

УДК 81'272:811.111:811.161.1
DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-3-87-102

Роль антипословиц с гендерным компонентом в формировании юмористического образа женщины (на материале русского и английского языков)

М. А. Кирсанова

*Высшая школа экономики
Москва, Россия*

Аннотация

Паремиологический фонд любого языка представляет собой базу для изучения культурных особенностей носителей данного языка. В настоящее время особым интересом со стороны ученых пользуются антипословицы, которые являются переделками традиционных паремий и отражают изменяющиеся реалии общества. Целью данного исследования является сравнительный анализ антипословиц русского и английского языка с гендерными компонентами, а также выявление роли антипословиц в формировании юмористических образов женщин в указанных языках. Для достижения поставленной цели автором были изучены словари и интернет-источники, а также был произведен анализ антипословиц с гендерными компонентами в обоих языках. Новизна данного исследования заключается в том, что работе не только изучаются образы женщин, отраженные в антипословицах, но и проводится сравнительно-сопоставительный анализ с русским языком, что позволяет выявить отношение к женщинам в этих двух культурах. Данный анализ позволил выделить образы женщин, сформированные посредством данных паремиологических единиц. Кроме того, были изучены лексические единицы, использованные для описания указанных образов. В результате данное исследование позволило прийти к заключению, что в обоих исследуемых языках антипословицы делают акцент на негативных характеристиках женщин, однако в русском языке женщины подвергаются большей критике по сравнению с английским языком. Данный вывод подтверждает и лексический анализ, так как в антипословицах, характеризующих женщин, превалирует не только лексика с негативной коннотацией, но и вульгаризмы и табуированная лексика. В заключении нужно отметить, что, несмотря на ироничный и юмористический характер антипословиц, они отражают образы, закрепленные в данной культуре.

Ключевые слова

антипословица, пословица, гендер, паремии, образ женщины

Для цитирования

Кирсанова М. А. Роль антипословиц с гендерным компонентом в формировании юмористического образа женщины (на материале русского и английского языков) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 3. С. 87–102. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-3-87-102

The Role of Anti-Proverbs in Forming Humorous Women's Images (Based on the English and Russian Languages)

Maria A. Kirsanova

*National Research University "Higher School of Economics"
Moscow, Russian Federation*

Abstract

Phraseological units of a language, including proverbs and anti-proverbs, take the center stage in studying cultural peculiarities of a nation. Nowadays, the reflection of gender in languages has much gained in importance and scholars are particularly interested in anti-proverbs which can be defined as alterations of traditional paremias manifesting the

© М. А. Кирсанова, 2020

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 3
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2020, vol. 18, no. 3

changes happening in the society. The ultimate aim of this study is to define the role of the anti-proverbs with gender components in the formation of women's images and anti-images in the English and Russian languages as well as to conduct a comparative analysis of these images. To achieve this goal, the author collected relevant items from dictionaries and Internet sources, as well as analyzed the use of anti-proverbs with gender components in both languages. This analysis made it possible to identify and correlate the images of women formed by means of paremiological units. As a result, this study allowed us to conclude that in both languages the anti-proverbs emphasize the negative characteristics of women, however, unlike in English, in the Russian language, women are heavily criticized. This conclusion is supported by the lexical analysis: in the Russian anti-proverbs women are characterized not only with the help of lexis with negative connotations, but also by means of vulgarisms and taboo words. Thus, it should be noted that despite the fact that the anti-proverbs are ironic and humorous in nature, they reflect gender images fixed in a culture.

Keywords

anti-proverbs, proverbs, gender, women's image, paremia

For citation

Kirsanova, Maria A. The Role of Anti-Proverbs in Forming Humorous Women's Images (Based on the English and Russian Languages). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 3, p. 87–102. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-3-87-102

Введение

Пословицы всегда рассматривались как средство фиксации национального и культурного опыта, традиций, которые транслируются из поколения в поколение, так как они иллюстрируют систему ценностей носителей языка [Телия, 1996. С. 135]. Однако жизненные реалии меняются, общество пересматривает универсальные ценности, и данные изменения находят свое отражение в языке. Таким образом, подвергаясь влиянию различных экстралингвистических факторов, пословица тоже подвергается изменениям, отражая современные реалии, что приводит к появлению антипословиц. В данном исследовании внимание уделяется антипословицам с гендерными компонентами, так как они отражают актуальные изменения, которые происходят в обществе.

Не секрет, что в последнее время происходит уравнивание прав мужчин и женщин, женщинам доступны почти все профессии, поэтому представляется интересным посмотреть, как данная тенденция отражается в языке. Кроме того, видится важным сопоставить изображения женщин в русском и английском языках, так как это поможет глубже понять культурные особенности данных народов. Актуальность исследования обусловлена тем, что антипословицы с гендерным компонентом отражают современное представление о женщинах и их роли в обществе. Таким образом, целью данного исследования является изучение антипословиц с гендерными компонентами русского и английского языков, а также выявление основных качеств, присущих женщинам и закрепленных посредством данных фразеологических единиц.

От пословицы к антипословице

Как уже отмечалось выше, пословицы аккумулируют жизненный опыт народа, в них содержится оценка деятельности носителей языка, их взгляд на окружающий мир, их самоидентификацию, поэтому можно присоединиться к В. Далю, который сказал, что они «не сочиняются, а появление их как бы вынуждается силою обстоятельств, как крик или возглас, невольно сорвавшийся с души; это целые изречения, сбитые в один ком, в одно междомение...; их стоны и вздохи, плач и рыдания, радость и веселье, горе и утешение в лицах; это цвет народного ума, самобытной стати; это житейская народная правда, своего рода судебник, никем не судимый» [Даль, 1957. С. 18–19].

Пословицы представляют собой в некотором смысле свод правил, норм, моральных ценностей, которые регламентируют взаимоотношения между носителями данной культуры, а также дают возможность для самоидентификации.

Например,

The handsomest flower is not the sweetest (Stevenson, 1948. C. 835).

Являясь примером народной мудрости, данная пословица говорит о том, что не следует доверять красивой внешности, так как она не является показателем моральных качеств человека.

Не лишне, впрочем, отметить, что в различных исследованиях понятие пословицы все еще трактуется по-разному. Так, например, в Лингвистическом энциклопедическом словаре пословица определяется как «краткое, устойчивое в речевом обиходе, как правило, ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксирован многовековой опыт народа, имеющее форму законченного предложения, обладающее буквальным и переносным значением или только переносным» [Лингвистический энциклопедический словарь, 1990. С. 308]. В. Л. Архангельский трактует пословицы как «особый вид вторичных языковых знаков, которые включаются в круг фразеологических единиц» [Архангельский, 1964. С. 147]. В данной работе мы придерживаемся определения, данного А. В. Куниным, согласно которому пословицы – это «афористически сжатые изречения с назидательным смыслом в ритмически организованной форме» [Кунин, 1996. С. 176].

