



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Гендерные особенности английских афоризмов с
антропометрическими существительными**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
65% авторского текста
Работа рекомендована к защите
« 22 » июня 2022 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнила:
Студентка группы ОФ-503-092-5-1
Трунова Елизавета Евгеньевна
Научный руководитель:
Кандидат филологических наук, доцент
декан факультета иностранных языков
Мошкович Виктор Маркович

Челябинск
2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ГЕНДЕРОЛОГИИ И АФОРИСТИКИ	7
1.1 Гендерология как лингвистическая наука	7
1.1.1 Гендерная картина мира	9
1.1.2 Определение понятия «гендер»	13
1.2 Определение афоризма	17
1.2.1 Признаки, свойства и характеристики афоризма	19
1.3 Определение понятия «концепт» в современной лингвистике	22
1.4 Антропометрические существительные как структуризация образа мужчины и женщины	27
Выводы по первой главе	34
ГЛАВА 2. ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ АФОРИЗМОВ С АНТРОПОМЕТРИЧЕСКИМИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ	36
2.1 Принципы отбора материала. Гендерный маркер в английских афоризмах	36
2.2 Основания классификации афористических единиц с феминным маркером	40
2.3 Основания классификации афористических единиц с маскулинным маркером	51
2.4 Сравнительная характеристика афоризмов с маскулинными и феминными маркерами	58
2.5 Практическая значимость результатов исследования	61
Выводы по второй главе	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	81
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	82
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	97

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной научной парадигмы антропоцентризма внимание гуманитарного знания обращается к вопросам гендера и особенностям реализации этого концепта в социуме с различных позиций.

Аспекты культуры, детерминированные феминностью или маскулинностью транслятора или реципиента, становятся предметом изучения большинства гуманитарных наук, таких как гендерная психология, гендерная история, гендерная социология, гендерная педагогика и гендерная лингвистика.

Язык, как один из главных трансляторов культуры, не может не отражать особенности разноплановой речи женщин и мужчин, что обусловлено как физиологической, так и социально-психологической разностью их восприятия информации, механизмов мышления, социализации и коммуникации. Всё это способствует формированию различных языковых картин мира, изучение которых позволяет накапливать не только теоретическое лингвистическое знание, но и выявлять определенные гендерные особенности. Подобные знания об особенностях языка женщин и мужчин особенно ярко раскрываются в афористике, где использование феминных или маскулинных языковых маркеров позволяет определить сложившийся портрет женщины и мужчины в социуме.

Актуальность исследования заключается в том, что в последние десятилетия наблюдается интенсивное развитие гендерных исследований в лингвистике, а интерес к изучению особенностей реализации гендерного фактора в афоризмах обусловлен потенциалом афористического фонда языка, который позволяет раскрыть национально-культурную ценностную картину мира того или иного народа.

Гендерный подход открывает также новые возможности для исследования афористического фонда языка и обеспечивает расширение границ изучения семантики афоризмов с помощью детальной обработки данных, полученных при рассмотрении таких базовых концептов культуры, как «мужчина» и «женщина».

Объектом исследования в рамках данной работы являются афоризмы с антропометрическими существительными. Предметом исследования – их гендерные особенности.

Целью исследования является выявление особенностей проявления гендерного аспекта в афоризмах с маркером антропометрическое существительное. Антропометрические существительные – существительные, называющие людей по признакам пола и/или возраста, имущественного и социального положения.

Для достижения данной цели в работе решались следующие задачи:

- 1) изучение литературы по теме исследования, проведение её анализа с последующими выводами;
- 2) отбор практического материала, а именно афоризмов, опорным компонентом структуры которых являются антропометрические существительные;
- 3) анализ особенностей проявления гендерного аспекта в афоризмах с маркером антропометрическое существительное;
- 4) разработка серии упражнений, раскрывающих гендерные особенности афоризмов с антропометрическими существительными.

Для достижения поставленной цели и выполнения задач исследования в работе использовались: метод лингвистического наблюдения и описания, метод сплошной выборки, сравнительно-сопоставительный метод, и метод количественного анализа.

Теоретической базой исследования являются работы отечественных и зарубежных лингвистов в области гендерологии и афористики (В. В. Потапов, Е. И. Горошко, А. В. Кирилина, Н. Т. Федоренко, С. Бем и др.).

Практической базой исследования послужили афоризмы, отобранные на сайте brainyquote.com.

Материалом исследования являются более двухсот английских авторских афоризмов XIX-XX веков с маркером антропометрическое существительное.

Положения, выносимые на защиту:

1) анализ гендерно маркированных афоризмов способствует раскрытию понимания культурных стереотипов «мужественности» и женственности».

2) главным микроконцептом афоризмов с антропометрическими существительными является «внутренний человек» (психологические, интеллектуальные и моральные характеристики и качества человека).

3) главные концептуальные основания маскулинных афоризмов с антропометрическими существительными: «ум, интеллект»; «ненадежность»; «мужской образ в глазах женщины» и «интерес к женщине».

4) главные концептуальные основания феминных афоризмов с антропометрическими существительными: «непредсказуемость и загадочность»; «женская мудрость»; «обесценивание женщины в отношениях»; «женская красота и образ» и «превосходство женщины как личности».

Теоретическая значимость работы состоит в сборе, анализе и структуризации теоретического материала по теме исследования.

Практическая значимость состоит в том, что материалы и результаты проведенного исследования могут быть использованы на лекционных и практических занятиях по лексикологии английского языка, на уроках

английского языка в средней школе, а также и при написании студентами курсовых и дипломных работ по гендерной проблематике.

Цели и задачи исследования определяют его объем и структуру. Работа общим объемом 99 страниц печатного текста состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и трех приложений.

Во введении обосновывается актуальность исследования, определяются его цели и задачи.

В первой главе рассматриваются такие понятия как гендер и гендерная картина мира, даётся определение афоризма, рассматриваются его основные свойства и характеристики, уточняется содержание термина «концепт», определяется понятие антропометрического существительного.

Вторая глава посвящена принципам отбора материала, практическому анализу афоризмов с феминным и маскулинным маркерами, их сравнительной характеристике, а также разработке упражнений, раскрывающих гендерные особенности афоризмов с антропометрическими существительными.

В заключении подводятся основные итоги исследования.

Библиография насчитывает 75 наименования литературы отечественных и зарубежных лингвистов в области афористики, гендерной и когнитивной лингвистики.

Приложение 1 включает анализ оценочности афоризмов авторов мужчин и авторов женщин с феминным и маскулинным маркерами.

Приложение 2 включает список анализируемых афоризмов.

Приложение 3 включает в себя разработанные упражнения.

ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ГЕНДЕРОЛОГИИ И АФОРИСТИКИ

1.1 Гендерология как лингвистическая наука

Одним из самых интересных и прогрессивных направлений в науке последних десятилетий является гендерология, изучающая взаимосвязь биологического пола человека с его культурной идентичностью, социальным статусом, психическими особенностями, поведением, в том числе и речевым [24].

Термин «гендер» обозначает совокупность норм поведения и позиций, которые обычно ассоциируются с лицами мужского и женского пола в любом обществе. Данный термин ввел в научный оборот Роберт Столлер, который доказал, что проще поменять хирургическим путем пол человека, чем гендерную идентичность.

Изучению гендерной проблематики отведено место в психологии, социологии, языкознании, праве, философии, культурологии и в ряде других наук. Так, социология изучает то, каким образом культура и социальная структура опосредуют физические различия между мужчинами и женщинами.

В своей работе, посвященной анализу самоубийств, Э. Дюркгейм отмечает, что мужчина «практически полностью является продуктом общества», в то время как женщина «в значительно большей степени продукт природы». Э. Дюркгейм говорит о мужчине: «его вкусы, стремления и юмор по большей части имеют коллективное происхождение, тогда как у его спутницы они в основном определяются организмом» [22, с. 102]. Различие в наличии власти у мужчин и женщин отражает тот факт, что женщины растят детей, в то время как мужчины действуют в «публичных сферах»: в политике, работе и войне.

Считается, что лингвистическая традиция, учитывающая фактор пола, уходит корнями в античный мир, когда началось осмысление категорий природного пола (sexus) и грамматического рода (gender). Однако, правомерным, видимо, будет и утверждение, что полоролевая традиция общественного сознания берет свое начало в древнекитайской философии с ее основными понятиями – инь и ян [54].

Благодаря «Новому женскому движению», прежде всего в англоязычных странах (Великобритания и США) и Германии, в конце 60-х – начале 70-х годов XX столетия получили широкое распространение гендерные исследования в языке, которые поспособствовали возникновению особого направления, именуемого гендерология или гендерная лингвистика. Одной из первых исследований в этом направлении стала работа Р. Лакофф «Язык и место женщины», посвященная особенностям женского речевого поведения [58].

Само понятие «гендер» вошло в современную лингвистическую парадигму во второй половине двадцатого столетия. Первичные работы в данной области возникли на Западе, и первые системные описания мужских и женских особенностей речи и языка были сделаны на базе языков германской и романской языковых групп. Относительно отечественной лингвистики, первые исследования по этой тематике стали проводиться только в конце 80-х – начале 90-х годов. Так как в настоящее время этот процесс происходит настолько быстро, то следует упомянуть о появлении еще одной новой отрасли отечественного языкознания – лингвистической гендерологии (или гендерной лингвистики).

На современном этапе уже появился ряд работ (прежде всего, это работы В.В. Потапова, Е.И. Горошко, А.В. Кирилиной, и некоторых других), где делается попытка системного осмысления и описания языка в связи с феноменом пола, создается теоретическая модель гендера и

производится систематизация методологических подходов к исследованию проблемы гендера в языкознании [24; 46; 20].

Изучение гендерной проблематики предполагает привлечение к ее исследованию данных других наук. Когнитивная лингвистика, межкультурная коммуникация, этнолингвистика, социоллингвистика, психоллингвистика и другие науки являются источником материала для лингвистического анализа гендера. Согласно И.И. Халеевой, «гендер – это междисциплинарная интрига, в основе которой сплетается множество наук о человеке» [54].

В работах по лингвистической гендерологии особое место уделено социальным и культурным факторам, определяющим отношение общества к женщинам и мужчинам, стереотипным представлениям о мужских и женских качествах, иными словами – всему, что переводит проблематику пола из области биологии в сферу социальной жизни и культуры.

1.1.1 Гендерная картина мира

В последние годы в оборот вошло понятие гендерная картина мира. Сегодня понятие «картина мира» завоевало высокий авторитет и все более широко используется в различных теоретических исследованиях. Между тем сущность и функции различных картин мира остаются не вполне объяснёнными. Кроме того, число картин мира постоянно увеличивается, и понять характер их координации и субординации становятся все сложнее.

Гендерная картина мира понимается как «упорядоченная непротиворечивая и внутренне связанная, структурированная совокупность существующих в обыденном сознании социокультурных ориентаций, ценностей, установок, идеалов, в которых находит отражение социальная дифференциация полов» [40, с. 18].

Гендерная картина мира является ответвлением более общей научной картины реальности. В гендерной картине мира различные образы

гендерной реальности находят своё отражение сквозь призму их научной интерпретации. Собрание норм и правил гендерного поведения, мировоззренческих и конкретных установок и убеждений, предрассудков и научных рекомендаций и есть гендерная реальность. Эта гендерная реальность представлена здесь не во всем своем объеме, но лишь в качестве рефлексивно-духовного образования. Гендерная реальность, помимо указанного среза, включает в себя соответствующее гендерное поведение как предметно-объективированную человеческую деятельность. Принятие и исполнение гендерных ролей означает, что субъект соответствует тем нормативным предписаниям и ожиданиям, которые выработаны и транслируются культурой.

Гендерная картина мира ни в коем случае не является апологией типично патриархатной или, напротив радикальной феминистской идеологии. В рамках данной картины мира производится научная оценка имеющих место в обществе самых разнообразных гендерных представлений и традиций.

Таким образом, гендерная картина мира – это целостный репрезентант гендерной реальности, обладающий научным содержанием и смыслом. Она находит свою концептуализацию в учебных, теоретических и других курсах и программах. Однако сама ценностная гендерная картина мира не сводима к отдельным учебным пособиям и даже всей их совокупности. Эта картина мира находится в умах всего человеческого сообщества, она весьма динамична и подвижна, постоянно развивается и обновляется [14, с. 7].

Между тем многие ключевые ее вопросы остаются малоисследованными. В первую очередь, это касается основополагающих, конституирующих факторов первостепенной значимости, феноменов маскулинности и феминности.

По мнению И.И. Булычёва, маскулинность и феминность выступают основными способами существования, или атрибутами гендерной картины мира. Образы маскулинности и феминности присутствуют во всей «ткани» человеческого бытия; и это отнюдь не случайно, ибо они отражают, в первую очередь, такую фундаментальную особенность природы человека, какой является фактор полового диморфизма.

Таким образом, пары категорий феминность/маскулинность и женственность/мужественность не являются вполне синонимичными и тождественными [14].

Основной методологический принцип взаимосвязи маскулинности и феминности как атрибутов гендерной реальности выражается в законе их дополнения. Иными словами, в качестве противоположностей маскулинность и феминность дополняют друг друга в рамках единой гендерной картины мира.

И.И. Булычёв полагает, что «как бы ни совершенствовалась в будущем технология «половой обратимости», все же фактор природной обусловленности различий двух полов будет постоянным и устойчивым ориентиром для проведения разграничительных линий между мужчинами и женщинами также и в гендерном плане» [14, с. 7].

Атрибуты гендерной картины мира не следует отождествлять с биологическим или социальным полом. Ни один из мужчин, и ни одна из женщин не являются стопроцентными носителями феминности или маскулинности. Что касается конкретных представителей пола, то они являются носителями некоторых черт, идентифицируемых с образами маскулинности/феминности. Иными словами, конкретный мужчина или конкретная женщина воплощают в себе черты маскулинности и феминности, правда, в разных пропорциях. Как правило, в мужчине, признаваемом в качестве нормального представителя данного пола, значительно преобладают качества, которые принято относить к

маскулинным. Аналогично обстоит дело и с феминностью у конкретно взятой нормальной женщины.

Подобная асимметрия между биологическим полом, с одной стороны, и соответствующими идентификационными социальными параметрами, а с другой, обусловлена некоторыми природными и в еще большей степени особенностями жизни в обществе, распределением необходимых функций между мужчинами и женщинами.

Образы же маскулинности и феминности являются «очищенным срезом» представлений об идеальном мужчине и женщине, то есть о мужчине и женщине в целом. В реальной же гендерной практике существуют не какие-то «субъекты вообще», но конкретные мужчины и женщины, которые в большей или меньшей степени воплощают в себе те черты, которые гендерная картина мира приписывает идеальному мужчине или женщине.

Присутствие в их природной, а также социальной конституции противоположных характеристик говорит лишь об отсутствии абсолютных, непроходимых граней между двумя полами и наличии в этих гранях фактора относительности. Однако эта относительность существует на базе абсолютности, следовательно, принципиальной несводимости одного пола к другому [14, с. 7].

В настоящее время наши взгляды на возможности женщин и женского лидерства во многом изменились. Стало очевидным, что между полами возможен не только успешный обмен социальными ролями и функциями, но даже известная биологическая взаимозаменяемость и взаимообратимость. В целом, если задаться вопросом о том, чего все-таки больше между мужчинами и женщинами – различия или сходства, – то предпочтение следует отдать последнему. При этом превалирование момента сходства имеет как генетические, так и социальные основания.

Итак, маскулинность и феминность являются атрибутами гендерной картины мира, ее центральными образами. Сущность маскулинности и феминности свое адекватное выражение находит в понятиях мужественности и женственности. Иными словами, маскулинность и феминность следует определить как, соответственно, мужественный и женственный способы репрезентации, характерные именно для гендерной картины мира. Взаимосвязь ее атрибутов – маскулинности и феминности – подчиняется закону дополнения противоположностей.

1.1.2 Определение понятия «гендер»

Психоаналитик Г. Рабин была одной из первых, кто попытался дать научное определение понятию «гендер». Обращаясь к методам структурной антропологии и психоанализа, Г. Рабин исследовала факторы обмена женщинами между мужчинами в первобытном обществе. Автор делает вывод, что причиной укрепления мужской власти стал именно обмен, превращавший женщин из человека в биологическое существо, принадлежащее только к семье [17].

Понятие «гендер» появилось в лингвистике довольно своеобразным путем: английский термин «gender», означающий грамматическую категорию рода, был изъят из лингвистического контекста и перенесен в исследовательское поле других наук. Перенос был сделан, чтобы уйти от термина «sexus» (биологический пол), т.к. понятие гендер связывает с природной детерминированностью не только биологические различия мужчин и женщин, но и полоролевое разделение труда, неодинаковые требования и отношение общества к мужчинам и женщинам, разную общественную «ценность» лиц в зависимости от их пола. Термин «гендер» подчёркивал не только природную, но и социокультурную причину межполовых различий. Таким образом, гендер – социокультурный конструкт, который общество «надстраивает» над физиологической

реальностью. Понятие гендера подразумевает, в сущности, и процесс продуцирования обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках, и сам результат – социальный конструкт гендера. Конструирование гендерных различий протекает через определенную систему социализации (которая воспитывает разные навыки и психологические качества у девочек и мальчиков), разделение труда между женщинами и мужчинами и принятые в обществе культурные нормы, роли и стереотипы.

