

АНТРОПОМЕТРИЧЕСКИЕ ЛЕКСЕМЫ И СТРУКТУРАЦИЯ ОБРАЗА МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ АНТИ-ПОСЛОВИЦАХ С ГЕНДЕРНЫМ КОМПОНЕНТОМ (НА МАТЕРИАЛЕ ПАРЕМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

*О.Б. Абакумова
abakumova-ob@mail.ru*

*Н.В. Кирюхина
mila0870@yandex.ru*

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева (Орел, Россия)

Целью настоящей статьи является анализ способов конструирования образа мужчины и женщины в современных русских анти-пословицах. Термин антипословица означает языковые единицы весьма широкого круга: пословицы, являющиеся смысловыми антиподами традиционных паремий; вывернутые наизнанку библейские сентенции, афоризмы и крылатые выражения знаменитых людей; обценные и бранные паремии; веллеризмы. Анти-пословицы являются показателем динамики развития паремий, одним из современных источников их жизни в языке. Эмпирическим материалом исследования послужили современные русские анти-пословицы из словаря Х. Вальтера и В.М. Мокиенко, ядром которых являются антропометрические лексемы, то есть существительные с семантической доминантой «признак пола». В статье представлена классификация анти-пословиц по семантическим признакам, отражающим характерные особенности мужчин и женщин, находящиеся в фокусе интереса говорящего, представителя определенной социальной или профессиональной группы в рамках современного русскоговорящего лингвокультурного сообщества. Анализ анти-пословиц показал гиноцентричный характер русской субкультуры при сохранении мужского видения мира.

Ключевые слова: пословица, анти-пословица, гендерная маркированность, антропометрические лексемы, конструирование образа, мужчина, женщина.

1. ВВЕДЕНИЕ

Исследование пословиц с гендерным компонентом в структуре, семантике и референции паремий постоянно привлекает внимание лингвистов в связи с недавно возникшим стремлением «пересмотреть» традиционно отражаемые в языке представления о роли мужчин и женщин в социуме. Паремиологический фонд обладает неисчерпаемым потенциалом, который позволяет хранить и передавать информационные паттерны, раскрывающие национально-культурную ценностную картину мира того или иного народа, а также отражать и соотносить лингвокультурологические средства коллектива с социокультурными изменениями, имеющими место в определенный период развития общества. В данной работе авторы хотели бы предложить вниманию читателей своеобразную классификацию так называемых анти-пословиц, содержащих гендерный компонент в виде антропометрической лексемы, чтобы показать, как структурируется образ мужчины и женщины в определенных слоях современного русскоязычного общества.

2. ГЕНДЕР В СОВРЕМЕННОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ И ПАРЕМИОЛОГИИ. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Необходимо отметить наиболее характерную и универсальную особенность фразеологического фонда, куда в его широком понимании входят пословицы и

поговорки: долгосрочность хранения культурно значимой информации, с одной стороны, и быстрый отклик на самые современные и актуальные социокультурные тенденции, с другой стороны. Как отмечает И.В. Зыкова, «фразеологическое пространство языка как культурный срез того или иного народа может более полно раскрывать особенности концептов «маскулинность» / «фемининность», отражающих характерный для различных сообществ социальный опыт» [Зыкова, 2003, с. 18]. Под гендером исследователь предлагает понимать «совокупность норм поведения и позиций, которые обычно ассоциируются с лицами мужского и женского пола в данном обществе. В основе гендера лежит идея о том, что важны не биологические или физические различия между мужчинами и женщинами, а то культурное и социальное значение, которое общество придает этим различиям» [Зыкова, 2003, с. 7].

Среди отечественных и зарубежных исследователей, затрагивающих в своих трудах гендерный фактор, можно отметить С.В. Бондарь, В.В. Потапова, Т.И. Шевченко, Т.Н. Медведеву, В.Н. Телию, А.В. Кирилину, И.В. Зыкову, В.А. Виноградова, Л.И. Сидорову, R. Brend, R. Fowler, A.L. Wallin-Aschcroft и др.

