

Губанова Любовь Георгиевна

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РУССКИХ ПАРЕМИЙ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ**

В статье представлены результаты лингвокультурологического исследования гендерно релевантных пословиц и поговорок русского языка. Авторами выявлены формальные характеристики паремий, в том числе определен их состав, выделены высокочастотные и среднечастотные гендерные компоненты, рассмотрены наиболее крупные тематические группировки знаменательных лексем, формирующих корпус русских паремий с гендерной семантикой. Основное внимание авторы акцентируют на моделировании семантики паремий. Выделенные модели позволяют эксплицировать когнитивно-лингвокультурологическое послание, заключенное в паремиях.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/6-1/14.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/6-1/14.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 6 (36): в 2-х ч. Ч. I. С. 56-61. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/6-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/6-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 81'1

**Филологические науки**

*В статье представлены результаты лингвокультурологического исследования гендерно релевантных пословиц и поговорок русского языка. Авторами выявлены формальные характеристики паремий, в том числе определен их состав, выделены высокочастотные и среднечастотные гендерные компоненты, рассмотрены наиболее крупные тематические группировки знаменательных лексем, формирующих корпус русских паремий с гендерной семантикой. Основное внимание авторы акцентируют на моделировании семантики паремий. Выделенные модели позволяют эксплицировать когнитивно-лингвокультурологическое послание, заключенное в паремиях.*

*Ключевые слова и фразы:* русская фразеология; пословица; поговорка; паремия; культурный мессидж; гендер; гендерная асимметрия; когнитивно-лингвокультурологические характеристики; инициальная позиция.

**Губанова Любовь Георгиевна**, к. филол. н.  
**Самарина Варвара Сергеевна**, к. филол. н.  
*Северо-Кавказский федеральный университет*  
 G11307@rambler.ru; Kornienko82@yandex.ru

### ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РУССКИХ ПАРЕМИЙ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ<sup>©</sup>

Вначале хотелось бы остановиться на нашем понимании лингвистического анализа пословиц и поговорок. Как отмечает В. П. Аникин, «литературовед всегда исходит из анализа содержания художественного творчества. Между тем лингвист приходит к изучению содержания, отправляясь от анализа языка. Он изучает формы выражения художественного содержания, именно те, которые заключены в самом языке: при этом лингвист опирается на изучение внутренних потенций речи, принимает во внимание состояние языка в каждую историческую эпоху» [1, с. 204]. Именно поэтому мы стараемся избегать непосредственного включения в языковедческий арсенал, например, лежащих на поверхности трактовок содержания пословиц, их прямого дидактического смысла или интерпретации иносказания применительно к кругу возможных ситуаций. Всё это представляет предмет исследования фольклориста и культуролога, а также специалистов иного профиля. Рассматривая модели паремий, мы сочли возможным на основе когнитивно-лингвокультурологического анализа формулировать так называемый «культурный мессидж» паремии. Тем не менее, данный мессидж может рассматриваться в качестве лишь одного из видов интерпретации посыла, заключённого в паремии. Будучи помещённой в иной контекст, скажем, фольклорный, историко-культурный, литературный и иной, та же паремия, даст основания для иных, возможно, полярных толкований. Именно поэтому мы считаем необходимым оставаться в предметном поле лингвистики, естественно, в её антропологической парадигме, позволяющей обращаться к различным аспектам бытия человека.

Исследование паремий начнём с выявления их формальных характеристик. Одной из таких характеристик, как и в случае идиом, является определение их состава, в том числе количественными методами. Для этих целей был сформирован текст-конгломерат, объединяющий 186 пословиц и поговорок гендерного характера общим объёмом 1495 словоупотреблений.

Далее приведем некоторые параметры, полученные в процессе анализа данного текста-конгломерата [2; 3]. Вначале были выделены наиболее частотные знаменательные слова в конгломерате.

Таблица 1.