В тот момент, когда гендерные исследования получили статус междисциплинарного направления, в языкознании гендер вернулся в новом значении из сферы социальных наук.

Понятие «гендер» разграничивает понятие биологический пол (sexus) и социальные и культурные импликации, вкладываемые в концепты мужское – женское: разделение ролей, культурные традиции и т.д. В отличие от категории «sexus», гендерный статус и, соответственно, гендерная иерархия и гендерно обусловленные модели поведения закладываются не природой, а обществом. Если половые различия имеют естественное происхождение, то гендерные имеют свой источник в культуре, а не в природе. Гендерные особенности характеризуют речь, манеру поведения и модели восприятия мира мужчинами и женщинами. Противоположные характеристики мужчин и женщин, такие как, например, рациональность, сдержанность первых и эмоциональность, открытость последних, являются результатом не биологической принадлежности, а скорее духовной, к тому или иному полу. Согласно определениям Г. Брандт, пол (sex) – набор биологических, физических, естественных признаков, данных от природы, а гендер (gender) – совокупность речевых, поведенческих, личностных особенностей, отличающих мужчин и женщин в духовном плане, подвергающихся влиянию культуры.

Согласно современным исследованиям, гендер определяется как нечто, что индивид делает, представляет или осуществляет для того, чтобы быть или чтобы его воспринимали как гендерного субъекта. И в данной ситуации, язык выступает как один из важнейших средств конструирования гендера как постоянного социального процесса – поведения и поступков индивида [13].

Гендерные отношения, зафиксированные в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывают отпечаток на поведение, в том числе и речевое, на личность и на процессы ее языковой социализации. Одним из параметров человеческой личности является пол, представляющий собой не только биологическую субстанцию, но и культурно-обусловленный мыслительный конструкт.

Гендер является частью как коллективного, так и индивидуального сознания, феноменом, проявляющимся как в стереотипах, фиксируемых языком, так и в речевом поведении индивидов.

Гендер – это элемент научной модели человека, описание которого может быть раскрыто при анализе его языковых манифестаций. Сущность человека, его возможности, характерные черты определяют своеобразие и содержание культуры.

На основе этого на первый план выдвигается понятие гендерного стереотипа, которое помогает лучше изучить гендерные отличия разных языков.

Под гендерным стереотипом понимается частный случай стереотипа, относящийся к знаниям разного пола, приписывание им определенных признаков, что отражается в особенностях синтагматических связей рассматриваемых единиц, положительной и отрицательной этической или эстетической оценки.

Гендерные стереотипы могут быть исчислены по данным языка; они выявляют как стабильность, так и определенную изменчивость и динамику,

которые в разных языках могут не совпадать. Гендерные стереотипы обнаруживают биологические признаки, социальные роли, особенности психики и поведения, присущие представителям данного пола в рамках данной культуры.

Наряду с термином «гендер» в исследованиях встречается также термин «сексизм». Он появился в период наиболее активной феминистской критики языка и обозначает структуры языка, отражающие дискриминацию по признаку пола: язык не только антропоцентричен, но и андроцентричен – в нем зафиксирована главным образом мужская перспектива, мужская субъектность, мужская картина мира, а женщинам отводятся второстепенная, маргинальная роль и статус объекта. В научном описании понятие «сексизм» следует заменить более нейтральным термином «гендерная асимметрия», под которым подразумеваются особенности отражения в языке лиц мужского и женского пола, полоролевых стереотипов и т.д., так как понятие «сексизм» предполагает как бы намеренную дискриминацию, в то время как намерение – и тем более злое – у языка, разумеется, отсутствует.

В зависимости от половой, возрастной, расовой, а также гендерной принадлежности люди относятся к той или иной субкультуре. В соответствии с классификацией, предложенной социопсихологом С. Бем [12] гендерная субкультура может проявляться индивидуумами четырех типов:

- 1) маскулинный – индивид с характерным преобладанием мужских психологических особенностей над женскими;
- 2) феминный тип – характеризует личность, отличающуюся преобладанием женских психологических проявлений над мужскими;
- 3) андрогинный тип – индивид с одновременно ярко выраженными и мужскими, и женскими психологическими характеристиками;

4) недифференцированный тип – индивид, отличающийся низким уровнем проявления и мужских, и женских характеристик [13].

На современном этапе развития цивилизации ролевые функции женщин и мужчин в обществе претерпевают достаточно серьезные изменения. Однако люди пренебрегают ими во взаимоотношениях друг с другом, что и ведет к возникновению проблем, усложняющих гендерно-коммуникативную взаимосвязь.

Неверное истолкование концепта «гендера» и «пола» ведет к неадекватности в оценке речевого поведения мужчин и женщин. Несмотря на то, что понятия «гендер» и «пол» тесно связаны (мужчины более тенденциозны считаться маскулинными, чем женщины, а женщины – фемининными, чем мужчины), эти два концепта никогда не были идентичны, а в наши дни они стали совершенно несопоставимы. К тому же, очень многие люди андрогинны (их отличает соединение мужского и женского начала) или не дифференцированы (не характеризуются ни мужскими, ни женскими психологическими особенностями).

1.2 Определение афоризма

Афоризмы всегда привлекали внимание людей, и в настоящее время их значение особенно важно. Не случайно сейчас в ряде стран афористика получила высокое развитие, а кое-где достигла своего расцвета. Такой интерес к афористике возник из-за того, что в силу своей универсальности афоризмы соответствуют духу времени, они одинаково близки как к науке, так и к искусству, в них органично взаимодействуют принципы научного и художественного творчества. Афористика находится на месте «стыковки» науки и искусства, являясь как бы своеобразным звеном между ними. Выразительность и образность сближают афоризмы с художественной литературой, свойство синтеза мыслей, установление связи между явлениями, точность и лаконизм роднят их с наукой.

Немаловажным является и тот факт, что в нашу динамическую эпоху с ее высоким жизненным темпом и огромным количеством литературной и информационной продукции, нарастающей лавинообразно, люди все менее располагают временем и поэтому охотнее обращаются к самому емкому жанру литературы – к афоризмам.

Афоризмы плотно вошли в нашу жизнь. Вместе с этим следует отметить, что, несмотря на значимость и древнее происхождение жанра афористики, теоретические представления о ней весьма расплывчаты, не имеют ясных контуров. Само слово «афоризм» определяется неоднозначно и понимается по-разному.

В Энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона (1890-1907) афоризм определяется как мудрое изречение. Согласно Словарю литературоведческих терминов афоризм – это «изречение в сжатой форме, выражающее какую-нибудь мысль. Афористическая манера писания и речи означает сжатый, отрывистый способ выражения» [74, с. 174]. Литературный энциклопедический словарь (1987) предлагает следующую формулировку «афоризм – это обобщенная мысль, выраженная в лаконичной, художественно заостренной форме (обычно с помощью антитезы, гиперболы, параллелизма и пр.)» [73].

Согласно английской энциклопедии «Encyclopedia Britannica», афоризм является просто кратко выраженным и легко запоминающимся принципом или истиной; о принадлежности к афоризму пословиц и поговорок при этом не упоминается [75].

Приведём еще несколько примеров определения слова «афоризм»:

- 1) афоризм – это «глубокая мысль определенного автора», отличающаяся «явной неожиданностью суждения» и действующая на сознание «оригинальной формулировкой мысли» [69, с. 5];
- 2) афоризмы – краткие по форме и обобщающие по смыслу высказывания суждения [70, с. 8];

3) афоризм (греч. ἀφορισμός — краткое изречение) – обобщенная законченная мысль, выраженная в лаконичной, отточенной форме [71, с. 10].

Из приведённых выше определений, можно заметить, что ни одно из них не является полным. Все источники отмечают краткую и содержательную форму афоризмов. В то же время, одни обращают внимание на «изоощренную неожиданность формулировки» или поучительное содержание афоризмов. Также различие дефиниций в том, что в некоторых из них указывается принадлежность афоризма определённому автору, другие же не дают никаких сведений по этому поводу. На наш взгляд, наиболее полным и точным является определение Н.Т. Федоренко и Л.И. Сокольской: «афоризмами принято называть краткие, глубокие по содержанию и законченные в смысловом отношении суждения, принадлежащие определённому автору и заключенные в образную, легко запоминающуюся форму» [53, с.19].

Тематика афористики весьма разнообразна, и на ней лежит отпечаток породившей ее эпохи, отражается характер исторических условий, в которых она возникает и развивается.

Ко всему сказанному нужно добавить, что проблемы афористики осложняются к тому же суждениями об афоризмах лексикологов и паремиологов. Нет у теоретиков и единого мнения относительно объема афоризма.

1.2.1 Признаки, свойства и характеристики афоризма

Афоризм – это понятие однородное изречению. Оба эти понятия принадлежат к единому жанру литературы, отличаясь между собой стилистикой и широтой тематики. Ретроспективный взгляд на афористику демонстрирует, что античные изречения, по сути дела, ничем не отличались от афоризмов. Позже церковное учение, вытесняя из

афоризмов остроумие и ограничивая их тематику областью морально-бытовых вопросов, придало им черты изречений. В дальнейшем, в эпоху Возрождения, а в России в течение XVIII в., изречения вновь обрели все особенности афоризмов.

Что касается других, помимо изречений, сходных по форме с афоризмами литературных жанров, то можно считать, что от пословиц афоризмы отличаются своим происхождением, от крылатых слов – смысловой завершенностью, от эпиграмм и метких слов – большей тематической глубиной, от парадоксов – стремлением к истинности мысли, от эссе – меньшей объемностью и лаконизмом.

Афоризм имеет несколько определяющих свойств:

1. Глубина мысли, стремящаяся к истине – это важнейший признак. Главное в нем то, что его автор, касаясь большой, серьезной проблемы, очень хочет передать людям верный, с его точки зрения, взгляд на нее.

2. Обобщенность. Афоризм возникает в результате синтеза многих фактов и соображений и справедливо считается выводом, правилом, принципом, заключением. Обобщение, синтезируя опыт, способствует глубине и истинности мысли.

3. Краткость – весьма существенная особенность афоризма. Предельная краткость изложения, сгущая мысль, углубляет ее смысл и, кроме того, может придавать афоризму загадочность, которая приковывает к нему внимание и способствует лучшему его запоминанию. Выразительность афоризма возрастает при уменьшении числа слов; утверждается, что около 3/4 всех афоризмов состоит из 3-5 слов, хотя на практике афоризм включает 8-10 слов.

4. Законченность мысли – подчеркивает способность афоризма к самостоятельному существованию. Афоризм должен быть завершенным по смыслу и понятен без дополнительных пояснений.

5. Отточенность мысли – это ее предельная четкость, точность, выразительность, доведенные до совершенства. Отточенность – характерный признак афоризма, так как его структура требует филигранной обработки.

6. Художественность, достигаемая применением различных эмоциональных и стилистических средств. Афоризм должен быть не только мудр, но и красив. Афоризм порожден остроумием, в широком смысле этого слова, и сочетает в себе, помимо глубины мысли, ее красоту, достигаемую применением художественно-стилистических средств. Этот аспект очень важен, только художественность отводит афоризму прочное место в литературе. Можно добавить, что именно художественность придает и тот оттенок новизны и неожиданности афоризмам, тематика которых чаще всего касается традиционных «вечных вопросов» [4].

Выявление основных характеристик афоризма осуществляется на основе комплекса обязательных и факультативных параметров:

- 1) источники распространения афоризма;
- 2) наличие/отсутствие автора;
- 3) степень выраженности субъективного/объективного авторского отношения к действительности в афоризмах;
- 4) внешняя структура афоризма;
- 5) содержание афоризма;
- 6) значение афоризма;
- 7) смысловая структура афоризма;
- 8) массовая воспроизводимость/невоспроизводимость [4].

По источнику распространения афоризмы подразделяются на жанровые, извлеченные из текстов-источников, устные, народные; по наличию/отсутствию автора – на авторские, анонимные и народные; по степени выраженности авторского отношения – на афоризмы объективного типа (объективная оценка совпадает с субъективной авторской:

информация совместима с целостным мировоззрением общества) и афоризмы субъективного типа (выражают индивидуально-авторскую точку зрения, превалирующую над объективной, не совпадающей с общественной); по своему содержанию, отражающему жизненные закономерности – на сентенции, нравоучения, определенные рекомендации; по воспроизводимости/ невоспроизводимости – на языковые (массовые) и речевые (индивидуальные) [4]. В структурном плане афоризмов прослеживается тенденция к ритмической упорядоченности, они являются замкнутыми краткоформленными высказываниями, могут воспроизводиться или не воспроизводиться в дискурсе. В смысловое содержание афоризма возможно включение имплицитной информации.

Афоризмы обладают определенной силой и действуют на сознание людей глубиной мысли, на эстетические чувства – своей красотой, а на память – краткостью и меткостью [53].

Афоризм – это глубокая, стремящаяся к истине и полученная путем обобщения, завершенная мысль конкретного автора в предельно краткой, отточенной и высокохудожественной форме.

1.3 Определение понятия «концепт» в современной лингвистике

В науке существует два основных подхода к изучению концептов: лингвокогнитивный [7; 10; 32; 37; 45; 49] и лингвокультурологический [15; 23; 38].

С точки зрения когнитивной лингвистики, концепт вербализуется в языке готовыми лексемами, фразеологизмами, свободными словосочетаниями, структурными и позиционными схемами предложений, несущими типовые пропозиции (синтаксические концепты), текстами и совокупностями текстов.

Согласно когнитивному подходу в число концептов включаются лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют наивную картину мира носителей языка. Концептами, согласно такому подходу, могут быть любые лексические единицы, в значении которых просматривается способ (форма) семантического представления окружающего мира.

Лингвокультурологический подход относит к числу концептов семантические образования, отмеченные лингвокультурной спецификой, отражающие менталитет языковой личности определенной этнокультуры. Культурные категории и установки отображаются и фиксируются в языке в виде ментальных моделей обыденной картины мира. Таким образом, в языке, опирающемся на контекст культурных традиций, опредмечивается менталитет, т.е. национальное мировидение и миропонимание [23].

Несмотря на то, что понятие «концепт» можно считать базовым, утвердившимся в когнитивной лингвистике, содержание его очень существенно варьируется в концепциях разных научных школ и отдельных ученых.

Концепт – категория мыслительная, ненаблюдаемая, и это дает большой простор для ее толкования. Категория концепта фигурирует сегодня в исследованиях философов, логиков, психологов, культурологов, и она несет на себе следы всех этих внелингвистических интерпретаций [45, с. 123].

Впервые в отечественной науке термин концепт был употреблен С.А. Аскольдовым-Алексеевым в 1928 г. Ученый определил концепт как мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода [9, с. 4].

Д.С. Лихачев примерно в это же время использовал понятие концепт для обозначения обобщенной мыслительной единицы, которая отражает и

интерпретирует явления действительности в зависимости от образования, личного опыта, профессионального и социального опыта носителя языка и, являясь своего рода обобщением различных значений слова в индивидуальных сознаниях носителей языка, позволяет общающимся преодолевать существующие между ними индивидуальные различия в понимании слов. Концепт, по Д.С. Лихачеву, не возникает из значений слов, а является результатом столкновения усвоенного значения с личным жизненным опытом говорящего. Концепт в этом плане, по Д.С. Лихачеву, выполняет заместительную функцию в языковом общении. [37, с. 9].

По мнению Е.С. Кубряковой, «концепт является оперативной единицей памяти, которая входит в концептуальную систему языка» [38, с. 90]. Из приведенных примеров следует, концепт связан с сознанием и подсознанием субъекта, отражающего мир.

В.И. Карасик приводит ряд подходов к концептам, развиваемых разными авторами. Среди них назовем следующие:

1) концепт – идея, включающая абстрактные, конкретно-ассоциативные и эмоционально-оценочные признаки, а также спрессованную историю понятия;

2) концепт – личностное осмысление, интерпретация объективного значения и понятия как содержательного минимума значения [37, с. 281];

3) концепт – это абстрактное научное понятие, выработанное на базе конкретного житейского понятия [48, с. 246];

4) концепт – сущность понятия, явленная в своих содержательных формах – в образе, понятии и в символе [28, с. 19].

Концепты – своеобразные культурные гены, входящие в генотип культуры, самоорганизующиеся интегративные функционально-системные многомерные (как минимум трехмерные) идеализированные

формообразования, опирающиеся на понятийный или псевдопонятийный базис [38, с. 16].

Подытоживая сказанное, В.И. Карасик характеризует концепты как «ментальные образования, которые всегда хранятся в памяти человека и имеют отношение к его жизненному опыту» [23, с. 200]. Это ментальное образование всегда имеет определенную структуру. Ученые выделяют образно-перцептивную и понятийную стороны концепты, определяя его как «переживаемую информацию» [23, с. 128] и как «квант переживаемого знания» [23, с. 361].

А.А. Залевская определяет концепт как «объективно существующее в сознании человека перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера в отличие от понятий и значений как продуктов научного описания (конструктов)» [21, с. 39].