Прежде всего в области отечественных гендерных исследований следует выделить монографию В.Н. Телии [Телия, 1996], где автор анализирует воззрения на женщину, характерные для обыденного русского менталитета, и приходит к следующим выводам: 1) женщина в русском обыденном самосознании не воспринимается как слабый пол; 2) во всех фразеологизмах о женщине как сексуальном партнере используется гастрономическая метафора «женщина-лакомый кусок»; 3) в православной русской культуре сложился стереотип женщины-домоседки; 4) особенное место отводится нравственной характеристике женщины, ей отводится сначала роль честной девушки, потом – верной жены; 5) наличие культурно-национальных коннотаций в образных основаниях фразеологизмов проявляется в оценке интеллектуальных способностей женщины как «недочеловека» по сравнению с мужчиной.

Д.Ч. Малишевская отмечает, что для женщин практически любое сравнение с мужчиной имеет положительную оценочность в русской культуре: мужской ум, мужская хватка, свой парень и т.п. И наоборот, для мужчин любое сравнение с женщиной окрашено негативно: баба, маменькин сынок и др. [Малишевская, 1999]. Рассматривая гендерные стереотипы в русской и немецкой фразеологии, А.В. Кирилина замечает, что по многим параметрам обнаруживаются общие черты: андроцентричность (ориентированность языка на дефиниции и оценки, производимые с точки зрения мужчин); женщина подается как объект действия, предмет потребления; положительно оценивается женщина только там, где она может быть полезной для мужчин [Кирилина, 1999].

Анализу идиом библейского происхождения современного французского и русского языков посвящено исследование Г.В. Беликовой [Беликова, 1999], которая утверждает, что в библейских текстах практически нет тождественных фразеологических соответствий, передающих мужские и женские образы.

Способам конструирования гендера в английской фразеологии была посвящена монография И.В. Зыковой [Зыкова 2003], которая явилась первым системным исследованием гендерного аспекта английской фразеологии и показала перспективы изучения проблемы на фразеологическом материале.

Исследователи обращают внимание на трудности изучения гендерного фактора во фразеологии: 1) семантическая осложненность как результат особой вторичной номинации; 2) нейтрализация грамматической категории рода; 3) особенности согласования внутри синтаксической цепочки; 4) отсутствие четких критериев отбора фразеологизмов для исследования гендерного фактора.

И.В. Зыкова исходила из понимания фразеологической единицы, как трехуровневого знака, обладающего структурой, семантикой и референцией [Зыкова, 2003, с. 11].

Многие зарубежные и отечественные исследователи пытались дать определение такому явлению как пословица, но, тем не менее, до сих пор не существует абсолютно исчерпывающего определения. Так, например, Арчер Тейлор, в своей работе «Пословица» (The Proverb) еще в 1931 году отметил, что невозможно сформулировать точную дефиницию пословицы. Он справедливо писал: «The definition of a proverb is too difficult to repay the undertaking» (Попытка дать определение пословицы слишком емкая и обширная задача, чтобы стоило за нее приниматься) [Taylor, 1931, p.3]. Тем не менее, мы определенно точно знаем, что пословицы представляют собой закрепленные знания и представления о мире, которые исследователь может извлечь при глубинном изучении их семантического потенциала. Такое представляется возможным, например, при анализе характеристик разных объектов, использованных в пословицах определенной тематики. Данный подход позволяет воссоздавать пословичные концепты, а значит вывести на пословичную концептуализацию мира того или иного народа.

Б.Дж. Уайтинг в своих трудах отмечал, «пословица - это созданное людьми выражение, смысл которого кроется в его форме и самой фразе. Она содержит в себе своего рода аксиому, прописную истину отдельно взятого языка, правда, часто приукрашенную, но не лишенную аллитерации и рифмы» [Whiting, 1994, p. 80].