Необходимо отметить и неугасающий интерес к пословицам среди ученых-лингвистов. Так, например, М. К. Кууси (1978) и Г. Л. Пермяков (1988) в своих работах пытались выработать единую для всех языков типологию пословиц, однако эти попытки не увенчались успехом. Был проведен ряд исследований, направленных на изучение внутренней структуры пословиц с целью выявления языковых особенностей (А. А. Крикманн 1984; А. В. Кунин 1970). Кроме того, данная тема активно изучается в работах ученых-лингвистов (Николаева, 2004; Gossler, 2005; Vargha, 2007; Антонова, 2012 и др.).

Вслед за жанром пословиц возник и жанр антипословиц, чему в литературе предлагается несколько объяснений.

Учитывая тот факт, что общество постоянно развивается, традиционные паремии во многом теряют свою релевантность и вынуждены претерпевать метаморфозы, адаптируясь к современным реалиям и запросам общества. Подвергая в антипословице ту или иную ситуацию оценке, носитель языка соотносит ее с уже известной, закрепленной в пословице, и изменяет ее согласно новым условиям. Таким образом, происходит формирование антипословиц как переложения «старых» пословиц к новым жизненным ситуациям.

Однако В. Мидер объясняет возникновение антипословиц несколько иначе, как проявление ироничного подхода к истинам, изложенным в традиционных паремиях. Такая мотивация тоже имеет смысл, так как многие пословицы противоречат друг другу [Mieder, 2002. С. 10].

Например,

Out of sight, out of mind vs. Absence makes the heart grow fonder [Mieder, 2002. С. 1].

Эти пословицы отражают совершенно противоположные народные истины. Одна говорит о том, что при разлуке чувства забываются, другая же утверждает, что разлука, наоборот, закаляет чувства, и они становятся сильнее.

Еще одной причиной возникновения антипословиц можно назвать стремление человека уйти от повседневной монотонности бытия и разнообразить его юмором. Кроме того, необходимо отметить склонность человека к креативности, к творческим играм, как говорили ранее, в данном случае языковым. Термин «языковые игры» был введен Л. Витгенштейном. Философ рассматривал данное понятие в широком смысле и отождествлял процесс использования языка с играми, с помощью которых дети осваивают родной язык [Витгенштейн, 1994. С. 83]. Такая языковая игра часто превращается в игру слов. В узком смысле языковая игра может заключаться в «актуализации психологически релевантных для носителей языка многовалентных ассоциативных связей знаковых единиц и намеренном использовании нестандартного кода их употребления, восприятия и порождения (при «обнаружении» и одновременном переключении, ломке ассоциативных стереотипов с помощью специальных лингвистических приемов)» [Гридина, 1996. С. 46].

Для В. Мидера, например, антипословицы – это не только «переделки», как сказано ниже в терминоведческом подразделе; отталкиваясь от их основной функции, он называет их «пародиями» на традиционные пословицы (это же подчеркнуто венгерским термином *közmondás-paródia*).

Например,

A woman is as old as she looks before breakfast ← A man is as old as he feels, a woman as old as she looks [Mieder, 2002. P. 15].

Данная антипословица образована путем отсечения второй части пословицы и заменой ее на новую. Что касается значения, то оно претерпело лишь незначительные изменения, однако подчеркивается тот факт, что благодаря использованию косметики возраст женщины можно определить только утром, то есть когда она не накрашена.

Стоит отметить, что понятие антипословиц характерно для многих языков. Например, изучением венгерских и русских антипословиц занимается выдающийся ученый А. Литовкина, которая исследовала венгерские и русские антипословицы, а также антипословицы ряда других языков [Litovkina et al., 2007].

Сам термин «антипословица» был введен известным паремиологом В. Мидером, который создал (лично и в соавторстве) несколько сборников антипословиц английского и немецкого языка [Mieder, 1992; 1997; Mieder et al., 1992; Földes, 2006]. В. Мидер образно характеризует антипословицы как перекрученные (исковерканные, искаженные) мудрости (нем. *verdrehte Weisheiten*, англ. *twisted wisdom*) [Mieder, 2004. С. 28].

Следует отметить, что наряду с термином «антипословица» существует несколько альтернативных, которые используются для описания этого понятия. В. Мидер и его последователи используют, прежде всего, словосочетание «*quasi- and twisted proverbs*» [Mieder, 1992]. В английском языке предлагается также термин *perverb*, который представляет собой «теле-скопическое» соединение слов *perverse* и *proverb*, с намеком на то, что пословица стала результатом «перверсии»: «испорченная пословица» [Mieder, 2004. Р. 28]. Действительно, в этом понятийном поле «антиобразований» существуют определенные терминологически трудности, так как кроме антипословиц выделяются также антиафоризмы и антипоговорки. Исходя из этого, В. Мидер настаивает на широком понимании термина антипословицы [Mieder, 1997. С. 93]. Да и сам префикс «*anti-*» весьма неоднозначен, так как он означает полное противопоставление. Однако, как отмечает Николаева, многие антипословицы не только не содержат отрицания традиционной пословицы, но и дополняют ее [Николаева, 2004. С. 38–39], что позволяет взглянуть иначе на степень их идеологической противопоставленности друг другу.

Кроме указанной терминологии, в других языках существует ряд своих терминов, обозначающих, в принципе, то же явление, но по семантической структуре часто отличающихся от мидеровских. В немецком: *verballhornte Parömién*, *Sprichwortparodien*, *verdrehte Weisheiten*, “*entstellte*” *Sprichwörter*, *sprichwörtliche Verfremdungen*. Во французском: *faux proverbe*, *perverbe*, *proverbe déformé*, *proverbe dérivé*, *proverbe détourné*, *proverbe modifié*, *proverbe perverti*, *proverbe tordu*, *pseudo-proverbe*. В русском: трансформа, пословичная «переделка», пословичный прикол [Litovkina, 2019. С. 26]. В венгерском: *szokásmondás-közhely*, *közmondás-paródia*, *közmondás tréfás ferdítése*, (el)ferdített *közmondás*, *közmondás-persziflázs*, *kvázi-közmondás* [Litovkina, 2019. С. 26].