С.Г. Воркачев определяет концепт как «операционную единицу мысли» [15, с. 43], как «единицу коллективного знания (отправляющую к высшим духовным сущностям), имеющую языковое выражение и отмеченную этнокультурной спецификой» [16, с. 51]. Если ментальное образование не имеет этнокультурной специфики, оно, по мнению ученого, к концептам не относится.

М.В. Пименова считает, что «концепт находит воплощение в объектах внутреннего и внешнего мира, концепт – это представление о фрагменте мира» [44, с. 8].

В.В. Красных определяет концепт как «максимально абстрагированную идею "культурного предмета", который не имеет визуального прототипического образа, хотя и образует визуально-образные ассоциации». Национальный концепт репрезентируется в языковом сознании в совокупности «валентных связей, отмеченных национально-культурной маркированностью»; это «своего рода свернутый глубинный "смысл" "предмета"» [29].

Таким образом, в концепции В.В. Красных концепт может быть только единицей высокой степени абстракции, имеющей национально-культурную специфику, называемой словом и включающей словесные ассоциации на имя концепта.

С нашей точки зрения, ассоциативные связи имени концепта принадлежат сфере вербализации концепта и не могут входить в его содержание.

В.В. Красных выделяет, кроме концепта, еще и такую когнитивную единицу, как когнитивная структура.

С точки зрения М.В. Пименовой, «концепт – это некое представление о фрагменте мира; его многомерная структура может быть выражена разнообразными языковыми способами и средствами» [44, с. 10].

Определения термина «концепт» приводятся в работах многих лингвистов, таких как Алефиренко Н.Ф., Вежбицкая А., Маслова В.А., Степанов Ю.С., Телия В.Н. На наш взгляд, самое точное и емкое в аспекте нашего исследования определение дано З.Д. Поповой и И.А. Стерниним: «Концепт как дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [45, с. 27].

Как говорилось ранее, концепты архаичны и их системные отношения образуют концептосферу (термин введен Д.С. Лихачевым) – «это совокупность концептов нации, она образована всеми потенциями концептов носителей языка. Концептосфера народа шире семантической

сферы, представленной значениями слов языка. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа» [37, с. 5].

Концептосфера обуславливает особенности языковой картины мира. Концепты образуют «своего рода культурный слой, посредничающий между человеком и миром» [7, с. 3]. Э.Б. Тайлор полагает, «что культура состоит из знаний, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев, которые могут быть усвоены человеком в период его социализации» [51, с. 42]. В рамках такого подхода акцент делается на контекстуальной связи формирующегося в сознании индивида или коллектива концепта с уже усвоенными всеобъемлющими общественными ценностями данного социума [39, с. 58].

В данном исследовании мы рассматриваем концепт «мужчина» и концепт «женщина» сквозь призму английских афоризмов с антропометрическими существительными.

Необходимо пояснить, что в концептах «мужчина» и «женщина» выделены микроконцепты «внутренний человек», «внешний человек» и «социальный человек». В каждом из этих микроконцептов выявлены концептуальные признаки (ум, ненадежность, непредсказуемость и загадочность и т.п.), объединенные в субконцепты (характер, мышление и т.п.).

1.4 Антропометрические существительные как структуризация образа мужчины и женщины

С позиций распространенной в современном гуманитарном знании антропоцентрической парадигмы гендерный фактор согласуется с общим принципом современного языкознания «человек в языке». С позиций гендерной лингвистики гендер, как социокультурный пол, не являясь лингвистической категорией, может быть рассмотрен через его языковые

репрезентации. Кроме того, «гендерный подход позволяет описать не только антропоцентричную систему языка, но и изучить возможности и границы ее подсистем, связанных с мужественностью и женственностью как двумя ипостасями человеческого бытия» [13].

Конструирование гендера связано с акцентированием различий и изначально предполагает оппозицию «мужского» и «женского», противопоставление конкурирующих типов женственности/феминности и мужественности/маскулинности. В сознании носителей разных языков и культур эти категории могут осмысляться не одинаково и ассоциироваться с различными национальными представлениями и стереотипами, которые определяют как отношение общества к мужчинам и женщинам, так и поведение индивидов в связи с принадлежностью к тому или иному полу, что находит отражение в различных видах дискурса.

В нашей работе мы анализируем гендерные особенности антропометрических существительных и их влияние на афористическую картину мира. Для дальнейшего изложения материала нам необходимо дать определение исследуемому феномену. Антропометрические существительные подразумевают под собой лексемы, включающие в себя гендерные пары лексических оппозиций, отличающихся по социальному и семейному статусу, возрастному признаку.

Необходимо отметить, что в основе гендерных маркеров, выраженных антропометрическими существительными, лежит четкое дихотомическое деление, то есть распределение существительных данной группы на пары соподчиненных элементов с определенной гендерной характеристикой, а именно противопоставлением мужского и женского родов.

Антропометрические существительные образуют одиннадцать гендерных лексических оппозиций. В каждой гендерно оппозиционной паре маркеров, помимо общего доминантного семантического признака

пола, можно выделить ряд микропризнаков, которые, с одной стороны, отличают ту или иную оппозицию от всех остальных, а с другой стороны, могут объединять гендерно противопоставленные лексемы в подгруппы. Таким образом, выделяя некоторые из таких признаков в качестве центральных, можно провести следующую классификацию антропометрических существительных:

1) по возрастному признаку и семейному статусу в одну подгруппу можно включить такие гендерно оппозиционные существительные, как: boy – girl; man – woman; fellow/lad/guy – maid/maiden; Mr. – Mrs./Miss; male – female;

2) по признаку социального статуса и благородного происхождения в одну подгруппу объединяются такие гендерно оппозиционные пары, как: gentleman – lady; lord/master – mistress; knight/chevalier – dame; king – queen; prince – princess; duke – duchess.

Отличительной структурной, особенностью антропометрических существительных, выступающих в качестве гендерных маркеров афоризмов, является доминирование производных пар, в которых слова, обозначающие лицо женского пола, образованы от слов, обозначающих лицо мужского пола. Существует шесть гендерно оппозиционных парных лексем, построенных по такой деривационной -модели образования: man – woman; master – mistress; male – female; prince – princess; duke – duchess; Mr. – Mrs. Гендерно оппозиционных пар с моделью супплетивного способа образования меньше, а именно было зафиксировано пять бинарных оппозиций: boy – girl; gentleman – lady; king – queen; fellow – maid; knight/chevalier – dame.

В лингвистической литературе существуют разные подходы к изучению семантики антропометрических существительных. Одним из наиболее распространенных является подход, направленный на изучение особенностей их апеллятивного потенциала, влияющего на выбор и

возможную замену того или иного существительного в конкретной речевой ситуации, что говорит о важной роли коммуникативных компонентов в их семантике. Как справедливо отмечает Е.С. Кубрякова, «... одна и та же форма может служить источником разных значений, одно и то же значение может быть передано с помощью разных языковых форм. Стратегии говорящего заключаются в выборе надлежащей формы для передачи задуманного значения, стратегии слушающего – в выборе из возможных для данной языковой формы надлежащего значения» [33].

Особое значение в исследованиях, посвященных семантике антропометрических лексем, отводится роли ассоциативного потенциала, который декодирует определенные стереотипные представления, получающие развитие в процессе формирования их семантической структуры. Как отмечает Ю.Д. Апресян, ассоциации «отражают связанные со словом культурные представления и традиции, господствующую в данном обществе практику использования соответствующей вещи и многие другие внеязыковые факторы». Ю.Д. Апресян также считает, что ассоциации, вызванные тем или иным словом, пронизывают сферу коннотаций. Таким образом, ассоциативные признаки антропометрических лексем играют решающую роль в процессе актуализации того или иного семантического компонента лексемы в соответствии с коммуникативной стратегией говорящего. С.В. Силинский подтверждает данную точку зрения в исследованиях речевой вариативности антропометрических лексем. Так, слово «gentleman», как отмечает С.В. Силинский, в определенных речевых условиях может содержать указание на манеру поведения человека, его происхождение и воспитание. В слове «lady», помимо основных сем пола и возраста, присутствует указание на определенный социальный статус женщины в английском обществе. Общество «равных возможностей», отмечает также С.В. Силинский, влияет определенным образом на языковую номинацию и предписывает

коммуникантам специфический речевой этикет; именование людей с более низкой социальной ролью происходит с помощью их личных имен и обращений «Mr.» или «Mrs.» [47].

Продолжая мысль о том, что ассоциативный потенциал антропометрических лексем способствует актуализации определенных стереотипных образов в сознании носителей английского языка, следует также отметить замечание С.В. Силинского о концептуальных признаках слов «maiden» и «dame», которые содержат указание на отношение к браку и на определенный статус. Слово «dame», например, в британском варианте современного английского языка употребляется редко, а в американском варианте оно функционирует с эмотивным компонентом пренебрежительного отношения. Словарь сленга сопровождает его следующей дефиницией: «woman, often with the implication of promiscuity» [47].

Большим ассоциативным потенциалом обладают и антропометрические лексемы, называющие людей по признаку имущественного и социального положения, а именно «king – queen», «prince – princess», «duke – duchess», в которых, по мнению исследователя английской лексики Х.С. Серенсена, в основу номинации кладется признак иерархии. Ассоциативное поле семантики данных лексем способствуют формированию определенных стереотипных образов, связанных с такими концептуальными признаками, как «правитель», «самый главный», «высокое социальное положение», «власть», «богатство». С.В. Силинский указывает на то, что импликационные компоненты таких слов, как «king – queen», «prince – princess», «duke – duchess», являются рефлексамии ассоциативных признаков денотатов, каковыми являются «distinguished in wealth, in power, clothes, manners» и ряд других.

С позиции гендерных исследований интерес также представляет работа американского лингвиста Линды Бебоут, посвященная изучению

современного употребления и новых тенденций в изменении значения таких антропометрических лексем, как «lady–gentlemen»; «woman–man»; «girl–boy» [55]. Л. Бебоут проводила исследование данных лексем по следующим аспектам: параллельное/синхронное употребление «lady–gentlemen» и «woman–man»; социальный статус данных слов; степень сексуальности, подразумеваемая при употреблении данных оппозиций; рассмотрение укоренившихся стереотипов в устойчивых выражениях; установление возрастных границ таких оппозиций, как «maid-fellow», «woman – man»; «lady – gentleman»; «girl – boy», а также выявление так называемых приоритетов в употреблении информантами данных слов для описания людей в различных ситуациях, например, при разговоре с ребенком о незнакомом человеке того или иного пола, или при обращении к человеку не состоящем в браке или к лицу противоположного пола. В отличие от соответствующих мужских лексем, «lady», «woman», «girl» могут употребляться по отношению к референтам разных возрастных категорий – особенно лексема «girl», которая может относиться к человеку гораздо старшего возраста, чем слово «boy». Также усиливается тенденция употребления лексемы «guу» во множественном числе по отношению к группе людей, включающей лица женского пола. Говоря о паре лексем «woman – man» следует отметить, что по большей части они разделяется между собой исключительно по половому признаку, то есть в них не содержится дополнительных коннотаций. Что касается пары антропометрических лексем «lord/master – mistress», в современном языке они стали редко употребляемы. Чаще всего лексема «lord» стала употребляться в обращении к богу, в дискурсе веры, хотя исторически сложилось, что лексема может быть употреблена в обращении к человеку высшего звания, высокого поста и титула. Лексема «master» исторически понималась как человек, на которого работают люди, особенно слуги или рабы. В современном дискурсе данная лексема понимается как человек,

обладающий или демонстрирующий большое мастерство или навык, или как человек, возглавляющий организацию или группу. Лексема феминного характера «mistress» может быть рассмотрена с нескольких дефиниций, таких как женщина в положении власти или контроля или, употребляемая в большинстве случаев, женщина, состоящая в отношениях с женатым мужчиной.

Однако следует отметить, что подобная классификация проводится без учета процесса афоризации, т.е. без учета той роли, которую играет то или иное существительное в результирующем значении афоризма. Если учитывать, какие именно признаки в семантике самой лексемы участвовали в формировании семантики соответствующего афоризма, то классификация оппозиций может быть иной.

Исследование гендерно маркированных оппозиций той части лексикона английского языка, к которой относятся слова, семантической доминантой которых является признак пола, чрезвычайно важно для полного и адекватного восприятия и понимания языковых реалий. Наметившиеся тенденции в ином восприятии и понимании антропометрических существительных, говорят об изменениях этой части концептуального пространства английского этноса. Исследование наиболее востребованных в коммуникативном плане концептуальных признаков мужских и женских антропометрических существительных способствует более глубокому проникновению в глубинные структуры афористики, раскрывает причины гендерных асимметрий английских афоризмов с данными существительными, а также способствует представлению более полной картины взаимодействия, взаимосвязи и специфики функционирования гендерных категорий во фразеологическом пространстве английского языка.

Выводы по первой главе

По мере познания мира человек формирует собственное представление о мире, т.е. в его сознании возникает некая «картина мира». Люди, набираясь опыта, трансформируют его в определенные понятия, которые образуют концептуальную систему; он непрерывно конструируется, видоизменяется и совершенствуется человеком.

Лингвистическая картина мира отражает реальность через концептуальную картину мира. Дело в том, что язык, с одной стороны, подчиняет и организует восприятие мира своими носителями, а с другой – формирует свой мир, накладываемый на мир реальный. Концептуальные и языковые картины мира тесно взаимосвязаны, находятся в состоянии непрерывного взаимодействия и восходят к реальной картине мира. В рамках языковой картины мира некоторые авторы выделяют афористическую картину мира, то есть часть авторской языковой картины мира.

Для оценки текущей ситуации в мире мужчин и женщин используется так называемая гендерная картина мира, которая понимается как упорядоченный, последовательный и внутренне согласованный, структурированный набор социокультурных ориентаций, ценностей, взглядов, идеалов, существующих в обыденном сознании, в котором отражается социальная дифференциация полов.

Афористический фонд языка предоставляет неисчерпаемые возможности для гендерных исследований. Его особенности, такие как долгосрочность хранения культурно значимой информации, с одной стороны, и быстрый отклик на самые актуальные социокультурные тенденции с другой стороны, позволяют более полно раскрывать особенности концептов мужчина и женщина, отражающих характерный для различных культур социальный опыт.

Данное исследование посвящено гендерным особенностям афоризмов с антропометрическими существительными. Материал был подобран по гендерным маркерам структуры, т. е. отбирались афоризмы, опорными компонентами структуры которых являются слова, называющие людей по признакам пола и/или возраста. Данная группа гендерных маркеров включает 10 гендерных лексических оппозиций, в основе которых лежит противопоставление мужского и женского рода.

Принципиально важным вопросом при рассмотрении специфики выражения и реализации гендерного фактора является дифференциация таких понятий, как семантическая гендерная маркированность, структурная гендерная маркированность и гендерная референция афоризмов.

Поскольку в ходе исследования рассматриваются концептуальные основания формирования семантики афоризмов с антропометрическими существительными, среди множества актуальных вопросов когнитивной лингвистики, один представляет особый интерес для данного исследования, а именно вопрос о концептуальных основаниях языковых единиц.

Когнитивная лингвистика имеет своим предметом изучение семантики единиц, репрезентирующих в языке тот или иной концепт.

Применение когнитивного анализа гендерно маркированных афоризмов английского языка расширяет границы их исследования, т. к. в качестве отправной точки исследования взята антропоцентрическая сущность афоризмов. Весь культурный «багаж» гендерно маркированных афоризмов, представлен в виде информационных матриц, содержащих и представляющих фоновые знания, раскрывающие восприятие и понимание гендера как социокультурного концепта картины мира, который отражает представления о роли и месте мужчин и женщин в том или ином социуме.

ГЛАВА 2. ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ АФОРИЗМОВ С АНТРОПОМЕТРИЧЕСКИМИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ

2.1 Принципы отбора материала. Гендерный маркер в английских афоризмах

Обращаясь к содержанию антропометрических существительных «man» и «woman» и их объективации афоризмами, Г.Л. Пермяков пишет, что «афоризмы представляют интерес, поскольку служат средством отражения языковой картины мира, раскрывая ее ценностное содержание и выделяя культурные стереотипы» [43, с.37]. Анализ гендерной отнесенности афоризмов подразумевает определение того, с помощью каких средств осуществляется фиксация гендерного компонента. Основным таким средством выступает гендерный маркер. Материал отбирается по гендерным маркерам структуры методом сплошной выборки, то есть отбираются афоризмы, опорными компонентами структуры которых являются антропометрические существительные. Под гендерной маркированностью мы, вслед за Кирилиной А.В., понимаем указание на признак биологического пола в значении лексической единицы, т.е. на признак «лицо женского пола» или «лицо мужского пола», а не на «лицо в общем» [26].

Для более четкого представления и разграничения понятий мы прибегли к определению дефиниционной части антропометрических существительных «man» и «woman». Дефиниционная часть представляет собой определение через набор свойств, необходимых и достаточных для отнесения объекта к какому-либо классу. Для её определения мы воспользовались толковыми словарями английского языка.

В словаре Cambridge Dictionary Online слово «woman» определяется как an adult female person.

Macmillan Dictionary так же рассматривает дефиницию слова «woman»: an adult female person

- a. [only before noun] used for saying that someone who does something is a woman;
- b. [singular] all women considered as a group;
- c. spoken a rude way of addressing a woman when you are annoyed;
- d. informal your girlfriend, wife, or partner. Some people think this use is offensive.