Основная трудность для исследователя заключается в том, как определить, что какое-то выражение является пословицей, как понять, обладает ли то или иное выражение провербиальностью. Для этого существуют отличительные признаки или маркеры пословиц, среди которых можно отметить фонетические, семантические, грамматические и лексические указатели. Однако самым важным признаком пословицы является ее традиционность, которая включает в себя и возраст, и употребительность пословицы. По мнению В. Мидера, «основная трудность кроется в самом понятии *традиционности* пословицы. Чтобы стать настоящей пословицей, фрагмент народной мудрости должен пройти путь преэминентности и выдержать испытание временем. Разные определения пословиц включают в себя понятие *традиционности*, но очень трудно определить, какое изречение «обросло» традиционностью. Именно этот факт затрудняет включение новых изречений в ряды пословиц. Таким образом, необходимо, чтобы выражение было употреблено многими людьми на протяжении некоторого времени» [Mieder, 2004, p. 4-5].

Вопрос о вхождении пословиц во фразеологический фонд языка рассматривается только отечественными лингвистами, поскольку фразеология как отдельный раздел выделяется только в отечественном языкознании. Это – вопрос о широком или узком понимании фразеологии, допускающем или не допускающем в нее коммуникативные единицы. Так, В.В. Виноградов, А.В. Кунин рассматривают пословицы в составе фразеологии, а Н.Н. Амосова, А.И. Молотков, В.П. Жуков исключают их из фразеологического фонда. В.П. Жуков считает, что их нужно исключить из состава фразеологии, поскольку в основе их семантического содержания лежат суждения, а не понятия, как у фразеологизмов, и они могут употребляться и в буквальном, и переносном значениях, что также отличает их от фразеологизмов [Жуков, 1991].

Пословицы находятся в центре внимания ученых различных областей: фольклористов и лингвистов, что объясняется неоднозначностью их природы. С одной стороны, это самая краткая *литературная форма*, с другой, - она является *языковым знаком*. Л.Г. Пермяков указывает на тройственную природу пословицы, выявляя в ней свойства единицы языка, логики (так как она выражает суждение) и литературного

произведения (поскольку это художественная миниатюра) [Пермяков, 1970, с. 8]. Пословица – это лексический знак [Стам, 1994], но он обладает синтаксической структурой, что позволяет заниматься исследованием *синтаксиса пословиц*. *Этим проблемам посвящены работы З.К. Тарланова* [см., например, Тарланов, 1999].

В нашем исследовании мы будем придерживаться точки зрения О.Б. Абакумовой, которая определяет пословицу как фразеологизм со структурой предложения, практическое оценочное суждение, используемое как тактическое средство реализации коммуникативной стратегии говорящего [Абакумова, 2012, 2013]. Термин «антипословица» означает языковые единицы весьма широкого круга: пословицы, являющиеся смысловыми антиподами традиционных паремий; вывернутые наизнанку библейские сентенции, афоризмы и крылатые выражения знаменитых людей; обценные и бранные паремии; веллеризмы. Анти-пословицы являются показателем динамики развития паремий, одним из современных источников их жизни в языке.

В данной статье мы пока ограничимся описанием семантики и референции антипословиц с позиций создания образа мужчины и женщины в определенных кругах современного русского общества. Для достижения поставленной цели мы пользовались, прежде всего, методом сплошной выборки пословиц, имеющих в своем составе женские и мужские антропометрические лексемы. Для подсчета частоты использования гендерно маркированных лексем был использован статистический метод. С целью исследования семантической структуры пословичного значения мы также обращались к методу компонентного анализа.

3. ИССЛЕДОВАНИЕ, РЕЗУЛЬТАТЫ, ДИСКУССИЯ

Фокусом нашего исследования стал фразеологический фонд русского языка, куда включаются и пословицы, так как он представляет собой большую кладовую ценностей и культурно значимой информации для исследователя. Пословичный фонд это не закрытая система, в которой бережно хранятся высказывания, фразеологический потенциал языка продолжает пополняться новыми высказываниями, быстро реагируя на самые острые современные социокультурные тенденции. В нашем исследовании мы попытались рассмотреть современный статус, место и роль мужчин и женщин в русском лингвокультурном сообществе на материале современных антипословиц.