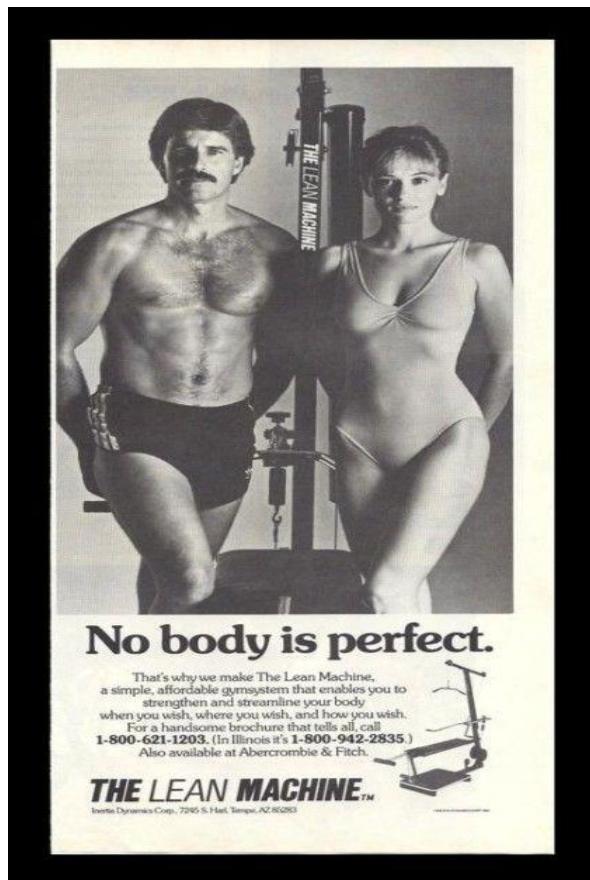
Не случайно в российской лингвистике, подвергающей критическому анализу предметный базис термина, антипословицы определяются как «языковые единицы широкого круга, а именно как пословицы, являющиеся смысловыми антиподами традиционных паремий» [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 8].

Антипословицы появляются в совершенно разных в типологическом отношении контекстах и текстах: в лекциях, в личных письмах, в художественной литературе, в статьях. Кроме

того, большое количество антипословиц встречается в интернете, СМИ, рекламе [Litovkina, 2019. С. 27].

Например, рекламный слоган магазина, занимающегося продажей спортивного оборудования: «No body is perfect» (см. рисунок), образован от пословицы «Nobody is perfect» и содержит призыв к покупке спортивного оборудования и самосовершенствованию [Mieder, 2002. С. 156].

Настоящая женщина должна спилить дерево, разрушить дом и вырастить дочь ← Настоящий мужчина должен посадить дерево, построить дом и вырастить сына.



Данная антипословица образована путем замены частей, хотя первоначальный вариант в полне узнаваем. Вышеуказанный пример противопоставляет женскую деятельность мужской, причем в ней подчеркивается разрушительный характер женской деятельности (спилить дерево, разрушить дом). Существенно то, что воспитание дочери ставится в один ряд с разрушительными действиями. Такая импликация может акцентировать внимание как на негативном отношении к роли женщин в «патриархальной» семье, где главой семьи обычно признается муж, так и (в меньшей степени) к женщинам в обществе.

Изучение пословиц в русской паремиологии только начинается. Одна из первых попыток описания пословиц и идиом в их вариативном многообразии была предпринята А. М. Меллеровичем и В. М. Мокиенко (1997) в словаре «Фразеологизмы в русской речи», где приводятся индивидуально-авторские трансформации фразеологизмов. Дальнейшее изучение пословичных трансформов позволило ученым собрать и представить антипословицы в следующих словарях: «Пословицы русского субстандарта» (2001), «Словарь русских антипословиц» (2002), «Антипословицы русского народа» (2005) и «Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы)» (2006).

Согласно мнению Х. Вальтера, несмотря на разнообразие паремий, представленных в словарях, можно выделить похожие структурные и смысловые черты. Так, например, почти все антипословицы представляют собой законченные суждения. Кроме того, все паремиологические единицы отражают измененную картину мира, часто высмеивая смысл традиционной пословицы. И, наконец, как и традиционные пословицы, антипословицы являются устойчивыми выражениями [Вальтер, 2004. С. 92–99].

Таким образом, можно отметить, что изучение антипословиц видится интересным с точки зрения закрепления изменений, происходящих в обществе и в языке. Кроме того, сам феномен довольно необычен, так как антипословицы объединяют в себе модели традиционных паремий, а также модели рекламных лозунгов, высказываний, девизов. Трудно найти сферу, которую не затрагивали бы антипословицы, так как они высмеивают и опровергают стереотипы, закрепленные в обществе и тем самым меняют отношение общества к современным реалиям.

В этой статье я придерживаюсь термина «антипословица» и определяю ее как трансформированную паремию, которая претерпела семантические изменения, придающие ей отличный от исходного варианта смысл [Сташкова, 2015. С. 62].

Роль антипословиц в формировании образов женщин

Необходимо заметить, что вопрос отражения гендера¹ в языке изучается в рамках целого ряда дисциплин, таких как антропология, культурология, педагогика, философия, психология и т. д. (Вильгельм фон Гумбольд (1836), Mills (1995), Roman, Juhanz, and Miller (1994)). Одним из центральных вопросов отражения гендера в языке является фиксация гендерных ролей с помощью фразеологии и паремиологии. Данным вопросом занимались многие известные ученые, такие как А. В. Кирилина [1999, 2003], Г. Ш. Хакимова [2003], A. Kershen [1998].

Фразеологические единицы, в особенности антипословицы, обладают огромным потенциалом с точки зрения гендерных исследований, так как они позволяют проследить эволюцию архетипической оппозиции «мужчина – женщина», а также увидеть современный взгляд на образы и роли женщин в обществе [Зыкова, 2002. С. 10].

Для изучения образов женщин были проанализированы 87 антипословиц на английском языке, отобранные из словарей W. Mieder Dictionary of Twisted Wisdom (2002) и The Dictionary of Modern Proverbs Charles Clay Doyle (2012), а также 110 антипословиц на русском языке, отобранные из словарей Х. Вальтер и В. М. Мокиенко «Антипословицы русского народа» (2005) и «Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы)» (2006). Кроме того, были использованы интернет-ресурсы. Отбор языкового материала осуществлялся согласно представленным ниже критериям.

1. Отбирались антипословицы, соответствующие заявленной тематике.
2. При отборе языковых единиц учитывалась их культурологическая ценность.
3. Учитывалось наличие гендерного компонента. Под гендерными компонентами в данной работе понимаются следующие лексемы, обозначающие женщин: *woman / women, girl, wife* (в английском языке) и *женщина, баба / бабка, девочка, девушка, жена* в русском языке. Кроме того, для русского языка в выборку вошли однокоренные слова, такие как *женский, женственность, девичий* и т. д.