Словарь Merriam-Webster дает следующую характеристику:

- a. an adult female person;
- b. a woman belonging to a particular category (as by birth, residence, membership, or occupation) – usually used in combination.

Словарь Oxford Advanced Learner`s dictionary дает следующее определение слову «woman»:

1. An adult female human being: men, women and children;
2. Female human beings in general;
- 3.3 (In compounds) a woman who comes from the place mentioned or whose job is connected with the thing mentioned: a businesswoman;
4. A female worker, especially one who works with her hands;
5. (Old-fashioned, spoken) a rude way of addressing a female person in an angry or important way;
6. (sometimes disapproving) a wife or sexual partner».

Мы можем отметить, что делается акцент на физиологических и возрастных характеристиках, социальный статус определяется не только со стороны семейного положения, но и в зависимости от места и вида работы. Более того, указывается возможность использования этой единицы в качестве грубого обращения к лицам женского пола.

Обращаясь к вышеупомянутым словарям, мы можем увидеть следующие определения слова «man»:

В словаре Cambridge Dictionary Online слово «man» определяется как an adult male human.

Macmillan Dictionary тоже дает определение 1. an adult male human наравне с такими как

2. a person of either sex;
3. someone who is strong and brave, as a man is traditionally expected to be;
6. a husband, boyfriend, or sexual partner

Словарь Merriam-Webster характеризует слово «man» следующим образом:

- 1a. (1): an individual human *especially*: an adult male human;
- (2): a man belonging to a particular category (as by birth, residence, membership, or occupation);
- (3): HUSBAND;
- (4): LOVER.

Словарь Oxford Advanced Learner`s дает следующие определения:

1. A male person;
6. Soldier/worker;
14. People in authority.

Делая вывод из приведенных определений, характеристика мужчине дается на основе физиологических характеристик, а также на основе его социального статуса в обществе в отношении женщины, положения и занимаемой должности.

В нашу выборку вошли афоризмы англоязычных авторов с наименованиями boy – girl; man – woman; maid/maiden – fellow/guy/; Mr. – Mrs. – Miss; male – female; gentleman – lady; lord/master – mistress; knight – dame; king – queen.

В результате проведенного исследования, нами было выбрано 200 афоризмов англоязычных авторов XX – XXI веков. В одном афоризме

может встречаться сразу несколько номинативных единиц, относящихся как к женскому, так и к мужскому полу. Частота их употребления представлена в следующих таблицах.

Таблица 1 – Частота употребления маскулинного гендерного маркера в английских афоризмах

Гендерный маркер	Количество употреблений	Количество употреблений в процентах (%)
Man/men	97	76.9
Fellow	5	3.9
Male	5	3.9
Gentleman	4	3.2
Guy	3	2.4
Boy	3	2.4
King	2	1.6
Mr.	2	1.6
Lord	2	1,6
Knight	2	1,6
Master	1	0,9
Итого	126	100

Таблица 2 – Частота употребления феминного гендерного маркера в английских афоризмах

Гендерный маркер	Количество употреблений	Количество употреблений в процентах (%)
Woman/women	105	72.4
Girl	10	6.9
Female	6	4.1
Lady	6	4.1
Queen	6	4.1
Maid	4	2.8
Mrs.	3	2.1
Mistress	3	2.1
Dame	2	1.4
Итого	145	100

Опираясь на данные двух таблиц, мы видим, что разница между количеством употреблений маскулинных и феминных маркеров незначительна, учитывая тот факт, что в структуру некоторых афоризмов входят одновременно несколько антропометрических существительных.

Большое количество афоризмов с гендерными маркерами можно объяснить тем, что образы мужчины и женщины противопоставлены друг

другу в сознании людей. Контрастное представление их в одном афоризме помогает наиболее ярко представить черты каждого из них.

2.2 Основания классификации афористических единиц с феминным маркером

Исходя из представления о человеке как о сложном существе и учитывая результаты проведенного дефиниционного анализа, концепт женщина можно разделить на 3 микроконцепта, которые в свою очередь состоят из различных концептуальных признаков (понятийных компонентов), объективируемых в языке афоризмами: «внутренний человек» – психологические характеристики, моральные качества, интеллектуальные способности; «внешний человек» – биолого-физиологические характеристики и внешность; и «социальный человек» – семейное положение, социальный статус, социально значимая деятельность. Микроконцепты – это концепты меньшего объема, которые могут полностью или частично включаться в состав концепта большего объема значения.

Для того чтобы выявить особенности концепта «woman», в наибольшей степени повлиявшие на становление стереотипного образа женщины в английской лингвокультуре, мы проанализировали 200 английских афоризмов.

Изучение прототипического компонента концепта «woman» происходило посредством анализа конкретных характеристик образа женщины в афоризмах англоязычных авторов. Критерием прототипичности выступала продуктивная частотность. В связи с тем, что авторами афоризмов являются и мужчины, и женщины, мы считаем уместным указать процент авторов – мужчин (44.5 %) и процент авторов – женщин (55.5 %).

Результаты анализа практического материала в рамках 3 микроконцептов: внутренний, внешний и социальный человек позволили нам выделить следующие понятийные (концептуальные) признаки и объединить их в субконцепты такие как «характер», «мышление», «любовь» и «взаимоотношения с противоположным полом».

Частота встречаемости понятийных компонентов концепта «женщина» («woman») в афоризмах англоязычных авторов представлена в Таблице 3.

Таблица 3 – Частота встречаемости понятийных компонентов концепта «женщина» в афоризмах англоязычных авторов

Понятийный компонент концепта «женщина»	Количество употреблений (абсолютная частота событий)	Процентное соотношение (относительная частота событий)
1. Внутренний человек	62	43
<u>1.1 Характер</u>	<u>29</u>	<u>20</u>
1.1.1 Непредсказуемость и загадочность	6	4
1.1.2 Злость	3	2
1.1.3 Целеустремленность	3	2
1.1.4 Уникальность	3	2
1.1.5 Твердость и стойкость	3	2
1.1.6 Эмоциональность	3	2
1.1.7 Самоуничижение	2	1
1.1.8 Общительность и болтливость	2	1
1.1.9 Лень	1	1
1.1.10 Воспитанность	1	1
1.1.11 Слабохарактерность	1	1
1.1.12 Свободолюбие	1	1
<u>1.2 Мышление</u>	<u>22</u>	<u>15</u>
1.2.1 Женская мудрость	10	7
1.2.2 Женская хитрость	6	4
1.2.3 Женская глупость и легкомыслие	3	2
1.2.4 Женские мечты	2	1
1.2.5 Женская интуиция	1	1
<u>1.3 Любовь</u>	<u>11</u>	<u>8</u>
1.3.1 Обесценивание женщины в отношениях	7	5
1.3.2 Любовь к «плохим парням»	3	2
1.3.3 Необходимость быть любимой	1	1
2. Внешний человек	27	19
<u>2.1 Красота</u>	<u>24</u>	<u>17</u>
2.1.1 Женская красота и образ	13	10

Продолжение Таблицы 3

2.1.2 Влияние женской красоты на мужчину	3	2
2.1.3 Детали внешности	3	2
2.1.4 Отношение к полноте	3	2
2.1.5 Превосходство над мужчиной	2	1
<u>2.2 Возраст</u>	<u>3</u>	<u>2</u>
2.2.1 Отношение к старению	2	0.65
2.2.2 Долголетие женщины	1	0.35
3. Социальный человек	56	38
<u>3.1 Взаимоотношения с мужчиной</u>	<u>32</u>	<u>22</u>
3.1.1 Превосходство женщины как личности	14	11
3.1.2 Разница между мужчиной и женщиной	9	6
3.1.3 Влияние противоположных полов друг на друга	5	3
3.1.4 Стремление к финансовой стабильности	2	1
3.1.5 Взаимозависимость мужчины и женщины	2	1
<u>3.2 Борьба женщин за равноправие</u>	<u>8</u>	<u>6</u>
3.2.1 Сторонники феминизма	5	3.5
3.2.2 Противники феминизма	3	2.5
<u>3.3 Отношение к браку</u>	<u>16</u>	<u>10</u>
3.3.1 Образ мужа	5	3
3.3.2 Брачный опыт	5	3
3.3.3. Несчастный брак	4	3
3.3.4 Финансовая зависимость в браке	2	1
Итого	145	100

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «внутренний человек» (43 %) три категории концептуальных признаков: характер, мышление и любовь. В довольно большой группе афоризмов (20 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «характер». Первый концептуальный признак «непредсказуемость, загадочность» выделен нами на основе афоризмов, которые составляют 4 % от данной группы:

«Men like to pursue an elusive woman like a cake of wet soap – even men who hate baths». (Gelett Burgess)

Следующий концептуальный признак «злость» составляет 2 %:

«All women are born evil. Some just realize their potential later in life than others». (Chad Gamble)

Выделенный нами концептуальный признак «целеустремленность» отражен в 2 % афоризмов:

«Not only have women been successful in entering fields in which men are supposed to have a more natural aptitude, but they have created entirely new businesses». (Lucretia Hunter)

Другой концептуальный признак, формулируемый нами как «уникальность» отражен в 2 % афоризмов:

«Woman is the only creature in nature that hunts down its hunters and devours the prey alive». (Abraham Miller)

«Твердость и стойкость» как концептуальный признак отражен в 2 % афоризмов:

«A woman is like a teabag; you never know how strong she is until she gets into hot water». (Eleanor Roosevelt)

Выделенный нами концептуальный признак «эмоциональность» отражен в 2 % афоризмов:

«Women have to be controlled: we're just too emotional». (Laura Schlessinger)

Признаком рассматриваемого микроконцепта является также «самоуничужение», который составляет 1 %:

«Man is not the enemy here, but the fellow victim. The real enemy is women's denigration of themselves». (Betty Friedan)

Признаком рассматриваемого микроконцепта является также «общительность и болтливость» и он составляет 1 %:

«They say that women talk too much. If you have worked in congress you know that the filibuster was invented by men». (Clare Boothe Luce)

Концептуальный признак «лень» выделен нами на основе следующего афоризма и составляет 1 % от выборки:

«There are no ugly women, only lazy ones». (Helena Rubenstein)

Еще один концептуальный признак, формулируемый нами как «воспитанность», отражен в афоризме и составляет 1 %:

«Well-behaved women rarely make history». (Laurel Ulrich)

Выделенный нами концептуальный признак «слабохарактерность» в количестве 1 % отражен в афоризме:

«That woman speaks eight languages and can't say "no" in any of them». (Dorothy Parker)

Последним концептуальным признаком в данной категории является «свободолюбие», который составляет 1 % от выборки, и он выделен нами на основе следующего афоризма:

«If you're a queen, you're powerless, so I'd probably demote myself and go shopping». (Helena Bonham Carter)

В следующей группе афоризмов (15 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединённые нами в субконцепт «мышление».

Содержание концепта «женщина» в том виде, как оно представлено в афористике, имеет неоднородный и противоречивый характер. Первый концептуальный признак «женская мудрость» выделен нами на основе афоризмов, процент которых составляет 7 %:

«Women are wiser than men because they know less and understand more». (James Thurber)

Некоторые авторы относятся с иронией, к тому, что женщины знают все:

«I hate women because they always know where things are». (James Thurber)

Наряду с вышеуказанным признаком в ряде афоризмов объективирован концептуальный признак «женская хитрость», составляющий 4 % от данной категории:

«Man forgives woman anything save the wit to outwit him». (Minna Antrim)

Выделенный нами концептуальный признак «женская глупость» отражен в 2 % афоризмов:

«When a man meets catastrophe on the road, he looks in his purse, but a woman looks in her mirror». (Margaret Turnbull)

Признаком рассматриваемого микроконцепта являются так же «женские мечты», который составляет 1 %:

«I'd like to be a queen in people's hearts but I don't see myself being queen of this country». (Princess Diana)

Концептуальный признак «женская интуиция» составляет 1 % в данной категории:

«Intuition is what enables a woman to put two and two together and come up with an answer that suits her». (B. Johns)

В рамках микроконцепта «внутренний человек» в небольшой группе афоризмов (8 % от выборки) объективированы следующие концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «любовь».

Первый концептуальный признак «обесценивание женщины в отношениях» составляет 5 % от группы:

«It isn't tying himself to one woman that a man dreads when he thinks of marrying, it's separating from all the others». (Helen Rowland)

Следующий концептуальный признак, формулируемый нами как «любовь к плохим парням» отражен в 2 % афоризмов:

«A woman has got to love a bad man once or twice in her life to be thankful for a good one». (Mae West)

Признаком рассматриваемого концепта является также же «необходимость быть любимой», который составляет 1 %:

«A woman's whole life is a history of the affections». (Washington Irving)

На основе проведенного анализа афоризмов в рамках микроконцепта «внешний человек» были выделены два субконцепта: красота и возраст. В группе афоризмов (17 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «красота».

Первый концептуальный признак «женская красота и образ» выделен нами на основе 10 % афоризмов в группе:

«Modern paintings are like women, you'll never enjoy them if you try to understand them». (Freddie Mercury)

Признаком рассматриваемого концепта является «влияние женской красоты на мужчину» и он составляет 2 % от выборки:

«There are three things men can do with women: love them, suffer for them, or turn them into literature». (Stephen Stills)

Признаком рассматриваемого микроконцепта являются также «детали внешности», который составляет 2 %:

«The reason it takes a woman longer to dress is because she has to slow down on the curves». (Morey Amsterdam)

Наряду с вышеуказанным признаком в ряде афоризмов объективирован концептуальный признак «отношение к полноте», составляющий 2 %:

«We have women in the military, but they don't put us in the front lines. They don't know if we can fight or if we can kill. I think we can. All the general has to do is walk over to the women and say, "You see the enemy over there? They say you look fat in those uniforms."» (Elayne Boosler)

Следующий концептуальный признак «превосходство над женщиной» отражен в 1 % афоризмов:

«Women's virtue is man's greatest invention». (Cornelia Otis Skinner)

«Возраст» – еще один субконцепт в данном микроконцепте – отражен в небольшой группе афоризмов (2 % от выборки).

Выделенный нами концептуальный признак «отношение к старению» отражен в 0.65 % афоризмов:

«Nowadays a woman's first gray hair is usually her last one». (G. E. Meyer)

Еще один концептуальный признак «долголетие» находит свое отражение в 0.35 % афоризмов:

«Men have a much better time of it than women: for one thing they marry later, for another thing they die earlier». (H. L. Mencken)

Третий проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «социальный человек» три субконцепта. В довольно большой группе афоризмов (22 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «взаимоотношения с мужчиной».

Первый концептуальный признак «превосходство женщины как личности» находит свое отражение в 11 % афоризмов

«You educate a man; you educate a man. You educate a woman; you educate a generation». (Brigham Young)

Следующий концептуальный признак «разница между мужчиной и женщиной» отражен в 6 % афоризмов:

«When a man gets up to speak, people listen, then look. When a woman gets up, people look: then, if they like what they see, they listen». (Pauline Frederic)

«Влияние противоположных полов друг на друга» как концептуальный признак отражен в 3 % афоризмов:

«A good man doesn't just happen. They have to be created by us women. A guy is a lump like a doughnut». (Roseanne Barr)

Выделенный нами концептуальный признак «стремление к финансовой стабильности» выделен на основе 1 % афоризмов:

«A successful man is one who makes more money than his wife can spend. A successful woman is one who can find such a man». (Lana Turner)

Выделенный нами концептуальный признак «взаимосвязь мужчины и женщины» объективирован в 1 % афоризмов:

«Women want mediocre men, and men are working hard to become as mediocre as possible». (Margaret Mead)

В рамках данного микроконцепта, в следующей группе афоризмов (6 % от выборки) отражены концептуальные признаки, сгруппированные нами в категорию «борьба женщин за равноправие».

Первый концептуальный признак «сторонники феминизма» выделен нами на основе 3.5 % афоризмов:

«Mr. President how long must women wait to get their liberty? Let us have the rights we deserve». (Alice Paul)

Следующий концептуальный признак «противники феминизма» объективирован в 2.5 % афоризмов:

«If civilization had been left in female hands we would still be living in grass huts». (Camille Paglia)

В последней группе афоризмов (10 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «отношение к браку».

Признаком рассматриваемого микроконцепта является «образ мужа», который составляет 3 %:

«A husband is what is left of a lover after the nerve has been extracted». (Helen Rowland)

«Брачный опыт» как концептуальный признак, отражен в 3 % афоризмов:

«No man or woman really knows what perfect love is until they have been married a quarter of a century». (Mark Twain.)

«Несчастный брак» как концептуальный признак, отражен в 2.5 % афоризмов:

«I married beneath me. All women do». (Lady Nancy Astor)

Следующий концептуальный признак «финансовая зависимость в браке» выделен нами на основе 1.5 % афоризмов:

«When you see what some women marry, you realize how they must hate to work for a living». (Helen Rowland)

Проанализировав практический материал, мы можем составить приблизительный портрет женщины в афористической картине мира англоязычного человека. Женщине в английской лингвокультуре свойственны такие черты характера, как непредсказуемость и загадочность, самоуничижение и злость, целеустремленность и уникальность, твердость и воспитанность, общительность и эмоциональность, свободолюбие и слабохарактерность.

