

Самарина Варвара Сергеевна, Шибкова Оксана Сергеевна, Губанова Любовь Георгиевна  
**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АНГЛИЙСКИХ ПАРЕМИЙ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ**

В статье представлены результаты лингвокультурологического исследования гендерно маркированных паремий английского 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 английских 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/2/2015/4-1/49.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/49.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (46): в 2-х ч. Ч. I. С. 161-165. 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/2/2015/4-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/4-1/)

**© 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: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

**THE STATUS OF LEXICOLOGY IN LINGUISTIC  
CONCEPTIONS OF V. A. BOGORODITSKY AND L. V. SCHERBA**

**Samarin Dmitrii Aleksandrovich**, Ph. D. in Philology  
*Baikal State University (Branch) in Yakutsk*  
dsamarin2011@yandex.ru

In the article the views of V. A. Bogoroditsky and L. V. Scherba on the position of lexicology in linguistics are analyzed. An ambiguity of the attitude to this linguistic section in the foreign and Russian science is demonstrated. It is revealed that serious efforts of lexicology study refer to the XX century. A comparison between the ideas of V. A. Bogoroditsky and L. V. Scherba about lexicology as a science is made. It is ascertained that the opinions of both scientists on lexicology have got a dialectical character.

*Key words and phrases:* linguistics; lexicology; grammar system; word; phonetic notion; meaning; morpheme; sentence.

УДК 811'1

**Филологические науки**

*В статье представлены результаты лингвокультурологического исследования гендерно маркированных паремий английского 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 английских 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:* паремии; гендер; гендерная семантика; гендерная асимметрия; знаменательные слова; когнитивно-лингвокультурологическое значение; инициальная синтагма; культурный мессидж.

**Самарина Варвара Сергеевна**, к. филол. н.

**Шибкова Оксана Сергеевна**, д. филол. н., доцент

**Губанова Любовь Георгиевна**, к. филол. н.

*Северо-Кавказский федеральный университет*

*Kornienko82@yandex.ru; oksana\_shib@mail.ru; G11307@rambler.ru*

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ  
АНГЛИЙСКИХ ПАРЕМИЙ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ<sup>©</sup>**

Гендер как социокультурный конструкт находит воплощение в разноязыковых картинах мира, в том числе и в паремиях как представителях народного творчества. Лингвокультурологический анализ позволяет оценивать репрезентацию гендера в языковой картине мира.

Исследование паремий начём с выявления их формальных характеристик. Одной из таких характеристик является выявление их состава, в том числе количественными методами. Для этих целей нами был сформирован корпус, объединяющий 99 пословиц и поговорок английского языка гендерного характера (по принципу прямой гендерной маркированности) общим объёмом 799 словоупотреблений [2; 3; 4].

Вначале были выделены наиболее частотные знаменательные слова в корпусе.

**Таблица 1.**

**Наиболее частотные знаменательные слова в выборке английских паремий**

Слово	Количество употреблений
<i>man</i>	49
<i>he</i>	32
<i>woman</i>	14
<i>like</i>	12
<i>good</i>	10
<i>make</i>	9
<i>never</i>	8
<i>wife</i>	7
<i>one</i>	7
<i>son</i>	7
<i>father</i>	7
<b>Всего</b>	<b>162</b>

Таким образом, наиболее частотные знаменательные лексемы занимают 20,3% всего количества словоупотреблений. В английском языке имеет место асимметрия женских и мужских гендерных лексем среди наиболее частотной лексики. Асимметрия носит следующий характер: мужские компоненты составляют 82% от числа наиболее частотной знаменательной лексики, тогда как женские составляют только 18%. Даже если учитывать то обстоятельство, что лексема *man* в паремиях часто служит для обозначения человека или синкретичной номинации, это однозначно говорит о том, что концепт «мужчина» в английской гендерной паремиологии многократно более актуален, чем концепт «женщина».

В центре интереса английских паремий – оппозиция *man / woman* (мужчина / женщина). Названные количественные характеристики найдут своё отражение в процессе когнитивно-лингвокультурологического моделирования паремий с целью выявления системных параметров, релевантных в аспекте структурирования гендера.