#### Высокочастотные знаменательные лексемы в русских паремиях

Слово	Количество употреблений
<i>Жена</i>	100
<i>Муж</i>	66
<i>Баба</i>	54
<i>Бабий</i>	15
<i>Мужик</i>	12
<i>Женский</i>	11
<i>Ум</i>	11
<i>Злой</i>	10
<b>Всего</b>	<b>279</b>

Наиболее частотные знаменательные лексемы занимают 18,7% всего количества словоупотреблений. Налицо асимметрия женских и мужских гендерных лексем среди наиболее частотной лексики. Женские компоненты составляют 71% от числа наиболее частотной знаменательной лексики, тогда как мужские составляют только 29%. Это в значительной степени свидетельствует в пользу того, что концепт «женщина» в русской гендерной паремии гораздо более актуален, чем концепт «мужчина». Отметим, что такие высокочастотные знаменательные лексемы как *ум* и *злой* используются в исследуемом материале только по отношению к женщине, например, *женский ум лучше всяких дум; у бабы волос долог да ум короток; перекаши поле – бабий ум; мужа чтут за разум, жену по уму; всех злее злых злая жена; злая жена сведет мужа с ума*. Некоторые философы языка и гендерологии отмечают, что «слова *ум* и *умный* к мужчинам прилагаются редко, а слово *дурак* – часто; к женщинам наоборот (говорят *умная женщина*) – следовательно подчеркивают особый ум женщины» [5, с. 102].

В центре интереса паремий – оппозиция *жена / муж*. Оппозиция *баба / мужик*, если исходить из частотных показателей, актуальна в два раза меньше, чем *жена / муж*, и в три раза превосходит отношение оппозиции «женщина / мужчина». Характерно, что атрибутивная манифестация гендера отмечается только для его феминной составляющей (*бабий, женский*). Названные количественные характеристики находят своё отражение в процессе когнитивно-лингвокультурологического моделирования паремий с целью выявления системных параметров, релевантных в аспекте структурирования гендера.

Среди среднечастотной знаменательной лексики представлены следующие единицы.

Таблица 2.

### Среднечастотные гендерные компоненты русских паремий

Мужчина	Количество употреблений	Женщина	Количество употреблений
<i>Дед</i>	4	<i>Вдова</i>	6
<i>Кум</i>	3	<i>Бабушка</i>	5
<i>Брат</i>	2	<i>Девка</i>	4
<i>Дедушка</i>	2	<i>Бабьё</i>	2
<i>Отец</i>	2	<i>Вдовица</i>	2
		<i>Матка</i>	2
		<i>Мать</i>	2
<b>Всего</b>	<b>13</b>		<b>23</b>

Среднечастотная лексика продолжает линию асимметрии, отмеченную среди наиболее частотных лексем: наименований женщин в 1,77 раза больше наименований мужчин. В принципе, и в группировке среднечастотной лексики возможно выделение оппозиций, однако, ввиду малого количества они носят не системный, спорадический характер, например *дед (дедушка) / бабушка, отец / мать, матка*. В любом случае, это гораздо менее актуальные оппозиции, чем *жена / муж* и *баба / мужик*.

Рассмотрим наиболее крупные **тематические группировки** знаменательных лексем, формирующих корпус текстов русских паремий с гендерной семантикой. Назовем их: 1) группа лексем с гендерной семантикой; 2) дом, быт, хозяйство; 3) человек (в отвлечении от гендерной ипостаси).

Поскольку мы имеем дело с выборкой гендерных паремий, естественно, что на первом месте стоит группа лексем с гендерной семантикой. Она самая крупная по количеству употреблений входящих в неё единиц в паремиях – 327 в 47 паремиях (из общего количества 186 паремий, 1495 словоупотреблений). В выделении рангов частотности мы исходили из следующих соображений. К высокочастотным относятся единицы, частота которых составляет свыше 10 словоупотреблений в тексте-конгломерате; к среднечастотным – единицы, частота которых составляет до 10 словоупотреблений; к низкочастотным – единицы, частота употреблений которых равна 1. Как представляется, такое распределение адекватно отражает частотность единиц в исследуемой совокупности (относительно объёма текста-конгломерата).

Высокочастотные: *жена, муж, баба, бабий, мужик, женский*.

Среднечастотные: *вдова, бабушка, девка, дед, кум, бабьё, брат, вдовый, вдовица, девичий, девушка, матка, мать, отец, сестра*.

Низкочастотные: *барин, барыня, девица, дура, крестьянка, женин, батька, мужичок, мужний, мужнин, мужчина, сваха, сосед, Григорий, баре, вдовец, Макар, матица, молодница, внук, невестка, доказчица, рекрут, послух, Иван*.