Также учитывались антипословицы, содержащие личные местоимения *she / она*.

Впоследствии был проведен семантический анализ паремиологического фонда английского и русского языков, который позволил разделить антипословицы на следующие группы в зависимости от отраженных в них характеристик.

¹ Под гендером в данной работе понимается конструкт, состоящий из трех характеристик: биологический пол, полоролевые стереотипы и гендерный дисплей, под которым понимаются различные проявления, характеризующие нормы мужского и женского поведения [Здравомыслова, 1997. С. 84].

1. Антипословицы, отражающие биологические характеристики (внешность, возраст).

Например:

Hell has no fury as a woman unadorned [Mieder, 2002. C. 97].

Красивые женщины как дефицитные товары: их быстро расхватывают [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 166].

2. Антипословицы, отражающие морально-психологические характеристики (черты характера, интеллект, чувства, поведенческие модели).

Women and elephants never forget [Mieder, 2002. C. 78].

К одним женщинам нужен подход с лаской, к другим лучше с соболем и норкой [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 166].

3. Антипословицы, отражающие социально-бытовые характеристики (роль женщин в семье, обществе, их занятость, отношения в семье и др.)

A woman's place is in the car [Mieder, 2002. C. 26].

У нас с женой обмен мнениями, прихожу со своим мнением, ухожу с ее [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 163].

Данные антипословицы были проанализированы с целью выявления образов женщин и отношения общества к ним; также был проведен сравнительно-сопоставительный анализ с целью выявления различий в изображении женщин в русской и английской лингвокультурах. Кроме того, был проведен лексический анализ с целью выявления комплекса лексических единиц, описывающих образы женщин в антипословицах.

Анализ антипословиц с гендерными компонентами русского и английского языков позволил сделать следующие выводы.

Количественный анализ показал, прежде всего, что антипословиц с гендерным компонентом в русском языке гораздо больше, чем в английском, что может, однако, объясняться «техническими»: в русском подкорпусе учитываются однокоренные слова. Кроме того, количественный анализ показал, что и в русской, и в английской лингвокультурах наиболее многочисленны антипословицы, отражающие морально-психологические характеристики женщин (табл. 1).

Однако в отличие от английского языка, в русском гораздо больше антипословиц, отражающих биологические характеристики, такие как возраст, отношение к внешности.

Существенные различия наблюдаются и в последнем пункте, отражающем социальные роли женщин.

Статистика нашего исследовательского корпуса показывает прежде всего преобладание антипословиц, отражающих морально-психологические характеристики над двумя другими группами. Они 1) наиболее многочисленны в обоих языках (50 % – английский язык, 46 % – русский язык) и 2) составляют примерно одинаковую долю в своих подкорпусах. Однако две другие группы демонстрируют резкие статистические и, соответственно, ценностно-коммуникативные различия между английской и русской лингвокультурами. Антипословицы с биологическим компонентом намного популярнее в русской, нежели в английской культуре: 38 против 13 % – громадный, троекратный разрыв. При этом в английской лингвокультуре почти такое же подавляющее преобладание демонстрируют антипословицы с социально-бытовым компонентом (37 против 16 %). Цифры говорят о том, что биологическое измерение женщин находится на дальней периферии интересов и ценностных установок англичан и, вероятно, англичанок. Но этого нельзя сказать о русской лингвокультуре. В ней периферийное положение занимает интерес к социально-бытовым аспектам жизни, так как он выражен в русских антипословицах. Представленная статистика по подгруппам позволяет наметить две группы исследований для того, чтобы подтвердить или опровергнуть эти данные.

Таблица 1

Количество антипословиц с гендерным компонентом в английском и русском языках

Table 1

The number of anti-proverbs with gender components in the English and Russian languages

| | Английский язык | Русский язык |
|--|-----------------|--------------|
| Биологические характеристики (%) Biological characteristics | 13 | 38 |
| Морально-психологические характеристики (%) Moral and psychological characteristics | 50 | 46 |
| Социально-бытовые характеристики (%) Social characteristics | 37 | 16 |

Что же открывает содержательный анализ в морально-нравственных характеристиках исследуемого объекта? Проиллюстрируем их своими выводами по представительным примерам.

Морально-психологические характеристики отражают ироничный взгляд на женщин – как русских, так и английских. В этих антипословицах преобладают негативные качества, такие как лень, мстительность, сексуальная распущенность, меркантильность, недалекость.

Women and elephants never forget [Mieder, 2002. C. 78].

A woman may promise to forgive and forget, but she will never promise to forget she has forgiven [Mieder, 2002. C. 78].

A woman's word is never done [Mieder, 2002. C. 28].

То, что женщина по душе, мужчине не по карману [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

Ум женщины – это ум курицы; ум умной женщины – это ум двух куриц [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 169].

Девушке труднее всего помнить, что она хорошо воспитана [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 122].

Во многих антипословицах русского языка интеллектуальное развитие противопоставляется физической привлекательности.

Красивая девушка особенно хорошо смотрится на фоне умной подруги [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 122].

Если девушка некрасивая, то какая разница, что она там знает [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 122].

Согласно некоторым антипословицам, ум и женщины – понятия несовместимые.

Женщина-ученый как морская свинка: и не морская, и не свинка [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 166].

Отдельно стоит остановиться на отображении женской сексуальности в антипословицах. Стереотип о том, что инициатором сексуальных отношений является в основном мужчина, в современных трансформированных паремиях ставится под сомнение. Согласно антипословицам обоих языков женщины сами весьма неразборчивы в связях и обладают ненасытным темпераментом.

The way to men's heart may be through his stomach, but a pretty girl can always find a detour [Litovkina, 2011. C. 192].

Чем больше женщину мы чаще, тем больше меньше она нас [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 165].

Рассматривая группу антипословиц английского и русского языков, отражающих биологические характеристики (13 и 38 % соответственно), необходимо отметить, что обе лингвокультуры признают физическую красоту, хотя русская ценит ее гораздо больше. Причем на

взгляд мужчин для женщины важнее быть красивой, чем умной, что иллюстрируется приведенными ниже пословицами.

The average woman would rather have beauty than brains, because the average man can see better than he can think [Clay Doyle, 2012. P. 230].

Красивая женщина – это пир для глаз во время чумы для ушей [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

Женщина из двух зол выбирает умного, а мужчина – красивую [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

У красивых женщин всегда одним аргументом в их пользу больше [Mieder, 2002. С. 167].

В английских антипословицах подчеркивает важность возраста для женщин.

A man is as old as he looks before shaving, and a woman is as old as she looks after washing her face [Mieder, 2002. С. 15].

A woman is as old as she looks before breakfast [Mieder, 2002. С. 15].