Среди среднечастотной знаменательной лексики в английских паремиях представлены следующие единицы.

Таблица 2.

## Среднечастотные гендерные компоненты английских паремий

Мужчина	Количество употреблений	Женщина	Количество употреблений
<i>Jack</i>	6	<i>she</i>	8
<i>boy</i>	5	<i>woman</i>	6
<i>master</i>	3	<i>mother</i>	5
<i>husband</i>	2	<i>daughter</i>	2
<i>workman</i>	2		
<b>Всего</b>	<b>18</b>		<b>21</b>

Среднечастотная лексика демонстрирует некоторое превалирование женской номинации, тогда как в высокочастотной лексике превалирует мужская. В группировке среднечастотной лексики английских паремий выделение оппозиций не представляется возможным.

Определённый интерес может представлять и анализ незначительных слов, входящих в состав пословиц. Среди таких лексем в исследуемой совокупности выделены следующие единицы, которые встречаются более одного раза и, следовательно, потенциально могут рассматриваться в качестве составных элементов моделей.

Таблица 3.

## Незначительные слова в корпусе английских паремий

слово	частота
<i>is/are/be</i>	45
<i>the</i>	39
<i>of</i>	23
<i>and</i>	17
<i>have</i>	12
<i>to</i>	10
<i>for</i>	9
<i>no</i>	8
<i>as</i>	8
<b>Всего</b>	<b>171</b>

В целом количество употреблений наиболее частотных незначительных лексем (171) сопоставимо с аналогичным показателем для знаменательных лексем (162). Во главе списка, как видим, находится лексема *to be*. Рассмотрим словарную дефиницию данной лексемы:

**ТО БЕ** 1. быть существовать; находиться, присутствовать; происходить, случаться; ровняться, составлять. 2. как глагол-связка быть, находиться в каком-либо состоянии [1, т. 1, с. 201].

Изложенное выше позволяет предположить, что на языковом уровне в исследуемых пословицах и поговорках доминируют *man, he (он)* и *woman*, а также отношения дескрипции и отнесённости к определённой вещи или лицу, репрезентированные глаголом *to be*.

Далее рассмотрим наиболее крупные тематические группы лексем, входящих в состав английских паремий с гендерной семантикой. Назовём их: 1) группа лексем с гендерной семантикой; 2) предикаты; 3) человек; 4) место; 5) качество; 6) число; 7) чувства; 8) абстрактные имена; 9) время; 10) дом; хозяйство; 11) природа.

На первом месте находится группа лексем с гендерной семантикой, которая включает в себя 40 единиц. В выделении рангов частотности мы исходили из следующих соображений. К высокочастотным относились единицы, частота которых составляет свыше 10 словоупотреблений в корпусе; к среднечастотным – единицы, частота которых составляет до 10 словоупотреблений; к низкочастотным – единицы, частота употреблений которых равна 1.

Высокочастотные: *man, he, his (его), woman*;

Среднечастотные: *wife (жена), son (сын), father (отец), Jack (Джек), her (ее), mother (мать), him (его), boy (мальчик), master (хозяин), she (она), husband (муж), daughter (дочь), workman (рабочий)*.

Низкочастотные: *Jill* (Джил), *lass* (девушка, девочка), *wife* (жениться), *bridesmaid* (подружка невесты), *bride* (невеста), *brother* (брат), *gentleman*, *cobbler* (сапожник), *tailor* (портной), *himself* (сам), *schoolmaster* (наставник), *maid* (девушка), *mistress* (хозяйка), *Adam*, *king* (король).

В данной тематической группе имеет место преобладание единиц с мужской (23) семантикой. В исследуемой группировке выделяются следующие гендерные пары: *man – woman*, *he – she*, *son – daughter*, *Jack – Jill*, *husband – wife*, *master – mistress*. За рамками гендерной оппозиции остались мужские лексемы *gentleman*, *schoolmaster*, *cobbler*, *tailor*, *king*, *brother*, *wife*, *Adam*, *workman* и женские *lass*, *bridesmaid*, *bride*.

Следующая тематическая группа – предикаты.