Сегодня особенно актуально стало употребление новых пословиц в текстах СМИ и профессиональном дискурсе масс-медиа, поскольку многие современные пословицы строятся по уже известным моделям или представляют собой нетривиальные «переделки» своих оригинальных версий, а значит, являются абсолютно узнаваемыми широким читателем. Многие старые пословицы подверглись серьезным модификациям, некоторые приобрели абсолютно противоположное значение, что не должно вызывать удивление, поскольку язык – это живой организм, меняющийся и подстраивающийся под каждое поколение, впитывающий и отражающий определенные ценности и миропонимание разных наций. С течением времени меняются как ценностные ориентации, стереотипы и ориентиры, оценки восприятия мира и картина мира, так и язык, который, будучи социальным явлением и продуктом деятельности целого коллектива и каждого индивида в частности, не может всегда сохранять свою устойчивость. Например, пословица *Бабу с возу могила исправит* является наглядным примером современной переделки двух известных пословиц (*Баба с возу – кобыле легче* и *Горбатого могила исправит*). Такой способ новообразования называется контаминацией и является одним из популярных способов «выворачивания» высказывания. Безусловно, такие паремиологические неологизмы обладают искусственным флером, поскольку когда-то были сотворены намеренно

любителями «красного словца», что не уменьшает их значимость для исследователя. Иногда очевидная каламбурность высказывания является искомой целью автора, а творческая переделка нарочито отсылает читателя к оригинальной версии пословицы, например «*Почем вы, девушки, красивых любите?*» или «*Как много девушек хороших, а я люблю женатого*». Такие пословичные неологизмы отличаются большой броскостью, своего рода провокацией и сарказмом. Кроме того, такое вычурное высмеивание старых пословиц на новый лад является мощнейшим стимулом для их мгновенного распространения в эпоху информационной и языковой свободы, когда отсутствует жесткая цензура слова. Такие паремиологические неологизмы получили название *антипословиц* или *перекрученных мудростей* по терминологии В. Мидера [Mieder, 2004].

Для нашего исследования мы отобрали современные русские анти-пословицы, ядром которых являются антропометрические лексемы, то есть существительные, семантической доминантой которых является признак пола [см. определение в работе Зыкова, 2003, с.132]. Для проведения нашего исследования мы пользовались словарем «Антипословицы русского народа» Х. Вальтера и В.М. Мокиенко [Вальтер, Мокиенко, 2010]. При подсчете активности женских и мужских антропометрических лексем при общем количестве 430 пословиц мы получили следующие данные:

Таблица 1

| Женские антропометрические лексемы | Мужские антропометрические лексемы |
|------------------------------------|------------------------------------|
| 330 | 198 |

Количество женских антропометрических лексем в пословицах русского языка значительно превышает количество мужских. Такая фразеологическая активность женских антропометрических лексем говорит о гендерной асимметрии. Очевидный гендерный сдвиг демонстрирует тот факт, что женщина является центром пословичной и/или антипословичной гендерной репрезентации в русской культуре, а также занимает главенствующее положение в обществе ценностей фемининной культуры.

Доминирующее положение по количеству образованных пословиц занимают лексемы: «женщина» (185), «жена» (40), «баба» (35) и «девушка» (27), а также «мужчина» (119), «муж» (20), «мужик» (10). Такое числовое неравенство в пользу женских антропометрических лексем говорит о большей коммуникативной востребованности женщины как партнера. Выраженная гиноцентричность еще раз доказывает ориентированность пословиц на женскую доминанту, но видение мира осуществляется через призму маскулинной системы ценностей, женщина по-прежнему рассматривается чаще всего как существо второго порядка, как сексуальный партнер, необходимый, но не всегда надежный, красивый, но неумный, хитрый и меркантильный, недостаточно культурный, но при этом высокого мнения о себе.

