



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

**Стереотипный образ женщины в английской и русской  
лингвокультурах  
(на материале афоризмов)**

**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:  
77,92% авторского текста  
Работа рекомендована к защите  
«18» июня 2021 г.  
зав. кафедрой английской филологии  
 О.Ю. Афанасьева

Выполнила:  
Студентка группы ОФ-503-091-5-2  
Кравцова Александра Дмитриевна  
Научный руководитель: кандидат  
филологических наук, доцент  
Мошкович Вера Викторовна

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ АФОРИСТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ.....	8
1.1 Картина мира.....	8
1.1.1 Языковая картина мира.....	8
1.1.2 Гендерная картина мира.....	13
1.2 Концептуальный подход к рассмотрению языковой картины мира.....	17
1.2.1 Определение понятия «концепт» в современной лингвистике.....	17
1.3 Стереотип.....	22
1.3.1 Понятие «стереотипа».....	22
1.3.2 Классификация стереотипов.....	24
1.4 Афоризм.....	33
1.4.1 Определение афоризма.....	33
1.4.2 Происхождение афоризмов.....	36
1.4.3 Признаки, свойства и характеристики афоризмов.....	37
ГЛАВА 2. ОТРАЖЕНИЕ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В АНГЛИЙСКИХ И РУС- СКИХ АФОРИЗМАХ.....	43
2.1 Принципы отбора материала. Гендерный маркер в английских и рус- ских афоризмах.....	43
2.2 Концептуальные основания классификации афористических единиц английского языка с фемининным маркером.....	47
2.2.1. Концептуальные признаки микроконцепта «внутренний человек» в афоризмах англоязычных авторов.....	50
2.2.2 Концептуальные признаки микроконцепта «внешний человек» в афо- ризмах англоязычных авторов.....	55

2.2.3 Концептуальные признаки микроконцепта «социальный человек» в афоризмах англоязычных авторов.....	56
2.3 Концептуальные основания классификации афористических единиц русского языка с фемининным маркером.....	62
2.3.1 Концептуальные признаки микроконцепта «внутренний человек» в афоризмах русскоязычных авторов.....	64
2.3.2 Концептуальные признаки микроконцепта «внешний человек» в афоризмах русскоязычных авторов.....	70
2.3.3 Концептуальные признаки микроконцепта «социальный человек» в афоризмах русскоязычных авторов.....	72
2.4 Сравнительная характеристика образов женщины в английской и русской афористических картинах.....	76
ГЛАВА 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	81
3.1 Стереотипные образы женщины в английской и русской лингвокультурах (на материале афоризмов).....	81
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	85
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	88

## ВВЕДЕНИЕ

Антропоцентрическая парадигма лежит в основе всех гуманитарных исследований XXI в. Антропоцентризм определяет, по выражению Е.С. Кубряковой, «тенденцию поставить человека во главу угла во всех теоретических предпосылках». Человек оказывается не просто вовлеченным в анализ тех или иных явлений, но и определяет «перспективы этого анализа и его конечные цели» [16, с. 212]. Переход от лингвоцентрического изучения языка к антропоцентрическому позволил не только иначе трактовать роль языка, но и послужил серьезным толчком к тому, чтобы по-новому взглянуть на то, как человек представлен в языке. В каждой культуре в процессе ее многовекового развития сложились определенные нормы поведения и восприятия, которые получили название культурных стандартов. Общаясь, русские и англичане замечают много странного и непонятного в поведении друг друга, у них возникают всевозможные вопросы. Различия норм поведения проявляется во многих жизненных ситуациях. Афоризмы дают возможность проникнуть в другую систему мышления, познакомиться с другой системой ценностей. Афоризм – жанр, интерес к которому не угасает с течением времени. В последнее время значительно возрос интерес к афоризмам и афористике. То, что экстремист воспринимается как маленькое, содержательное и глубокое суждение, исполненное в образно запоминающейся форме, всегда соответствует ощущению времени. Кроме того, сборник содержит глубокие мыслительные, философские или светские знания. Доктринальный вывод, который резюмирует смысл явления. Он ничего не доказывает, но предлагает готовый вывод с большой степенью увеличения. Гендерные исследования занимают особое место в лингвистических областях, доминирующим направлением в которых является ориентация на человека. Гендерные исследования сегодня - это интенсивно развивающаяся область науки. Под этим термином понимаются исследования, изучающие

культурные, социальные, языковые факторы, определяющие не только отношение общества к мужчинам и женщинам, но и речевое поведение носителей языка в связи с их принадлежностью к тому или иному полу, а также стереотипные представления о мужских и женских качествах. Язык и культура пронизаны гендерными отношениями, а гендер понимается как социокультурная надстройка над биологической реальностью и как система социополовых отношений. Все аспекты языка, как на уровне системы, так и на уровне его функционирования могут быть рассмотрены с позиций гендерного фактора, что позволяет исследовать рефлексии гендера в языке и речи и выявлять его культурную специфику. Изучение гендерного аспекта речевого поведения коммуникантов имеет большое значение в лингвистике потому, что его учет позволяет глубже проникнуть в женскую или мужскую картину мира, и, таким образом, помогает создать более полные реально существующие модели ориентирующего поведения мужчин и женщин, а также специфику мужской и женской речевых стратегий и тактик. В свете сказанного, подобное исследование представляется нам актуальным.

Целью настоящей работы является выделение, сопоставление и анализ основных черт стереотипного образа женщины в русской и английской лингвокультурах на примере афоризмов.

Объект исследования – афоризмы в русском и английском языках. Предмет исследования – концепт «женщина» («woman») в английских и русских афоризмах.

В соответствии с заявленной целью предполагается выполнение следующих задач:

- 1) изучение литературы по теме исследования, проведение её анализа с последующими выводами;
- 2) отбор практического материала, а именно афоризмов, компонентом структуры которых являются слова, обозначающие лица женского пола;

- 3) анализ особенностей проявления гендерного аспекта в отобранных афоризмах;
- 4) представление концепта «женщина» в виде структуры, имеющей дефиниционную и прототипическую часть;
- 5) сравнительный анализ образа женщины в афористических картинах мира в английском и русском языках.

Для достижения поставленной цели и выполнения задач исследования в работе использовались: метод наблюдения и описания, оппозиционный метод, методы компонентного и сравнительно-сопоставительного анализа, а также элементы количественного метода анализа данных.

Теоретической базой настоящего исследования послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в области афористики, гендерной и когнитивной лингвистики (Ермишин О., Маслова В. А., Сокольская Л. И., Тер-Минасова С. Г., Федоренко Н. Т.).

Практической базой исследования являются афоризмы русских и британских писателей, ученых, политиков и философов XIX-XX веков.

Положения, выносимые на защиту:

1. Афоризмы являются единицами, отражающими картину мира носителей, т.к. содержат в себе большой объем информации о своеобразии миропонимания и менталитета того или иного языкового сообщества.
2. Анализ гендерно маркированных афоризмов способствует раскрытию и пониманию культурного стереотипа «фемининности».
3. Женщина в английских афоризмах представляется более активной и, в целом более агрессивной по отношению к мужчине. Женщина, по мнению русскоязычных авторов, обладает большей властью над мужчиной, но гораздо меньше пользуется ей в своих меркантильных интересах.
4. Англоязычные авторы отмечают женскую склонность любить «плохих парней», чего нет в русских афоризмах. Русские авторы, в свою очередь, говорят о героизме любящей женщины и о силе её любви.

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

Практическая значимость результатов работы состоит в том, что данные о гендерных стереотипах в английском и русском языках могут быть использованы в методике и практике преподавания языка, в лекционных материалах и спецкурсах, на семинарских занятиях и при написании студентами курсовых и дипломных работ по гендерной проблематике.

Цели и задачи исследования определяют его объем и структуру. Работа общим объемом 96 страниц печатного текста состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

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

В первой главе рассматриваются основные понятия афористики и когнитивной лингвистики; уточняется содержание термина «концепт»; даётся определение афоризма, рассматриваются его основные свойства и характеристики.

Вторая глава посвящена практическому анализу афоризмов с феминным маркером и выявлению универсальных и специфических признаков сопоставляемых картин мира в отношении концепта «женщина».

В третьей главе представлены упражнения, разработанные на базе афоризмов для применения на занятиях в старшей школе. В заключении подводятся основные итоги исследования. Библиография насчитывает 94 наименований работ отечественных и зарубежных лингвистов в области афористики, гендерной и когнитивной лингвистики.

# ГЛАВА I. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ АФОРИСТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

## 1.1 Картина мира

### 1.1.1 Языковая картина мира

Языковая картина мира – исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности.

Языковая картина мира отражает реальность через концептуальную картину мира. Речь идет о том, что язык, с одной стороны, подчиняет себе, и организует восприятие мира его носителями, а, с другой стороны, образует собственный мир, наложенный на мир действительный.

Языковая картина мира — это часть концептуальной картины, хотя и самая существенная. Соответственно, концептуальная и языковая картины мира тесно взаимосвязаны, находятся в состоянии постоянного взаимодействия и относятся к реальной картине мира.

Путь от внеязыковой реальности к понятию и далее к словесному выражению различен у разных народов, что обусловлено различиями истории и условий жизни этих народов, спецификой развития их общественного сознания. Соответственно, различна языковая картина мира у разных народов.

Разумеется, национальная культурная картина мира первична по отношению к языковой. Она полнее, богаче и глубже, чем соответствующая языковая. Однако именно язык реализует, вербализует национальную культурную картину мира, хранит ее и передает из поколения в поколение. Язык фиксирует далеко не все, что есть в национальном видении мира, но способен описать все. И язык навязывает человеку определенное видение мира [60. с. 95].

Решая проблему соотношения концептуальной и языковой картин мира, лингвисты пытаются установить, как происходит формирование тех или иных концептов. В процессе жизни конкретного современного человека языковая картина мира предшествует концептуальной и формирует ее, потому что человек способен понимать мир и самого себя благодаря языку. Именно в языке закрепляется общественно-исторический опыт – как общечеловеческий, так и национальный.

Наиболее существенное теоретическое положение можно представить следующим образом: картина мира является базисной частью мировидения человека.

Язык – факт культуры, составная часть культуры, которую мы наследуем, и одновременно ее орудие. Культура народа вербализуется в языке, именно язык аккумулирует ключевые концепты культуры, воплощая их в слова. Создаваемая языком модель мира – это субъективный образ объективного мира. Из этого следует, что концепты – это элементы культуры. Изучение их помогает выявить особенности мировосприятия народа, представить концептуальную и национальную картины мира, поскольку способ концептуализации мира, свойственный языку, отчасти универсален, отчасти национально специфичен. Национальный опыт человека и приводит к образованию особенностей разных языков, что, в свою очередь, ведет к возникновению специфических языковых картин мира у представителей разных народов.

Картина мира отражается в содержательной стороне языка этноса. Ее анализ помогает понять, чем отличаются национальные культуры, как они дополняют друг друга на уровне мировой культуры.

Э. Сепиром и Б. Уорфом была выдвинута гипотеза, что люди видят мир сквозь призму своего родного языка. Они предположили также, что языки различаются своими «языковыми картинами мира». Из их рассуждений следовало, что люди, говорящие на разных языках, имеют разные типы

мышления, и все это не просто связано с языком, а обусловлено им [52, с. 38].

Однако, по мнению Б.А. Серебренникова, язык не обладает самодовлеющей силой при образовании языковой картины мира. Нельзя говорить, что разные языки выстраивают разные языковые картины мира в сознании своих носителей, они придают лишь специфическую «окраску», обусловленную значимостью предметов, явлений, процессов, что определяется спецификой деятельности, образа жизни и национальной культурой народа [53, с. 128].

Восприятие мира может быть сходным в разных языках. Следует различать языковую и концептуальную картину мира. Язык - это определённый способ мышления, архетип, восприятие мира. Языковая картина мира всегда отражает национальную специфику [51, с. 169-174].

Следовательно, мы видим, что языковая картина мира тесно связана с концептуальной системой, а также с языком. Один и тот же язык, один и тот же общественно-исторический опыт формирует у членов определенного общества сходные языковые картины мира, что позволяет говорить о некоей обобщенной национальной языковой картине мира. Разные языки придают картинам мира лишь некоторую специфику, некоторый национальный колорит, что объясняется различиями в культуре и традициях народов [40, с. 89].

В рамках языковой картины мира некоторые авторы выделяют пословичную и афористическую картины мира.

Пословичная картина мира, выступая в качестве актуального объекта исследования современных лингвистов, представляет собой фрагмент языковой картины мира, отраженный в пословицах, в которых социокультурная общность идентифицирует культурно-исторический пласт своей страны, своё национальное сознание, специфику миропонимания [16, с. 65-67]. Рассматривая картину мира в качестве фрагмента языковой картины мира, уче-

ные связывают ее с той частью национальной концептосферы, которая представляет базовые культурные ценности [3, с. 157]. Пословичная картина мира, во-первых, характеризуется отнесенностью к определенному социокультурному сообществу; во-вторых, передает специфику национального мышления, особенности характера конкретного народа; в-третьих, указывает на породившие ее социокультурные образцы (традиции, обычаи, приметы, представления и т.д.) [16, с. 65-67].

Другим важным фрагментом языковой картины мира, отраженным в афоризмах, является афористическая картина мира. Отмечается, что афористическая картина мира является частью авторской языковой картины мира [32, с. 336-338].

В своем развитии картина мира любого этноса проходит путь от народной (наивной, мифологической) до научной. С.Е. Никитина рассматривает языковое народное сознание как часть культурного сознания, так как между осознанием элементов языка и других элементов культуры нет четко выраженной границы. Языковое народное сознание является воплощением народного миропонимания в языковой форме, в языковых стереотипах [45, с. 75].

Афоризмы всякого языка представляют собой продукты языкового народного сознания как материализация опыта поколений и отдельных представителей данного народа соответственно. Данная литературная форма принадлежит сфере внутринационального общения, то есть используется «в рамках употребления языка, равно как и в той или иной языковой форме его существования, совпадающих с границами соответствующего этнического единства (народа)» [1, с. 70]. Афоризмы являются отдельными познавательными актами, выраженными в изолированных языковых структурах. Поэтому их интерпретация может быть адекватной лишь при учете не только самого языкового выражения, но и знания о действительных ситуациях, приобретенных представителями определённого народа на основе,

как своего индивидуального опыта, так и общественного опыта, закрепленного и переданного в языковых формах (текстах) [30, с. 25].

Особенности языкового общественного сознания накладывают свой отпечаток на афоризмы любого языка и составляют национальный языковой характер народа. Национальным языковым характером, в свою очередь, обусловлен и тот факт, что афоризмы (в данном случае английские и русские) известны и понятны в большинстве своем всем носителям соответствующих языков и гармонично входят в их мировосприятие как неотъемлемая часть общей картины реальности. В то же время, для иноязычного представителя человечества они наполнены национальным колоритом и могут быть даже непонятны. Поскольку предметом данной работы являются афоризмы английского языка, необходимо определить форму существования языка, к которой они принадлежат. Афоризмы являются продуктами народного языкового сознания, сферы их появления и принадлежности практически идентичны. Афоризмы относятся к литературной форме языка.