Данные антипословицы указывают на то, что женщины свойственно скрывать свой возраст и что о нем можно судить, только увидев женщину без косметики.

Важность использования косметики стереотипно подчеркивается в обоих языках.

Hell has no fury as a woman unadorned [Mieder, 2002. С. 99].

Наши женщины тратят на косметику гораздо больше, чем страна на вооружение. Это и понятно: они и победы одерживают гораздо чаще [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

При этом мы знаем по опыту межкультурной коммуникации, что рядовая английская и европейская женщина гораздо меньше занимается «наведением на лицо красоты», чем обычная русская. Немки даже «дразнят» русских женщин матрешками, сравнивая их макияж с традиционным макияжем этих кукол [Филатова, 2015. С. 93].

В русских антипословицах подчеркивается тот факт, что красота женщины может быть использована для достижения целей и продвижения по карьерной лестнице.

Ноги позволяют мужчине идти, а женщине еще и продвигаться [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

Любопытно, что пословиц, передающих то же значение, в английском языке обнаружено не было.

Антипословицы русского языка достаточно жестко критируют недостатки во внешности женщин. Интересно рассмотреть следующую антипословицу:

Алкоголь придумал Бог, чтобы страшные женщины тоже могли переспать с мужчинами [Вальтер, Мокиенко, 2005. С.168].

В данной паремии подчеркивается, что отсутствие внешней привлекательности сводит шансы женщин на успешную личную жизнь к нулю. Кроме того, примечательно использование лексемы «страшные», которая подчеркивает отсутствие красоты.

Что касается антипословиц, отражающих социально-бытовые характеристики, то в данном случае различия между культурами не менее явные. Разница заключается прежде всего в количестве антипословиц. Что касается содержания, то антипословицы английского языка демонстрируют расширение социальных и властных ролей английских женщин: они могут занимать посты в политике и системе государственного управления.

A Woman's Place Is in the House... and in the Senate [Mieder, 2002. С. 26].

Но в русской культуре антипословицы рисуют борьбу за равенство мужчин и женщин в ироничном свете.

Женщинам легче добиться равных прав с мужчинами. Для этого им достаточно пригрозить сменить пол [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 167].

Если президентом страны станет женщина, то нам придется работать не на дядю, а на тетю [Вальтер, Мокиенко 2005. С. 168].

Кроме того, антипословицы русского языка достаточно негативно изображают работающих женщин.

Работа сделала из обезьяны человека, а из женщины – лошадь [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 169].

Самая везучая на свете женщина – русская: все всегда везет на себе [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 169].

Анализ группы антипословиц, характеризующих отношение с противоположенным полом, косвенно выявляет, что брак и семейная жизнь больше не является приоритетом для женщины.

A woman without a man is like a fish without a bicycle [Clay Doyle, 2012. C. 280].

В русском языке были найдены эквиваленты данной антипословицы:

Женщина без мужчины как рыба без зонтика.

Женщина без мужчины как рыба без велосипеда [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 169].

Однако в словарях как русских, так и английских антипословиц был обнаружен ряд паремий, в которых подчеркивается, что на самом деле семейная жизнь женщинам необходима.

Мужчина гоняется за женщиной, пока она его не поймает [Вальтер, Мокиенко, 2004. С. 168].

The hardest task in a girl's life is to prove to a man that his intentions are serious [Clay Doyle, 2012. P. 237].

Что касается семейной жизни, то роль женщины как хранительницы очага осталась неизменной.

A man's castle is his home, and his wife has the key to all the rooms [Mieder, 2002. C. 18]

Жена оказывает большое влияние на мужа:

У меня с женой обмен мнениями: прихожу со своим, ухожу с ее [Мокиенко, Вальтер, 2005. С. 163].

To most husbands: A word from the wife is sufficient [Mieder, 2002. C. 28].

Behind every successful man there is a woman who makes it necessary for him to make money [Mieder, 2002. С. 51].

В русском языке были выявлены антипословицы с противоположным значением:

Выслушай жену и сделай наоборот [Вальтер, Мокиенко 2005. С. 163].

Необходимо отметить, что в английском языке не было обнаружено ни одной антипословицы с компонентом «мать». Вероятно, это может объясняться жанровыми особенностями. Антипословицы представляют собой юмористические и иронические высказывания, в то время как образ матери не может быть высмеян. Однако анализ антипословиц русского языка позволил выявить несколько антипословиц с данным компонентом.

Бог не может поспевать везде, и поэтому он создал матерей [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 255].

Каждая мать надеется, что ее дочь получит лучшего мужа, чем она, и убеждена, что ее сын никогда не получит такую же хорошую жену, как его отец [Вальтер, Мокиенко, 2005. С. 255].

И тем не менее можно заметить, что данные паремии не критикуют образ матери. В русской лингвокультуре образ матери очень ценен и ассоциируется с такими понятиями, как «жизнь», «забота», «святое» [Палкин, 2020. С. 81].

Итак, проанализировав антипословицы русского и английского языков, можно сделать следующие выводы. Прежде всего, антипословицы как русского языка, так и английского языка носят ироничный и юмористический характер, делая акцент на негативных качествах (рис. 1, 2).

На представленных графиках видно, что паремий с негативным значением гораздо больше, чем паремий с позитивным значением. Особенность эта разница видна в антипословицах русского языка. Еще одно существенное отличие — это акцент на внешности в русских антипословицах. При этом в русских антипословицах привлекательная внешность считается одной из самых желаемых черт и часто противопоставляется уму. Антипословицы, отра-

жающие социально-бытовые характеристики, также показывают некоторую разницу в изображении женщин в России и англоговорящих странах. Прежде всего, несмотря на общие феминистические настроения, в антипословицах русского языка отражен явно негативный взгляд на работающих женщин.