В пословицах с женскими антропометрическими лексемами мы выделили следующие семантические признаки:

- 1) обременительная для мужчины (27 пословиц), например: *Женщина как чемодан без ручки: и тащить тяжело, и бросить жалко;*
- 2) доступная, порочная (27 пословиц), например: *Женщина – это консервная банка: открывает один, а пользуются все;*
- 3) меркантильная (14 пословиц), например: *Бабы на бабки падки;*

- 4) обманщица (11 пословиц), например: *Если ты хочешь, чтобы жена тебе не изменяла, не женись; Злые женщины ставят мужчинам шишки, а добрые – рога;*
- 5) красивая (10 пословиц), например: *У красивой женщины всегда красивое имя;*
- 6) глупая (10 пословиц), например: *Недостаточную глубину мысли женщина восполняет иными глубинами;*
- 7) человек второй категории (8 пословиц), например: *Курица не птица – женщина не человек; Все люди – братья, все бабы – сестры;*
- 8) легко заменяемая (8 пословиц), например: *Баба с возу – давай другую;*
- 9) равная мужчине (6 пословиц), например: *Муж и жена – одна сатана;*
- 10) хитрая (5 пословиц), например: *Женщина скрывает от мужчины свое прошлое, а мужчина от женщины – ее будущее;*
- 11) красивая и умная (5 пословиц), например: *Красота и ум у женщины не роскошь, а средство передвижения по жизни;*
- 12) пьющая (4 пословицы), например: *Не говори, подруга, сама по пьянке замуж вышла; Должен ли джентльмен поднимать бокал за даму, если дама уже не может поднять бокал сама?*
- 13) командует мужем (4 пословицы), например: *Муж – голова, жена – шея [которая вертит мужем];*
- 14) подчиняется мужчине (4 пословицы), например: *Кто девушку ужинает, тот ее и танцует;*
- 15) пользуется макияжем (3 пословицы), например: *Время, которое женщина проводит за макияжем, следует вычесть из ее возраста;*
- 16) влюбленная (3 пословицы), например: *Мужчины хотят секса, женщины – любви. А занимаются все одним и тем же;*
- 17) недоступная (3 пословицы), например: *Непреклонная женщина отвечает «нет» на предложение о браке до того, как окажется в постели, а непреклонный мужчина – после;*
- 18) некультурная (2 пословицы), например: *Если дама, подавая руку для поцелуя, не сняла перчатку, джентльмен может не вынимать изо рта сигару;*
- 19) высокого о себе мнения (2 пословицы), например: *Как бы хороша ни была женщина, она думает о себе еще лучше;*
- 20) моногамная (2 пословицы), например: *Женщина хочет многого, но от одного, а мужчина – одного, но от многих;*
- 21) оберегающая (2 пословицы), например: *Бог не может попевать везде, и поэтому он создал матерей;*
- 22) любимая (2 пословицы), например: *Лучшая женщина та, что заставляет забыть об идеальной;*
- 23) склонная к однополым связям (2 пословицы), например: *Что у пьяного на уме, то у лесбиянки на языке.*

Среди единичных случаев употребления мы также можем отметить следующие семантические характеристики: *стерва, опасная, похотливая и коварная, странная, женщина для счастья, согласная на роль любовницы, нуждающаяся в розгах, чувственная, болтливая, мудрая, пьющая и курящая, красивая, но приносящая проблемы, скромная, советчица, несчастная, непорочная, соблазнительная, страстная.*

Как видно из примеров и статистики, число семантических признаков с отрицательной оценкой (30) значительно превышает число с положительной и нейтральной оценкой (17).