Пословицы и афоризмы любого языка являются единицами, отражающими картину мира носителей этого языка. По мнению А.В. Артемовой, «пословицы и афоризмы как зеркало национальной культуры содержат в себе большой объем информации о традициях, устоях, своеобразии миропонимания и менталитета того или иного языкового сообщества» [6, с. 5]. Они вызывают в сознании носителей языка определенную совокупность сведений, которая, с одной стороны, определяет логическую конструкцию выражения, а с другой – обуславливает границы употребления данного выражения, связь с определенными жизненными ситуациями, явлениями истории и культуры народа.

### 1.1.2 Гендерная картина мира

В последние годы в оборот вошло понятие гендерная картина мира (далее - ГКМ). 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 объясненными. 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» [44, с. 18].

ГКМ является ответвлением более общей научной картины реальности. Говоря о ГКМ, мы имеем в виду не какую-либо повседневную картину мира. В ГКМ различные образы гендерной реальности находят свое отражение сквозь призму их научной интерпретации. Тогда как повседневное и обыденное сознание и подсознание являются весьма мозаичными и, в значительной мере, синкретичными. Смесь из повседневных и теоретических, женоненавистнических и феминистских, научных и антинаучных воззрений не может быть назван «картиной мира», т.к. здесь отсутствует фундаментальный признак - признак целостности. Конгломерат 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.

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

Таким образом, ГКМ - это целостный репрезентант гендерной реальности, обладающий научным содержанием и смыслом. ГКМ находит свою концептуализацию в учебных, теоретических и других курсах и программах. Однако сама ценностная ГКМ 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 [10, с. 7].

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

По мнению И.И. Булычёва, маскулинность и феминность выступают основными способами существования, или атрибутами ГКМ. 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, тождественными и взаимобратимыми [10, с. 7].

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 ГКМ.

Известные элементы абсолютности в гендерной реальности и, соответственно, в репрезентациях образов маскулинности и феминности, безусловно, существуют. Они обусловлены тем, что мужчина и женщина созданы естественной биосоциальной эволюцией, закрепившей за ними определенные и целесообразные функции. Естественное и исторически обусловленное разделение мужских и женских функций является чрезвычайно глубоким фактором, который детерминирует важнейшие черты и образы мужчины и женщины. Социальная эволюция на земле за тысячи лет, несмотря на известное сближение и модификацию эталонов мужественности и женственности, пока не привела к их радикальному изменению.

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 [10, с. 7].

Атрибуты ГКМ 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 - носители 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 - 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, так сказать, «очищенным срезом» представлений об идеальном мужчине и женщине, то есть о мужчине и женщине «вообще». 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 ГКМ 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 [10, 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 ГКМ, 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 ГКМ. Взаимосвязь ее атрибутов – маскулинности и феминности – подчиняется закону дополнения противоположностей.

## 1.2 Концептуальный подход к рассмотрению языковой картины мира

### 1.2.1 Определение понятия «концепт» в современной лингвистике

В науке существует два основных подхода к изучению концептов: лингвокогнитивный [Арутюнова Н.Д., Бабушкин А.П., Кубрякова Е.С., Лихачев Д.С., Попова З.Д., Рахилина Е.В., Стернин И.А.] и лингвокультурологический [Воркачев С.Г., Карасик В.И., Красавский Н.А., Ляпин С.Х., Степанов Ю.С.].

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 [23, с. 286].

Лингвокультурологический подход относит к числу концептов семантические образования, отмеченные лингвокультурной спецификой, отражающие менталитет языковой личности определенной этнокультуры [23, с. 288].

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 [24, с. 3].

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 [48, 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 [8, 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 [38, с. 9].

По мнению Е.С. Кубряковой, концепт является оперативной единицей памяти, которая входит в концептуальную систему языка [39, 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:

- концепт – идея, включающая абстрактные, конкретно-ассоциативные и эмоционально-оценочные признаки, а также спрессованную историю понятия [57, с. 412];

- концепт – личностное осмысление, интерпретация объективного значения и понятия как содержательного минимума значения [38, с. 281];

- концепт – это абстрактное научное понятие, выработанное на базе конкретного житейского понятия [54, с. 246];

- концепт – сущность понятия, явленная в своих содержательных формах – в образе, понятии и в символе [29, 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 [39, 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 [25, с. 200]. Это ментальное образование всегда имеет определенную структуру. Ученые выделяют образно-перцептивную и понятийную стороны концепты, определяя его как «переживаемую информацию» [25, с. 128] и как «квант переживаемого знания» [25, 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) [22, с. 39].

С.Г. Воркачев определяет концепт как «операционную единицу мысли» [13, с. 43], как «единицу коллективного знания (отправляющую к высшим духовным сущностям), имеющую языковое выражение и отмеченную этнокультурной спецификой» [14, 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 [47, 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 [34, с. 272]. Национальный концепт репрезентируется в языковом сознании в совокупности «валентных связей, отмеченных национально-культурной маркированностью» [34, с. 268]; это «своего рода свернутый глубинный "смысл" "предмета"» [34, с. 269].

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. Концептуальный признак объективируется в закрепленной и свободной формах сочетаний соответствующих языковых единиц – репрезентантов концепта. Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира. В структуре концепта отображаются признаки, функционально значимые для соответствующей культуры. Полное описание того или иного концепта, значимого для определенной культуры, возможно только при исследовании наиболее полного набора средств его выражения [47, с. 10].

Определения термина «концепт» приводятся в работах многих лингвистов [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. Стерниным: «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» [49, 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» [38, 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 [58, с. 18]. В рамках такого подхода акцент делается на контекстуальной связи формирующегося в сознании индивида или коллектива концепта с уже усвоенными всеобъемлющими общественными ценностями данного социума [40, с. 58].

В данном исследовании мы рассматриваем слово «женщина» в двух основных качествах: 1) как лексему – единицу языка со своей семантикой и

комбинаторными возможностями; 2) как одноименный концепт, в смысловом пространстве которого функционируют различные единицы, ассоциативно-семантически связанные с феноменом «женщина».

Как следует из определения концепта, он представляет собой многомерное ментальное образование, в основе которого лежит понятийный (когнитивный) компонент, представляющий собой базовую часть в структуре концепта и отражающийся в лексических значениях репрезентирующих его единиц. Большинство ученых сходятся в том мнении, что концепт является абстрактной, дискретной, многомерной и объемной единицей мышления и памяти, которая имеет тесную связь с национально-ментальными характеристиками и отражает опыт индивида – носителя языка и этноса в целом (на уровне архетипа). В различных работах исследователей концепт обладает различной структурой и не всегда может быть репрезентирован.

### 1.3 Стереотип

#### 1.3.1 Понятие «стереотипа»

Языковые стереотипы этнокультурного характера – это объективированные в языке профилированные концепты, понятия, признаки окружающей человека действительности, которые составляют лингвокогнитивную конфигурацию языковой картины мира. Поскольку языковые стереотипы порождаются этнически обусловленными представлениями, сформированными фольклорно-мифологическим сознанием и бытующими в системе традиционной лингвокультуры, в основе их содержания лежит не просто оценочные образы, зафиксированные в языке (номинативных моделях, фраземах и паремиях). Когнитивным субстратом каждого языкового стереотипа является один из этнокультурных концептов, фундаментирующих базовые топики языковой картины мира. Этноязыковые стереотипы, являясь по данным современных исследований особо значимыми для самоосознания и самопознания этноса, играют в языковой картине мира одновременно

структурообразующую и этноидентифицирующую роль. С точки зрения лингвокультурологии, объяснение самобытности этнокультуры следует искать в словах, которыми фиксируются образы познаваемых предметов и явлений. Почему в словах? Потому что такое слово вырастает из действия и несёт в себе его скрытую энергию (потенциальную модель культурного действия). С помощью культурно маркированного слова как раз и задаётся та система координат, в которой человек живёт, в которой формируется образ мира - основополагающий элемент этнокультуры [4, с. 221]. «Назвать» – значит приписать номинанту определенное значение, а придать определенное значение чему-либо - значит понять его, включить в свое сознание. Поэтому за словом в его звуковой или графической материальности стоит фрагмент живого образа из мира конкретной этнокультуры. Системность же значений есть отражение системности самой лингвокультуры, той структуры образа мира, которая в ней сформирована и отражена в этноязыковом сознании.

Лингвокультура и этноязыковое сознание. Формой существования культуры в сознании человека служит так называемое национально-культурное пространство, или общее для всех представителей данного этноязыкового сообщества сознание. Определение, конечно, впечатляет своей философской широтой и афористичностью, однако ещё не раскрывает сущность рассматриваемой категории. Согласно лингвокультурологическому словарю [5], национальное культурное пространство по своей природе - это информационно-эмоциональное («этническое») поле, виртуальное и в то же время реальное пространство существования и функционирования человека, которое становится осязаемым при столкновении с явлениями иной культуры. Национальное культурное пространство включает в себя все существующие и потенциально возможные представления о феноменах культуры у членов национального лингвокультурного сообщества. Сложность истолкования этноязыкового сознания объясняется тем, что в лингвокультурологии вообще своеобразно и неоднозначно переплетаются

когнитивные и собственно культурологические категории. Кажется, наиболее проблемным среди них является понятие этноязыкового, или этнокультурного, сознания. Если сознание в когнитивистике – это высшая, понятийная, форма отражения человеком действительности и его отношения к отражаемому, то этноязыковое сознание является высшей духовной категорией, представляющей собой ассоциативно-смысловую форму стереотипного отражения ценностно-познавательного пространства того или иного этнокультурного.

В соответствии с таким пониманием структурными компонентами этнокультурного сознания являются, с одной стороны, когнитивные элементы (понятия, представления) и некогнитивные (чувства, эмоции, воля и др.). Другой не менее важный блок компонентов этнокультурного сознания составляют те элементы культуры (ценности, оценки, смысловые интерпретации и т.п.), которые приобрели статус этнокультурного стереотипа.

### 1.3.2 Классификация стереотипов

В ходе длительной истории исследований ученые выявили множество различных видов стереотипов, основываясь на разных критериях их классификации. Целью настоящего раздела является создание обобщенной, развернутой классификации стереотипов мышления. Как и всякая классификация, предлагаемая нами типология стереотипов призвана систематизировать и углубить научные представления о природе стереотипов и их многообразии.

Начнем с классификации стереотипов по субъекту стереотипизации, другими словами, по носителю стереотипа. Именно этот параметр лежит в основе подразделения стереотипов на коллективные и индивидуальные. Коллективные стереотипы обозначаются в американской социальной науке термином «культурные стереотипы». Отечественные ученые в качестве

противопоставления индивидуальным стереотипам используют термин «социальные» или «массовые» стереотипы. Мы предлагаем термин «коллективные стереотипы» и считаем его более приемлемым, поскольку он образует четкую оппозицию индивидуальным стереотипам и позволяет избежать двойного толкования термина «социальные стереотипы», о котором пойдет речь ниже. Рассмотрим, что подразумевается под коллективными (культурными) стереотипами.

«Культурные стереотипы - это всеми принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений» [Ashmore, Del Boca, 1986]. На наш взгляд, такая трактовка является преувеличенной и отражает некую крайнюю позицию. Скорее всего, существуют стереотипы, которые знают все члены определенной социально-культурной общности, но вряд ли все сто процентов ее членов принимают и разделяют их. Более корректно говорить о стереотипах, «разделяемых достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей». Таким образом, коллективными можно считать стереотипы, характеризующиеся высокой степенью согласованности (см. раздел 1.3.1). В качестве субъекта стереотипизации в данном случае выступает социальная общность в целом. Отнесение каких-либо стереотипов к коллективным не означает, однако, «их полного тождества у отдельных индивидов или осознания всеми представителями группы в равной степени».

Индивидуальные стереотипы, то есть представления отдельного индивида, могут быть в большей или меньшей степени тождественны коллективным стереотипам, могут совершенно не совпадать с ними. Такие стереотипы, функционирующие на индивидуально-личностном уровне, называются также социально-психологическими. Как правило, коллективные стереотипы «проявляют себя через стереотипы индивидуальные, получая при этом дополнительную индивидуально-личностную окраску».

Заметим, что разделение стереотипов на коллективные и индивидуальные используется и упоминается в научной литературе не так часто. Однако следует согласиться с Т. Нельсоном в том, что такое разделение чрезвычайно важно как с теоретической, так и с методологической точки зрения. Исследователь должен четко осознавать, изучает ли он коллективные стереотипы данной группы или их преломление на индивидуально-психологическом уровне, и в зависимости от этого выбирать метод исследования.

Следующая классификация стереотипов выстраивается по объекту стереотипизации. Основываясь на данном параметре, можно выделить классификации нескольких порядков. Классификация первого порядка базируется на широком охвате возможных объектов стереотипизации, при котором в качестве таких объектов могут выступать любые предметы, явления, события действительности. Сторонником такой точки зрения является, например, П.Н. Донец, предлагающий классифицировать стереотипы на личностные (относящиеся к лицам как членам определенных социальных сообществ) и вещественные, событийные и т.д. Автор этой классификации приводит примеры стереотипов, относящихся к событиям (11-е сентября 2001 г. - исламский терроризм); странам (Америка - свобода, военная мощь, демократия; Бразилия - солнце, пляж, преступность); вещам (шапка-ушанка - холод, Россия).

Стереотипы, относящиеся к человеку, можно назвать антропостереотипами. Их следует разделить на стереотипы персоналий, относящиеся к отдельному человеку, например, известному общественному деятелю, и социальные стереотипы, относящиеся к какой-либо социальной группе и людям как ее членам. Эти подвиды входят в классификацию второго порядка. Наряду с антропостереотипами следует выделить предметные стереотипы, относящиеся к предметам в самом широком, философском смысле слова. В качестве объекта стереотипизации в данном случае может быть вещь как физический предмет (тогда это вещественный стереотип в терминах П.Н. Донца) и понятие как логически мыслимый предмет (стереотипы о понятиях

- понятийные стереотипы). Вслед за П.Н. Донцом мы выделяем и событийные стереотипы, относящиеся к событиям.

Наиболее часто используемой классификацией стереотипов по объекту является, пожалуй, выделение различных видов социальных стереотипов. В нашей логике это уже классификация третьего порядка. В зависимости от стереотипизируемой социальной группы выделяют гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические / национальные, конфессиональные/религиозные, региональные, классовые, политические стереотипы и т.д. Сколько групп можно выделить внутри социума – столько возможно и видов социальных стереотипов.