В данной тематической группе примерно равное соотношение единиц с женской (25) и мужской (22) семантикой. В исследуемой группировке выделяются следующие гендерные пары: *жена – муж, баба – мужик, вдова (вдовица) – вдовец, отец – мать, брат – сестра, барин – барыня, батька – матка (матица), женин – мужнин (мужний)*. За рамками гендерной оппозиции остались «женские» лексемы *девичий, девушка, девица, молодница, дура, сваха, доказчица* и «мужские» *мужчина, сосед, Григорий, Макар, Иван, внук, рекрут, послух*.

Следующая тематическая группа – дом, быт, хозяйство. Всего 69 единиц, 98 употреблений.

Среднечастотная: *печь, дом, пол, корова, порог, рукавица, горшок, изба, баня, ворота, воз, гусь, кобыла, коса, коза, курица, птица, шуба*.

Низкочастотная: *воз, амбар, бражка, груша, гусиный, дверь, бражка, земелька, обух, окно, кубышка, квашня, клей, клин, коромысло, наряд, мясо, мука, подол, штаны, яйцо, крытый, поле, быт, горох, пирог, пластырь, курица, перо, постель, седло, псовый, обед, мешок, хлеб, хоромы, дрова, груша, штаны, хлеб, яр-марка, гусиный, пахать, шапка, иголка, сапог, рынок, ладья, челночок.*

В этой группе встречаются названия еды, посуды, одежды, животных, инструментов, предметов обихода и т.п. В лингвокультурологическом аспекте они важны в том смысле, что являются средой, окружением собственно гендерной лексики, посредством которой и происходит формирование оценок, суждений, заключений.

Следующая группа – человек (в отвлечении от его гендерной ипостаси). Всего 64 единицы, 77 употреблений.

Среднечастотная: *сердце, сказать, стыд, язык, болезнь/болезнь, дело, люди, лихой, видать, стыд, немочь/немошь, глава, гулять, ехать/ездить, умереть / умирать.*

Низкочастотная: *верховодить, байка, драться, бедный, лесть, борода, волос, неть, горевать, говор, домоседство, злыдня, враньё, богатеть, бредить, гадать, глупый, кровь, замышлять, забыть, дышать, неправый, догадка, плач, неуклюжий, объесться, переговорить, передумать, перечесть, сходка, съесть, тайна, вольный, пропить, морочить, пожалеть, покидать, пошлый, сказывать, скука, разум, ревнивый, раздражить, честь, догадка, зубы, сердце.*

Количественные показатели основных тематических групп в составе паремий могут быть представлены в виде следующей таблицы.

Таблица 3.

### Тематические группы и их параметры

Тематическая группа	Единицы	Употребления в тексте-конгломерате	Частотность
Гендер	47	327	6,95
Дом, Быт	69	98	1,42
Человек	64	77	1,2

Тематическая группа «гендер», имея наименьшее количество лексем, демонстрирует наибольшее число словоупотреблений, поскольку частотность у единиц данной группировки наивысшая. Группа «дом, быт» представлена большим числом единиц, но число употреблений значительно ниже, как результат – частотность почти в пять раз ниже. На последнем месте – группа человек. Представленная картина демонстрирует когнитивную и лингвокультурологическую значимость единиц той или иной тематической группировки в процессах конструирования гендера посредством пословиц.

Далее рассмотрим основные группы паремий в их целостном, «текстовом» виде. Исходным пунктом анализа является инициальная позиция той или иной лексемы с гендерной семантикой. По существу, инициальный компонент пословицы занимает топикальную позицию и служит отправным пунктом интерпретации её структуры.

**Первая группа:** пословицы с инициальной позицией ЖЕНА.

В этой группе выделяются модели паремий:

1) Модель ЖЕНА (не предмет): пояснение:

*Жена – не рукавица: с руки не сбросишь (не стряхнешь), за пояс не заткнешь.*

*Жена не седло: со спины не съмешь.*

*Жена – не сапог, с ноги не скинешь.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление ЖЕНЫ с предметом (одежда, предметы крестьянского быта) с целью противопоставления и введение комментария, иллюстрирующего описываемое различие. Культурный мессидж паремий данной модели – утверждение значимости ЖЕНЫ посредством сопоставления.

2) Модель ЖЕНА (действие), а МУЖ (действие):

*Жена поет, а муж волком воет.*

*Жена прядет, а муж пляшет.*

*Жена мелет, а муж спит.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление действий ЖЕНЫ (позитивных в данном контексте) с негативной (неуместной) деятельностью МУЖА.