В пословицах с мужскими антропометрическими лексемами мы выделили следующие семантические характеристики образа:

- 1) неотесанный и некультурный (12 пословиц), например: *Мужчина должен быть вонюч, волосат и свиреп; Боря матом небо кроет;*
- 2) пьяный/любящий алкоголь (9 пословиц), например: *Мужчина выпил столько, на сколько он выглядит;*
- 3) склонный к однополым связям, нетрадиционная ориентация (9 пословиц), например: *Как много девушек хороших, а я люблю женатого; Парни встречаются, парни влюбляются, женятся;*
- 4) романтический и влюбленный (7 пословиц), например: *Мужчина сразу видит женщину, без которой он не может жить, а женщина – мужчину, с которым бы она могла жить;*
- 5) недалекий и глупый (7 пословиц), например: *Если женщина называет мужчину самым умным, значит, она понимает, что второго такого дурака ей не найти; Оптимист – это мужчина, сидящий в трамвае и пытающийся познакомиться со стоящей рядом блондинкой;*
- 6) похотливый (6 пословиц), например: *Мужчины хотят секса, женщины – любви. А занимаются все одним и тем же; Настоящему коту и в декабре март;*
- 7) с хорошими манерами и достойный (6 пословиц), например: *Настоящий джентльмен – это тот, кто кошку всегда называет кошкой, даже если он об нее спотыкнулся и упал;*
- 8) мужчина, которому изменяет женщина (6 пословиц), например: *У всех свой вкус, своя манера: папа любит арбуз, а мама – офицера;*
- 9) изменяющий жене (5 пословиц), например: *Верные мужья обычно верны и своим любовницам;*
- 10) несчастный в браке (5 пословиц), например: *Чтобы хорошо провести время, нужно провести жену и тещу;*
- 11) главенствующая роль в семье и воспитатель (5 пословиц), например: *Муж – голова, жена – все остальное;*
- 12) ответственный за продолжение рода (4 пословицы), например: *Мужчина в крепких руках женщины может достичь многого, например, стать отцом большого семейства;*
- 13) ветреный и непостоянный (4 пословицы), например: *Баба с возу – давай другую;*
- 14) мужчина как защитник и солдат (4 пословицы), например: *Бронежилет – лучшее для мужчины нет;*
- 15) полигамный (3 пословицы), например: *Когда мужчине плохо, он ищет женщину, когда мужчине хорошо, он ищет еще одну;*
- 16) не отвечающий за свои слова и поступки (2 пословицы), например: *Ни один муж не выполнил всех обещаний, данных перед свадьбой, а политик – перед выборами;*
- 17) нуждающийся в женщине (2 пословицы), например: *Мужчина без жены, что рыба без воды;*
- 18) падкий на женщин (2 пословицы), например: *Женщина, думающая, что путь к сердцу мужчины лежит через желудок, метит слишком высоко.*

Среди единичных случаев употребления мы также можем отметить следующие концептуальные признаки: *лидер, продажный, трус*. Таким образом, мы видим, что число отрицательно коннотированных анти-пословиц с мужскими антропометрическими лексемами значительно превышает количество пословиц с положительной оценкой. Язык, как отражение культуры, демонстрирует накопленный опыт и знания поколений, поэтому преобладание признаков *неотесанный, пьяный, склонный к однополым связям и недалекий* говорит о том, что данные качества прочно вошли в современный образ русского мужчины. Совершенно новым «веянием» в общественной жизни человека можно назвать популяризацию и демократическую