Именно к этому типу стереотипов применима следующая классификация – по отношению «свой»/«чужой», иными словами - по принадлежности субъекта стереотипизации к объекту, то есть к определенной социальной группе. По этому параметру стереотипы подразделяются на авто- и гетеростереотипы. Автостереотип - это образ- представление какой-либо социальной группы о самой себе, гетеростереотип – образ-представление этой группы о других/чужих группах. Используются также термины эндо- и экзостереотип, Eigen- (Selbst-) und Fremdstereotyp/Auto- und Heterostereotyp (Loschmann, 2001 и др.), ingroup and outgroup stereotype (Castano, Paladino, 2002 и другие англоязычные ученые). Поскольку изучение этих видов стереотипов чрезвычайно важно для исследования межгрупповых отношений и межкультурной коммуникации, остановимся на них более подробно.

Важным шагом в понимании природы авто- и гетеростереотипов стала разработка проблемы национальных / этнических как системы в национальном/этническом самосознании. Большой вклад в развитие этого направления внесла Г.У. Солдатова. Суть ее концепции заключается в следующем: «Автостереотип и гетеростереотип не автономные единицы, а структурно взаимосвязанные компоненты единого целостного образования личностного и группового самосознания».

Автостереотипы как «этноинтегрирующие атрибуции- представления» и гетеростереотипы как «этнодифференцирующие атрибуции-представления» формируются в «связке и взаимообусловленности» (7, с. 169). Этот тезис очень созвучен идее о соотношенности культур и релятивистской теории нации А.Г. Здравомыслова: «Мы - данная нация - обнаруживаем свое бытие прежде всего в отношении к “ним”, к “другим”. И то, как “нас” воспринимают “другие”, оказывается одним из самых важных моментов для нашего собственного мироощущения». У каждого человека формируется определенный образ своего народа («мы такие») и образы других народов («они такие», как правило, другие). Своя этническая группа в большей или меньшей степени противопоставляется другим группам. Например, русские – щедрые, у них русских душа нараспашку, немцы – экономные или скупые, англичане – сдержанные.

Т. Блейхер характеризует взаимосвязь образов «своего» и «чужого» как контрастное отношение, используя метафору негатива фотопленки: «Das Eigenbild erscheint primär als Negativ des Fremdbilds und umgekehrt. Dieses lineare Grundphänomen taucht meist in zwei gegensätzlichen Variationen auf: entweder stellt man ein Eigenideal auf und setzt ihm die Fremdkritik entgegen, oder man geht von der Kritik am Eigenen aus und sucht das Ideal im Fremden / Образ «своего» предстает в первую очередь в качестве негатива образа «чужого» и наоборот. Этот основной линейный феномен проявляется чаще всего в двух противоположных вариациях: либо создают идеал «своего» и противопоставляют ему критику «чужого», либо отталкиваются от критики «своего» и ищут идеал в «чужом».

Категория «они» или «другие/чужие» может быть представлена разным количеством гетеростереотипов у разных народов: «Этнический стереотип отражает не две, а гораздо больше этнических реальностей. Число различных гетеростереотипов в структуре этнического стереотипа зависит как от истории межэтнических отношений, так и от особенностей непосредственной этноконтактной среды». Не только количество, но и значимость

этих гетеростереотипов в общей системе этностереотипных образов будет разной в зависимости от указанных выше факторов.

Примеры системной взаимообусловленности авто- и гетеростереотипов можно найти во многих этнопсихологических и иных исследованиях. Так, Р. Яворски, анализируя изменения в немецком гетеростереотипе о поляках в XIX-XX вв., отмечает, что, чем большую роль в автостереотипе немцев играли порядок, прилежание и чистоплотность (Ordnung, Fleiß, Sauberkeit), тем более хаотичными, ленивыми и грязными (chaotisch, faul, dreckig) воспринимались ими и изображались поляки (Jaworsky, 2000). Ту же тенденцию обнаружила и Я. Дабровская, исследовавшая образ поляков в немецкой прессе: порядок в автостереотипе немцев отражается в их гетеростереотипе о поляках, как в зеркале-перевертыше, в виде беспорядка. Так, гетеростереотип через механизм размежевания с «чужой» группой усиливает автостереотип (Dąbrowska, 1999).

Такая взаимосвязь авто- и гетеростереотипов иллюстрирует понятие ингруппового фаворитизма, «подразумевающего формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с другими» (52, с. 236), сознательное или неосознанное предпочтение своей группы другим. Если речь идет о национальных/этнических общностях, то чаще используется термин «этноцентризм». Сущность этноцентризма заключается в том, что «собственная группа является центром всего, а все другие общности, да и все окружающее в целом, шкалируется и оценивается в сопоставлении с ней» (36, с. 183). Очевидно, что система авто- и гетеростереотипов играет важнейшую роль в поддержании механизмов этноцентризма в межгрупповом восприятии и взаимодействии.

Однако авто- и гетеростереотипы вовсе не обязательно отражают популярны образы (что часто имеет место во время межэтнических конфликтов). Противопоставление своей и чужой группы может быть и более сглаженным. Примером тому могут служить образы своей и чужой группы,

названные Т.Г. Стефаненко взаимодополняющими. Эти образы были выявлены исследовательницей в 1987 г. в ходе изучения образов «типичного американца» и «типичного советского человека» у московских студентов. И тот и другой образ был окрашен весьма позитивно, однако и в этом случае наблюдались явления этноцентризма: «Типичному советскому человеку» московские студенты приписывали высоко оцениваемые в нашей культуре черты, а американцу - качества, формально позитивные, но находящиеся в нижней части иерархии личностных черт как ценностей».

Большинство исследователей отмечает более позитивную окраску автостереотипа по сравнению с гетеростереотипом. Автостереотипы чаще всего «монотонно позитивны» (33, с. 74) и являются «сосредоточием социально одобренных ценностных характеристик, содержат «нечто от идеала, нечто от того, что хотелось бы увидеть» (83, с. 72). Что же касается гетеростереотипов, то они имеют «гораздо более широкий эмоциональный диапазон [...] - от почитания до ненависти».

Помимо указанной тенденции в эмоционально-оценочном компоненте авто- и гетеростереотипов исследователи выявили еще одно их различие. Автостереотипы практически всегда «более разнообразны и комплексны, а гетеростереотипы более монолитны и односторонни». Г.У. Солдатова объясняет это явление «детализированным знанием» о своей группе при формировании автостереотипов и «дефицитом информации» в случае с гетеростереотипами. Степень гомогенности гетеростереотипного образа зависит от интенсивности контактов между группами. Так, в описании результатов своего эмпирического исследования Г.А. Аксянова и С.С. Давыдова отмечают следующее: «Чем меньше испытуемый знаком с тем объектом, который ему предстоит описать, тем более целостным выглядит его образ, и наоборот - чем чаще приходится вступать в контакты с представителями того или иного народа, тем более разнообразными оказываются характеристики».

Большая неоднородность автостереотипов обусловлена также и внутриэтническим делением, связанным с территориальными, религиозными, этнокультурными различиями внутри одной этнической общности. Как отмечает Г.У. Солдатова, такое деление в гетеростереотипах более поверхностно (там же).

Кроме упомянутых есть и еще одно различие между авто- и гетеростереотипами, на которое также указывает Г.У. Солдатова, - большая степень проективности гетеростереотипа. Выше мы уже отмечали, что в автостереотип попадают, как правило, одобряемые в данной этнической общности характеристики, в то время как «гетеростереотип служит резервуаром для отрицательных качеств, нежелательных в собственной культуре и поэтому отчуждаемых» (Levine, Campbell, 1972, цит. по: Солдатова, 1998, с. 75). Г.У. Солдатова ссылается также на наблюдения Л. Гудкова, раскрывающие психоаналитическую природу отношений между автостереотипом и гетеростереотипом: «Не только то, что неприятно и болезненно воспринимается у себя, усиливается у других, но и то, что ценится у себя, приумножается у других» (18, с. 75). Таким образом, гетеростереотип представляет собой некую проекцию автостереотипа.

В целом классификация стереотипов на авто- и гетеростереотипы и изучение их взаимосвязей и взаимообусловленности внесли существенный вклад в понимание механизмов межгруппового восприятия и взаимодействия. В ходе изучения межгрупповых отношений наряду с авто- и гетеростереотипами учеными был выделен еще один вид стереотипов - метастереотипы. Этот термин ввели Зигельман и Тач для обозначения «представлений человека о стереотипах другой группы относительно своей» (Sigelman, Tuch, 1997, цит. по: Нельсон, 2003, с. 218). Иными словами, это предполагаемые стереотипы, например, то, что, по мнению немцев, о них думают русские. По соотношению «реальный/предполагаемый» стереотипы подразделяют на прямые и переносные. Метастереотипы называют переносными, а авто- и гетеростереотипы, соответственно, прямыми. Мы считаем термины

«пря- мой/переносный» не совсем корректными в данном случае, поскольку слово «переносный» предполагает некое переосмысление исходного, «прямого» значения, а метастереотипы могут быть никак не связаны с реально существующими гетеростереотипами или весьма далеки от них. Термин «метастереотип», иными словами стереотип о стереотипе, на наш взгляд, более точен.

Следует отметить, что метастереотипы гораздо менее исследованы, чем другие виды стереотипов, хотя их роль в межгрупповом взаимодействии велика. Они оказывают влияние на коммуникантов через вызываемые ими эмоции и ожидания от потенциального контакта. Негативные метастереотипы могут спровоцировать тревожные состояния, агрессивное поведение или отказ от коммуникации. Можно предположить, что метастереотипы будут более четкими и содержательными в случае интенсивных контактов между группами и, наоборот, - будут более слабо выраженными или вовсе отсутствовать, если контактов мало. Нам достаточно часто приходилось сталкиваться в ходе проведения опросов с такой ситуацией, когда на вопрос «Как Вы думаете, какие стереотипы о русских распространены в Германии?» русские респонденты отвечали: «Не знаю».

Как мы уже отмечали, под метастереотипами понимаются предполагаемые у другой группы гетеростереотипы. Нам не встречались в научной литературе указания на включение в число метастереотипов автостереотипов, предполагаемых у другой группы, что, на наш взгляд, было бы вполне оправданно. Речь идет о том, что, например, по мнению немцев, русские думают о самих себе. Такие стереотипы наверняка играют существенную роль в интерпретации поведения инокультурного коммуниканта в ситуации контакта. Можно предположить, что в случае совпадения метастереотипов с реально существующими интерпретация будет более адекватной.

#### 1.4 Афоризм

#### 1.4.1 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» [91, 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.)» [88, 465].

Согласно английской энциклопедии «Encyclopaedia Britannica», афоризм является просто кратко выраженным и легко запоминающимся принципом или истиной; о принадлежности к афоризму пословиц и поговорок при этом не упоминается [Encyclopaedia Britannica 2005].

Приведём еще несколько примеров определения слова «афоризм».

- афоризм – это «глубокая мысль определенного автора», отличающаяся «явной неожиданностью суждения» и действующая на сознание «оригинальной формулировкой мысли» [75, с. 5],
- афоризмы - краткие по форме и обобщающие по смыслу высказывания суждения [76, с. 8],
- афоризм (греч. ἀφορισμός — краткое изречение) — обобщенная законченная мысль, выраженная в лаконичной, отточенной форме [84, с. 10],
- афоризм – это «тип высказывания, позволяющий без доказательств, без сложной аргументации, единственно силой изоощренной неожиданности формулировки убеждать чистым утверждением, не столько доказывая, сколько поражая» («блеском неожиданного сопоставления слов, уверенностью автора в правоте, закреплённой при помощи оригинального, неслыханного доселе, остроумного их сцепления»),
- афоризм – нравоучительное, кратко выраженное суждение [франц. энциклопедия, там же],
- афоризм - это мгновенная кристаллизация искомого смысла при быстро нарастающей глубине понимания, это самый короткий путь в вечность, это умение в нескольких словах выразить все то, ради чего другому приходится писать целую книгу, это мысль, удачно пойманная и искусно приготовленная [aphids.com].

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 «изоцированную 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 заключённые в образную, легко запоминающуюся форму.

Тематика афористики весьма разнообразна, и на ней лежит отпечаток породившей ее эпохи, отражается характер исторических условий, в которых она возникает и развивается. Иногда она освещает философские вопросы, иногда имеет острополитическое содержание, часто трактует этические проблемы или касается жизненно бытовых ситуаций. Фактически она охватывает все сферы человеческого бытия и деятельности, существенно влияя на них, а нередко и на ход исторических событий.

Ко всему сказанному нужно добавить, что проблемы афористики осложняются к тому же суждениями об афоризмах лексикологов и паремийологов. Нет у теоретиков и единого мнения относительно объема афоризма. Следовательно, встает вопрос о разграничении понятий «афоризм» и «афористическое высказывание».

Термин «афористическое высказывание» пока не употребителен: если обратиться к сборникам афоризмов, то можно заметить, что их часто именуют «афоризмы и мысли», «афоризмы и высказывания», а зарубежные сборники — «афоризмы и фрагменты», «афоризмы и цитаты». Как видим, рядом со словом «афоризм» ставится другой, более расширительный термин. И это не случайно, так как есть мудрые мысли, которые, будучи сжаты

до предела, все же не укладываются в границы афоризма: их можно отнести к афористическим высказываниям. Понятия «афоризм» и «афористическое высказывание» отличаются между собой лишь по объемному признаку. Если афоризм состоит обычно из одного предложения, то афористическое высказывание чаще всего имеет дополнительные предложения [Федоренко, Сокольская 1990].

#### 1.4.2 Происхождение афоризмов

Само слово «афоризм» греческого происхождения и сопряжено с глаголами «ограничивать», «отделять», «отлучать».

Понятие же «афоризм» ввел в речь Гиппократ. Так он назвал свой трактат о заболеваниях и искусстве их исцеления, а в предисловии записал: «Жизнь коротка, искусство долговечно». Так термин «афоризм» еще долгое время ассоциировался у людей именно с медициной, а современное значение он получил гораздо позднее.

В русских публицистических произведениях слово «афоризм» впервые встречается в 1789 году.

Афоризмы существуют с древнейших времен, являясь в умах современников мудрыми изречениями на различные темы. Для чего дается жизнь, как добиться в ней успеха, что такое любовь, в чем смысл дружбы, как победить зло и стать счастливым.

Выразительность афоризмов выростала при уменьшении числа слов; около  $\frac{3}{4}$  всех афоризмов состоят из 3-5 слов. А появляются афоризмы как в контексте научных, философских, художественных произведений, так и самостоятельно.

#### 1.4.3 Признаки, свойства и характеристики афоризмов

Афоризм — понятие, конечно, однородное изречению. Оба эти понятия принадлежат к единому жанру литературы, отличаясь между собой сти-

листикой 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 объемом и лаконизмом.

Афоризм имеет несколько определяющих свойств.

Первый признак афоризма — глубина мысли, стремящаяся к истине, — его 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.

Второй признак афоризма — 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.

Третий признак афоризма — 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.

Четвертый признак — законченность мысли — подчеркивает способность афоризма к самостоятельному существованию. Афоризм должен быть завершенным по смыслу и понятен без дополнительных пояснений.

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

И, наконец, шестой признак афоризма — его 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».