Содержание концепта «женщина» в том виде, как оно представлено в английской афористике, имеет неоднородный и противоречивый характер. С одной стороны, авторы признают, что женщина обладает особой мудростью и хитростью, которая заменяет им мужскую логику. С другой стороны, женщине так же свойственно быть глупой и легкомысленной, предаваться мечтаньям. Такое разнообразие в описании женского мышления можно объяснить тем, что авторы-мужчины, как и авторы-женщины, делают выводы не только с точки зрения своего пола, но и общей картины мира и своего опыта в целом.

В любви женщина также противоречива: она нуждается в любви и хочет быть любима. В то же время женщину больше привлекает образ «плохого парня», где часто присутствует момент обесценивания женщины в отношениях. В этом проявляется нелогичность и противоречивость женской натуры.

Во взаимоотношениях с мужчиной женщина, в глазах англоязычных авторов, часто проявляет себя не с лучшей стороны. Она пользуется своей властью над мужчиной, часто чтобы удовлетворить свои меркантильные интересы. Многие авторы признают, что мужчина и женщина сильно отличаются друг от друга и им никогда не быть друзьями, так как между ними всегда будет возникать либо вражда, либо страсть и любовь.

Концепт женской красоты так же является частой темой для высказываний. Авторами признаётся сила женской красоты и её важность для женщины. Здесь есть тесная взаимосвязь с отношением женщин в своей полноте, а также с концептом возраста. Авторами подчёркивается, что женщины часто скрывают свой возраст, желая казаться моложе, чем они есть, и присутствуют негативные высказывания насчет женской полноты.

Что касается взаимоотношений мужчины и женщины, данный концептуальный признак является самым обширным в нашей анализе. Авторы высказываний активно сравнивают разницу, взаимозависимость, влияние мужчин и женщин друг на друга. Не упускается аспект превосходства женщины как личности, как в афоризмах авторов-мужчин, так и авторов-женщин.

Большинство авторов настроены очень решительно и выступают за равноправие полов. Тем не менее, встречаются авторы, которые выступают против идей феминисток. На этот счет у мужчин и, в том числе, женщин свое мнение, и превосходство женщины вызывает негативную реакцию.

Проведенный анализ показал, что главными концептуальными основаниями феминных афоризмов с антропометрическими существительными являются «непредсказуемость и загадочность», свидетельствующие о таинственных и неуловимых для мужчины чертах; «женская мудрость» об умении принимать взвешенные решения; «обесценивание женщины в отношениях», говорящее об умалении её

личности в отношениях с мужчиной; «женская красота и образ», представляющие женщину с учетом всех ее достоинств и качеств; «превосходство женщины как личности», отражающее ее социальный статус в обществе по сравнению с мужчинами.

Идеальной женщиной в афористической картине мира англоязычного человека является женщина, которая выглядит счастливой и красивой, при этом добивается этого без помощи мужчин и не навязывается им. Кроме этого, женщина отличается чувственностью и умеет сочетать в себе добродетель с пороком.

2.3 Основания классификации афористических единиц с маскулинным маркером

Исходя из анализа, проделанного в пункте 2.2, концепт мужчина можно разделить на 3 микроконцепта, таких как «внутренний человек», «внешний человек» и «социальный человек», и ряд концептуальных признаков.

Для того, чтобы выявить особенности концепта «man», в наибольшей степени повлиявшие на становление стереотипного образа мужчины в английской лингвокультуре, мы проанализировали 200 английских афоризмов.

Результаты анализа практического материала в рамках 3 микроконцептов: внутренний, внешний и социальный человек позволили нам выделить следующие понятийные (концептуальные) признаки и объединить их в субконцепты, которые представлены в Таблице 4.

Таблица 4 – Частота встречаемости понятийных компонентов концепта «мужчина» в афоризмах англоязычных авторов

Понятийный компонент концепта «мужчина»	Количество употреблений (абсолютная частота событий)	Процентное соотношение (относительная частота событий)
1. Внутренний человек	77	62

Продолжение Таблицы 4

<u>1.1 Характер</u>	<u>53</u>	<u>42</u>
1.1.1 Ум, интеллект	17	12
1.1.2 Ненадежность	11	9
1.1.3 Примитивизм	10	8
1.1.4 Инфантильность	5	4
1.1.5 Эгоизм	4	3
1.1.6 Полигамия	2	2
1.1.7 Жестокость	2	2
1.1.8 Жертвенность	2	2
<u>1.2 Мышление</u>	<u>12</u>	<u>10</u>
1.2.1 Мужчина-завоеватель	8	6
1.2.2 Умение обращаться с деньгами	2	2
1.2.3 Верование	2	2
<u>1.3 Любовь</u>	<u>12</u>	<u>10</u>
1.3.1 Интерес к женщине	11	9
1.3.2 Любовь к сексуальным отношениям	1	1
2. Внешний человек	8	6
2.1 Мужская внешность	4	3
2.2 Мужская сила	4	3
3. Социальный человек	41	32
<u>3.1 Отношения с женщинами</u>	<u>41</u>	<u>32</u>
3.1.1 Мужской образ в глазах женщины	14	10
3.1.2 Мужчина до и после свадьбы	8	6
3.1.3 Превосходство мужчины над женщиной	6	4.5
3.1.4 Измена	4	3
3.1.5 Материальная сторона брака	3	2.5
3.1.6 Неудачный брак	2	2
3.1.7 Избегание брака	2	2
3.1.8 Мужчина в семье	2	2
Итого	126	100

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «внутренний человек» три субконцепта: характер, мышление и любовь. В самой большой группе афоризмов данного анализа (62 % от выборки) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «характер». Первый концептуальный признак «ум, интеллект» выделен нами на основе 12 % афоризмов:

«Giving a man space is like giving a dog a computer: the chances are he will not use it wisely». (Bette-Jane Raphael)

Следующий концептуальный признак «ненадежность» отражен в 9 % афоризмов:

«I regard men as a pleasant pastime but no more dependable than the British weather». (Anna Raeburn)

Выделенный нами концептуальный признак «примитивизм» отражен в 8 % афоризмах:

«To attract men, I wear a perfume called "New Car Interior"». (Rita Rudner)

Другой концептуальный признак, формулируемый нами как «инфантильность», отражен в 4 % афоризмов:

«For all their strength, men were sometimes like little children». (Lawana Blackwell)

Признаком рассматриваемого микроконцепта является «эгоизм», который составляет 3 %:

«No man would listen to you talk if he didn't know it was his turn next». (Edgar Watson Howe)

«Полигамия» как концептуальный признак, отражен в 2 % афоризмов:

«Man is a natural polygamist. He always has one woman leading him by the nose and another hanging on to his coattails». (H. L. Mencken)

Следующим концептуальным признаком является «жестокость», который отражен в 2 % афоризмов:

«If you want to sacrifice the admiration of many men for the criticism of one-go ahead, get married». (James A. Gibbs)

Последним признаком рассматриваемого концепта является «жертвенность», который составляет 2 %:

«Man is not the enemy here, but the fellow victim. The real enemy is women's denigration of themselves». (Betty Friedan)

В рамках микроконцепта «внутренний человек» в небольшой группе афоризмов (10 % от выборки) объективированы следующие концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «мышление».

Первый концептуальный признак «мужчина-завоеватель» выделен нами на основе 6 % афоризмов:

«I expect that Woman will be the last thing civilized by Man». (George Meredith)

Следующий концептуальный признак «умение обращаться с деньгами» основан на 2 % афоризмов:

«A successful man is one who makes more money than his wife can spend. A successful woman is one who can find such a man». (Lana Turner)

Последний признак категории называется «верование» и основан на 2 % афоризмов:

«Even though I don't personally believe in the Lord, I try to behave as though He was watching». (Christopher Reeve)

В рамках микроконцепта «внутренний человек» в небольшой группе афоризмов (10 % от выборки) объективированы следующие концептуальные признаки, объединенные нами в субконцепт «любовь».

Первый концептуальный признак «интерес к женщине» выделен нами на основе 9 % афоризмов:

«Men like to pursue an elusive woman like a cake of wet soap – even men who hate baths». (Gelett Burgess)

Последний концептуальный признак, формулируемый нами как «любовь к сексуальным отношениям», отражен в 1 % афоризмов:

«A man is in love when something in his head, something in his and chest and something in his pants react to a certain woman». (Brian Hwang)

На следующем этапе исследования был проведен анализ в рамках микроконцепта «внешний человек». В небольшой группе афоризмов (6 % от выборки) отражены два концептуальных признака и первым является «мужская внешность», который составляет 3 %:

«A man should be taller, older, heavier, uglier, and hoarser than his wife». (Edgar Watson Howe)

Признаком рассматриваемого концепта является также же «мужская сила», который составляет 3 % от микроконцепта:

«There is nothing noble in being superior to your fellow men. True nobility lies in being superior to your former self». (Ernest Hemingway)

Третий этап исследования афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «социальный человек» восемь концептуальных признаков, объединенных в субконцепт «отношения с женщиной» и составляющих 32 % от выборки.

Первый концептуальный признак «мужской образ в глазах женщины» находит свое отражение в 10 % афоризмов:

«I require three things in a man: He must be handsome, ruthless, and stupid». (Dorothy Parker)

Следующий концептуальный признак «мужчина до и после свадьбы» основывается на 6 % афоризмов:

«Before marriage, a man will lay down his life for you; after marriage he won't even lay down his newspaper». (Helen Rowland)

«Превосходство мужчины над женщиной» является еще одним концептуальным признаком, основывающимся на 5 % афоризмов:

«When a man gets up to speak, people listen, then look. When a woman gets up, people look: then, if they like what they see, they listen». (Pauline Frederick)

Наряду с вышеуказанным признаком в ряде афоризмов объективирован концептуальный признак «измена», основывающийся на 3 % афоризмов:

«There is nothing like a good dose of another woman to make a man appreciate his wife». (Clare Boothe Luce)

Выделенный нами концептуальный признак «материальная сторона брака» отражен в 2 % афоризмов:

«The biggest mystery to a married man is what a bachelor does with his money». (Alan King)

Следующим концептуальным признаком является «неудачный брак», который составляет 2 % от микроконцепта:

«Many a man in love with a dimple makes the mistake of marrying the whole girl». (Stephen Leacock)

Предпоследним концептуальным признаком является «избегание брака», который основывается на 2 % афоризмов:

«Most men who are not married by the age of thirty-five are either homosexual or really smart». (Becky Rodenbeck)

Последним концептуальным признаком этого микроконцепта является «мужчина в семье» и он основывается на 2 % афоризмов:

«A man in the house is worth two in the street». (Mae West)

Проанализировав практический материал, мы можем составить приблизительный портрет мужчины в афористической картине мира англоязычного человека. Мужчина в английской языковой картине мира не является примерным семьянином – он обладает такими качествами как инфантильность, откуда вытекают простота и ненадёжность, примитивизм, но в то же время умен, хотя некоторые афоризмы представляют мужской интеллект с саркастическим подтекстом.

У него есть качество как мужчина-завоеватель, но чаще всего оно относится не к каким-либо свершениям, а к желанию обладать женщиной

и провозглашать свое превосходство над ней. То есть женщина выступает главным образом в качестве объекта мужского выбора. Мужчина полигамен и его важную черту составляют постоянный интерес к женщине и сексуальные отношения.

Что касается внешности, мужчина описывается как сильный вид, внешне высокий, взрослый, но не очень симпатичный.

Зачастую брак неудачен для мужчины, отсюда распространен мотив избегания брака. Часто встречается фактор изменения мужчины не в лучшую сторону, сравнивая его до и после брака. Мужчину, как показало исследование, отличает неверность и отсутствие помощи по хозяйству.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что главными концептуальными основаниями маскулинных афоризмов с антропометрическими существительными являются «ум, интеллект», что свидетельствует об интеллекте мужчины, хотя зачастую и в ироничном ключе; «ненадежность», говорящая о ветрености и изменчивости мужской натуры; «мужской образ в глазах женщины», отражающий мужской портрет, воспринимаемый женщинами XX-XXI веков; «интерес к женщине», отмечающий внимание мужчины к женской натуре.

Такое критическое отношение к сильному полу можно объяснить зародившимся в 60-х – начале 70-х годов XX столетия «Новым женским движением» прежде всего в англоязычных странах и росту особой популярности идей феминизма на Западе. Позиция сторонников феминизма основывалась на убеждении в том, что женщины обладают более высокой моралью. Его сторонницы видели женщин не похожими на мужчин, отличными от них своей склонностью к кооперации, миролюбию (когда мужчины склонны к агрессивности и соревновательности). Феминистки полагали, что если дать женщине больший доступ к общественной жизни, то она принесет в нее нечто революционное.

2.4 Сравнительная характеристика афоризмов с маскулинными и феминными маркерами

Исследовав афористические единицы с феминным и маскулинным маркером по отдельности, мы можем провести сравнительный анализ двух образов, проецируемых в афористической картине мира.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что анализ гендерно маркированных афоризмов способствует раскрытию понимания культурных стереотипов «мужественности» и женственности».

Результаты анализа свидетельствуют о том, что главным микроконцептом как маскулинных, так и феминных афоризмов с антропометрическими существительными является «внутренний человек» (психологические, интеллектуальные и моральные характеристики и качества человека).

Анализ афоризмов так же позволяет сделать вывод о том, что в течение последних десятилетий снижается патриархальный уклон в мужском портрете в афоризмах. Суть афоризмов, затрагивающих гендерные отношения, неким образом обретают определённую изменчивость в их смысловой нагрузке – привычное патриархальное главенствование утрачивает свою силу и привычную частоту употребления. Мы привыкли к тому, что мужчина является главенствующим звеном в современной жизни, что зачастую ущемляет права женщин и создает определённую стереотипность в их отношении.

Большое значение при определении степени социальной значимости мужчин и женщин имеет анализ оценочного компонента семантики афоризмов с антропометрическими существительными.

Мы провели анализ на наличие отрицательной и положительной оценки в афоризмах с феминным и маскулинным маркерами, учитывая авторство афоризмов. Результат анализа представлен в Таблице 5 [см. Приложение 1]

Опираясь на данные проведенного нами исследования, мы можем сделать вывод о том, что положительная оценка в портрете женщины преобладает (29.5 %): афоризмы, где автором выступает женщина (21.5 %), значительно перевешивают в количественном отношении те, где автором является мужчина (8 %), что говорит об их большей лингвокультурной значимости для английского социума на основе материала нашей выборки. Мужской образ с положительной оценкой присутствует в исследовании в два раза реже, чем женский (13.5 %): авторство мужчин немногим перевешивает в своей положительной оценке мужского образа (8 %), чем авторство женщин (5.5 %). В трактовке отрицательных образных оценок мужчины и женщины нет существенной разницы: феминному образу в афоризмах соответствует 25 %, а маскулинному – 27 %. По материалам нашей выборки это можно объяснить тем, что идеалы авторов-мужчин и авторов-женщин являются разными, а черты, вызывающие неприятие противоположного пола с их стороны, неидентичные в сравнительном анализе. По анализу нейтральных оценок мы можем сделать вывод, что их наименьшее количество в нашей выборке. Феминному маркеру соответствует 2 %, а маскулинному – 3 %.

Тем не менее, опираясь на анализ феминных и маскулинных маркеров в афоризмах, мы видим, что образ женщины идеализируется и романтизируется больше, чем образ мужчины. Смысл многих афоризмов заключается в том, что социуму необходимы черты, свойственные женщинам для формирования правильных нравственных устоев для будущих поколений: женщина является «архитектором общества» и от образования женщины зависит «образование всего поколения».

Наше исследование, где главным микроконцептом афоризмов с антропометрическими существительными является «внутренний человек», где описываются психологические, интеллектуальные и моральные характеристики и качества человека, подтверждает проведенный анализ,

что в афористической картине мира. большее внимание уделяется внутренним чертам человека.

Также стоит упомянуть о роли антропометрических существительных в афоризмах. Мы можем сказать, что пара антропометрических существительных, а именно «gentleman – lady», «king – queen», «knight – dame», по большей части соотносится с социальным положением и статусом, тем самым при употреблении сравнивая мужчину или женщину с представителями высшего ранга и носителями определенного статуса, которые сложились исторически. Пара «male – female» при употреблении подразумевает под собой представление характеристик индивида, который обладает мужскими или женскими качествами или характеристиками. Одним из отличий языкового употребления в сравнении с парой «man – woman» является то, что данная пара используется как прилагательные. Что касается пары антропометрических существительных «guy/fellow – maid», то слова «guy/fellow» являются обращением к мужчине или молодому человеку в неформальной форме. Существительное «maid» является устаревшим обращением к незамужней девушке. Пара антропометрических существительных «boy – girl» являются обращением к молодым представителям подразумеваемого пола и служат для того, чтобы обратить внимание на возраст. «Mr. – Mrs.» – это пара существительных, которые используются для уважительного обращения к мужчине или замужней женщине. Пара «lord/master – mistress» исторически являются обращением к носителю власти, человеку высокого положения или тому, кто достиг определенного мастерства в чем-либо. Нынче слово «lord» чаще всего приравнивается к обращению к Богу, а существительное «mistress» относится к женщине, не являющейся женой, с которой женатый мужчина имеет сексуальные отношения. Тем не менее большую часть выборки составляет пара существительных «man – woman», и она ссылается к

первоначальному определению мужчины и женщины как понятий и представлению их образов в социуме. От использования антропометрических существительных в афоризмах зависит отношение автора в производимой им сравнительной характеристике образов мужчины и женщины. Анализ оценочного компонента семантики афоризмов с мужскими и женскими антропометрическими существительными также позволяет выявить ценностные ориентиры языковой картины мира. Высокую оценку имеют частные фемининные субконцепты, участвующие в афористической номинации женского характера, мышления и красоты. Среди частных маскулинных субконцептов высоко оцениваются те, которые способствуют передаче сугубо мужских качеств, таких, как сила и мужество. Также часто оцениваются интеллектуальные характеристики мужчины, хоть и нередко в ироническом смысле.