позицию относительно *однополюх связей*, чему способствовало устранение различий в гендерных репрезентациях как вербально, так и визуально. Все это не могло и не отразиться в языке и культуре в целом.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наш анализ показал, что перевес коннотированных анти-пословиц в сторону паремий с женскими антропометрическими лексемами говорит о большем интересе, проявляемом по отношению к женщине, женской деятельности, поступкам, жизни со стороны мужской половины русскоязычного общества. Более того, доминирующее число пословиц, содержащих семантические признаки *обременительная для мужчин, меркантильная, доступная и порочная, обманщица* иллюстрирует стереотипное представление об образе современной русской женщины. В сознании определенной части русскоязычного общества закрепилось видение женщины как трофея, продажной за деньги, порочной, которая из-за постоянной нужды в своем финансировании оставляет большую дыру в кошельке мужчины. Такая позиция женщины часто популяризируется в телепрограммах, журналах и социальных сетях, где обществу транслируется картинка красивой молодой женщины, ведущей роскошную жизнь благодаря своему щедрому покровителю, который, как правило, значительно старше ее. Примечателен тот факт, что восприятие женщины значительно ухудшилось в современной русской культуре относительно ее образа в прошлом. С.И. Кайдаш [Кайдаш, 1983, с. 57]. отмечает: «Вглядываясь в прошлое, мы видим русскую женщину не только наклоненную над колыбелью - перед нами воительницы, собеседницы, революционерки, созидательницы и хранительницы благородной морали, аккумулировавшие в себе нравственную энергию общества». Совершенно новым «веянием» в общественной жизни человека можно назвать популяризацию и демократическую позицию относительно *однополюх связей*, чему способствовало устранение различий в гендерных репрезентациях как вербально, так и визуально. Все это не могло не отразиться в языке и культуре в целом. Поэтому мы имеем такое значительное количество пословиц, констатирующих факт мужской нетрадиционной ориентации. Примечательно, что пословиц с женскими антропометрическими лексемами, содержащих семантический признак *однополюе связи*, гораздо меньше. В статье представлена классификация анти-пословиц по признакам, отражающим характерные особенности мужчин и женщин, находящиеся в фокусе интереса говорящего, представителя определенной социальной группы в рамках современного русскоязычного лингвокультурного сообщества. Анализ анти-пословиц показал гиноцентричный характер данной русской субкультуры при сохранении мужского видения мира. В результате проведенного исследования удалось установить большую паремиологическую активность женских антропометрических лексем, а также преимущественно негативную окраску как женских, так и мужских образов, конструируемых в структуре и семантике данных единиц паремиологического фонда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абакумова, О.Б. (2012). Пословицы в языке, сознании и коммуникации. СПб.: Алеф-Пресс.
2. Беликова, Г.В. (1999). Библиейская фразеология современного французского и русского языков в парадигме гендерного анализа // Гендер: язык, культура, коммуникация. Материалы первой международной конференции. 25-26 ноября 1999. М: МГЛУ. С.19-20.
3. Вальтер, Х., Мокиенко, В.М. (2010) Антипословицы русского народа. М.: ОЛМА Медиа Групп.

4. Жуков, В.П. (1991). Предисловие к Словарю русских пословиц и поговорок. – М.: Русский язык. С.9-20.
5. Зыкова, И.В. (2003). Способы конструирования гендера в английской фразеологии. М.: УРСС.
6. Кайдаш, С. Н. (1983). Сильнее бедствия земного: Очерки о женщинах русской истории. М.: Молодая гвардия.
7. Кирилина, А.В. (1999). Гендер: лингвистические аспекты. М.: Институт социологии РАН.
8. Малишевская, Д.Ч. (1999). Базовые концепты культуры в свете гендерного подхода (на примере оппозиции «мужчина»/ «женщина») // Фразеология в контексте культуры. М.: Языки русской культуры.
9. Пермяков, Г.Л. (1970). От поговорки до сказки (заметки по общей теории клише). –М.: Наука.
10. Тарланов, З.К. (1999). Русские пословицы: синтаксис и поэтика. Петрозаводск: Изд. ПГУ.
11. Телия, В.Н. (1996). Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры».
12. Cram, D. (1994). The linguistic status of the proverb // *Wise words: Essays on the proverb* / Ed. by W. Mieder. New York: Garland Publishing. P.73-97.
13. Mieder, W. (2004). *Proverbs*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.
14. Taylor, A. (1931). *The Proverb*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
15. Whiting, B. J. (1994). *When Evensong and Morningsong Accord: Three Essays on the Proverb*. Cambridge, Mass.: Department of English and American Literature and Language, Harvard University.