Выявление основных характеристик афоризма осуществляется на основе комплекса облигаторных 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.

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). В структурном плане афоризмов прослеживается тенденция к ритмической упорядоченности, они являются замкнутыми краткооформленными высказываниями, могут воспроизводиться или не воспроизводиться в дискурсе. В смысловое содержание афоризма возможно включение имплицитной информации.

Итак, окончательное определение афоризму можно дать в следующих словах: афоризм — это глубокая, стремящаяся к истине и полученная обобщением, законченная мысль определенного автора в предельно краткой, отточенной и высокохудожественной форме.

Афоризм по своей конструкции, как правило, состоит из двух частей: конкретной мысли и итогового заключения. В заключении обычно дается оценка мысли в авторской интерпретации. Композиционная двухаспектность афоризма не всегда, но довольно часто содержит противоречие, которое устраняется обычно в самом афоризме.

Свойство внутренней конфликтности афоризма делает его незаменимой формой для отражения противоречивых общественных и бытовых жизненных проблем. Афоризм представляет собой глубоко парадоксальную, экстравагантную мысль, чуждую логике и ошеломляющую своей необычностью.

Подобный взгляд на афоризм имеет широкое распространение за рубежом, оправдывая в какой-то мере ту легковесность, которую придают там афоризму. Во многих зарубежных странах, например, допускают, что афоризму свойственна исключительно развлекательная функция.

Афоризмы обладают определенной силой и действуют на сознание людей глубиной мысли, на эстетические чувства — своей красотой, на память — краткостью и меткостью [Федоренко, Сокольская 1990].

Итак, окончательное определение афоризму можно дать в следующих словах: афоризм — это глубокая, стремящаяся к истине и полученная путем обобщением, завершенная мысль конкретного автора в предельно краткой, отточенной и высокохудожественной форме.

#### 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. Концепции, являясь частью системы, подпадают под влияние других концепций и сами модифицируются.

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 пресловутую и афористическую картину мира. Пресловутая картина мира - это фрагмент языковой картины мира, отраженный в пословицах, в которых социокультурная общность выявляет культурно-исторический пласт своей

страны, свое национальное сознание, специфику мировоззрения. Афористическая картина мира - 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. существующее в обыденном сознании, в котором отражается социальная дифференциация полов.

Всю познавательную деятельность человека можно рассматривать как деятельность, развивающую способность ориентироваться в мире, что связано с необходимостью идентифицировать и различать объекты: возникают концепции, обеспечивающие эту операцию. «Концепт» является ключевым понятием в когнитивной лингвистике, но до сих пор не имеет единого определения. На данный момент в лингвистической науке существует три основных подхода к пониманию концепта, основанные на общем положении: концепт – это содержание концепта.

Вопрос о типологии понятий - один из основных теоретических вопросов когнитивной лингвистики. Понятия можно классифицировать по разным причинам. С точки зрения отражения реальности и характера концептуальной информации. По характеру «наблюдаемости» и объективности для человека понятия можно подразделить на вербализованные и невербализованные. По классификации концептов по принадлежности к определенным группам носителей выделяют универсальные концепты и национальные концепты. Также существуют групповые (возрастные, половые, профессиональные) и индивидуальные понятия, абстрактные и конкретные понятия (по степени абстрактности содержания).

Афоризмы во все времена привлекали внимание людей, а теперь их значение сильно возросло, потому что в афоризмах принципы научного и художественного творчества неразрывно взаимодействуют. Афоризмы

прочно вошли в нашу жизнь, но слово «афоризм» определяется неоднозначно и в разное время понималось по-разному.

Афоризм имеет несколько определяющих свойств (глубина мысли, общность, краткость, полнота мысли, изысканность мысли, артистичность). Выявление основных характеристик афоризма осуществляется на основе комплекса обязательных и необязательных параметров.

## ГЛАВА 2. ОТРАЖЕНИЕ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ АФОРИЗМАХ

### 2.1 Принципы отбора материала. Гендерный маркер в английских и русских афоризмах

Распространённым способом описания структуры концепта является его представление в виде структуры, имеющей дефиниционную и прототипическую часть [64]. Дефиниционная часть представляет собой определение через набор свойств, необходимых и достаточных для отнесения объекта к какому-либо классу [63, с. 260]. Прототип представляет собой абстрактную репрезентацию набора стимулов, образованных множеством сходных форм одного и того же паттерна [65].

Для определения дефиниционной части слова «женщина» мы воспользовались русскими толковыми словарями.

Большой толковый словарь С.А. Кузнецовой даёт следующее определение слову «женщина», - 1. Лицо, противоположное по полу мужчине. // Лицо женского пола как воплощение определённых свойств, качеств (изящества, нежности, доброты и т.п.). 2. Лицо женского пола, состоящее или состоявшее в браке.

В электронном варианте толкового словаря Е.Ф. Ефремова определяет слово «женщина» как 1. Лицо, противоположное по полу мужчине. 2. Лицо женского пола как воплощение свойств, качеств этого пола. 3. Лицо женского пола, состоящее или состоявшее в браке.

Словарь русского языка С.И. Ожегова даёт следующее определение слову «женщина»: «Женщина. 1. Лицо, противоположное мужчине по полу; та, которая рождает детей и кормит их грудью. 2. Взрослая, в отличие от девочки, девушки. 3. Лицо женского пола, вступившее в брачные отношения. Она стала женщиной» [90, с. 164].

Как видите, в этих словарных статьях слово «женщина» рассматривается в первую очередь с точки зрения ее физиологических и возрастных

особенностей, социальный статус здесь определяется только со стороны семейного положения.

Рассмотрим толкование слова «woman» в английских словарях. В словаре Cambridge Dictionary Online слово «woman» определяется как an adult female person [Cambridge University Press 2016].

Macmillan Dictionary (Электронная версия словаря) 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 [74].

Словарь Oxford Advanced Learner's dictionary дает следующее определение слову «woman»: «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» [94, с. 1488].

Очевидно, что в данных словарях слово женщина рассматривается немного шире, чем в предыдущих. Отмечаются ее физиологические и возрастные характеристики, социальный статус определяется не только со стороны семейного положения, но и в зависимости от места и вида работы. Кроме того, указывается на возможность использования этой единицы в качестве грубого обращения к лицам женского пола.

Обратимся к содержанию концепта «женщина» и его объективации такими языковыми средствами, как афоризмами. Г.Л. Пермяков пишет, что афоризмы представляют интерес, поскольку служат средством отражения языковой картины мира, раскрывая ее ценностное содержание и выделяя культурные стереотипы [46, с. 16].

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 слова, обозначающие лица женского пола. 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 вообще» [27, с. 136].

По мнению В.Н. Телия, «само идеографическое поле женщина складывается из всех наименований, обозначающих Евино племя, из которых родовым является женщина, а так же баба (в обыденном менталитете русских), а видовыми все остальные обозначения», [59, с. 53] характеризующие их по: - возрасту (девочка, старуха), сексуальному аспекту (основным именем выступает слово баба и его сниженные дериваты типа бабец, бабища и их синонимы, что отсутствует в английском языке), семейному статусу (жена, невестка, теща), социально-семейному статусу (хозяйка, вдова, докторша), типу родственных отношений (мать, внучка), принадлежности к социальным слоям (барыня, простолюдинка), социальным ролям (кухарка).

В нашу выборку вошли афоризмы русскоязычных авторов с наименованиями женщина, красавица, жена, любовница, девушка и т.д., и афоризмы англоязычных авторов с наименованиями woman, lady, wife, female и т.д. Также, мы включили афоризмы авторов-женщин, в которых присутствуют личные местоимения я, мы (I, we, me).

В результате проведенного исследования, нами было выбрано 100 афоризмов англоязычных авторов и 116 афоризмов русскоязычных авторов XIX-XX веков, в структуру которых входят номинативные единицы концепта «женщина». В одном афоризме может встречаться сразу несколько

номинативных единиц, относящихся к женскому полу. Частоту их проявления можно представить в виде следующей таблицы 1,2.

Таблица 1 – Частота проявления гендерного маркера в английских афоризмах

Гендерный маркер	Кол-во употреблений	Процент (%)
woman, women	93	56,4
she, her	50	30,3
Female	7	4,2
Wife	5	3
You	5	3
Feminine	2	1,2
I, we	2	1,2
Bride	1	0,6
Общее кол-во	165	100

Таблица 2. – Частота проявления гендерного маркера в русских афоризмах

Гендерный маркер	Кол-во употреблений	Процент, %
Женщина, женский	74	74
Жена	11	11
Блондинка	3	3
Красавица	4	4
Девушка	2	2
Царица	1	1
Любовница	1	1
Ты, тебе	2	2
Дама	1	1
Слабый пол	1	1
Общее кол-во	100	100

По данным двух таблиц мы видим, что количество употреблений лексических единиц в английских афоризмах больше, чем в русских. Также разнообразие номинативных единиц слова «женщина» больше наблюдается на примере англоязычных афоризмов.

Многочисленной также оказалась группа афоризмов, в структуру которых входят одновременно несколько слов, обозначающих лица женского пола. Такие афоризмы составляют 48,5 % в подборке на английском языке и 37,4 % – на русском языке, например:

Мужчина слушает ушами, женщина глазами; первый - чтобы понять, что ему говорят, вторая - чтобы понравиться тому, кто с ней говорит (В.Ключевский).

Мужчины всё открывают: научные законы, дверь перед женщиной, бутылки и душу первому встречному после последней бутылки. А женщины всё скрывают: любовника от мужа, развод от детей, возраст от всех и вес от себя (К. Мелихан).

Там, где есть строгость и требовательность женщины, девушки, юноша становится настоящим мужчиной (В.А. Сухомлинский).

Men love women because women are the loveliest things on God's earth.  
Women love men because chocolate can't mow the lawn (G. Browning).

Men and women are like right and left hands; it doesn't make sense not to use both (J. Rankin).

Большое количество афоризмов с гендерными маркерами и женского и мужского пола 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 Концептуальные основания классификации афористических единиц английского языка с фемининным 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 100 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 (53,5 %) и процент авторов- женщин (46,5 %).

Результаты анализа практического материала в рамках 3 микроконцептов: внутренний, внешний и социальный человек позволили нам выделить следующие понятийные (концептуальные) признаки и объединить их в категории. Поясним, что в лингвостатистике под событием понимается всякое явление, которое может произойти или не произойти, появление в речи любого исследуемого факта:

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

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

Понятийный компонент концепта «женщина» («Woman»)	Активность (абсолютная частота событий)	Относительная частота событий (в %)
<b>1. Внутренний человек</b>		
<i>1.1. Характер</i>	<u>27</u>	<u>27</u>
1.1.1. Непредсказуемость, уникальность и загадочность	5	5
1.1.2. Любопытство	4	4
1.1.3. Стремление к материальному благу	3	3
1.1.4. Эмоциональность и чувствительность	4	4
1.1.5. Упрямство и своеволие	5	5

1.1.6. Плаксивость	2	2
1.1.7. Болтливость	2	2
1.1.8. Флирт	2	2
<i>1.2. Мышление</i>	<u>12</u>	<u>12</u>
1.2.1. Женская глупость	3	3
1.2.2. Женская мудрость	5	5
1.2.3. Женская интуиция	4	4
<i>1.3. Любовь</i>	<u>9</u>	<u>9</u>
1.3.1. Любовь к «плохим парням»	3	3
1.3.2. Стремление к постоянству	3	3
1.3.3. Необходимость быть любимой	3	3
<b>2. Внешний человек</b>		
<i>2.1. Красота</i>	<u>5</u>	<u>5</u>
2.1.1. Женская красота	5	5
<i>2.2. Возраст</i>	<u>7</u>	<u>7</u>
2.2.1. Негативное отношение мужчины к старению женщины	4	4
2.2.2. Желание женщины скрыть свой возраст	3	3
<b>3. Социальный человек</b>		
<i>3.1. Взаимоотношения с мужчиной</i>	<u>22</u>	<u>22</u>

Продолжение таблицы 3

3.1.1. Разница между мужчиной и женщиной	11	11
3.1.4. Взаимозависимость мужчины и женщины	3	3
3.1.5. Влияние противоположных полов друг на друга	4	4
3.1.2. Потребительское отношение к мужчине	4	4
<i>3.2. Борьба женщин за равноправие</i>	<u>9</u>	<u>9</u>
3.2.1. Сторонники феминизма	5	5
3.2.2. Противники феминизма	4	4
<i>3.3. Отношение к браку</i>	<u>9</u>	<u>9</u>
3.3.1. Образ мужа	4	4

3.3.2. Желание выйти замуж и создать семью	3	3
3.3.3. Разочарованность в браке	2	2
Итого	100	100

Более подробно результаты рассматриваются далее.

### 2.2.1 Концептуальные признаки микроконцепта «внутренний человек» в афоризмах англоязычных авторов

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «внутренний человек» три категории концептуальных признаков: характер, мышление и любовь. В довольно большой группе афоризмов (27 % от выборки на английском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Характер». Первый концептуальный признак «непредсказуемость, уникальность и загадочность» выделен нами на основе следующих афоризмов:

There are two theories to arguing with a woman. Neither works (W. Rogers).

The woman who is known only through a man is known wrong. (H.B. Adams)

Women are extraordinary creatures! (R. Payne)

Следующий концептуальный признак «любопытство» отражен в афоризмах:

Women are extremely curious, almost like men. (O. Wilde)

Men marry because they are tired; women because they are curious. Both are disappointed. (O. Wilde)

First love is only a little foolishness and a lot of curiosity: no really self-respecting woman would take advantage of it. (G.B. Shaw)

Признаком рассматриваемого микроконцепта является также «стремление к материальному благу»:

There will never be a good time, financially, to get married, unless you're Shaq or Ray Romano. (G. Behrendt)

Don't give a woman advice; one should never give a woman anything she can't wear in the evening. (O. Wilde)

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. (L. Turner)

Выделенный нами концептуальный признак «эмоциональность и чувственность» отражен в афоризмах:

The average woman is kinder, finer, more quick of sympathy and on the whole so much more first class than the average man. (S. Anderson)

Every woman feels. It just takes the right man to make things combust. (B. Delinsky)

When things go wrong in life, this is what you do. You lift your chin, put on a ravishing smile, mix yourself a little cocktail... and out you go. (S. Kinsella)

Следующий концептуальный признак, формулируемый нами как «упрямство и своеволие» отражен в афоризмах:

Now, women forget all the things they don't want to remember, and remember everything they don't want to forget. (Z. N. Hurston)

A man who does not doubt the courage of a woman, is a man that is subjugated by her will and allure. (L. Suggs)

Women would rather be right than reasonable. (O. Nash)

If your wife wants to drive, don't stand in her way. (E. Craig)

Women don't like to be told what to do. They like to be the ones telling us what to do. (C. Hebert)

«Плаксивость» как концептуальный признак отражен в афоризмах:

Women are never landlocked: they're always mere minutes away from the briny deep of tears. (M. McLaughlin)

The most efficient water power in the world - women's tears. (W. Mizner)

Концептуальный признак «болтливость» выделен нами на основе следующих афоризмов:

A woman's tongue wags like a lamb's tail; The trouble with her is that she lacks the power of speech but not the power of conversation. (G.B. Shaw)

She's a Venus when she smiles: / But she's Juno when she walks, / And Minerva when she talks. (B. Johnson)

Выделенный нами концептуальный признак «флирт» отражен в афоризмах:

A woman will flirt with anybody in the world as long as other people are looking on. (O. Wilde)

Why does a man take it for granted that a girl who flirts with him wants him to kiss her - when, nine times out of ten, she only wants him to want to kiss her? (H. Rowland)

В следующей группе афоризмов (12 % от выборки на английском языке) отражены концептуальные признаки, объединённые нами в категорию «Мышление».