Принимая во внимание все вышесказанное, мы можем сделать вывод о том, что существует определенная позитивная тенденция к снижению патриархального мышления в восприятии гендерной картины мира. Этому способствует набирающее обороты феминистское движение со второй половины XX века, которое продолжается по сей день, расширение и изменение дефиниций антропометрических существительных, которые исторически имели иные характеристики, а также эмансипация женщин, то есть их желание существовать на равноправии обоих полов.

2.5 Практическая значимость результатов исследования

Построение демократического, толерантного общества включает в себя такой фактор, как развитие гендерного образования. На протяжении длительного периода отечественная педагогика характеризовалась как «бесполая», т.к. в основном применялся унифицированный подход в воспитании и обучении мальчиков и девочек. Иногда гендер

рассматривается как аналог пола, и тем самым, затрагивая тему гендерного воспитания, методисты подразумевают под ним воспитание половое, игнорируя тему андрогинной личности. Напротив, считается, что необходимо воспитывать «настоящего мужчину» и «настоящую» женщину, что обнаруживает себя как навязывание поло-ролевых стереотипов образовательными средствами. Но в последние десятилетия стала интенсивно развиваться гендерная педагогика. Это новая область педагогического знания, рассматривающая особенности развития и обучения детей разного пола. Более того, Правительство РФ разработало «гендерную стратегию Российской Федерации», которая привела к введению гендерного компонента в школьном образовании.

Хотя многое было достигнуто в этой области, на данный момент существуют проблемы, требующие решения. Поэтому на рассмотрении стоит вопрос об использовании гендерного подхода при изучении иностранного языка в школе.

В условиях современных образовательных реалий обучение иностранным языкам является одним из приоритетных направлений. Уникальность любого иностранного языка как учебной дисциплины состоит в его дуализме: язык является одновременно и целью, и средством обучения.

Анализ функционирования вопросов гендера в социуме является актуальным как в научном, так и в социокультурном аспекте. Рассмотрение гендера через призму афористики с гендерно маркированной лексикой позволяет учителю иностранного языка лаконично вписать данный вопрос в учебный процесс, а учет гендерной принадлежности может сформировать систему методик, способствующих улучшению процесса усвоения иностранного языка.

В федеральном государственном образовательном стандарте основного общего образования, утвержденном приказом Минобрнауки

РФ от 01.02.2011 г. с изменениями и дополнениями от 29 декабря 2014 г., 31 декабря 2015 г., 11 декабря 2020 г. (далее: ФГОС) [62] установлены требования к результатам освоения образовательной программы (далее: ООП) по иностранному языку.

В качестве личностных результатов во ФГОС прописаны:

- 1) формирование мотивации изучения иностранных языков и стремление к самосовершенствованию в образовательной области «Иностранный язык»;
- 2) осознание возможностей самореализации средствами иностранного языка;
- 3) стремление к совершенствованию собственной речевой культуры в целом;
- 4) формирование коммуникативной компетенции в межкультурной и межэтнической коммуникации;
- 5) развитие таких качеств, как воля, целеустремленность, креативность, инициативность, эмпатия, трудолюбие, дисциплинированность;
- 6) формирование общекультурной и этнической идентичности как составляющих гражданской идентичности личности;
- 7) стремление к лучшему осознанию культуры своего народа и готовность содействовать ознакомлению с ней представителей других стран;
- 8) толерантное отношение к проявлениям иной культуры;
- 9) осознание себя гражданином своей страны и мира;
- 10) готовность отстаивать национальные и общечеловеческие (гуманистические, демократические) ценности, свою гражданскую позицию.

Среди метапредметных результатов освоения ООП ФГОС называет:

- 1) развитие умения планировать свое речевое и неречевое поведение;
- 2) развитие коммуникативной компетенции, включая умение взаимодействовать с окружающими, выполняя разные социальные роли;
- 3) развитие исследовательских учебных действий, включая навыки работы с информацией: поиск и выделение нужной информации, обобщение и фиксация информации;
- 4) осуществление регулятивных действий самонаблюдения, самоконтроля, самооценки в процессе коммуникативной деятельности на иностранном языке.

Предметные результаты должны отражать:

- 1) формирование дружелюбного и толерантного отношения к ценностям иных культур, оптимизма и выраженной личностной позиции в восприятии мира, в развитии национального самосознания на основе знакомства с жизнью своих сверстников в других странах, с образцами зарубежной литературы разных жанров, с учетом достигнутого обучающимися уровня иноязычной компетентности;
- 2) формирование и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции; расширение и систематизацию знаний о языке, расширение лингвистического кругозора и лексического запаса, дальнейшее овладение общей речевой культурой;
- 3) достижение допорогового уровня иноязычной коммуникативной компетенции;
- 4) создание основы для формирования интереса к совершенствованию достигнутого уровня владения изучаемым иностранным языком, в том числе на основе самонаблюдения и самооценки, к изучению второго/третьего иностранного языка, к использованию иностранного языка как средства получения информации, позволяющего расширять свои знания в других предметных областях.

Нами были разработаны упражнения, которые могут быть реализованы как в рамках урочной, так и внеурочной деятельности по английскому языку в 10-11 классах в школах с углубленным изучением английского языка. Планируемые результаты учебной деятельности при выполнении упражнений совпадают с большинством результатов освоения ООП, прописанных во ФГОС [62]. Отбор афористических единиц проводился в соответствии с утверждённой учебной программой изучения «Английский язык» в основной школе [56] на материале УМК «New Matrix» для общеобразовательных учреждений и школ с углубленным изучением английского языка. Упражнения составлены по темам модуля 10 УМК «New Matrix» для 10-11 классов.

Примеры всех упражнений представлены в Приложении 3.

Первое и второе задания направлены на способы образования существительных мужского и женского родов. Данное задание стимулирует активную когнитивную деятельность учащихся, что способствует лучшему усвоению материала.

Третье задание предполагает работу с афоризмами, а именно их анализ с целью установления пола автора высказывания при помощи маскулинного и фемининного маркеров. Также задача обучающихся состоит в объяснении их выбора. Оно ориентировано на продуктивную речевую деятельность и может быть использовано для снятия трудностей перед переходом к следующему заданию.

Четвертое задание нацелено на понимание проблемы стереотипов в нашем обществе и предполагает обсуждение и установление причин появления и их частого использования в обществе. На этом коммуникативном этапе целесообразно сначала предоставить учащимся упражнения условно-речевого, а затем подлинно-речевого типа (по классификации Е. И. Пассова) [42]. В условно-речевых упражнениях реплика учащегося обусловлена, а также могут быть использованы опоры,

но, в отличие от языковых упражнений, условно-речевые обладают ситуативностью и реальной речевой задачей. Тем самым создаются условия, адекватные речевым, что и позволяет формировать коммуникативные умения. В качестве условно-речевого упражнения обучающимся предлагается выражение отношения и оценка к ситуации с использованием антропометрических существительных man – woman.

Пятое задание является дополнительным и может быть осуществлено во внеурочной деятельности. Оно предполагает подготовку проектов на темы гендерного неравенства. Примерный план и возможные темы указаны в задании. При анализе упражнений, предложенных в 10 модуле учебника «New Matrix», мы выявили, что в нем отсутствуют упражнения, тренирующие навыки написания эссе или личного письма. Поэтому данное задание может быть обращено в индивидуальную письменную работу по указанному плану.

Таким образом, использование афористических единиц с антропометрическими существительными на уроках английского языка позволяет не только раскрыть лингвокультурные особенности стран изучаемого языка, но и совершенствовать собственную коммуникативную компетенцию. Последовательное ступенчатое выполнение упражнений нашей методической разработки должно обеспечить достижение успеха развития навыков владения английским языком, а актуализация жизненного опыта и личностной позиции в ходе данного комплекса должны стимулировать познавательную активность мотивацию обучающихся.

Выводы по второй главе

Анализ афоризмов с антропометрическими существительными позволил разделить их на два разряда: афоризмы с маскулинными маркерами и афоризмы с феминными маркерами. Количественный анализ

показал, что частота использования маскулинного гендерного маркера в исследуемых английских афоризмах составляет 126 употреблений, а феминного – 145, учитывая, что в одном афоризме могут употребляться несколько разных антропометрических существительных.

Исходя из представления о человеке как о сложном существе и учитывая результаты проведенного дефиниционного анализа, в рамках концептов «женщина» и «мужчина» были выделены 3 микроконцепта: «внутренний человек» – психологические характеристики, моральные качества, интеллектуальные способности; «внешний человек» – биолого-физиологические характеристики и внешность и «социальный человек» – семейное положение, социальный статус, социально значимая деятельность.

Каждый из указанных микроконцептов состоит из различных концептуальных признаков (понятийных компонентов), объединенных в субконцепты, такие как, «характер», «мышление», «любовь», «взаимоотношения с противоположных полом». Определение концептуальных признаков происходило посредством анализа семантики исследуемых афоризмов.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что главным микроконцептом как маскулинных, так и феминных афоризмов с антропометрическими существительными является «внутренний человек» (психологические, интеллектуальные и моральные характеристики и качества человека).

Главными концептуальными основаниями феминных афоризмов с антропометрическими существительными являются «непредсказуемость и загадочность», «женская мудрость», «обесценивание женщины в отношениях», «женская красота и образ» и «превосходство женщины как личности».

Главными концептуальными основаниями маскулинных афоризмов с антропометрическими существительными являются «ум, интеллект», «ненадежность», «мужской образ в глазах женщины» и «интерес к женщине».

Исследование позволяет сделать вывод о том, что анализ гендерно маркированных афоризмов способствует раскрытию понимания культурных стереотипов «мужественности» и женственности».

Данные проведенного исследования показывают, что положительно маркированные афоризмы с феминным маркером составляют 29.5 % от общего числа исследуемых афоризмов. При этом в большинстве случаев (21.5 %) авторами подобных афоризмов являются женщины. Мужчины являются авторами положительно маркированных афоризмов с феминным маркером лишь в 8 % случаев.

Положительно маркированные афоризмы с маскулинным маркером составляют 13.5 % от общего числа исследуемых афоризмов. При этом в большинстве случаев (8 %) авторами подобных афоризмов являются мужчины. Женщины являются авторами положительно маркированных афоризмов с маскулинным маркером лишь в 5.5 % случаев.

Отрицательно маркированные афоризмы с феминным маркером составляют 25 % от общего числа исследуемых афоризмов, с маскулинным маркером – 27 %.

На основе отобранного материала нами были разработаны задания по работе с афоризмами с антропометрическими существительными для учащихся 10-11 классов школ с углубленным изучением английского языка применительно к модулю 10 УМК К. Гуайд, Дж. Уайлдмен, Е. Хотунцевой «New Matrix» для общеобразовательных учреждений и школ с углубленным изучением английского языка [56]. Задания отражают все этапы работы и способствуют достижению результатов освоения ООП, прописанных в ФГОС [62]. Примеры упражнений представлены в

Приложении 3. Изучение афоризмов с антропометрическими существительными является компонентом уроков английского языка, так как афористические единицы позволяют не только раскрыть лингвокультурные особенности стран изучаемого языка и совершенствовать коммуникативную компетенцию учащихся, но и включать в обучение фактор гендерного образования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последние годы интерес к афоризмам и афористике значительно возрос. Это, по-видимому, можно объяснить тем, что афоризмы – краткие, глубокие по содержанию и законченные по смыслу суждения, заключенные в образную, легко запоминающуюся форму – всегда соответствует духу времени, а их тематика отражает всевозможные грани человеческой индивидуальности, человеческого общества и культуры.

Афоризм, являясь элементом языка, отражает миропонимание определенного феномена разными народами, иллюстрирует универсальные и специфические знания и представления, формируя, таким образом, афористическую картину мира того или иного народа. Следовательно, анализ афоризмов позволяет нам получить представление об особенностях картины мира того или иного этноса и выявить как универсальные, так и специфические признаки сопоставляемых картин мира в отношении тех или иных явлений.

Целью данного исследования было изучение гендерных особенностей английских афоризмов с антропометрическими существительными.

Афоризмы могут служить своеобразным инструментом для измерения культурных доминант в различных языках, и, как следствие, базой для сравнения гендерных особенностей в различных культурах. Гендерные исследования на материале афоризмов помогают раскрыть не только современное видение и представление о культурной категории и феминности, но и длительный процесс эволюции оппозиции «мужчина – женщина». Следовательно, гендер обладает всепроникающей способностью, что обуславливает его встроенность в коллективное и индивидуальное сознание.

В первой главе были описаны взгляды различных ученых на основные понятия, затронутые в исследовании, а именно «гендер» и

«гендерная картина мира»; «афоризм»; «концепт»; «антропометрическое существительное». В второй главе посредством нескольких этапов исследования (составление картотеки английских афоризмов с установленным авторством, которые содержат антропометрические существительные; классификация и анализ афористических единиц с феминным и маскулинным маркерами; создание упражнений на базе отобранного материала для применения в учебном процессе при изучении иностранного языка в школе) непосредственно реализовывалась цель выпускной квалификационной работы.

Согласно полученным в ходе исследования результатам, необходимо отметить, что образы мужчины и женщины в афористических картинах мира англоязычного человека имеют различные черты и характеристики.

В ходе исследования мы выявили, что основным микроконцептом исследуемых афоризмов является «внутренний человек», где рассматриваются психологические, интеллектуальные и моральные качества человека. Выявлены главные концептуальные основания афоризмов с антропометрическими существительными.

Изучение гендерных особенностей афоризмов было построено на основе анализа употреблений антропометрических существительных. Исследование позволило нам выявить определенные особенности представлений о мужчине и женщине, поскольку афоризмы являются хранилищем определенных культурных устоев и именно они наиболее ярко и детализировано отражают мужской и женский образы, а использование определенных антропометрических существительных формирует отношение автора к воспроизводимому им образу.

Анализ афоризмов авторов обеих гендерных групп на лексическом уровне позволяет сделать вывод о том, что отношение авторов и выстраиваемая ими портретная картина своего и противоположного пола зависит от гендерной принадлежности автора.

На основе всего анализа мы можем сделать вывод о том, что существует определенная позитивная тенденция к снижению патриархального мышления в восприятии гендерной картины мира. Этому способствует несколько факторов, как социальных, так и лингвистических, например, набирающее обороты феминистское движение со второй половины XX века и изменение дефиниций антропометрических существительных.

Анализ гендерно маркированных афоризмов способствует раскрытию понимания «мужественности» и «женственности», их изучение является одним из перспективных направлений лингвистической гендерологии, а одной из ее главных целей – определение универсальных и культурно специфичных черт маскулинности и феминности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аврорин, В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка [Текст] / Валентин Аврорин. – Л. : Наука, 1975. – 275 с.
2. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология [Текст] / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семененко. – Москва : Флинта : Наука, 2009. – 312 с.
3. Амосова, Н. Н. Основы английской фразеологии [Текст] / Наталия Амосова. – Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1963. – 211 с.
4. Антипова, А. П. К вопросу об определении афоризма [Текст] / Алла Антипова // Риторика. Лингвистика. – Смоленск, 2001. – 135 с.
5. Арсентьева, Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц [Текст] / Елена Арсентьева. – Казань : издательство Казанского университета, 1989. – 126 с.
6. Артемова, А. В. Эмотивно-оценочная объективация концепта женщина в семантике ФЕ (на материале английской и русской фразеологии): автореф. [Текст] / Анна Артемова. – Пятигорск, 2000. – 16 с.
7. Арутюнова, Н. Д. Введение [Текст] / Нина Арутюнова // Логический анализ языка. Культурные концепты. Москва : Наука, 1991. – С. 3-4.
8. Архангельский, В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке: основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии [Текст] / Владимир Архангельский. – Ростов-на-Дону : Изд-во. Ростовского ун-та, 1964. – 314 с.
9. Аскольдов-Алексеев, С. А. Концепт и слово [Текст] / Сергей Аскольдов-Алексеев // Русская речь. Новая серия. – Л., 1928. – С.28-44.
10. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка [Текст] / Анатолий Бабушкин. Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1996. – 104 с.
11. Баранов, А.Н. Аспекты теории фразеологии [Текст] / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – М. : Знак, 2008. – 656 с.