3) Модель ЖЕНА (действие 1) – [0] (действие 2).

Элемент [0] в модели обозначает невербализованный компонент семантической структуры паремии. В данном случае у действия 1 и действия 2 один субъект – ЖЕНА, не вербализованный во второй части паремии:

*Жена убажасает – лихое замышляет.*

*Жена льстит – лихо мыслит (лихое норовит).*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление двух действий (видов деятельности ЖЕНЫ): первое видимое и приятное для адресата (по-видимому, МУЖА), второе – истинное и несущее негативный потенциал. Культурный мессидж паремий данной модели – предостережение от некритичного восприятия «приятного» поведения ЖЕНЫ. (Ср.: *Мягко стелет да жёстко спит* безотносительно к гендерной фразеологии).

4) Модель ЖЕНА без (чего) – хуже (предмет сравнения):

*Жена без мужа – вдовы хуже.*

*Жена без грозы – хуже козы.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление положения женщины без чего(кого)-нибудь, которое расценивается хуже, чем основание сравнения. Культурный мессидж паремий данной модели – утверждение значимости чего(кого)-нибудь для ЖЕНЫ с помощью процедуры отрицания.

Кроме того, ряд паремий не подводится под выделенные типичные модели:

*Жены стыдятся – детей не видать.*

*Жена взбесилась и мужа не спросилась.*

*Жена да муж – змея да уж.*

*Жена мужа не бьет, а под свой нрав ведет.*

*Жена мужа почитай, как крест на главе; муж жену береги, как трубу на бане!*

*Жена мужем красна.*

*Жена мужу пластырь, муж жене пастырь.*

*Жена на мужа не доказчица (не послух).*

*Жена от мужа на пядень, а муж от жены на сажень.*

*Жена при муже хороша. Без мужа не жена.*

*Жена честнее – мужу милее.*

*Подчас и жена мужа красит.*

**Вторая группа:** паремии с инициальной позицией МУЖ.

В этой группе выделяются модели паремий:

5) Модель МУЖ в (место) + [способ/действие], а ЖЕНА в (место) [способ/действие]:

*Муж в бане, а жена в амбаре – уговориться не могут.*

*Муж в двери ногою, а жена в окно и с головою.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление местоположения МУЖА, направления его движения и местоположения ЖЕНЫ и направления её движения и / или способа действия. Культурный посыл паремий данной модели – акцентирование разного места и способа действия гендерных субъектов как свидетельство их несхожести, онтологической разности.

6) Модель МУЖ (действие), а ЖЕНА (действие):

*Муж пьет, а жена горшки бьет.*

*Муж в поле пахать, а жена руками махать.*

*Муж жену бьет, а жена свое поет.*

*Муж – как бы хлеба нажить, а жена – как бы мужа избыть.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление действий (деятельности, в том числе деятельности как цели) МУЖА и ЖЕНЫ как утверждение их различия, проявляющегося в действиях (целях) в одно и то же время, что и составляет культурных смысл паремий данного вида.

Кроме того, ряд паремий не подводится под выделенные типовые модели:

*Муж возом не навозит, что жена горшком наносит.*

*Муж и (да) жена – одна сатана.*

*Муж любит жену здоровую, а брат сестру богатую.*

*Муж с женою бранится, да под одну шубу ложится.*

*Муж – голова, жена – душа.*

**Третья группа:** паремии с инициальной позицией БАБА.

В этой группе выделяются модели паремий:

7) Модель БАБА что (сравнение): (пояснение):

*Баба что горшок: что ни влей – все кипит.*

*Баба что мешок: что положишь, то и несет.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление БАБЫ с предметом (быта) с последующим пояснением. Культурный мессидж паремий данной модели – характеристика качеств БАБЫ через сравнение с предметами обихода.