Содержание концепта «женщина» в том виде, как оно представлено в афористике, имеет неоднородный и противоречивый характер. Первый концептуальный признак «женская глупость» выделен нами на основе следующих афоризмов:

Men think. Women only think that they think. (O. Wilde)

There are only two kinds of women, the plain and the coloured. (O. Wilde)

Women of genius commonly have masculine faces, figures and manners. In transplanting brains to an alien soil God leaves a little of the original earth clinging to the roots. (A. Bierce)

Наряду с вышеуказанным признаком в ряде афоризмов объективирован концептуальный признак «женская мудрость»:

For a smart woman a man is not a problem, for a smart woman a man is a solution. (Z. Gabor)

A wise woman puts a grain of sugar in everything she says to a man, and takes a grain of salt with everything he says to her. (H. Rowland)

Women are wiser than men because they know less and understand more.

(J. Thurber)

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

Every woman knows all about everything. (R. Kipling)

A wise girl knows her limits, a smart girl knows that she has none. (M. Monroe)

Признаком рассматриваемого микроконцепта является так же «интуиция»:

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

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

A woman uses her intelligence to find reasons to support her intuition. (G. K. Chesterton)

A woman uses her intelligence to find reasons to support her intuition. (G. K. Chesterton)

В рамках микроконцепта «внутренний человек» в небольшой группе афоризмов (9 % от выборки в английском языке) объективированы следующие концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Любовь».

Первый концептуальный признак «любовь к плохим парням» выделен нами на основе следующих афоризмов:

Women do not like timid men. Cats do not like prudent mice. (L. Mencken)

Modesty is a quality in a lover more praised by the women than liked. (B. Sheridan)

Oh, Mama was a smart woman. It takes a smart woman to fall in love with a good man. (L. Delany)

Признаком рассматриваемого концепта является также же «стремление к постоянству, желание быть единственной»:

In the silence of night I have often wished for just a few words of love from one man, rather than the applause of thousands of people. (J. Garland)

Men always want to be a woman`s first love - women like to be a man`s last romance. (O. Wilde)

The hardest task in a girl`s life is to prove to a man that his intentions are serious. (H. Rowland)

Следующий концептуальный признак, формулируемый нами как «необходимость быть любимой» отражен в афоризмах:

Women are made to be loved, not understood. (O. Wilde)

Nothing pleases a woman quite so well as to look so sweet that a man wants to kiss her, and then abuse him for his impudence. ( W. Howe)

This is the story of a girl gone mad while trying to find a little bit of love. (C.Eriksson)

Все вышеперечисленные признаки концептов дают нам представление о характеристиках и отличительных чертах женщин, отображенных в произведениях англоязычных стран.

### 2.2.2 Концептуальные признаки микроконцепта «внешний человек» в афоризмах англоязычных авторов

На основе проведенного анализа афоризмов в рамках микроконцепта «внешний человек» были выделены две категории концептуальных признаков: возраст и красота. В довольно небольшой группе афоризмов (5% от выборки на английском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Красота».

Первый концептуальный признак «женская красота» выделен нами на основе следующих афоризмов:

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

There's a difference between beauty and charm. A beautiful woman is one I notice. A charming woman is one who notices me. (J. Erskine)

Plain women know more about men than beautiful ones do. Beautiful women don't need to know about men. It's the men who have to know about beautiful women. (K. Hepburn)

When God makes a beautiful woman, the devil opens a new register. (A. Bierce)

She was the kind of girl who wore dark lipstick and didn't need to speak a word to seduce you. (F. Campbell)

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. (P. Frederick)

«Возраст» - еще одна категория концептуальных признаков в данном микроконцепте - отражен в небольшой группе афоризмов (7 % от выборки в английском языке).

Выделенный нами концептуальный признак «негативное отношение мужчины к старению женщины» находит свое отражение в афоризмах:

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

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

An archaeologist is the best husband a woman can have. The older she gets the more interested he is in her. (A. Christie)

A woman is as old as she looks before breakfast. (W. Howe)

Следующий концептуальный признак «желание женщины скрыть свой возраст» отражен в афоризмах:

A woman's always younger than a man at equal years. (E. B. Browning)

In America, every female under fifty calls herself a "girl." (H. E. Bates)

Women are not so young as they are painted. (M. Beerbohm)

Women have a passion for mathematics. They divide their age in half, double the price of their clothes, and always add at least five years to the age of their best friend. (M. Achard).

Данная группа признаков нам демонстрирует важность женской красоты для ее социальной реализации и успехе в обществе.

### 2.2.3 Концептуальные признаки микроконцепта «социальный человек» в афоризмах англоязычных авторов

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «социальный человек» три категории концептуальных признаков: взаимоотношения с мужчиной, борьба женщина за равноправие и отношение к браку. В довольно большой группе афоризмов (22 % от выборки в английском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Взаимоотношения с мужчиной».

Первый концептуальный признак «разница между мужчиной и женщиной» выделен на основе следующих афоризмов:

A man is as good as he has to be, and a woman as bad as she dares.  
(E. Hubbard)

Women prefer to talk in twos, while men prefer to talk in threes. (K. Chesterton)

Men and women are like right and left hands; it doesn't make sense not to use both. (J. Rankin)

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

When men see an attractive woman, they fantasize about sex. When women see an attractive man they fantasize about a relationship. (A. Potter)

The first kiss is stolen by the man; the last is begged by the woman.  
(L. Mencken)

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

Men love women because women are the loveliest things on God's earth. Women love men because chocolate can't mow the lawn. (G. Browning)

The difference between a house and a home is like the difference between a man and a woman-- it might be embarrassing to explain, but it would be very unusual to get them confused. (L. Snicket)

Women leave their marriages when they can't take any more. Men leave when they find someone new. (C. Sullivan)

It is a woman's business to get married as soon as possible, and a man's to keep unmarried as long as he can. (B. Shaw)

Следующий концептуальный признак «взаимозависимость мужчины и женщины» отражен в афоризмах:

Male and female represent the two sides of the great radical dualism. But in fact they are perpetually passing into one another. Fluid hardens to solid, solid rushes to fluid. There is no wholly masculine man, no purely feminine woman. (M. Fuller)

The only thing that men and women have in common, is that they both prefer the company of men. (O. Wilde)

For male and female alike, the bodies of the other sex are messages signaling what we must do—they are glowing signifiers of our own necessities. (J. Updike)

Выделенный нами концептуальный признак «влияние противоположных полов друг на друга» объективирован в афоризмах:

It is amazing what a woman can do if only she ignores what men tell her she can't. (K. Carr )

Men are not dogs. We merely think we are and, on occasion, act as if we are. But, by believing in our nobler nature, women have the amazing power to inspire us to live up to it. (N. Strauss)

Nobody bores any man as much as an unhappy female. (M.Hart)

The only way a woman can ever reform a man is by boring him so completely that he loses all possible interest in life. (O. Wilde)

«Потребительское отношение к мужчине» как концептуальный признак отражен в следующих афоризмах:

There is only one thing to do for a man who is married to a woman who enjoys spending money, and that is to enjoy earning it. (W. Howe)

Brigands demand money or your life, whereas women require both. (S. Butler)

Men love women because women are the loveliest things on God's earth. Women love men because chocolate can't mow the lawn. (G. Browning)

The only time that most women give their orating husbands undivided attention is when the old boys mumble in their sleep. (W. Mizner)

В рамках данного микроконцепта, в следующей группе афоризмов (9 % от выборки в английском языке) отражены концептуальные признаки, сгруппированные нами в категорию «Борьба женщин за равноправие».

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

Neither birth nor sex forms a limit to genius. (C.Bronte)

There is no female mind. The brain is not an organ of sex. Might as well speak of a female liver. (P. Gilman)

Tremendous amounts of talent are being lost to our society just because that talent wears a skirt. (S.Chisholm)

Can you imagine a world without men? There'd be no crime, and lots of fat happy women. (N. Hollander)

Nobody objects to a woman being a good writer or sculptor or geneticist so long as she manages to also be a good wife, mother, good-looking, good-tempered, well- dressed, well-groomed and unaggressive. (M. Mannes)

Следующий концептуальный признак «противники феминизма» объективирован в афоризмах:

The truth is that many women have come to see the feminist movement as anti-male, anti-child, anti-family, anti-feminine. And therefore it has nothing to do with us. (S. Quinn)

Women who seek to be equal with men lack ambition. (T. Leary)

She had once said that she believed the women's liberation movement of the sixties and seventies was actually a ploy by men to get women to do more. (C. Sullivan)

I am the modern, intelligent, independent-type woman. In other words, a girl who can not get a man. (S. Winters)

В последней группе афоризмов (9 % от выборки в английском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Отношение к браку».

Признаком рассматриваемого микроконцепта является «образ мужа»:

A husband is a guy who tells you when you've got on too much lipstick. (O. Nash)

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

A bride at her second marriage does not wear a veil. She wants to see what she is getting. (H. Rowland)

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

«Разочарованность в браке» как концептуальный признак, отражено в афоризмах»:

They came to her, naturally, since she was a woman, all day long with this and that; one wanting this, another that; the children were growing up; she often felt she was nothing but a sponge sopped full of human emotions. (V. Woolf)

Husbands are always angry, that's their nature. And the nature of us women, is not to pay a blind bit of notice. (C. Beaton)

Следующий концептуальный признак «желание выйти замуж и создать семью» выделен нами на основе афоризмов:

The only really happy folk are married women and single men. (L. Mencken)

It is a woman's business to get married as soon as possible, and a man's to keep unmarried as long as he can. (B. Shaw)

When you see what some women marry, you realize how they must hate to work for a living. (H. 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 упрямство и своеволие, непредсказуемость, уникальность и загадочность, чрезмерная эмоциональность, стремление к материальному благу, болтливость, любопытство и плаксивость.

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 чуткой интуицией, которая заменяет им мужскую логику. С другой стороны, женщина предстаёт глупой и не способной на интеллектуальный труд. Во многом это объясняется тем, что большинство авторов – мужчины и им сложно понять систему женского мышления и женской логики.

В любви женщина также противоречива: она хочет любви одного мужчины, хочет быть единственной для него, что подразумевает порядочность мужчины. В то же время женщину больше привлекает образ «плохого парня». В этом проявляется нелогичность и противоречивость женской природы. Не вызывает сомнения лишь то, что каждой женщине необходимо быть любимой.

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.

По мнению авторов мужчин, женщина сохраняет свое желание выйти замуж. И мужчины и женщины авторы признают, что женщина разочаровывается в браке и становится несчастной.

Большинство женщин настроены очень решительно и выступают за равноправие полов. Тем не менее, есть женщины, которые выступают против идей феминисток. На этот счет у мужчин свое мнение, и превосходство женщины или равенство с ней вызывает их негативную реакцию.

Концепт женской красоты реализуется в сравнительно малой группе афоризмов. Тем не менее, авторами признаётся сила женской красоты и её важность для женщины. Концепт красоты тесно связан с концептом возраста. Авторами подчёркивается, что женщины часто скрывают свой возраст, желая казаться моложе, чем они есть.

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

### 2.3 Концептуальные основания классификации афористических единиц русского языка с фемининным маркером

Обратимся к содержанию концепта «женщина» и его объективации русскими афоризмами. Будем считать, что афоризмы – это «зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [59, с. 82], афоризмы как бы навязывают носителям языка особое видение мира, ситуации и таким образом в определенной степени влияют на становление стереотипного образа женщины в той или иной лингвокультуре. Исходя из этого, мы проанализировали 116 русских афоризмов.

Концептуальные признаки концепта «женщина», в рамках 3 микроконцептов, изучаются путем анализа отобранных афоризмов. Изучение прототипического компонента концепта «Женщина» происходило посредством анализа конкретных характеристик образа женщины в афоризмах русскоязычных авторов. Критерием прототипичности выступала продуктивная

частотность. Методом сплошной выборки были отобраны русские афоризмы, авторами которых, в приблизительно равном соотношении, являются и мужчины и женщины.

В результате анализа в рамках 3 микроконцептов: внутренний, внешний и социальный человек, были выделены следующие признаки концепта «женщина».

Частота встречаемости понятийных компонентов концепта «женщина» в афоризмах русскоязычных авторов – таблица 4.

Таблица 4 – Частота встречаемости понятийных компонентов концепта «женщина» в афоризмах русскоязычных авторов

Понятийный компонент концепта «женщина»	Активность (абсолютная частота событий)	Относительная частота событий (в %)
1. Внутренний человек		
1.4. Характер	<u>53</u>	<u>45,7</u>
1.4.1. Противоречивость, изменчивость, непредсказуемость	13	11,2
1.4.2. Хитрость, расчетливость	9	7,8
1.4.3. Излишняя болтливость	9	7,8
1.4.4. Стремление к материальному благу	7	6,0
1.4.5. Загадочность	6	5,2
1.4.6. Капризы и слезы	6	5,2
1.4.7. Чувственность	3	2,6
1.4.8. Непунктуальность	2	1,7
1.5. Мышление	<u>13</u>	<u>11,2</u>
1.5.1. Женская интуиция	5	4,3
1.5.2. Женский ум	5	4,3
1.5.3. Женская логика	3	2,6
1.6. Любовь	<u>5</u>	<u>4,3</u>
1.6.1. Любящая женщина	3	2,6
1.6.2. Любовь к женщине	2	1,7
2. Внешний человек		

Продолжение таблицы 4

2.1. Красота	<u>13</u>	<u>11,2</u>
2.1.1. Сила женской красоты	5	4,3
2.1.2. Желание всем нравиться, тщеславие	3	2,6
2.1.3. Следование моде	3	2,6
2.1.4. Красота и глупость	2	1,7
2.2. Женский возраст	<u>6</u>	<u>5,2</u>
2.2.1. Желание скрыть свой возраст	3	2,6
2.2.2. Ироничное отношение мужчин к старению женщин	3	2,6
3. Социальный человек		
3.1. Взаимоотношения с мужчиной	<u>16</u>	<u>13,8</u>
3.1.1. Взаимозависимость мужчины и женщины	5	4,3
3.1.2. Различия между мужчиной и женщиной	4	3,4
3.1.3. Власть женщины над мужем	4	3,4
3.1.4. Превосходство женщины над мужчиной	3	2,6
<u>3.2. Роль жены</u>	<u>10</u>	<u>8,5</u>
3.2.1. Роль хорошей жены	6	5
3.2.2. Власть жены над мужем	4	4,3
Итого	116	100

Данные в выше представленной таблице демонстрируют разнообразие концептуальных признаков концепта «женщина». Наибольшую вариативность признаков мы можем выделить в микроконцептах внутренний и внешний человек.