12. Бем, С. Трансформация дебатов о половом неравенстве [Текст] / Сандра Бем // Феминизм и гендерные исследования. Хрестоматия. Под общ. ред. В. И. Успенской. – Тверь, 1999. – С.68-82.
13. Брандт, Г. А. Природа женщины как проблема: Концепция феминизма [Текст] / Галина Брандт. – Общественные науки и современность. – 1998. – № 2 – С. 167-189.
14. Булычев, И. И. Образы маскулинности и феминности в формате гендерной картины мира [Текст] / Игорь Булычев // Теоретический журнал Credo New. Санкт-Петербург, 2004. – № 1. – С. 7-10.
15. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становления антропоцентрической парадигмы в языкознании [Текст] / С. Г. Воркачев // НДВШ ФН. 2001. – № 1. – С. 42-72.
16. Воркачев, С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт [Текст] / Сергей Воркачев. – Москва : Гнозис, 2004. – 236 с.
17. Гахраманова, Г.Н. Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2015. № 1(20) [Текст] / Галина Гахраманова // Определение понятия «гендер»: социальный и биологический пол человека / – 238 с.
18. Горбова, Н. В. К вопросу об изменении ценностной пословичной картины мира в русском языке. // Вестник Новгородского государственного университета [Текст] / Наталья Горбова, 2014. – № 77.– С. 65 – 67.
19. Горелов, И.Н. Паралингвистика; прикладные и концептуальные аспекты. [Текст] / Илья Горелов – М. ,1977. – 25 с.
20. Горошко, Е. И. Гендерные исследования в лингвистике сегодня [Текст] / Е. И. Горошко, А. В. Кирилина // Гендерные исследования. ХЦГИ. – 1999. – С. 234-241.
21. Залевская, А. А. Психолингвистический подход к проблеме концепта [Текст] / Александра Залевская // Методологические проблемы

когнитивной лингвистики. Воронеж : Воронежский государственный университет, 2001. – С. 36-44.

22. Дюркгейм, Э. Самоубийство. Социологический этюд [Текст] / Эмиль Дюркгейм ; переводчик А. Н. Ильинский ; под редакцией В. А. Базарова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 316 с.

23. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. [Текст] / Владимир Карасик. – Москва : Гнозис, 2004. – 392 с.

24. Кирилина, А. В. Гендер: лингвистические аспекты. [Текст] / Алла Кирилина. – М. : Изд-во "Инст-т социологии РАН", 1999. – 180 с.

25. Кирилина, А. В. Гендерные исследования в зарубежной и российской лингвистике. (Философский и методологические аспекты) [Текст] / Алла Кирилина // Общественные науки и современность. – №4. – 2000. – 139 с.

26. Кирилина, А. В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах [Текст] / Алла Кирилина // Гендерные образование в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы: Материалы международной научной конференции, Иваново, 24-25 июня 2003 г. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2003. – С. 132-138

27. Кисилева, Л. А. Гендерная лингвистика: анализ гендерных отношений в художественном тексте [Текст] / Людмила Кисилева. – М. : 1989. 129 с.

28. Колесов, В. В. Язык и ментальность [Текст] / Владимир Колесов. – Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2004. – С. 19-20

29. Колшанский, Г. В. Объективная картина мира в познании и языке [Текст] / Геннадий Колшанский. – Москва : Наука, 1990. – 108 с.

30. Коняшкин, А. М. Стилистические особенности афоризмов Е. Евтушенко [Текст] / А. М. Коняшкин, Ю. С. Байкова // Мир науки, культуры, образования, 2015. – № 2 (51). С. 336 – 338.

31. Крючкова, Т. Б. Гендерные исследования в лингвистике сегодня [Текст] / Татьяна Крючкова // Гендерные исследования, № 2/1/1999; – Харьковский центр гендерных исследований. – М. , 1999. – С.234-241.
32. Кубрякова, Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века [Текст] / Елена Кубрякова // Язык и наука конца XX в. – Москва : Наука, 1995. – С. 144-238.
33. Кубрякова, Е. С. Языковая картина мира, как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека [Текст] / Елена Кубрякова // Вестник чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева, 2003. – № 4 (38). – С. 2-12.
34. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка [Текст] / Александр Кунин. – М : Высшая школа, 1996. – 200 с.
35. Кунин, А. В. Языковая репрезентация гендера [Текст] / Александр Кунин // Иной взгляд. Международный альманах гендерных исследований. Май 2000. – Минск, 1996. – С.26-27.
36. Лакофф, Р. Язык и место женщины. [Текст] / Робин Лакофф. – М. : Наука, 1998. – 83 с.
37. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка [Текст] / Дмитрий Лихачев // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – Москва : Наука, 1993. – 158 с.
38. Ляпин, С. Х. Концептология: к становлению подхода [Текст] / Сергей Ляпин // Концепты. Научные труды Центрконцепта. Архангельск : Изд-во Поморского гос. ун-та, 1997 – Вып. 1. – С. 11-35.
39. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику [Текст] / Валентина Маслова. – Москва : Флинта: Наука, 2007. – 296 с.
40. Нечаева, Н. А. Патриархатная и феминистская картина мира: анализ структуры массового сознания. Сб. Гендерные тетради [Текст] / Наталья Нечаева. – Санкт-Петербург, 1997 – № 1. – 20 с.

41. Никитина, С. Е. Устная народная культура и языковое сознание [Текст] / Серафима Никитина. – Москва : Наука, 1993. – 189 с.
42. Пассов, Е. И. Условно-речевые упражнения для формирования грамматических навыков [Текст] / Ефим Пассов. – М. : Просвещение, 1978. – 168 с.
43. Пермяков, Г. Л. Основы структурной паремиологии [Текст] / Григорий Пермяков. – Москва : Наука, Главная ред. вост. лит., 1988. – 236 с.
44. Пименова, М. В. Предисловие [Текст] / Марина Пименова // Введение в когнитивную лингвистику. Под ред. М. В. Пименовой. – Вып.4. – Кемерово, 2004. – 208 с.
45. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика [Текст] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Москва : АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
46. Потапов, В. В. Попытки пересмотра гендерного признака в английском языке [Текст] / Всеволод Потапов // Гендер как интрига познания. Сб. статей / Московский государственный лингвистический университет. Лаборатория гендерных исследований. – М. : изд-во "Рудомино", 2000. – С.151-167.
47. Силинский, С. В. Речевая вариативность слова: На материале английских имен лица [Текст] / Станислав Силинский. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. Ун-та, 1995. – 128 с.
48. Соломоник, А. Б. Семиотика и лингвистика [Текст] / Абрам Соломоник. – Москва : Молодая гвардия, 1995. – 347 с.
49. Стернин, И. А. Методика исследования структуры концепта [Текст] / Иосиф Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: сб. науч. тр. / Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2001. – С.58-65.
50. Телия, В. Н. Идеографический анализ фразеологизмов: Предпосылки и процедуры [Текст] / Вероника Телия // Идеографический и

историко-этимологический анализ славянской фразеологии. – Псков : 1994. – С. 92-94.

51. Тайлор, Э. Первобытная культура: Пер. с англ. [Текст] / Эдуард Тайлор. – Москва : Политиздат, 1989. – 234 с.

52. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие [Текст] / Светлана Тер-Минасова. – Москва : Слово, 2000. – 624 с.

53. Федоренко, Н. Т. Афористика [Текст] / Н. Т. Федоренко, Л. И. Сокольская. – Москва : Наука, 1990. – 415 с.

54. Халеева, И. И. Гендер как интрига познания [Текст] / Ирина Халеева // Гендерный фактор в языке и коммуникации. – Иваново : 1999. – С.5.

55. Bate, V. A. Generic man, invisible woman: language, thought, and social change / Barbara Bate // Un-ty of Michigan papers in woman's studies. #2., 1976. – 14 p.

56. Gude, K. New Matrix : Student's Book : Upper Intermediate / K. Gude, J. Wildman, E. Khotuntseva. – Oxford University Press, 2009. – 160p.

57. Key, M. R. 1975 – Male/female language. / Mary Key – New Jersey, 1975. – 200 p.

58. Lakoff, R. Language and Woman's place. / Robin Lakoff – N.Y., 1985. – 83 p.

59. Martyna, W. What Does He Mean – Use of the Generic Masculine. / Wendy Martyna – Journal of Communication. #28. – 1978. – 138 p.

Электронные источники:

60. Босова, Л. М. Концептуальная картина мира как основа понимания смысла речевого произведения / АлтГТУ 2013 [Электронный ресурс] / Людмила Босова // Режим доступа: <http://elib.altstu.ru>, 2013, свободный

61. Гендерный аспект исследования речевого поведения [Электронный ресурс] Режим доступа: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2015_10-2_43.pdf, свободный
62. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования [Электронный ресурс] : Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. N 1897 : [зарегистрировано в Минюсте РФ 1 февраля 2011 г.] : офиц. текст : по состоянию на 4 апр. 2022 г. / М-во юстиции Рос. Федерации. – Электрон. дан. – Москва, 2010. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/55170507/53f89421bbdaf741eb2d1..> (дата обращения: 01.04.2022). – Загл. с экрана.
63. BrainyQuote [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.brainyquote.com>, свободный
64. Cambridge Dictionary Online // Cambridge University Press 2016 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/ru/>, 2016, свободный
65. Dictionary by Merriam Webster [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com>, свободный
66. Famous quotes and authors [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.famousquotesandauthors.com>, свободный
67. Macmillan Dictionary / Macmillan Publishers Limited 2009–2016 [Электронный ресурс] / Macmillan // Режим доступа: <http://www.macmillandictionary.com>, 2016, свободный
68. Oxford Dictionary [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.oxforddictionaries.com>, свободный
69. Quotes and Proverb Archive [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.worldofquotes.com>, свободный

Словари и энциклопедии:

70. Большая Советская Энциклопедия [Текст] / гл. ред. А. М. Прохоров. – Москва : Советская энциклопедия, 1970 – 1978.

71. Большой энциклопедический словарь: Языкознание [Текст] / под ред. В. Н. Ярцевой. – 2-е издание. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

72. Краткий словарь когнитивных терминов [Текст] / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузин // под общей ред. Е. С. Кубряковой. – Москва : Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

73. Литературный энциклопедический словарь [Текст] / под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – Москва : Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.

74. Словарь литературоведческих терминов [Текст] / ред.-сост.: Л. И. Тимофеев, С. В. Тураев. – Москва : Просвещение, 1974. – 509 с.

75. Encyclopaedia Britannica Ready Reference 2005 CD. – Version 2005.00.00. 0000000000, 10-е издание: 1994 – 2004 Encyclopedia Britannica Inc.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анализ оценочности афоризмов авторов мужчин и авторов женщин с феминным и маскулинным маркерами

Таблица 5 – Анализ оценочности афоризмов авторов мужчин и авторов женщин с феминным и маскулинным маркерами

Оценочность афоризма	Положительная				Отрицательная				Нейтральная			
	Феминный		Маскулинный		Феминный		Маскулинный		Феминный		Маскулинный	
Маркер	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж
Авторство	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж
Количество употреблений	16	43	16	11	23	27	24	30	3	1	2	4
Количество употреблений в процентах (%)	8	21.5	8	5.5	11.5	13.5	12	15	1.5	0.5	1	2
Общее количество в (%)	29.5		13.5		25		27		2		3	

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Список афоризмов

1. Man is the only animal that learns by being hypocritical. He pretends to be polite and then, eventually, he becomes polite. (Jean Kerr)
2. Most men who are not married by the age of thirty-five are either homosexual or really smart. (Becky Rodenbeck)
3. To attract men, I wear a perfume called "New Car Interior". (Rita Rudner)
4. I never hated a man enough to give him his diamonds back. (Zsa Zsa Gabor)
5. I require three things in a man: He must be handsome, ruthless, and stupid. (Dorothy Parker)
6. Giving a man space is like giving a dog a computer: the chances are he will not use it wisely. (Bette-Jane Raphael)
7. A man in the house is worth two in the street. (Mae West)
8. I like two kinds of men: domestic and foreign. (Mae West)
9. The biggest mystery to a married man is what a bachelor does with his money. (Alan King)
10. When a man gets up to speak, people listen, then look. When a woman gets up, people look: then, if they like what they see, they listen. (Pauline Frederick)
11. God made man, and then said I can do better than that and made woman. (Adela Rogers St John)
12. Man forgives woman anything save the wit to outwit him. (Minna Antrim)
13. Men have charisma; women have vital statistics. (Julie Burchill)
14. It is a common enough case, that of a man being suddenly captivated by a woman nearly the opposite of his ideal. (George Eliot)

15. Man is not the enemy here, but the fellow victim. The real enemy is women's denigration of themselves. (Betty Friedan)

16. Some men have no idea how to romance a woman. However, women who teach their husbands what they like will be well-rewarded. (Ann Landers)

17. A good man doesn't just happen. They have to be created by us women. A guy is a lump like a doughnut. (Roseanne Barr)

18. When a man meets catastrophe on the road, he looks in his purse, but a woman looks in her mirror. (Margaret Turnbull)

19. A successful man is one who makes more money than his wife can spend. A successful woman is one who can find such a man. (Lana Turner)

20. One man's folly is another man's wife. (Helen Rowland)

21. Every man wants a woman to appeal to his better side, his nobler instincts, and his higher nature – and another woman to help him forget them. (Helen Rowland)

22. A man on a date wonders if he'll get lucky. The woman already knows. (Monica Piper)

23. The test of man is how well he is able to feel about what he thinks. The test of a woman is how well she is able to think about what she feels. (Mary Mcdowell)

24. Many a man owes his success to his first wife and his second wife to his success. (Jim Backus)

25. A man should be taller, older, heavier, uglier, and hoarser than his wife. (Edgar Watson Howe)

26. One man in a thousand is a leader of men, the rest are followers of women. (Harry Stanley)

27. Even if man could understand women, he still wouldn't believe it. (Dorothy Parker)

28. No man is really old until his mother stops worrying about him.
(William Ryan)
29. God help the man who won't marry until he finds a perfect woman,
and God help him still more if he finds her. (Benjamin Tillett)
30. Men have a much better time of it than women: for one thing they
marry later, for another thing they die earlier. (H. L. Mencken)
31. Man is a natural polygamist. He always has one woman leading him
by the nose and another hanging on to his coattails. (H. L. Mencken)
32. A man who has never made a woman angry is a failure in life.
(Christopher Morley)
33. Men like to pursue an elusive woman like a cake of wet soap – even
men who hate baths. (Gelett Burgess)
34. When a man makes a woman his wife, it's the highest compliment
he can pay her, and it's usually the last. (Helen Rowland)
35. Many a man who marries a wisp of a girl is astonished at the
will'o'the wisp. (Thomas April)
36. A man is in love when something in his head, something in his and
chest and something in his pants react to a certain woman. (Brian Hwang)
37. Were there no women, men might live like gods. (Thomas Dekker)
38. Every man who is high up loves to think that he has done it all
himself: and the wife smiles and lets it go at that. (Sir James M. Barrie)
39. Many a man in love with a dimple makes the mistake of marrying
the whole girl. (Stephen Leacock)
40. Being kissed by a man who didn't wax his moustache was like
eating an egg without salt. (Rudyard Kipling)
41. Flirting is the gentle art of making a man feel pleased with himself.
(Helen Rowland)
42. If there is anything disagreeable going on, men are always sure to
get out of it. (Jane Austen)

43. My notion of a wife at forty is that a man should be able to change her, like a bank note, for two twenties. (Douglas Jerrol)

44. Whatever you may look like, marry a man your own age – as your beauty fades, so will his eyesight. (Phyllis Diller)

45. If you want to sacrifice the admiration of many men for the criticism of one-go ahead, get married. (James Gibbs)

46. No man would listen to you talk if he didn't know it was his turn next. (Edgar Watson Howe)

47. I was ever of the opinion, that the honest man who married and brought up a large family, did more service than he who continued single, and only talked of population. (Oliver Goldsmith)

48. Most men are cowards, all men should be knaves. (John Wilmot)

49. I regard men as a pleasant pastime but no more dependable than the British weather. (Anna Raeburn)

50. Show me the books he loves and I shall know the man far better than through mortal friends. (Dawn Adams)

51. Marrying a man is like buying something you've been admiring for a long time in a shop window. You may love it when you get it home, but it doesn't always go with everything else in the house. (Jean Kerr)

52. When a man brings his wife flowers for no reason, there's a reason. (Molly McGee)

53. Before marriage, a man will lay down his life for you; after marriage he won't even lay down his newspaper. (Helen Rowland)

54. I think men who have a pierced ear are better prepared for marriage. They've experienced pain and bought jewelry. (Rita Rudner)

55. It is not possible for a man to be elegant without a touch of femininity. (Vivienne Westwood)

56. For all their strength, men were sometimes like little children. (Lawana Blackwell)

57. Unmarried men rarely speak the truth about the things that mostly concern them; married men, never. (Samuel Butler)
58. You educate a man; you educate a man. You educate a woman; you educate a generation. (Brigham Young)
59. Can you imagine a world without men? No crime and lots of happy fat women. (Nicole Hollander)
60. A woman is a hunter without a forest. (Christina Stead)
61. A pessimist is a man who thinks all women are bad. An optimist is a man who hopes they are. (Chauncey Depew)
62. There are three things men can do with women: love them, suffer for them, or turn them into literature. (Stephen Stills)
63. A woman's whole life is a history of the affections. (Washington Irving)
64. A man chases a woman until she catches him. (Irving Berlin)
65. Modern paintings are like women, you'll never enjoy them if you try to understand them. (Freddie Mercury)
66. Women are wiser than men because they know less and understand more. (James Grover Thurber)
67. The strength of women comes from the fact that psychology cannot explain us. Men can be analyzed, women ... merely adored. (Oscar Wilde)
68. When God makes a beautiful woman, the devil opens a new register. (Ambrose Bierce)
69. Woman is the only creature in nature that hunts down its hunters and devours the prey alive. (Abraham Miller)
70. I believe a strong woman may be stronger than a man, particularly if she happens to have love in her heart. I guess a loving woman is indestructible. (John Steinbeck)
71. Whatever women do they must do twice as well as men to be thought half as good. Luckily, this is not difficult. (Charlotte Whitton)