REFERENCES

1. Abakumova, O.B. (2012). *Poslovitsy v jazyke, soznanii i kommunikatsii*. [Proverbs in Language, consciousness and communication]. Sankt-Petersburg: Alef-Press. (in Russian)
2. Belikova, G.V. (1999). Bibleiskaya fraseologija sovremennogo frantsuzskogo I russkogo jazykov v paradigm gendernogo analiza [Biblical phraseology of modern French and Russian in the paradigm of gender analysis]. *Gender: jazyk, kultura, kommunikatsija*. Materialy pervoj mezhdunarodnoj konferentsii 25-26 nojabrja 1999. Moskva.: MSLU, 19-20. (in Russian).
3. Cram, D. (1994). The linguistic status of the proverb. *Wise words: Essays on the proverb*. Ed. by W. Mieder. New York: Garland Publishing, 73-97.
4. Kajdash, S.N. (1983). *Silnee bedstvija zemnogo [Stronger than disaster]. Oчерki o zhenshinah russkoj istorii [Reviews of women in Russian history]*. Moskva: Molodaja gvardija (in Russian).
5. Kirilina, A.V. (1999). *Gender: lingvisticheskiye aspekty [Gender: linguistic aspects]*. Moskva: Institut Sociologii RAN. (in Russian)
6. Malishevskaya, D.Ch. (1999). Bazovye koncepty kultury v svete gendernogo podhoda [Basic concepts of culture in the aspect of gender approach]. *Fraseologija v kontekste kultury*. Moskva: Jazyki russkoj kultury. (in Russian)
7. Mieder, W. (2004). *Proverbs*. Westport, Connecticut: Greenwood Press
8. Permiakov, G.L. (1970). *Ot pogovorki do skazki (zametki po obshej teorii klishe) [From saying to fairy-tale (notes on general theory of cliché)]*. Moskva: Nauka.(in Russian)
9. Tarlanov, Z.K. (1999). *Russkie poslovitsy: syntaksis i poetika [Russian proverbs: syntax and poetics]*. Petrozavodsk, PSU. (in Russian)
10. Taylor, A. (1931). *The Proverb*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

11. Telija, V.N. (1996). *Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticeskij i lingvokulturologičeskij aspekty [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguacultural aspects]*. Moskva: Shkola "Jazyki ruskoj kultury". (in Russian).
12. Walter, H., Mokienko, V.M. (2010). *Anti-poslovitsy russkogo naroda [Anti-proverbs of Russian people]*. Moskva: OLMA Media Grup. (in Russian).
13. Whiting, B. J. (1994). *When Evensong and Morrowsong Accord: Three Essays on the Proverb*. Cambridge, Mass.: Department of English and American Literature and Language, Harvard University.
14. Zhukov, V.P. (1970). *Predisloviye k Slovariu russkih poslovits i pogovorok [Introduction to Dictionary of Russian proverbs and sayings]*. Moskva: Russkij Jazyk. (in Russian)
15. Zykova, I.V. (2003). *Sposoby konstruirovaniya genera v anglijskoj frazeologii [Ways of gender construction in English phraseology]*. Moskva: URSS. (in Russian)

ANTHROPOGENIC LEXEMES AND THE STRUCTURE OF MAN'S AND WOMAN'S IMAGE IN MODERN RUSSIAN ANTI-PROVERBS WITH GENDER COMPONENT

Olga B. Abakumova
Abakumova-ob@mail.ru

Nadezhda V. Kiryukhina
mila0870@yandex.ru

Orel State University named after I.S. Turgenev (Orel, Russia)

The aim of the paper is to analyze ways of structuring images of man and woman in modern anti-proverbs of the Russian people. The term "anti-proverb" offered by W. Mieder signifies language units of wide range: proverbs and sayings that are opposed to traditional paremias; inverted biblical sayings, aphorisms and winged words of the famous people, obscene and swear proverbs, wellerisms. Anti-proverbs show dynamics of proverbs' existence, they are one of the new sources of their life in the language. For the research the authors selected modern Russian anti-proverbs from the dictionary by H. Walter and V. Mokienko, which possess anthropogenic lexemes, that are nouns with semantic dominant seme of sex. The paper offers classification of anti-proverbs according to sub-concepts, that reflect characteristics of men and women, which are in focus of attention of the people belonging to certain social group inside the modern Russian society. The analysis showed the gynocentric character of Russian culture in the background of masculine view of the world.

Key words: proverb, anti-proverb, gender markers, anthropogenic lexemes, construction of image, man, woman