2.3.1 Концептуальные признаки микроконцепта «внутренний человек» в афоризмах русскоязычных авторов

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «внутренний человек» три категории концептуальных при-

знаков: характер, мышление и любовь. В группе афоризмов (45,7 % от выборки на английском языке) отражены признаки, объединенные нами в категорию «Характер».

Первый концептуальный признак «противоречивость женской природы, изменчивость, непредсказуемость» выделен нами на основе следующих афоризмов:

Женщины легче переносят большие беды, чем маленькие обиды (К.Мелихан).

Женщин трудно убедить в чем-нибудь: надобно их довести до того, чтобы они убедили себя сами (Ю. Лермонтов).

Чтобы переубедить женщину, надо с ней согласиться (Г. Малкин).

Женщины, требуя равноправия с мужчинами, просят не забывать о том, что они все-таки женщины (Д. Калинин).

Женщина – или греза, или кошмар: и в обоих случаях она изменчива (И. Ясинский).

Женщина изменчива. Женщина - это вам не расписание поездов (И. Хмелевская).

Женщину бросает из одной крайности в другую: сначала она говорит мужчине "Никогда!" - а потом "Навсегда!" (К. Мелихан).

Действия женщин похожи на скачки блох: та же решительность и непоследовательность (А.Григорович).

Когда женщина говорит "сейчас", это означает "через час". Когда она говорит "через час", это означает "завтра". А когда она говорит "завтра", это означает "никогда" (К. Мелихан).

Если хочешь, заставить женщину изменить своё мнение, надо с ней категорически согласиться (С. Янковский).

Женщина подобна маятнику; она всегда колеблется (Т. Клейман).

«Хитрость, расчетливость, целеустремленность» как концептуальный признак отражен в афоризмах:

Женщина скрывает всегда больше, чем знает (В. Афонченко).

У женщин есть необыкновенная способность порождать иллюзии - быть не такими, каковы они на самом деле (Н. Бердяев).

Если вам неожиданно пришла в голову мысль сделать женщине предложение, будьте уверены, она над этим работала уже очень давно (Д. Калинин).

Плюрализм бытия: Одни женщины дают нам жизнь, другие - требуют её взамен (Л. Сухоруков).

«Жизнь человеческая вся под властью жажды женщины» (И. Бунин).

Женщина непобедима в умении сдаваться (Т. Клейман).

Всякая чертовщинка в женщине - от Бога (Т.Клейман).

Женщина должна быть хитрее мужчины. Она ведь слабее (А. Орлова).

Следующий концептуальный признак «стремление к материальному благу» выделен на основе афоризмов:

Девушка, которая сильно высокого о себе мнения, в конце концов, остается одна! Она не способна на высокие чувства, ибо тянется к богатству материальному, а не душевному! (А. Горюхин)

Весьма обманчиво, что любящей душе Нет разницы, бедняк ты или Крез: Природе женщины присуще вообще Иметь к мужчине меркантильный интерес (Э. Ворохов).

Чем красивее женщина, тем быстрее пролетают время и деньги (М. Звонарев).

Если Ваша жена или любовница не блондинка, то у Вас мало миллионов (В. Борисов).

Сначала мужчина говорит женщине «моя дорогая», а потом «слишком дорогая» (К. Мелихан).

Если Ваша жена или любовница не блондинка, то у Вас мало миллионов. (В. Борисов)

Концептуальный признак «излишняя болтливость» отражен в следующих афоризмах:

Все - таки женщину легче понять, чем дослушать (М. Мамчич).

Даже если вы женщину ни о чём не спрашиваете, ждите ответа (Б. Трушкин).

Для женщины и минута молчания подобна смерти (Т. Клейман).

Если молчание это золото, то все женщины презирают драгоценности (С.Янковский).

Право женщины – говорить больше, чем мужчина, а обязанность мужчины – делать больше, чем женщина (Т. Бауржан).

Молчание - золото, однако украшения из этого золота очень не любят носить женщины (А. Примак).

Я почему-то всегда беспокоюсь, если две женщины остаются наедине. Тем более что одна из них - моя жена (С. Довлатов).

Женщина убеждена, что тайну надежнее сохранять общими усилиями (И. Герчиков).

Женщина живет тем, что о ней сплетничают (В. Коняхин).

Концептуальный признак «загадочность» выделен нами на основе следующих афоризмов:

Чего женщина не может забыть, того мужчина не может вспомнить (К. Мелихан).

Чтобы услышать женщину, важно вовремя понять то, что она уже в тебе видит (Л.Сухоруков).

Мужчина занимается женщиной, как химик своей лабораторией: он наблюдает в ней непонятные ему процессы, которые сам же и производит (Н.Бердяев).

Женщина ... это такой предмет, что сколько ты ни изучай ее, все будет совершенно новое (Л. Толстой).

Женщина - это кроссворд, где ничего не пересекается (Г. Малкин).

Женщина - загадка, и не только для мужчины, но и для самой себя (К. Мелихан).

«Слезы и капризы» как концептуальный признак отражен в афоризмах:

Каприз - половая категория дамского мышления, не замеченная Кантом (В. Ключевский).

Женщины, когда чувствуют себя правыми, бранятся и плачут, когда сознают за собой вину, только плачут (А.Чехов).

Чего не достигают мужчины словами, женщина легко добивается слезами (Т. Клейман).

Женщина, не умеющая плакать, - безоружна (Б. Тойшибеков).

Женщине, которая не капризничает, нужно все (Г. Малкин).

Мужчина кричит, чтобы его слышали, а женщина - чтобы ее поняли. (К. Мелихан)

Выделенный нами концептуальный признак «чувственность» отражен в афоризмах:

Женщина начинает размышлять, только когда начинает говорить, а говорить начинает, когда начнёт чувствовать (В. Ключевский).

У женщин деятельность мысли направлена отчасти на достижение целей, поставленных чувством, отчасти же на оправдание поступков, вызванных чувством (Л. Толстой).

У женщины сердце умнее ее ума: потому-то она чувствует умно и размышляет глубоко (В. Ключевский).

В данной категории последний концептуальный признак «непунктуальность» отражен в афоризмах:

Женщины умирают позже мужчин, потому что вечно опаздывают (К. Мелихан).

Опоздание - визитная карточка женщины (Ю. Татаркин).

В рамках микроконцепта «внутренний человек», в сравнительно небольшой группе афоризмов (11,2 % от выборки в русском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Мышление».

Первый концептуальный признак «интуиция» находит свое подтверждение в афоризмах:

Интуиция позволяет женщине не только хорошо предвидеть, но и неплохо ошибаться (М. Мамчич).

Мужская логика вынуждает меня полагаться на женскую интуицию (В. Котиков).

Если бы не женская интуиция, сколько мужчин пробежало бы мимо своего счастья (М. Мамчич).

Женская интуиция помогает разбазаривать добро в нужном направлении (В. Пивоваров).

Женская интуиция существует для того, чтобы опережать мужскую (Л. Сухоруков).

Второй концептуальный признак «женский ум» отражен в следующих афоризмах:

Женщина может быть неумной, как человек, но умной, как женщина (М. Горький).

Блондинка как правило, умна, просто спектакль с мужиком разыгрывает она (В. Филатов).

Женщина скрывает всегда больше, чем знает (В.Афонченко).

Говорят, у женщин нет мозгов. Ну да, анатомически у нас череп меньше. Но не сказать, что мы от этого несчастны (А. Орлова).

Блондинка как правило, умна, просто спектакль с мужиком разыгрывает она (В. Филатов).

Третий концептуальный признак «женская логика» выделен нами на основе афоризмов:

Жалкой женской логике не дотянуться до высот низменного мужского интеллекта (Е. Ермолова).

Женская логика заставляет мужчин почувствовать своё несовершенство. Именно почувствовать, ибо понять его они не в состоянии (И. Карпов).

В женской логике есть свои женские прелести (И. Карпов).

В группе афоризмов (4,3 % от выборки в русском языке) в рамках микроконцепта «внутренний человек» отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Любовь».

Концептуальный признак «Любящая женщина» выделен нами на основе нижеперечисленных афоризмов:

Каждая женщина, которая любит - царица (А. Куприн).

А женщина любящая – о, женщина любящая даже пороки, даже злодеяния любимого существа обоготворит (Ф. Достоевский).

Любящая женщина та, которая понимает сильного мужчину в минуту его слабости (И. Шевелев).

Концептуальный признак «любовь к женщине» отражен в следующих афоризмах:

И самое умное, чего достиг человек, - это умение любить женщину, поклоняться ее красоте: от любви к женщине родилось все прекрасное на земле (М. Горький).

Женщина создана Богом, чтобы её любили; бесконечно терпеть и страдать нельзя (И.Алфёрова).

Данные афоризмы демонстрируют характер и непостоянство женщин, какими их видели авторы русскоязычных афоризмов. Женщина представляется в них яркой, чувственной и способной дарить любовь и заботу личностью.

2.3.2 Концептуальные признаки микроконцепта «внешний человек» в афоризмах русскоязычных авторов

Проведенный анализ афоризмов дает основания выделить в рамках микроконцепта «внешний человек» 2 категории концептуальных признаков: красота и возраст. В сравнительно небольшой группе афоризмов (11,2 % от выборки в русском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Красота».

Первый концептуальный признак «желание всем нравиться, тщеславие» отражен в афоризмах:

Лесть всегда приятна, тем более женщине, в какой бы нелепой форме она не выражалась (И. Чернышев).

Если женщина особенно старается показать, откуда у неё растут ноги, значит ей просто необходимо скрыть, откуда у неё растут руки (С. Янковский).

Мужчины подстраивают этот мир под себя - отсюда изобретения и войны. Женщины подстраиваются под этот мир - отсюда мода и лесть (А. Корчагин).

Следующий концептуальный признак «сила женской красоты» выделен на основе афоризмов:

Бог дал женщине красоту! Дьявол – ум. (Л. Сухоруков)

Женщина, имеющая на вооружении красоту, непобедима. (Т. Клейман).

К несчастью, красота необходима женщине. Какими бы она не была наделена достоинствами, мужчина их не заметит, если внешность им не соответствует (Н. Пушкина).

Красавица мимо пройдёт - глазу приятность и аппетит растёт. (В. Черницын).

Женщина - это сила красоты. Мужчина - красота силы. (А. Иванов).

«Красота и глупость» как концептуальный признак выделен нами на основе следующих афоризмов:

Никакой красотой женщина не сможет заплатить мужу за свою пустоту. (А. Чехов).

Бог создал женщин красивыми, чтобы их могли любить мужчины, и - глупыми, чтобы они могли любить мужчин. (Ф. Раневская).

В рамках микроконцепта «внешний человек», в небольшой группе афоризмов (5,2 % от выборки в русском языке) отражены концептуальные признаки, объединённые нами в категорию «Возраст».

«Желание скрыть свой возраст» как концептуальный признак отражен в следующих афоризмах:

У женщины три возраста: хорошеет, молодеет, не стареет. (А. Соколов).

Паспорт человека - это его несчастье, ибо человеку всегда должно быть восемнадцать, а паспорт лишь напоминает, что ты можешь жить, как восемнадцатилетняя. (Ф. Раневская).

С каждым годом женщине все труднее привыкать к тому, что ей тридцать. (К. Мелихан).

Концептуальный признак «Ироничное отношение мужчин к старению женщин» выделен нами на основе афоризмов:

Тридцатилетняя женщина обязана выглядеть моложе своих сорока. (Аврелий Марков).

Женщину без возраста долго игнорирует возраст. (В. Кафанов).

Если женщина к возрасту относится с юмором, значит, он действительно не смешной. (М. Мамчич).

В афоризмах выше мы можем пронаблюдать переживания женщин о своем возрасте и отношения к нему со стороны общества.

### 2.3.3 Концептуальные признаки микроконцепта «социальный человек» в афоризмах русскоязычных авторов

На основе проведенного анализа нам удалось выделить в рамках микроконцепта «социальный человек» две категории концептуальных признаков: взаимоотношения с мужчиной и роль жены. В довольно большой группе афоризмов (13,8 % от выборки в русском языке) отражены концептуальные признаки, объединенные нами в категорию «Взаимоотношения с мужчиной».

Первый концептуальный признак «власть женщины над мужчиной» выделен нами на основе афоризмов:

Женщины устроили из себя такое орудие воздействия на чувственность, что мужчина не может спокойно обращаться с женщиной. Как только подошел к ней, так и попал под ее дурман и ошалел (Л. Толстой).

Умная женщина, если и делает из мужчины тряпку, то хотя бы модную (Л. Сухоруков).

В нашем обществе царит матриархат. Просто сильные женщины позволяют слабым мужчинам думать иначе, чтобы не лишать себя маленьких ночных удовольствий (И. Сиволоб).

Путь к оседлой жизни был указан мужчине женщиной. (М. Горький).

Концептуальный признак «взаимозависимость мужчины и женщины» имеет свое отражение в афоризмах:

Женщины без мужского общества блекнут, а мужчины без женского глупеют (А. Чехов).

Там, где есть строгость и требовательность женщины, девушки, юноша становится настоящим мужчиной (В. Сухомлинский).

Помощь женщины в труде мужчины очень драгоценна (Л. Толстой).

Мужчина любит женщину чаще всего за то, что она его любит; женщина любит мужчину чаще всего за то, что он ею любит (В. Ключевский).

Мужчина слушает ушами, женщина глазами; первый - чтобы понять, что ему говорят, вторая - чтобы понравиться тому, кто с ней говорит (В. Ключевский).

Следующий концептуальный признак «различия между мужчиной и женщиной» отражен в афоризмах:

Чего женщина не может забыть, того мужчина не может вспомнить (К. Мелихан).

Женщина может привыкнуть к чему угодно, только не к мужчине (Л. Сухоруков).

Мужчины всё открывают: научные законы, дверь перед женщиной, бутылки и душу первому встречному после последней бутылки. А женщины

всё скрывают: любовника от мужа, развод от детей, возраст от всех и вес от себя (К. Мелихан).

Женщина обманывает мужчину, когда описывает свое прошлое, а мужчина обманывает женщину, когда описывает её будущее (К. Малихан).

Последний концептуальный признак в данной категории «превосходство женщины над мужчиной» выделен нами на основе нижеперечисленных афоризмов:

Женщины превосходят мужчин во всем, даже в равенстве. Е. Кащеев.

Большая часть мужчин требует от своих жен достоинств, которых сами они не стоят Л. Толстой.