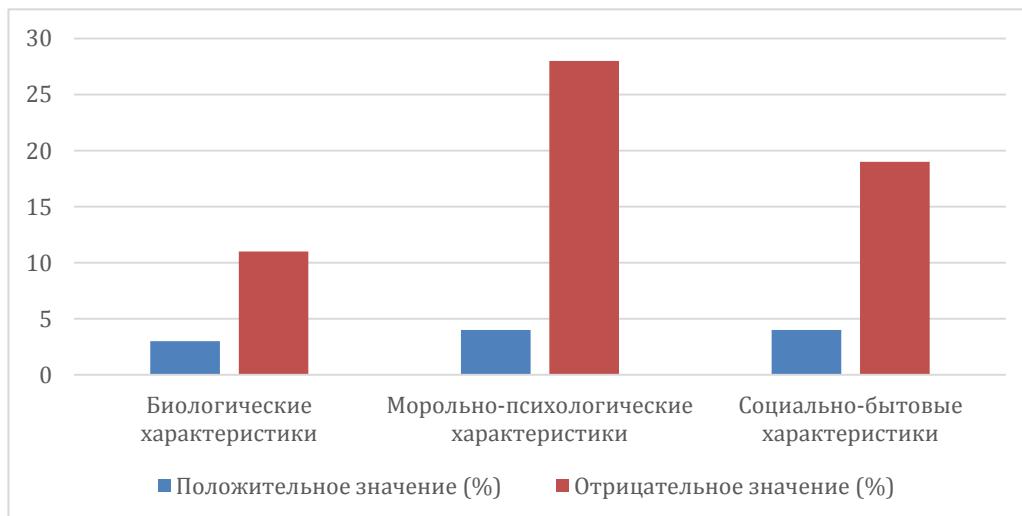


Рис. 1. Положительные и отрицательные характеристики женщин, закрепленные в английских антипословицах

Fig. 1. Positive and negative characteristics of women fixed in anti-proverbs of the English language

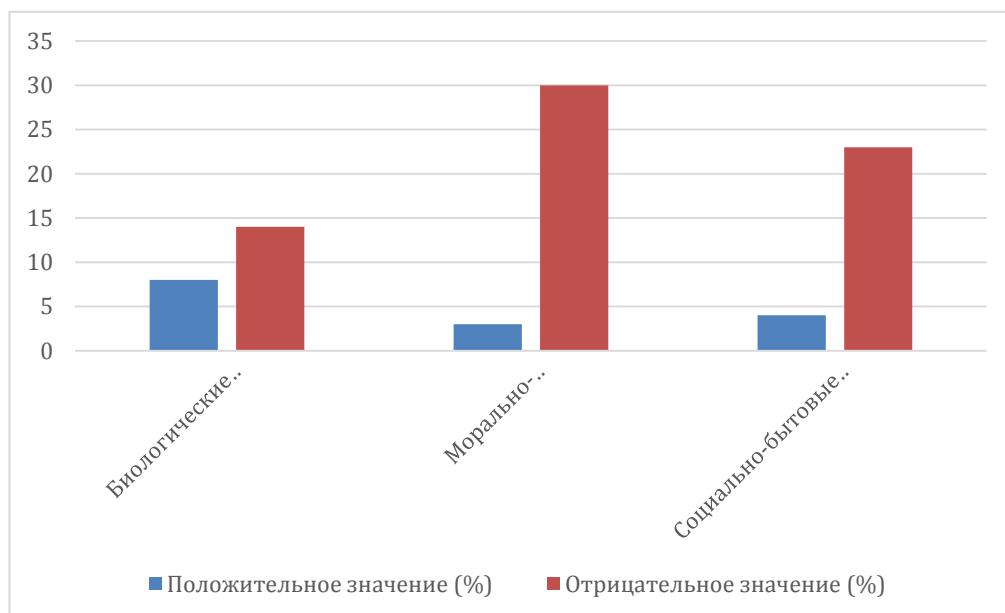


Рис. 2. Положительные и отрицательные характеристики женщин, закрепленные в русских антипословицах

Fig. 2. Positive and negative characteristics of women fixed in anti-proverbs of the Russian language

Лексический анализ антипословиц, результаты которого представлены в табл. 2, показал как сходства, так и различия в английском и русском языках.

Таблица 2
Лексические единицы, характеризующие женщин
*Table 2
Lexical units characterizing women*

| Часть речи | Положительная коннотация | Отрицательная коннотация |
|--|--|---|
| Английский язык (the English language) | | |
| Прилагательные | <i>beautiful</i> | <i>dangerous, deceiving, abandoned</i> |
| Глаголы | <i>to look after washing the face / before breakfast</i> | <i>Yearn, want a mink, take money away, marry for money</i> |
| Существительные | <i>the key to all rooms, the House, the Senate, Legislatures, beauty</i> | <i>hell, fury, tellawoman, cell phone, telephone</i> |
| Русский язык (the Russian Language) | | |
| Прилагательные | <i>красивая, хорошая</i> | <i>страшная, умная, дорогая, глупая</i> |
| Глаголы | <i>согревать, радовать, украшать</i> | <i>выходить боком, попадать в глаза, пилить, обманывать</i> |
| Существительные | <i>Бог, цветы, ангел-хранитель, победа, ангел</i> | <i>пуля, пачка сигарет, воробей, бутылка водки, тормоза, ум курицы, нескромность, комедия, трагедия</i> |

Лексический анализ по частям речи подтвердил факт преобладания негативных характеристик. Однако русский язык характеризуется лексемами с более выраженной негативной коннотацией, такими как «пуля», «бутылка водки» и т. п. Кроме того, в части антипословиц были использованы вульгаризмы и ругательства (24 %), которые не представлены в выборке по этическим соображениям.

Заключение

Проведенный анализ доказывает, что антипословицы – это достаточно распространённое явление в современном мире, интерес к которому непрерывно растет. Было выявлено, что антипословицы в основном носят юмористический и ироничный характер.

Антипословицы охватывают все сферы человеческой жизни, в том числе и поло-ролевые отношения и отношение к женщинам в данной культуре. Они могут интерпретироваться как попытка противодействовать политкорректному и агрессивному феминистскому дискурсу симметричными дискурсивными средствами.

Сравнительный анализ антипословиц русского и английского языков с гендерными компонентами позволяет сделать вывод о том, что и русские, и английские антипословицы андроцентричны и направлены в основном на критику женщин. Можно сказать, что они формируют некий антиобраз, через который утверждаются желаемые черты.

Положительно оцениваются молодость и красота, причем в русских антипословицах красота часто противопоставляется интеллекту. Что касается черт характера, то и в русских, и в английских антипословицах акцентируются отрицательные качества.

Необходимо отметить, что существует некоторое разграничение образов женщины и матери. Если образ женщины подвергается всесторонней критике, то образ матери тесно связан с понятиями любви и уважения [Палкин, 2020. С. 81].

Пласт, связанный с ролями в обществе, наиболее показателен. Если английские антипословицы акцентируют равенство женщин с мужчинами и положительно оценивают возможность иметь больше способов реализации в социуме, то в антипословицах русского языка такое равенство критикуется. Это происходит, вероятно, потому, что в России массовая эмансипация женщин началась сразу после революции 1917 года, а не в конце XX века, как на Западе. В России уже лучше знают негативные стороны такого равенства. Неудивительно, что русские антипословицы подвергают образ женщин более резкой критике, что доказывается большим числом антипословиц с негативным значением. Например, в группе, отражающей морально-психологические характеристики, разрыв между количеством антипословиц с положительным и отрицательным значением составляет около 27 % в русском языке против 23 % в английском (см. рис. 1, 2). Такая тенденция подтверждается использованием лексем с ярко выраженной отрицательной коннотацией.