72. A woman is like a teabag; you never know how strong she is until she gets into hot water. (Eleanor Roosevelt)

73. The less you notice them the more they chase after you. There's something perverse about women ... they're all masochists at heart. (Henry Miller)

74. People may talk about the equality of the sexes! They are not equal. The silent smile of a sensible, loving woman will vanquish ten men. (Henry Ward Beecher)

75. If thou makest a statement concerning women, lo, she shall immediately try to disprove it straightway. She goeth by contraries. (Gelett Burgess)

76. A man never knows how to say goodbye; a woman never knows when to say it. (Helen Rowland)

77. No man or woman really knows what perfect love is until they have been married a quarter of a century. (Mark Twain)

78. Any woman can fool a man if she wants to and if he's in love with her. (Agatha Christie)

79. A man can be happy with any woman as long as he does not love her. (Oscar Wilde)

80. When a man has once loved a woman he will do anything for her except continue to love her. (Oscar Wilde)

81. Oh, my dear, it's rather hard to take quite literally the things a man says when he's in love with you. (William Somerset Maugham)

82. In nine cases out of ten, a woman had better show more affection than she feels. (Jane Austen)

83. Seize the moment. Remember all those women on the Titanic who waved off the dessert cart. (Erma Bombeck)

84. We have women in the military, but they don't put us in the front lines. They don't know if we can fight or if we can kill. I think we can. All the

general has to do is walk over to the women and say, "You see the enemy over there? They say you look fat in those uniforms." (Elayne Boosler)

85. Good women always think it is their fault when someone else is being offensive. Bad women never take the blame for anything. (Anita Brookner)

86. She was a handsome woman of forty-five and would remain so for many years. (Anita Brookner)

87. The trouble with some women is they get all excited about nothing – and then they marry him. (Cher)

88. Friendship is not possible between two women, one of whom is very well dressed. (Laurie Colwin)

89. A woman can look both moral and exciting, if she also looks as if it was quite a struggle. (Edna Ferber)

90. The woman whose behavior indicates that she will make a scene if she is told the truth asks to be deceived. (Elizabeth Jenkins)

91. All men are children, and if understand that, a woman understands everything. (C. Chanel)

92. When you see what some women marry, you realize how they must hate to work for a living. (Helen Rowland)

93. There are no ugly women, only lazy ones. (Helena Rubenstein)

94. As women go, so goes civilization. (Laura Schlessinger)

95. Women complain about premenstrual syndrome, but I think of it as the only time of the month when I can be myself. (Roseanne Barr)

96. Women have to be controlled: we're just too emotional. (Laura Schlessinger)

97. Some women are like elephants. I don't mean size, I mean they never forget. (Laura Schlessinger)

98. You can rescue a woman from a dragon – because you can go slay the dragon – but you can't rescue a woman from herself. (Laura Schlessinger)

99. Women's virtue is man's greatest invention. (Cornelia Otis Skinner)

100. Women are the real architects of society. (Harriet Beecher Stowe)
101. Well-behaved women rarely make history. (Laurel Ulrich)
102. The modern rule is that every woman should be her own chaperon.
(Amy Vanderbilt)
103. I would venture to guess that Anon, who wrote so many poems without signing them, was often a woman. (Virginia Woolf)
104. If one could be friendly with women, what a pleasure – the relationship so secret and private compared with relations with men. (Virginia Woolf)
105. I married beneath me. All women do. (Lady Nancy Astor)
106. It is the ordinary women that know something about love. The gorgeous ones are too busy being gorgeous. (Katharine Hepburn)
107. That woman speaks eight languages and can't say "no" in any of them. (Dorothy Parker)
108. I think every woman is entitled to a middle husband she can forget.
(Adela Rogers St. Johns)
109. All women are born evil. Some just realize their potential later in life than others. (Chad Gamble)
110. I hate women because they always know where things are. (James Thurber)
111. I love Mickey Mouse more than any woman I have ever known.
(Walt Disney)
112. There's a difference between beauty and charm. A beautiful woman is one I notice. A charming woman is one who notices me. (John Erskine)
113. A woman is only a woman, but a good cigar is a smoke. (Rudyard Kipling)
114. Brigands demand money or your life, whereas women require both.
(Samuel Butler)

115. Women are like elephants to me: they're nice to look at, but I wouldn't want to own one. (W.C. Fields)

116. For years women have said that they have nothing to wear. Well, this year they are wearing it. (Robert Orben)

117. Intuition is what enables a woman to put two and two together and come up with an answer that suits her. (B. Johns)

118. It's amazing how a woman who can spot a smudge of lipstick on a man's collar at 15 paces can't see a pair of garage door 20 feet wide. (E. Dirckman)

119. Nowadays a woman's first gray hair is usually her last one. (G.E. Meyer)

120. The latest thing in clothes is usually the woman you are waiting for. (John Rose)

121. The reason it takes a woman longer to dress is because she has to slow down on the curves. (Morey Amsterdam)

122. Being a woman is of special interest only to aspiring male transsexuals. To actual women it is merely a good excuse not to play football. (Fran Lebowitz)

123. It isn't tying himself to one woman that a man dreads when he thinks of marrying, it's separating from all the others. (Helen Rowland)

124. About the only way a woman can get domestic help nowadays is to marry it. (Anna Herbert)

125. Personally, I think if a woman hasn't met the right man by the time, she's 24, she may be lucky. (Deborah Kerr)

126. Women who don't think they can get a neat guy hang onto losers because something is better than nothing. (Laura Schlessinger)

127. There are always women who will take men on their own terms. If I were a man I wouldn't bother to change while there are women like that around. (Ann Oakley)

128. Women who buy perfume and flowers for themselves because their men won't do it are called "self-basting". (Adair Lara)

129. Not only have women been successful in entering fields in which men are supposed to have a more natural aptitude, but they have created entirely new businesses. (Lucretia Hunter)

130. Plain women know more about men than beautiful ones do. (Katharine Hepburn)

131. When a woman behaves like a man, why doesn't she behave like a nice man? (Edith Evans)

132. There is nothing enduring in life for a woman except what she builds in a man's heart. (Judith Anderson)

133. Women want mediocre men, and men are working hard to become as mediocre as possible. (Margaret Mead)

134. God gave women intuition and femininity. Used properly, the combination easily jumbles the brain of any man I've ever met. (Farrah Fawcett)

135. And yet wherever there exists the display of power there is politics, and in women's relations with men there is a continual transfer of power, there is, continually, politics. (Sally Kempton)

136. You'd be amazed at how much power women have over men – and the basic control is nagging... Men are very simple creatures, like puppies. (Laura Schlessinger)

137. A woman who looks like a girl and thinks like a man is the best sort. (Julie Burchill)

138. I will feel equality has arrived when we can elect to office women who are as incompetent as some of the men who are already there. (Maureen Reagan)

139. There is nothing like a good dose of another woman to make a man appreciate his wife. (Clare Boothe Luce)

140. They say that women talk too much. If you have worked in congress you know that the filibuster was invented by men. (Clare Boothe Luce)

141. Why can't a woman be more like a man? / Men are so honest, so thoroughly square; / Eternally noble, historically fair. (Alan Jay Lerner)

142. If I were a girl, I'd despair. The supply of good women far exceeds that of the men who deserve them. (Robert Graves)

143. There was the woman who told her husband, "Be an angel and let me drive." He did and he is. (Bob Goddard)

144. Perfection is what American women expect to find in their husbands... but English women only hope to find in their butlers. (W. Somerset Maugham)

145. I expect that Woman will be the last thing civilized by Man. (George Meredith)

146. A woman has got to love a bad man once or twice in her life to be thankful for a good one. (Mae West)

147. Women and cats will do as they please, and men and dogs should relax and get used to the idea. (Robert A. Heinlein)

148. Being a woman is a terribly difficult task since it consists principally in dealing with men. (Joseph Conrad)

149. Prudence is a rich ugly old maid courted by Incapacity. (William Blake)

150. Be good, sweet maid, and let who will be clever. (Charles Kingsley)

151. A single woman with a very narrow income must be a ridiculous, disagreeable old maid – the proper sport of boys and girls; but a single woman of good fortune is always respectable, and may be as sensible and pleasant as anybody else. (Jane Austen)

152. In my day, when you called on a girl, her mother was always hollering down to see if she was still unraped, the maid would look in, her father

would shuffle his feet in another room. Today the boy calls up, says, "Meet you at the back door of Stern's." (Frank Crowninshield)

153. There is nothing noble in being superior to your fellow men. True nobility lies in being superior to your former self. (Ernest Miller Hemingway)

154. The worst sin toward our fellow creatures is not to hate them, but to be indifferent to them: that's the essence of inhumanity. (George Bernard Shaw)

155. A tramp, a gentleman, a poet, a dreamer, a lonely fellow, always hopeful of romance and adventure. (Charles Chapli)

156. On the outskirts of every agony sits some observant fellow who points. (Virginia Woolf)

157. A dame that knows the ropes isn't likely to get tied up. (Mae West)

158. I've made a wonderful living playing that theatrical character – the professional brassy dame. (Ethel Merman)

159. If you are in a beautiful place where you can enjoy sunrise and sunset, then you are living like a lord. (Nathan Phillips)

160. Even though I don't personally believe in the Lord, I try to behave as though He was watching. (Christopher Reeve)

161. The day of the sun is like the day of a king. It is a promenade in the morning, a sitting on the throne at noon, a pageant in the evening. (Wallace Stevens)

162. There is no king who has not had a slave among his ancestors, and no slave who has not had a king among his. (Helen Adams Keller)

163. Think like a queen. A queen is not afraid to fail. Failure is another steppingstone to greatness. (Oprah Winfrey)

164. I'd like to be a queen in people's hearts but I don't see myself being queen of this country. (Princess Diana)

165. If you're a queen, you're powerless, so I'd probably demote myself and go shopping. (Helena Bonham Carter)

166. The real Amazons were long believed to be purely imaginary. They were the mythical warrior women who were the archenemies of the ancient Greeks. Every Greek hero or champion, from Hercules to Theseus and Achilles, had to prove his mettle by fighting a powerful warrior queen. (Adrienne Mayor)

167. I looked it at like this way. To get folks to like you, as a screen player I mean, I figured you had to sort of be their ideal. I don't mean a handsome knight riding a white horse, but a fella who answered the description of a right guy. (Gary Cooper)

168. In the workplace, many people become helicopter managers, hovering over their employees in a well-intentioned but ill-fated attempt to provide support. These are givers gone awry – people so desperate to help others that they develop a white knight complex and end up causing harm instead. (Adam Grant)

169. As I've explained to my wife many times, you have to kill your wife or mistress to get on the front page of the papers. (Julian Barnes)

170. England is my wife, America my mistress. It is very good sometimes to get away from one's wife. (Cedric Hardwicke)

171. I am his mistress. His work is his wife. (Marian Javits)

172. I tended to place my wife under a pedestal. (Woody Allen)

173. A husband is what is left of a lover after the nerve has been extracted. (Helen Rowland)

174. We are all apprentices in a craft where no one ever becomes a master. (Ernest Hemingway)

175. A lady is one who never shows her underwear unintentionally. (Lillian Day)

176. Being powerful is like being a lady. If you have to tell people you are, you aren't. (Margaret Thatcher)

177. A lady is nothing very specific. One man's lady is another man's woman; sometimes, one man's lady is another man's wife. (Russell Lynes)

178. Gentleman is one who never hurts anyone's feelings unintentionally.
(Oscar Wilde)
179. Once a gentleman, and always a gentleman. (Charles Dickens)
180. The man, who is always talking about being a gentleman, never is one. (William Vaughan)
181. All male writers – no matter how broke or otherwise objectionable – have pretty wives. Somebody should look into this. (Kurt Vonnegut)
182. You don't have to be pretty. You don't owe prettiness to anyone. Prettiness is not a rent you pay for occupying a space marked 'female'. (Erin McKean)
183. If civilization had been left in female hands, we would still be living in grass huts. (Camille Paglia)
184. The kind of classic pose of a female model is to look kind of sexy and a bit annoyed. (Caitlin Moran)
185. For the female of the species is more deadly than the male. (Rudyard Kipling)
186. Marriage has a unique place because it speaks of an absolute faithfulness, a covenant between radically different persons, male and female; and so it echoes the absolute covenant of God with his chosen, a covenant between radically different partners. (Rowan Williams)
187. If society becomes comfortable with cloning and sees value in true human diversity, then the whole Neanderthal creature itself could be cloned by a surrogate mother chimp – or by an extremely adventurous female human. (George Church)
188. Boys think girls are like books. If the cover doesn't catch their eye they won't bother to read what's inside. (Marilyn Monroe)
189. If you can make a girl laugh – you can make her do anything. (Marilyn Monroe)

190. If a girl looks swell when she meets you, who gives a damn if she's late? Nobody. (Jerome David Salinger)

191. Diamonds are the best friends of a girl. (Marilyn Monroe)

192. When a girl marries, she exchanges the attentions of all the other men of her acquaintance for the inattention of just one. (Helen Rowland)

193. From birth to age 18, a girl needs good parents. From 18 to 35, she needs good looks. From 35 to 55 she needs a good personality. And from 55 on, she needs cash. (Sophie Tucker)

194. Boys are slob... One reason is that mothers let them get away with it. Mothers are notorious for spoiling male children. (Laura Schlessinger)

195. If you think there are no new frontiers, watch a boy ring the front doorbell on his first date. (Olin Miller)

196. I have always admired stylishly confident women who dress with great authority. This lifelong love of elegance began with the humble wardrobe of my late grandmother Mrs. Bennie Frances Davis. (André Leon Talley)

197. I believe Mrs. Thatcher's emphasis on enterprise was right. (Anthony Blair)

198. Mrs. Obama has a hug - a sincere and friendly embrace - that has become familiar to countless supporters from coast to coast. And when she talks to you, she focuses all her calm attention on your face. (André Leon Talley)

199. Mr. Attlee is a very modest man. Indeed he has a lot to be modest about. (Winston Spencer-Churchill)

200. Mr. President how long must women wait to get their liberty? Let us have the rights we deserve. (Alice Paul)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Упражнения для работы с гендерно-маркированной лексикой

Task 1. Choose the appropriate gender-sensitive antonyms for the following words:

Girl, sister, bachelor, husband, duchess, tiger, heir, cousin, heroine, madame, nun, gentleman, dame, master, widow, lioness.

Task 2. Read the neutral meanings of the words and select the appropriate gender-sensitive synonyms:

Neutral	Male	Female
Police officer		
Owner		
Writer		
Salesperson		
Bartender		
Server		
Businessperson		
Ruler		
Flight attendant		

Task 3. Read the aphorisms below and determine whether the author is a man or a woman. Explain your opinion.

1) Man is the only animal that learns by being hypocritical. He pretends to be polite and then, eventually, he becomes polite.

2) The biggest mystery to a married man is what a bachelor does with his money.

3) God made man, and then said I can do better than that and made woman.

4) It is a common enough case, that of a man being suddenly captivated by a woman nearly the opposite of his ideal.

5) One man's folly is another man's wife.

6) A man on a date wonders if he'll get lucky. The woman already knows.

7) Many a man owes his success to his first wife and his second wife to his success.

8) A man should be taller, older, heavier, uglier, and hoarser than his wife.

9) One man in a thousand is a leader of men, the rest are followers of women.

10) Even if man could understand women, he still wouldn't believe it.

11) No man is really old until his mother stops worrying about him.

12) A man who has never made a woman angry is a failure in life.

13) Men like to pursue an elusive woman like a cake of wet soap – even men who hate baths.

14) Were there no women, men might live like gods.

15) Flirting is the gentle art of making a man feel pleased with himself.

Task 4. Discuss in pairs and express your opinion about stereotypes associated with feminine and masculine qualities according to the degree of typicality of the attributed characteristics:

- women are less motivated to make any achievements,
- women are more sociable than men,
- women are more suggestible than men,
- women have naturally lower self-esteem and self-confidence than men,
- men have a more developed analytical thinking than women,
- men take criticism more adequately,
- women are more creative and intuitive,
- in unexpected situations women are weaker,
- women think less about their career.

Task 5. Get ready with the project according to the following plan:

- 1) "Gender in English advertising";
- 2) "Gender factor in the English language";
- 3) "Gender metaphors in English";

- 4) "Lexical presentation of women and men in English proverbs and sayings";
- 5) "Reflection of gender stereotypes in English and Russian languages";
- 6) "Feminism in English literature";
- 7) "Phraseological units characterizing males and females in the English language."