitive linguistics, 1990. – P.417-451.
148. Goffman E. Interaktion und Geschlecht. – Frankfurt a. Main, 1994. – 194 S.
149. Gossler E. Besser arm dran als Bein ab // AntiSprichwörter und ihresgleichen [Anti-proverbs and others]. – Wien, Austria: Edition Praesens, 2005. – 405 p.
150. Hofstede G. H. Culture`s Consequences: International Differences in Work-related Values. – Beverly Hills: Sage, 1984. – 327 p.
151. Hofstede G. H. Cultures and Organizations: Software of the Mind. – L.: McGraw-Hill Book Company (UK) Limited, 1991. – 576 p.

152. Horn L. Pragmatic theory // Linguistics: the Cambridge Survey. J. Newmayer. Vol.1. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – P. 113-145.
153. Janssen-Jurreit M. Sexismus. Über die Abtreibung der Frauenfrage. – München Wien: Carl Hanser, 1975. – 756 S.
154. Krikmann A. On Denotative Indefiniteness of Proverbs // Tallinn, Estonia: Academy of Sciences of the Estonian SSR, Institute of Language and Literature; repr. in Proverbium 1, 1974 (1984). – P. 47-91.
155. Lakoff R. Language and women's Place // Language in Society. – Cambridge: Cambridge University Press, 1973. – P. 45-80.
156. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. – Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980. – 243 p.
157. Litovkina A. T., Vargha K. (2005a). “Éhes diák pakkal álmodik”: Egyetemisták közmondás-elváltoztatásai [“A Hungry Student Dreams about a Parcel”: Twisted Proverbs of Students]. Budapest: Private publication, 2005a. – 94p.
158. Litovkina A. T., Vargha K. “Viccében él a nemzet”: Magyar közmondás-paródiák [“The Nation lives in its Jokes”: Hungarian Proverb Parodies]. Budapest: Private publication, 2005b. – 102 p.
159. Litovkina A. T., Mieder W. Old proverbs never die, they just diversify: A collection of anti-proverbs. – Burlington: The University of Vermont – Veszprém: The Pannonian University of Veszprém, 2006. – 396 p.
160. Litovkina A T. Teaching Proverbs and Anti-Proverbs. – Komárom, 2017. – 260 p.
161. Litovkina A. T. Women Through Anti-Proverbs. – Cham: Palgrave Macmillan, 2019. – 211 p.
162. Litovkina A. T., Hrisztova-Gotthardt H., Barta P., Vargha K., Mieder W. Anti-proverbs in five languages: Structural features and verbal humor devices. Cham: Palgrave MacMillan, 2021. – 257 p.
163. Lorber J. Breaking the Bowls: Degendering and Feminist Change. – New York: W. W. Norton & Company, 2005. – 240 p.

164. Mieder W. *Antisprichwörter // Band II.* – Wiesbaden: Gesellschaft für deutsche Sprache, 1985. – 236 S.
165. Mieder W. *An Apple a Day Keeps The Doctor Away. Traditional and Modern Aspects of English Medical Proverbs // Proverbium 8.* – 1991. – P.77–104.
166. Mieder W. *Proverbs are never out of fashion. Popular wisdom in the modern age.* – N. Y.: Oxford, 1993. – 284 p.
167. Mieder W. *Paremiological minimum and cultural literacy // Wise words. Essays on the proverb / Ed. by W. Mieder.* – N. Y., 1994. – P. 297-316.
168. Mieder, W. *Verdrehte Weisheiten. Antisprichwörter aus Literatur und Medien.* Wiesbaden: Quelle & Meye, 1998. – 396 S.
169. Mieder W., Litovkina A. *Twisted wisdom: Modern anti-proverbs.* Burlington. 1999. – 254 p
170. Mieder W. *Proverbs: A Handbook.* – Westport, CT: Greenwood, 2004. – 304 p.
171. Mieder W. *Antisprichwörter und kein Ende Von sprachlichen Eintagsfliegen zu neuen Sprichwörtern.* In *Thesaurus Polyglottus et flores quadrilingues: Festschrift für Stanisław Prędoła.* – Wrocław, 2004. – S. 243-258.
172. Mieder W. *Anti-proverbs and mass communication: The interplay of traditional and innovative folklore // Acta Ethnographica Hungarica 52 (1).* – 2007. – P. 17–46.
173. Obelkevich J. *Proverbs and social history// Wise words. Essays on the proverb/ Ed. By W. Mieder.* N.Y., 1994. – P. 211-252.
174. Risman B. *From doing to undoing: Gender as we know it // Gender & Society.* 2008. – N 23. – P. 81–84.
175. Rogers C. *Psychological approaches to proverbs. A treatise on the import of context // Wise words. Essays on the proverb / Ed. By W. Mieder.* N.Y., 1994. – P.159-181.
176. Sapir E. *Selected writings in language, culture and personality / Ed. by D.G. Mandelbaum.* Los Angeles: University of California Press, 1963. – 642 p.