Мужчина называет женщину богиней, потому что осознает, что сам недостоин быть богом. Т. Павленко.

В следующей группе афоризмов (8,5 % от выборки в русском языке) в рамках микроконцепта «социальный человек» отражены концептуальные признаки, которые мы объединили в категорию «Роль жены».

Первый концептуальный признак «Роль хорошей жены» выделен нами на основе афоризмов:

Жена - сказка, когда муж - Иван-Царевич (В. Синявский).

Чтобы жена оказалась хорошей, достаточно самому стать пластичным (Г. Александров).

Женщины – слабый пол, но жёны в эту категорию не входят (А. Минченков).

У хорошей жены спутник жизни всегда вертится (А. Минченков).

Хорошая жена – это такое счастье, которого заслуживает, обычно, какой-нибудь мерзавец (И. Карпов).

Хорошая жена - это профессия на всю жизнь (И. Карпов).

«Власть жены над мужем» как концептуальный признак отражен в афоризмах:

У жены-коробочки муж, как тубик, выглядит все подавленнее (В. Логвиненко).

Если вашей женою восхищаются друзья, не стоит их разочаровывать - правдою (С. Зайцев).

На семейном корабле жене мало капитанской фуражки, ей ещё подавай и боцманский свисток (А. Марков).

Жена рулит — муж разруливает (А. Наданян).

Проанализировав все афоризмы, мы можем составить портрет женщины в русской афористической картине мира. Наибольший интерес авторы проявляют к характеру женщины. Чаще всего встречаются афоризмы, в которых отмечается противоречивость женской натуры, хитрость и расчетливость. Далее русскими авторами отмечаются женская болтливость, стремление к материальному благу и загадочность. Кроме этого женщина в глазах русских авторов предстает как капризное, чувственное и непунктуальное существо.

Власть и превосходство женщины над мужчинами признаётся многими авторами. Мужчина всегда нуждается в присутствии женщины в его жизни, несмотря на то, что часто не может понять её и её поступки. Иногда женщина злоупотребляет своей властью и использует мужчину в корыстных целях.

В категории женского мышления первое место по частоте проявления занимают афоризмы, посвящённые женской мудрости и интуиции. Интуиция по представлениям авторов заменяет женщинам «мужскую» логику. Женская логика не понятна и противоречит общепринятым представлениям о логике, но, тем не менее, она вызывает восхищение у мужчин.

В любви женщина способна на героизм и самопожертвование. Она любит, полностью отдавая себя любимому человеку, и часто требует того же и от него. Женщине необходимо быть любимой, быть последней и единственной женщиной своего мужчины.

Женская красота также обладает большой силой. Многими авторами признаётся тот факт, что красивой женщине гораздо проще добиться успеха во всех сферах жизни. Женщины тщеславны, их непреодолимое желание

всем нравиться и быть красивой вынуждает их следовать моде и быть готовыми на все. Красота связана с возрастом. Часто с иронией говорится о том, что женщина скрывает свой возраст. Также авторы признают, что чем старше женщина, тем меньше интереса она вызывает у мужчин.

Довольно часто встречаются афоризмы, в которых говорится о женской глупости и красоте, по мнению некоторых авторов эти два качества связаны между собой.

Авторы отмечают, что в семье женщина прекрасно справляется с ролью жены, но также не исключают ее стремление занять лидирующую позицию не только во взаимоотношениях с мужчиной, но и в семье.

Идеальная женщина в афористической картине мира русскоязычного человека обладает следующими качествами: в первую очередь, ценится душевное богатство, затем способность понимать мужчину и целомудрие.

#### 2.4 Сравнительная характеристика образов женщины в английской и русской афористических картинах

Сравнительный анализ по трем микроконцептам в английском и русском языках дал следующие результаты.

В микроконцепте «внутренний человек» нами были выявлены сходные концептуальные признаки, такие как: непредсказуемость, уникальность, загадочность, чувственность, стремление к материальному благу, плаксивость, болтливость, интуиция, женская логика и ум. Проведенный анализ позволил выявить ряд признаков, объективируемых только английскими афоризмами: флирт, упрямство и своеволие, глупость, любовь к плохим парням и стремление к постоянству. С другой стороны, в группах русских афоризмов были выделены концептуальные признаки, не объективируемые английскими афоризмами: хитрость и расчетливость, и непунктуальность.

В микроконцепте «внешний человек» нами были выделены две сходные категории концептуальных признаков: возраст и красота. Внутри дан-

ных категорий и в русском и в английском языках были выделены концептуальные признаки «желание скрыть свой возраст» и «желание всем нравиться». Но такие концептуальные признаки, как «красота и глупость», «сила красоты» и «ироничное отношение мужчин к старению женщин» находят свое отражение только в русских афоризмах. В свою очередь в английских афоризмах отражен такой концептуальный признак как «негативное отношение мужчины к старению женщины», который не был выделен в русских афоризмах.

В микроконцепте «социальный человек» нами были выделены три категории концептуальных признаков в английском языке и две в русском. Только одна категория концептуальных признаков «взаимоотношения с женщиной» совпадает в обоих языках. Общими являются следующие концептуальные признаки: различия между мужчинами и женщинами, взаимозависимость мужчины и женщины.

Только в подборке русских афоризмов были выделены концептуальные признаки «власть мужчины над женщиной» и «превосходство женщины над мужчиной». Только в английских афоризмах – «влияние полов друг на друга» и «потребительское отношение женщины к мужчине».

Кроме того в группе русских афоризмов отражены концептуальные признаки: роль хорошей жены и власть жены над мужем. В английских афоризмах были выделены концептуальные признаки: сторонники феминизма, противники феминизма, образ мужа, чувство усталости, вызванное браком и желание женщины выйти замуж и создать семью.

Данные различия могут быть связаны с разными темпами развития англоязычной и русскоязычной культуры. Наши культуры имеют отличный друг от друга бэкграунд и пути развития в социальной среде, что, скорее всего, сказалось на разном отношении к некоторым концептам.

Выводы по второй главе

Во второй главе рассматривается реализация образа женщины в афористической картине мира русскоязычного и англоязычного человека. В нашем исследовании мы разбирались в установлении дефиниционной части слова женщина («woman») в русских и английских словарях, на гендерный маркер, на родовое наименование - женщина, женский, женское и т.д. в русском языке и a lady, a woman, female в английском языке. Отталкиваясь с взглядов о человеке как о сложном существе и учитывая результаты дефиниционного анализа, концепт женщина был разделен нами на три микроконцепта, которые в свою очередь состоят из концептуальных признаков, объективируемых в языке афоризмами. В результате проведенного исследования, из указанных источников извлечено 100 афоризмов англоязычных авторов и 116 афоризмов русскоязычных авторов, в структуру которых входят номинативные единицы концепта «женщина».

Кроме этого, было произведено сравнение образа женщин в афористических картинах мира англоязычных и русскоязычных авторов. Сделав такое сравнение, мы пришли к следующим выводам.

Большой интерес вызывает характер женщины. Все авторы отмечают чрезмерную эмоциональность, изменчивость, завистливость и болтливость женщин. Значительная разница лишь в том, что в русском языке появляются концептуальные признаки «хитрость и расчетливость» женской натуры, «не умение хранить тайны» и «желание всем понравиться». А в английском языке «флирт», «любопытство», «стремление к власти» и «упрямство». Можно говорить о том, что женщина в глазах русских авторов менее стремится к материальным благам, но более противоречива и в ней сильное желание нравиться всем.

Всеми авторами признаётся потребность женщины быть любимой и единственной. Помимо данного, замечается желание девушки к постоянству в любви. Различие проявляется во некоторых мировоззренческих свой-

ствах. Англоязычные авторы отмечают женскую склонность любить «плохих парней», чего нет в русских афоризмах. Русские авторы, в свою очередь, говорят о героизме любящей женщины и о силе её любви.

Что касается женского мышления, авторы восхищаются женской интуицией и считают её заменой логике, так как женская логика, в глазах авторов, противоречит общепринятому представлению о логическом мышлении. Английские авторы, однако, также отмечают женскую глупость.

Внешний образ женщины так же занимает важное место в английской и русской лингвокультурах. Русские авторы много размышляют над женской красотой и выделяют ее силу и важность в образе женщины. Немалое число авторов признает, что красивой женщине гораздо легче добиваться успехов в чём бы то ни было. Английские авторы больше размышляют над возрастом женщины, тут же прослеживается негативное отношение к старению женщины. Более того, в русскоязычных афоризмах отсутствуют афоризмы с категорией концептуальных признаков «Борьба женщины за равноправие». Данное явление можно объяснить тем, что западные женщины всегда занимали более активную социальную позицию. А положение женщины в России было исторически противоречивым.

Женщина в английских афоризмах представляется более активной и, в целом более агрессивной по отношению к мужчине. Она обладает довольно большой властью над мужчиной и пользуется ей в корыстных целях. Женщина, по мнению русскоязычных авторов, обладает большей властью над мужчиной, но гораздо меньше пользуется ей в своих меркантильных интересах.

Брак рассматривается русскими и английскими авторами в разных плоскостях. Авторы русских афоризмов рассматривают женщину в роли жены, отсюда такие концептуальные признаки «роль хорошей жены» и «власть жены над мужем». Напротив, английские авторы рассматривают брак в целом, отмечают разочарованность в браке, но не исключают жела-

ния выйти замуж и создать семью. Можно отметить противоречивость женской природы в английской лингвокультуре. Большинство афоризмов несут в себе отрицательную оценку образа женщины. Тем не менее, в афоризмах русских авторов выделяются и те, что посвящены восхвалению женщины.

Таким образом, в нашем исследовании, мы увидели, что образ женщины в афористических картинах мира англоговорящего и русскоговорящего человека во многом схожи. Прежде всего, сходство касается психологических особенностей женского характера. Отличия же проявляются в отношении к мужчинам и в более активной социальной позиции женщины в англоязычной афористической картине мира.

## ГЛАВА 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

### 3.1 Стереотипные образы женщины в английской и русской лингвокультурах (на материале афоризмов)

При изучении иностранного языка ознакомление с афоризмами очень важный этап. В наши дни афоризмы не потеряли своей важности и смысла. Они просто немного изменились, и меньше связаны с духовными ценностями. В них наоборот прослеживается большая связь с материальными ценностями. Появилась даже разновидность афоризмов о деньгах и других материальных благах. В этом нет ничего удивительного, ведь общество, в основе которого лежат рыночные отношения, изменяется во всех проявлениях творчества, и афоризмы не исключение.

Практические цели для изучения афоризмов в школе на уроках английского языка - способствует созданию предпосылок для работы в различных направлениях: по грамматике, по обогащению словарного запаса учащихся.

Данный комплекс упражнений по английскому языку разработан для обучающихся старшей школы.

Цель комплекса заключается в развитии языковых компетенций обучающихся, а именно навыков чтения и говорения путем практической работы с упражнениями повышенной трудности. Работа с представленным комплексом упражнений формирует практические навыки различных видов речевой деятельности.

На первом этапе мы предлагаем задания для ознакомления с лексическими единицами в афоризмах. Согласно ФГОС 3 поколения изучение иностранного языка невозможно без формирования социокультурной компетенции, которая представляет собой часть коммуникативной компетенции т.е. знаний о традициях, нормах поведения, общественного устройства и т.п. страны изучаемого языка.

Task 1. Find all the epithets in the given aphorisms

The average woman is kinder, finer, more quick of sympathy and on the whole so much more first class than the average man. (S.Anderson)

Every woman feels. It just takes the right man to make things combust. (B. Delinsky)

Men think. Women only think that they think. (O. Wilde)

Task 2. Find all comparative adjectives

Women would rather be right than reasonable. (O. Nash)

The average woman is kinder, finer, more quick of sympathy and on the whole so much more first class than the average man. (S.Anderson)

An archaeologist is the best husband a woman can have. The older she gets the more interested he is in her. (A. Christie)

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

Задания следующего блока направлены на рассмотрение грамматических явлений на примере афоризмов.

Task 3. Find All Comparative Turnovers

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

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

Women do not like timid men. Cats do not like prudent mice. (L. Mencken)

Task 4. Find all sentences in Present Simple Tense.

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

There's a difference between beauty and charm. A beautiful woman is one I notice. A charming woman is one who notices me. (J. Erskine)

Nothing pleases a woman quite so well as to look so sweet that a man wants to kiss her, and then abuse him for his impudence. ( W. Howe)

This is the story of a girl gone mad while trying to find a little bit of love. (C.Eriksson)

Задания следующего блока направлены на ознакомление с культурными особенностями афоризмов. Согласно ФГОС 2020-2021 учебного года социокультурная компетенция заключается в приобщении учащихся к культуре, традициям и реалиям стран/страны изучаемого иностранного языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам, психологическим особенностям учащихся основной школы на разных ее этапах (V-VI и VII-IX классы); формирование умения представлять свою страну, ее культуру в условиях иноязычного межкультурного общения.

Task 5. Express your agreement or disagreement with the following aphorisms.

The woman who is known only through a man is known wrong. (H. B. Adams)

First love is only a little foolishness and a lot of curiosity: no really self-respecting woman would take advantage of it. (G.B. Shaw)

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. (L. Turner)

Task 6. Explain the meaning of the following aphorisms

Women would rather be right than reasonable. (O. Nash)

If your wife wants to drive, don't stand in her way. (E. Craig)

Women don't like to be told what to do. They like to be the ones telling us what to do. (C. Hebert)

Выводы по третьей главе

1. В условиях всемирной глобализации любой человек становится участником межкультурного общения. Одной из задач педагога при обучении иностранному языку является формирование у обучающихся коммуникативной компетенции и представлений об особенностях речи говорящих на английском языке при помощи афоризмов, являющихся важным компонентом иностранной культуры.

2. Разработанный комплекс заданий будет способствовать расширению кругозора у учащихся, предоставит дополнительные сведения о культуре страны изучаемого иностранного языка, что положительным образом скажется на интересе к изучаемому предмету.

## 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.

Данная работа посвящена исследованию стереотипного образа женщины в афористических картинах мира англоязычного и русскоязычного человека.

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

Согласно полученным в ходе исследования результатам, необходимо отметить, что образ женщины в афористических картинах мира англоязычного и русскоязычного человека имеет сходные и различные черты.

Большой интерес вызывает характер женщины. Все авторы отмечают чрезмерную излишнюю чувствительность, переменчивость, зазорность также говорливость девушек. Большая разница лишь в том, что в русском языке появляются концептуальные признаки «хитрость и расчетливость» женской природы, «не умение хранить тайны» и «желание всем понравиться». А в английском языке «флирт», «любопытство», «стремление к власти» и «упрямство». Можно говорить о том, что женщина в глазах русских авторов, помимо вышеперечисленных качеств, менее стремится к материальным благам, но более противоречива и в ней сильное желание нравиться всем.