Как и в предыдущих группах, ряд фразеологизмов не подводится под выделенную типичную модель:

*Баба – не квашня: встала да и пошла.*

*Баба бредит, да черт ей верит.*

*Баба да бес – один у (в) них вес.*

*Баба пьяна, а суд свой помнит.*

*Баба с кромою, а дед с сумою.*

*Баба слезами беде помогает.*

*Бабе дорога – от печи до порога.*

*Бабе кровь проливать не годится (от обычая, что бабы не колют птиц).*

Между тем некоторые из паремий соотносимы с моделями из других групп, например, *Баба – не квашня: встала да и пошла* можно сопоставить с моделью (1): *Жена – не сапог, с ноги не скинешь*. Однако разница заключается в том, что в случае с паремией с БАБА один и тот же субъект в первой и второй частях сложного бессоюзного предложения, тогда как в случае с ЖЕНА субъекты разные. Различие в семантике синтаксических структур влечёт за собой различие и в когнитивно-лингвокультурологическом значении сопоставляемых паремий: если в паремии с ЖЕНА акцентируется значимость данного компонента в сравнении с сопоставляемым предметом, то в случае с компонентом БАБА, скорее, речь идёт о его большей прочности и опосредованно – меньшей значимости (ср.: *Не сахарный, не растаешь*).

**Четвёртая группа:** паремии с инициальной позицией БАБИЙ.

8) Модель БАББИ (предмет) недолго (действие):

*Бабы города недолго стоят.*

*Бабы хоромы недолго живут (стоят).*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – утверждение непрочности созданного БАБОЙ, что и составляет культурный мессидж паремий данной модели.

9) Модель БАБИЙ (качество, действие) – предмет: [пояснение]:

*Бабий ум – бабье коромысло: и криво, и зарубисто, и на оба конца.*

*Бабы сборы – гусиный век.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление качеств, приписываемых БАБЕ, с предметами обихода, реалиями быта. Культурный мессидж паремий данной модели – ироническая сниженная оценка качеств и типичных действий БАБЫ.

Паремии, которые не подводятся под модели:

*Бабы-то промыслы, что неправые помыслы.*

*Меж бабым да и нет не проденешь иголки.*

*Бабий кадык не заткнешь ни пирогом, ни рукавицей.*

*Бабий язык, куда ни завалишь, достанет.*

**Пятая группа:** паремии с инициальным компонентом БАБУШКА:

*Бабушка не может, дедушка семь лет костей не гложет.*

*Бабушка у бражки, дед на печи.*

*Бабушка на печь, а дед по дрова.*

*Бабушке – один только дедушка не внук.*

*Бабушка (еще) надвое сказала (гадала) (либо дождик, либо снег, либо будет, либо нет).*

Они также не подводятся под какие-либо модели.

**Шестая группа:** паремии с инициальным компонентом ЖЕНСКИЙ.

10) Модель ЖЕНСКИЙ (качество, характеристика) – что [сопоставление]:

*Женские умы – что татарские сумы (переметны).*

*Женский обычай – что вперед забежать.*

*Женское сердце – что ржа в железе.*

*Женское сердце, что котел кипит.*

*Женское слово, что клей, пристаёт.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – образное сравнение качества, характеристики, приписываемых женщине, с бытовым, хозяйственным явлением. Культурный мессидж паремий данной модели не может быть сведён к единой формулировке. Между тем очевидна скорее негативная, чем позитивная характеристика женских качеств, поскольку приведённые выше паремии, кроме *Женское сердце, что котел кипит*, передают отрицательное отношение.

Паремии, которые не подводятся под модели:

*Женский ум лучше всяких дум.*

*Женская лесть без зубов, а с костями сгложет.*

*Женские немощи (болести) догадки лечат.*

*Женских прихотей не перечесть.*

**Седьмая группа:** паремии с инициальным компонентом МУЖИК.

11) Модель МУЖИК (действие) (обстоятельство действия 1) БАБА [0] (обстоятельство действия, противоположное обстоятельству действия 1):

*Мужик тянет в одну сторону, баба в другую.*

*Мужики дерутся в расходку, бабы в свалку.*

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление поведения МУЖИКА и БАБЫ в аналогичных обстоятельствах. Культурный мессидж паремий данной модели – акцентирование различного поведения МУЖИКА и БАБЫ в аналогичных ситуациях как проявление их онтологического различия.