177. Sapir E. Linguistics as a Science // Culture, Language and Personality. Selected Essays. – Berkley, University of California Press, 1970. – P. 207-214.
178. Samel I. Einführung in die feministische Sprachwissenschaft. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1995. – 247 S.
179. Vargha K., Litovkina A. T. “Hallgatni Arany, beszélni Petőfi”. A magyar antiproverbiumok ferdítési módjai (formai változatok és nyelvi humor). Magyar Nyelv 2. – 2007. – P. 179–199.
180. West C., Fenstermaker S. Doing Difference // Gender & Society. 1995. – N 1. Vol. 9. – P. 8–37.
181. West C., Zimmerman D. Accounting for Doing Gender // Gender & Society. 2009. – Vol. 23. N 1. – P. 112–122.
182. Whorf B. L. Language, thought, and reality: selected writings. Technology Press of Massachusetts Institute of Technology: Cambridge, Mass.: MIT Press. 1956. – 302 p.
183. Yule G. Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 138p.

### **Лексикографические источники**

1. БАС – Большой академический словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://iling.spb.ru/dictionaries/344>
2. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Антипословицы русского народа / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко; ОЛМА медиагрупп. – СПб.: Нева, 2005. – 573 с.
3. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Прикольный словарь: (антипословицы и антиафоризмы) / ОЛМА Медиагрупп; [Мокиенко В.М., Вальтер Х.]. – Москва; Санкт-Петербург: Нева, 2006 (М.: Красный пролетарий). – 381 с.
4. Вальтер, Х., Мокиенко, В. М. Антипословицы русского народа / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко. – Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 573 с.
5. Вальтер, Х., Громенко, Е. С., Кожевников, А. Ю., Козловская, Н. В., Козулина, Н. А., Левина, С. Д., Мокиенко, В. М., Павлова, А. С., Ридецкая, Ю. С. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / Ред. коллегия Е. С.

Громенко, А. С. Павлова, М. Н. Приемешева / Санкт-Петербург: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. – 550 с.

6. Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок: около 1 200 пословиц и поговорок // 4-е изд., испр. и доп. – М.: Рус. яз., 1991. – 534 с.

7. Зимин В. И., Ашурова С. Д. «Русские пословицы и поговорки: учебный словарь». М.: ШКОЛА-ПРЕСС, 1994. – 317 с.

8. Иванов Е. Е. Антипословицы Рунета: типология и словарь. – Минск: Право и экономика, 2009. – Вып. 3. – 72 с.

9. Маргулис А., Холодная А. Русско-английский словарь пословиц и поговорок. – North Carolina, and London: McFarland & Company, Inc., Publishers Jefferson, 2000. – 487 с.

10. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Народная мудрость: русские пословицы. — Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2011. — 414 с.

11. Ожегов С. И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — М.: Азбуковник, 1997. — 944 с.

12. Fergusson R. The Penguin Dictionary of Proverbs. – London: Penguin Books, 2001. – 365 p.

13. Mieder W., Litovkina A. Twisted Wisdom Modern Anti-Proverbs. Australia Hobart, Tasmania, 2002. – 260 p.

14. Simpson J. A, Speake J. The Concise Oxford Dictionary of Proverbs. – Oxford; New York: Oxford University Press, 1992. – 316 p.

15. OALD – The Oxford Advanced Learner’s Dictionary. – UK: Oxford University Press, 2010.

16. CDO – The Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. – URL: <http://dictionary.cambridge.org/>

17. CED – The Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <http://dictionary.reference.com>

18. MWD – The Merriam-Webster’s Dictionary online [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com>