Список литературы

- Антонова О. Н.** Функциональные свойства паремий-трансформов в англоязычном публицистическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 27 с.
- Архангельский В. А.** Устойчивые фразы в современном русском языке: основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии. Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 1964. 316 с.
- Вальтер Х.** Не бывает страшных женщин, бывают трусливые мужчины (женщины в русских антипословицах) // Проблемы фразеологической и лексической семантики: Материалы Междунар. науч. конф. (Кострома, 18–20 марта 2004 г.). М.: ИТИ ТЕХНОЛОГИИ, 2004. С. 92–99.
- Вальтер Х., Мокиенко В. М.** Антипословицы русского народа. СПб.: Нева, 2005. 576 с.
- Витгенштейн Л.** Философские работы / Пер. с нем. М. С. Козловой, Ю. А. Асеева. М., 1994. Ч. 1.
- Гридина Т. А.** Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Урал, 1996. 240 с.
- Даль В. И.** Пословицы русского народа. М.: Худож. лит., 1957. 688 с.
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.** Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Материалы Первой российской летней школы по женским и гендерным исследованиям «ВАЛДАЙ-96». М., 1997. С. 84–89.
- Зыкова И. В.** Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка: Дис. ... канд. филол. наук. М.б 2002. 218 с.
- Кирилина А. В.** Гендер: лингвистические аспекты. М.: Ин-т социологии РАН, 1999. 200 с.
- Кирилина А. В.** Развитие гендерных исследований в лингвистике // Филологические науки. 2003. № 5. С. 51–56.
- Крикманн А. А.** Некоторые аспекты семантической неопределенности пословицы // Паремиологический сборник: пословица, загадка (структура, смысл, текст) / Под ред. Г. Л. Пермякова. М., 1984. С. 82–104.
- Кунин А. В.** Курс фразеологии современного английского языка. 2-е изд., перераб. М.: Высш. шк., 1996. 381 с.
- Кууси М.** К вопросу о международной системе пословичных типов // Паремиологический сборник. М.: Наука, 1978. С. 53–81.
- Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 709 с.
- Мелерович А. М., Мокиенко В. М.** Фразеологизмы в русской речи: Словарь. М.: Русские словари, 1997. 864 с.
- Мокиенко В. М., Вальтер Х.** Прикольный словарь (антипословицы и антиафоризмы). СПб.: Нева, 2006. 384 с.

- Николаева Е. К.** Антипословицы как лингвистические единицы и их лексикографическое описание // Материалы XXXII Междунар. филол. конф. / Санкт-Петербург. гос. ун-т. СПб., 2004. Вып. 14. С. 38–43.
- Палкин А. Д.** Образ матери в языковой картине мира русских и японцев // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1. С. 71–83.
- Пермяков Г. Л.** Основы структурной паремиологии. М.: Наука, 1988. 235 с.
- Сташкова (Кирсанова) М. А.** Функционирование пословиц и антипословиц с гендерным компонентом в современном английском языке: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 231 с.
- Телия В. Н.** Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
- Филатова А. А.** Когнитивно-прагматические функции ксенонимов-русизов в немецкоязычных текстах СМИ (на материале лексико-семантического поля «Русские народные промыслы») // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, вып. 3. С. 88–98.
- Хакимова Г. Ш.** Гендерный фактор в английских паремиях в сопоставлении с русскими: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2003. 24 с.
- Clay, D. Ch., Mieder, W.** The Dictionary of Modern proverbs. Yale Press, 2012, 312 p.
- Földes, A., Litovkina, A.T., Mieder, W.** Old Proverbs Never Die, They Just Diversify: A Collection of Anti-proverbs. Burlington, Canada, The University of Vermont, 2006, 396 p.
- Gossler, E.** Besser arm dran als Bein ab. AntiSprichwörter und ihresgleichen [Anti-proverbs and others]. Wien, Austria, Edition Praesens, 2005, 405 p.
- Kershen, L.** American proverbs about women: A reference guide. Westport, CT, Greenwood publishing group, 1998, 216 p.
- Litovkina, T. A., Varga, K., Barta, P., Hrisztova-Gotthardt, H.** Most frequent types of alteration in Anglo-American, German, French, Russian and Hungarian anti-proverbs. *Acta Ethnographica Hungarica*, 2007, vol. 52 (1), p. 47–103.
- Litovkina, T. A.** Sexuality in Anglo-American anti-proverbs. In: The Pragmatics of Humour across Discourse Domains. Ed. by Marta Dynel [Pragmatics & Beyond New Series 210], 2011, p. 191–214.
- Litovkina, T. A.** Women Through Anti-Proverbs. Palgrave Macmillan, 2019, 211 p.
- Mieder, W.** The politics of Proverbs: from Traditional Wisdoms to Proverbial Stereotypes. Madison Wisconsin, University of Wisconsin Press, 1997, 288 p.
- Mieder, W.** Twisted Wisdom Modern Anti-Proverbs. Hobart, Tasmania (Australia). 2002, 260 p.
- Mieder, W., Steward, W. Kingsbery, A., Kelsie, B.** A dictionary of American proverbs. Oxford, UK, Oxford University Press, 1992, 728 p.
- Mieder, W.** Proverbs: A Handbook. (Greenwood Folklore Handbooks). Greenwood Press, 2004, 328 p.
- Mills, S.** Language and gender: Interdisciplinary perspectives. London, GB, Longman, 1995, 296 p.
- Roman, C., Juhasz, S., Miller, C.** The woman and language debate. A source book. New Brunswick, New Jersey, Rutgers University press, 1994, 406 p.
- Stevenson, B.** The Macmillan Book of Proverbs, Maxims and Familiar Phrases. New York, USA, The MacMillan Company, 1948, 2957 p.
- Varga K.** Proverb is as Proverb Does: a Preliminary analysis of a survey on the Use of Hungarian Proverbs and Anti-proverbs. *Acta Ethnographica Hungarica*, 2007, vol. 52 (1), p. 135–155.

References

- Antonova, O. N.** Functional peculiarities of transformed proverbs in the English-language in journalistic discourse. (Summary of the unpublished doctoral dissertation). Moscow State Institute of International Relations. Moscow, 2012, 27 p. (in Russ.)