Паремии, которые не подводятся под модели:

*Мужик богатеет – в баре идет, барин беднеет – к мужику идет.*

*Мужик в семье, что матица в избе.*

*Мужик год не пьет, и два не пьет, а как черт прорвет, так и все пропьет.*

*Мужик да собака на дворе, а баба да кошка в избе (дома).*

*Мужик задним умом крепок.*

Возможно также выделение группы паремий с инициальным компонентом, содержащим корень *вдов-*, которые не группируются в модели:

*Вдовец – деткам не отец, а сам круглый сирота.*

*Вдовица не девица: свой обычай у всех.*

*Вдовицу бог бережет, а люди не берегут.*

*Вдову взять – спокойнее спать.*

*Вдови сени не стоят. Вдовый обиход не уход.*

*Вдова – мирской человек.*

Таковы основные когнитивно-лингвокультурологические характеристики паремий, позволяющие осуществлять конструирование гендера в данной области русской фразеологии.

Исследование показало, что возможно моделирование семантики паремий, несмотря на то, что далеко не все пословицы и поговорки вписываются в модельные рамки. Ведущим компонентом модели является лексема, занимающая инициальную позицию в паремии: ЖЕНА, МУЖ, БАБА, БАБИЙ, ЖЕНСКИЙ, МУЖИК. Инициальные компоненты моделей являются наиболее частотными знаменательными лексемами. Модели позволяют эксплицировать лингвокультурологическое послание, заключённое в пословицах и поговорках. Народная мудрость, заключённая в паремиях, сообщает о значимости роли жены, сравнивает позитивные действия жены с отрицательной деятельностью мужа, предупреждает о некритичном восприятии «приятного» поведения жены, подчёркивает различия в месте и способе действия основных гендерных субъектов как показатель их несхожести, характеризует качества бабы через сравнение с предметами обихода, непрочность того, что она создаёт, передаёт скорее критичное отношение к женским качествам, обращает внимание на разное поведение мужика и бабы в схожих ситуациях как проявление их онтологического различия.

#### Список литературы

1. Аникин В. П. Теория фольклора: курс лекций. Изд-е 3-е. М.: КДУ, 2007. 432 с.
2. Даль В. И. Пословицы русского народа: сборник в 2-х т. М.: ТЕРРА; «Книжная лавка-РТР», 1996.
3. Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. Изд-е 7-е. М.: Рус. яз., 2000. 544 с.
4. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград – Архангельск: Перемена, 1996. 259 с.
5. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: Институт социологии РАН, 1999. 200 с.
6. Самарина В. С. Гендер во фразеологии: когнитивно-лингвокультурологический аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2010. 21 с.

#### LINGUOCULTUROLOGICAL STUDY OF RUSSIAN PROVERBS IN THE GENDER ASPECT

Gubanova Lyubov' Georgievna, Ph. D. in Philology  
Samarina Varvara Sergeevna, Ph. D. in Philology  
North-Caucasus Federal University  
G11307@rambler.ru; Kornienko82@yandex.ru

The article presents the results of linguoculturological study of the gender-relevant proverbs and sayings of the Russian language. The authors revealed the formal characteristics of proverbs, described their structure, identified the high-frequency and mid-frequency gender components, investigated the largest topical groupings of significant lexemes forming the corpus of Russian proverbs with gender semantics. The special attention is paid to modelling the semantics of proverbs. The distinguished models make it possible to explicate the cognitive and linguoculturological message included in proverbs.

*Key words and phrases:* Russian phraseology; proverb; saying; cultural message; gender; gender asymmetry; cognitive and linguoculturological characteristics; initial position.

УДК 372.881.111.1

#### Педагогические науки

*В данной статье предложена разработанная методика поэтапного развития умений иноязычной монологической речи у студентов-нефилологов; показаны пути развития разных видов монологической речи (описание, повествование, сообщение, рассуждение) с использованием научно-популярных видеофильмов. Раскрывается методический потенциал стоп-кадров и эпизодов как важных компонентов разработанной методики и эффективных средств обучения устной иноязычной речи у студентов.*

*Ключевые слова и фразы:* видеофильм; монологическая речь; умения иноязычной монологической речи; стоп-кадр; эпизод; методические рекомендации; магистранты; неязыковой вуз.

Даминова София Оскаровна, к. хим. н.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова  
sofiya16s@yahoo.co.uk

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОФИЛЬМОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ УМЕНИЙ ИНОЯЗЫЧНОЙ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ<sup>©</sup>

В настоящее время, в связи с процессом глобализации, расширением международных контактов в области науки, экономики, производства и культуры и др. в нашей стране остро ощущается потребность в подготовке высококвалифицированных выпускников неязыкового вуза, получивших высшее образование в магистратуре и владеющих умениями устного и письменного иноязычного общения в профессиональных целях.