Всеми авторами признаётся потребность женщины быть любимой и единственной. Кроме этого, отмечается стремление женщины к постоянству в любви. Отличие выражается в нескольких концептуальных признаках. Англоязычные авторы отмечают женскую склонность любить «плохих парней», чего нет в русских афоризмах. Русские авторы, в свою очередь, говорят о героизме любящей женщины и о силе её любви.

Что касается женского мышления, авторы восхищаются женской интуицией и также полагают ее сменой логике, таким образом равно как дамская закономерность, во наблюдениях создателей, противоречит общепризнанному понятию об логичном мышлении. Британские создатели, но, кроме того замечается дамскую безрассудность.

Внешний образ женщины так же занимает важное место в обоих лингвокультурах. Русских авторы много размышляют над женской красотой и выделяют ее силу и важность в образе женщины. Немалое число авторов признают, что красивой женщине гораздо легче добиваться успехов в чём бы то ни было. Английские авторы больше размышляют над возрастом женщины, тут же прослеживается негативное отношение к старению женщины. Более того, в русскоязычных афоризмах отсутствуют афоризмы с категорией концептуальных признаков «Борьба женщины за равноправие». Данное явление можно объяснить тем, что западные женщины всегда занимали

более активную социальную позицию. А положение женщины в России было исторически противоречивым.

Итак, в нашем исследовании, мы увидели, что образ женщины в афористических картинах мира англоговорящего и русскоговорящего человека во многом схожи. Прежде всего, сходство в психологических особенностях женского характера. Кроме этого, существуют и отличия. Они проявляются в отношении к мужчинам и в более активной социальной позиции женщины в англоязычной афористической картине мира.

Изучение культурных концептов мужественности и женственности является одним из перспективных направлений лингвистической гендерологии, а одной из ее главных целей - определение универсальных и культурно специфичных черт маскулинности и фемининности.

Данные выводы могут быть применимы на базе старшей школы. Знания о культурных различиях и гендерной дифференциации в разных странах должны расширить кругозор школьников и дать им первичные знания о мире и социальных особенностях разных национальностей.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аврорин, В. А. Проблемы изучения функциональной стороны язык [Текст] / Валентин Аврорин. – Л: Наука, 1975. – 275 с.
2. Алефиренко, Н. Ф. Проблема вербализации концепта [Текст] / Николай Алефиренко. – Волгоград: Перемена, 2003.
3. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология [Текст] / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семенов – Москва: Флинта: Наука, 2009. – 312 с.
4. Антипова, А. П. К вопросу об определении афоризма [Текст] / Алина Антипова // Риторика -лингвистика. – Смоленск, 2001. - 3. - С. 135.
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] / А. В. 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. Аскольдов-Алексеев, С. А. Концепт и слово [Текст] / Сергей Аскольдов-Алексеев // Русская речь. Новая серия. – Л., 1928. – С. 28-44.
9. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка [Текст] / Анатолий Бабушкин. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1996. – 104 с.
10. Булычев, И. И. Образы маскулинности и феминности в формате тендерной картины мира [Текст] / Иван Булычев // Теоретический журнал Credo New. Санкт-Петербург, 2004. – № 1. – С. 7-10.

11. Вежбицка, А. Семантические универсалии и описание языков [Текст] / А. Вежбицка / Пер. с англ. А. Д. Шмелева под ред. Т. В. Булыгиной. Москва: «Языки русской культуры», 1999. – 157 с.
12. Вежбицка, А. Понимание культур через посредство ключевых слов [Текст] / Анна Вежбицка. – Москва: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
13. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становления антропоцентрической парадигмы в языкознании [Текст] / Сергей Воркачев // НДВШ ФН. 2001. - № 1. - С. 42-72.
14. Воркачев, С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт [Текст] / Сергей Воркачев. – Москва: Гнозис, 2004.-236 с.
15. Воронцов, В. В. Симфония разума [Текст] / Владимир Воронцов // Афоризмы и изречения отечественных и зарубежных авторов. – Саратов: Приволжское книжное издательство, 1979 – 205 с.
16. Горбова, Н. В. К вопросу об изменении ценностной пословичной картины мира в русском языке. // Вестник Новгородского государственного университета [Текст] / Н. В. Горбова, 2014. – № 77.– С. 65 – 67.
17. Горошко, Е. И. Гендерные исследования в лингвистике сегодня [Текст] / Е. И. Горошко, А. В. Кирилина // Гендерные исследования. ХЦГИ. – 1999. – 234-241 с.
18. Гудок, В. С. Афоризм и пословица [Текст] / Виктор Гудок // Вопросы русской литературы. – Львов, 1967. – Вып. 2. – С. 88.
19. Дмитриева, О. А. Культурно-языковые характеристики пословиц и афоризмов: автореф.... [Текст] / Ольга Дмитриева. – Волгоград: изд-во «Перемена», 1997. – 16 с.
20. Душенко, К. В. Большая книга афоризмов [Текст] / Константин Душенко. – Москва: ЭКСМО, 2001. – 1056 с.
21. Душенко, К. В. Мастера афоризма. Мудрость и остроумие от Возрождения до наших дней [Текст] / Константин Душенко. – Москва: ЭКСМО, 2004. – 896 с.

22. Залевская, А. А. Психолингвистический подход к проблеме концепта [Текст] / Александра Залевская // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 36-44.
23. Земская, Е. А. Современный русский язык. Словообразование [Текст] / Елена Земская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 328 с.
24. Карасик, В. И. О категориях лингвокультурологии [Текст] / Владимир Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2002. – С. 3-16.
25. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. [Текст] / В. И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. – 392 с.
26. Кирилина, А. В. Гендер: лингвистические аспекты [Текст] / Анастасия Кирилина. – Москва: Ин- ститут социологии РАН, 1999.
27. Кирилина, А. В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: дис. ... докт. филол. наук [Текст] / А. В. Кирилина. – Москва, 2000. – 252 с.
28. Кирилина, А. В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах [Текст] / Анастасия 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
29. Колесов, В. В. Язык и ментальность [Текст] / Владимир Колесов. — Санкт-Петербург: Петербургское Востоковедение, 2004. – С. 19-20
30. Колшанский, Г. В. Объективная картина мира в познании и языке [Текст] / Геннадий Колшанский. – Москва: Наука, 1990. – 108 с.
31. Колшанский, Г. В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке [Текст] / Геннадий Колшанский. – Москва: Наука, 1975. – 230 с.
32. 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.

33. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах [Текст]: монография / Николай Красавский. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с
34. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? [Текст] / В. В. Красных. – Москва: Гнозис, 2003
35. Краткий словарь когнитивных терминов [Текст] / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина / под общей ред. Е. С. Кубряковой. – Москва, Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
36. 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.
37. Кубрякова, Е. С. Языковая картина мира, как особый способ презентации образа мира в сознании человека [Текст] / Елена Кубрякова // Вестник чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева, 2003. – № 4 (38). – С. 2-12.
38. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка [Текст] / Дмитрий Лихачев // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – Москва: Наука, 1993. – 158 с.
39. Ляпин, С. Х. Концептология: к становлению подхода [Текст] / С. Х. Ляпин // Концепты. Научные труды Центрконцепта. –Архангельск: Изд-во Поморского гос.ун-та, 1997 – Вып. 1. – С. 11-35.
40. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику [Текст] / Валентина Маслова. – Москва: Флинта: Наука, 2007. – 296 с.
41. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие [Текст] / Валентина Маслова. – Минск: Тетра Системс, 2004. – 255 с.
42. Маслова, В. А. Лингвокультурология [Текст] / Валентина Маслова. – Москва: Академия, 2001. – 208 с.
43. Митрохина, Н. В. Афоризмы. Энциклопедия. Речь истины проста [Текст] / Надежда Митрохина. – Москва: Центрполиграф, 2009. – 400с.

44. Нечаева, Н. А. Патриархатная и феминистская картина мира: анализ структуры массового сознания. Сб. Гендерные тетради [Текст] / Н. А. Нечаева. – Санкт-Петербург, 1997 – № 1. – С. 20.
45. Никитина, С. Е. Устная народная культура и языковое сознание [Текст] / Светлана Никитина.– Москва: Наука, 1993. – 189 с.
46. Пермяков, Г. Л. Основы структурной паремиологии [Текст]: монография / Григорий Пермяков. – Москва: Наука, Главная ред. вост. лит., 1988. – 236 с.
47. Пименова, М. В. Предисловие [Текст] / М. В. Пименова // Введение в когнитивную лингвистику. Под ред. М. В.Пименовой. – Вып.4. – Кемерово, 2004. – 208 с.
48. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика [Текст] / З. Д. Попова, И. А. Стернин.– Москва: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
49. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике [Текст] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 123 с.
50. Рахилина, Е. В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость [Текст] / Екатерина Рахилина. Москва: Русское слово, 2000. – 415 с.
51. Рольгайзер, А. А. Концептуальные исследования природного мира (на примере концептов ‘звезда’ и ‘étoile’) [Текст] / Анастасия Рольгайзер // Вестник КемГУ. – 2013. – № 4 (56). – Т. 1. – С. 169–174.
52. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация: учебное пособие [Текст] / Александр Садохин // – Москва: Альфа: ИНФРА-М, 2004. – 287 с.
53. Серебренников, Б. А. О материалистическом подходе к явлениям языка [Текст] / Борис Серебренников. – Москва: Наука, 1983. – 320 с.
54. Соломоник, А. Семиотика и лингвистика [Текст] / Абрам Соломоник. – Москва: Молодая гвардия, 1995. – 347 с.
55. Спиркин, А. Г. Основы философии [Текст] / Александр Спиркин. – Москва: Политиздат, 1988. – 120 с.

56. Стернин, И.А. Методика исследования структуры концепта [Текст] / И. А. Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: сб. науч. тр. / Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2001. – С. 58-65.
57. Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры [Текст] / Юрий Степанов. – Москва: Академический проект, 1997. – 990 с.
58. Тайлор, Э. Первобытная культура: Пер. с англ. [Текст] / Эдуард Тайлор. – Москва: Политиздат, 1989. – 234 с.
59. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический, лингвокультурологический аспекты [Текст] / Вероника Телия. – Москва: Языки русской культуры, 1996. – 346 с.
60. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие [Текст] / Светлана Тер-Минасова – Москва: Слово, 2000. – 624 с.
61. Федоренко, Н. Т. Афористика [Текст] / Н.Т. Федоренко, Л.И. Сокольская. – Москва: Наука, 1990. – 415 с.
62. Morris, W. American Heritage Dictionary of English Language [Текст] / W. Morris. – Boston : Houghton Mifflin Company, 1978. – 1550 p.
63. Horsey, R. S. The content and acquisition of lexical concepts [Текст] / R. S. Horsey. - London: University College London, 2006. 260 pp.
64. Margolis, E. Laurence S. Concepts [Текст] / E. Margolis // The Black-well Guide to Philosophy of Mind. Ed. By Stich S.P., Warfield T.A. 2002. P. 190-213.
65. Rosch, E., Mervis, C. B., Grey, W. D., Johnson, D. M., Boyes-Braem, P. Basic Objects in Natural Categories [Текст] / E. Rosch, C. B. Mervis, W.D. rey, D. M. Johnson, P. Boyes-Bream // Cognitive Psychology. 1976. Vol. 8, No.3. P. 382-439.

Электронные источники:

66. Афоризмы [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.aphorism.ru>, свободный

67. Афоризмы, крылатые выражения, цитаты, поговорки, высказывания [Электронный ресурс] / Режим доступа: [//http://letter.com.ua](http://letter.com.ua), свободный

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

69. Aphorisms and good sayings [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.aphorism4all.com>, свободный

70. Cambridge Dictionary Online // Cambridge University Press 2016 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/ru/>, 2016, свободный

71. Famous quotes and authors [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.famousquotesandauthors.com](http://www.famousquotesandauthors.com), свободный

72. Famous Quotes, Quotations and Proverbs [Электронный ресурс] / Режим доступа: [// www.en.proverbia.net](http://www.en.proverbia.net), свободный

73. Quotes and Proverb Archive [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.worldofquotes.com](http://www.worldofquotes.com), свободный

74. Macmillan Dictionary / Macmillan Publishers Limited 2009–2016 [Электронный ресурс] / Macmillan // Режим доступа: <http://www.macmillandictionary.com>, 2016, свободный

Словари и сборники:

75. Большая Советская Энциклопедия/ гл. ред. А.М. Прохоров. – Москва: Советская энциклопедия, 1970 – 1978.

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

77. Дик, Н. Ф. Афоризмы на каждый день [Текст] / Николай Дик. – Ростов на Дону: Феникс, 2009. – 455 с.

78. Душенко, К. В. Большая книга афоризмов [Текст] / Константин Душенко. – Москва: ЭКСМО, 2001. – 1056 с.

79. Душенко, К. В. Мастера афоризма. Мудрость и остроумие от Возрождения до наших дней [Текст] / Константин Душенко. – Москва: ЭКСМО, 2004. – 896 с.
80. Ефремова, Е. Т. Новый толковый словарь русского языка. Толковый словообразовательный [Текст] / Елена Ефремова. – Москва: русский язык, 2000. – 987 с.
81. Захаров, И. В. Раневская Фаина Григорьевна. Случай. Шутки. Афоризмы [Текст] / Иван Захаров. – Москва, 2005. – 678 с.
82. Краткая литературная энциклопедия/ ред. Сурков А. А.: в 9 томах. – Москва: Советская Энциклопедия, 1962 – 1978
83. Королькова, А. В. Словарь афоризмов русских писателей [Текст] / А. В. Королькова, А. Г. Ломов, А. Н. Тихонов. – Москва: Русский язык–Медиа, 2004. – 458 с.
84. 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.
85. Кузнецов, С.А. Большой толковый словарь [Текст] / Сергей Кузнецов – 1-е изд., Санкт-Петербург: изд-во Норинт, 1998 – 303 с.
86. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь [Текст] / Александр Кунин. – Москва: Советская энциклопедия, 1967 г.
87. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. Ярцева В. Н. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – 269 с.
88. Литературный энциклопедический словарь [Текст] / под общ. ред. В. М. Кожевникова и П. А. Николаева. – Москва: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.
89. Митрохина, Н. В. Афоризмы. Энциклопедия. Речь истины проста [Текст] / Надежда Митрохина. – Москва: Центрполиграф, 2009. – 400с.
90. Ожегов, С. И. Словарь русского языка [Текст] / Сергей Ожегов. – Москва, 1984

91. Словарь литературоведческих терминов / ред.-сост.: Л. И. Тимофеев и С. В. Тураев. – Москва: Просвещение, 1974. – 509 с.
92. Современный энциклопедический словарь / Автор: Редколлегия. – Москва: Большая Российская Энциклопедия, 1997.
93. Encyclopaedia Britannica Ready Reference 2005 CD. – Version 2005.00.00. 000000000, 10-е издание: 1994 – 2004 Encyclopedia Britannica Inc.
94. Wehmeier S. Oxford Advanced Learner's dictionary [Текст] / S. Wehmeier. Oxford University Press.-6 изд-е, 2000. – 2540 p.