- Arhangelsky, V. A.** Set Phrases and Collocations in the Modern Russian Language: the Basics of Set Phrases Theory and Issues of General Phraseology. Rostov on Don, 1964, 316 p. (in Russ.)
- Clay, D. Ch., Mieder, W.** The Dictionary of Modern proverbs. Yale Press, 2012, 312 p.
- Dal, V. I.** Proverbs of the Russian People. Moscow, 1957, 688 p. (in Russ.)
- Filatova, A. A.** Cognitive and Pragmatic Functions of Xenonymic Russisms in German Mass Media Texts (a Case Study of the Lexical-Semantic Field “Russian Folk Crafts”). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2015, vol. 13, no. 3, p. 88–98. (in Russ.)
- Földes, A., Litovkina, A.T., Mieder, W.** Old Proverbs Never Die, They Just Diversify: A Collection of Anti-proverbs. Burlington, Canada, The University of Vermont, 2006, 396 p.
- Gossler, E.** Besser arm dran als Bein ab. AntiSprichwörter und ihresgleichen [Anti-proverbs and others]. Wien, Austria, Edition Praesens, 2005, 405 p.
- Gridina, T. A.** Language play: stereotype vs. creativity. Ekaterinburg, Ural, 1996, 240 p. (in Russ.)
- Kershen, L.** American proverbs about women: A reference guide. Westport, CT, Greenwood publishing group, 1998, 216 p.
- Khakimova, G. Sh.** Gender in English paremias in comparison with Russian. Author. doctoral dissertation thesis. Kazan, 2003, 24 p. (in Russ.)
- Kirilina, A. V.** The development of gender studies in linguistics. *Philological studies*, 2003, no. 5, p. 51–56. (in Russ.)
- Kirilina, A. V.** Gender: linguistic aspects. Moscow, The Institute of Sociology RAN, 1999, 200 p. (in Russ.)
- Koonin, A.** Phraseology of Modern English (course book). Moscow, Higher education, 1996, 381 p. (in Russ.)
- Krikmann, A. A.** Some aspects of the semantic ambiguity of the proverb. In: Paremiological collection: proverb, riddle: (structure, meaning, text). Ed. by G. L. Permyakova. Moscow, 1978, p. 82–104. (in Russ.)
- Kuusi, M.** On the question of the international system of proverbial types. In: Paremiological collection. Moscow, Nauka, 1978, p. 53–81. (in Russ.)
- Linguistic Encyclopedic Dictionary. Ed. by V. N. Yartseva. Moscow, Soviet Encyclopedia, 1990, 709 p. (in Russ.)
- Litovkina, T. A.** Sexuality in Anglo-American anti-proverbs. In: The Pragmatics of Humour across Discourse Domains. Ed. by Marta Dynel [Pragmatics & Beyond New Series 210], 2011, p. 191–214.
- Litovkina, T. A.** Women Through Anti-Proverbs. Palgrave Macmillan, 2019, 211 p.
- Litovkina, T. A., Vargha, K., Barta, P., Hrisztova-Gothardt, H.** Most frequent types of alteration in Anglo-American, German, French, Russian and Hungarian anti-proverbs. *Acta Ethnographica Hungarica*, 2007, vol. 52 (1), p. 47–103.
- Melerovich, A. M.** Phraseologisms in Russian Speech: Dictionary. Moscow, Russian dictionaries, 1997, 864 p. (in Russ.)
- Mieder, W.** Proverbs: A Handbook. (Greenwood Folklore Handbooks). Greenwood Press, 2004, 328 p.
- Mieder, W.** The politics of Proverbs: from Traditional Wisdoms to Proverbial Stereotypes. Madison Wisconsin, University of Wisconsin Press, 1997, 288 p.
- Mieder, W.** Twisted Wisdom Modern Anti-Proverbs. Hobart, Tasmania (Australia). 2002, 260 p.
- Mieder, W., Steward, W. Kingsbery, A., Kelsie, B.** A dictionary of American proverbs. Oxford, UK, Oxford University Press, 1992, 728 p.
- Mills, S.** Language and gender: Interdisciplinary perspectives. London, GB, Longman, 1995, 296 p.
- Mokienko, V. M., Walter, X.** Cool dictionary of anti-sayings and anti-aphorisms. St. Petersburg, Neva, 2006, 384 p. (in Russ.)
- Nikolaeva, E. K.** Anti-proverbs as linguistic units and their lexicographic description. In: Proc. of XXXII International philological conference. St. Petersburg, 2004, no. 4, p. 38–43. (in Russ.)

- Palkin, A. D.** The Image of Mother in the Language Picture of the World of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 1, p. 71–83. (in Russ.)
- Permyakov, G. L.** Fundamentals of structural paremiology. Moscow, Nauka, 1988, 235 p. (in Russ.)
- Roman, C., Juhasz, S., Miller, C.** The woman and language debate. A source book. New Brunswick, New Jersey, Rutgers University press, 1994, 406 p.
- Stashkova (Kirsanova), M. A.** The functioning of proverbs and anti-proverbs with a gender component in Modern English. Diss. ... candidate of philological sciences. Moscow, 2015, 231 p. (in Russ.)
- Stevenson, B.** The Macmillan Book of Proverbs, Maxims and Familiar Phrases. New York, USA, The MacMillan Company, 1948, 2957 p.
- Telia, V. N.** Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguocultural aspects. Moscow, Languages of Russian culture, 1996, 288 p. (in Russ.)
- Varga K.** Proverb is as Proverb Does: a Preliminary analysis of a survey on the Use of Hungarian Proverbs and Anti-proverbs. *Acta Ethnographica Hungarica*, 2007, vol. 52 (1), p. 135–155.
- Walter, H.** There aren't ugly women, but there are cowardly men (women in anti-proverbs). In: Problems of Phraseological and lexical semantics: materials of international scientific conference. Moscow, 2004, p. 92–99. (in Russ.)
- Walter, H., Mokienko, V. M.** Anti-proverbs of the Russian People. St. Petersburg.: Neva, 2005. 576 p. (in Russ.)
- Wittgenstein L.** Philosophical Works / Transl. by M. S. Kozlova, U. A. Aseeva. Moscow, 1994, pt. 1. (in Russ.)
- Zdravomislova, E. A.** The social construction of gender and the gender system in Russia. In: Materials of the First Summer School of Research in Gender “Valday-96”. Moscow, 1997, p. 84–89. (in Russ.)
- Zyкова, I. V.** Gender component in the structure and semantics of phraseological units of Modern English. (Unpublished doctoral dissertation thesis). Moscow, 2002, 218 p. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Date of submission
02.03.2020

Сведения об авторе / Information about the Author

Кирсанова Мария Александровна, кандидат филологических наук, преподаватель школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Maria A. Kirsanova, Cand. of Philol. Sci., Lecturer, School of Foreign Languages, National Research University, Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation)

mkirsanova@hse.ru

ORCID: 0000-0002-3194-0586