Предикатные употребления делятся на подгруппы. Первая подгруппа акциональные предикаты: *make* (делать), *work* (работать), *rise* (вставать), *play* (играть), *stand* (стоять), *trade* (торговать), *get* (получать), *do* (делать), *turn* (поворачивать), *give* (давать), *go* (идти), *come* (приходить), *choose* (выбирать), *take* (брать), *boil* (кипеть), *find* (находить), *turn* (вертеть), *leave* (оставлять), *brew* (смешивать), *rip* (кирнуть), *keep* (держат), *teach* (учить), *serve* (служить), *shot* (стрелять), *seek* (искать), *build* (строить), *buy* (покупать), *drown* (тонуть), *catch* (ловить), *borrow* (занимать), *limp* (храмать), *hatch* (замышлять), *fell* (рубить), *eat* (есть), *climb* (взбираться), *show* (показывать), *trot* (спешишь).

Далее следуют ментальные предикаты: *think* (думать), *know* (знать), *hesitate* (сомневаться), *learn* (учить), *mind* (думать), *doubt* (сомневаться).

Предикаты обладания: *have* (иметь), *acquire* (приобретать).

Предикаты речи: *tell* (говорить), *lie* (лгать), *deceive* (обманывать), *blame* (осуждать).

Предикаты чувства: *see* (видеть), *look* (смотреть), *laugh* (смеяться), *kiss* (целовать), *feel* (чувствовать).

Предикаты бытийные: *be* (быть), *die* (умирать).

Следующая тематическая группа, человек: *who* (кто), *you* (ты), *head* (голова), *fool* (дурак), *they* (они), *neck* (шея), *stomach* (желудок), *blind* (слепой), *taste* (вкус), *hungry* (голодный), *hero* (герой), *architect* (архитектор), *idol* (идол), *character* (личность), *coward* (трус), *friend* (друг). Как видим, в данной группе встречаются соматические лексемы, обозначения профессий, черт характера и местоимения.

Тематическая группа, место: *country* (страна), *way* (путь), *everywhere* (везде), *nowhere* (нигде), *island* (остров).

Тематическая группа, качество: *good* (хороший), *old* (старый), *wise* (мудрый), *bad* (плохой), *own* (свой), *thrive* (процветающий), *dull* (глупый), *rage* (яростный), *better* (лучше), *worst* (хуже), *beauty* (красота), *wisdom* (мудрость), *best* (лучший), *great* (огромный), *successful* (успешный), *strong* (сильный), *hard* (твердый), *younger* (моложе), *different* (различный), *miserly* (скупой), *prodigal* (щедрый), *afraid* (испуганный), *young* (молодой), *dead* (мертвый), *healthy* (здоровый), *brave* (храбрый).

Тематическая группа, число: *one* (один), *many* (много), *two* (два), *hundred* (сто), *six* (шесть), *seven* (семь), *eight* (восемь).

Тематическая группа, чувства: *scorned* (презрение), *rage* (ярость), *love* (любовь), *hatred* (ненависть), *angry* (сердитый), *glad* (довольный), *sorrowing* (печальный).

Тематическая группа, абстрактные имена: *mischief* (вред), *necessity* (необходимость), *invention* (выдумка), *aroma* (аромат), *matter* (вещество), *tales* (рассказы), *price* (цена), *changes* (изменения), *custom* (традиция), *plague* (чума), *need* (нужда), *power* (сила), *level* (уровень), *death* (смерть), *life* (жизнь), *company* (компания), *hobby* (хобби).

Тематическая группа, время: *Saturday* (суббота), *Sunday* (воскресенье), *day* (день), *hour* (час).

Тематическая группа, дом, хозяйство: *meat* (мясо), *geese* (гуси), *family* (семья), *houses* (дома), *fish* (рыба), *feed* (кормить), *wine* (вино), *soil* (грунт), *cup* (чашка), *tea* (чай), *job* (работа), *coffee* (кофе), *shod* (обуть), *castle* (замок), *tools* (инструменты), *children* (дети), *suck* (сосать), *bed* (кровать), *dishes* (блюда), *straw* (солома), *garden* (сад), *weeds* (сорняки), *sleeve* (рукав), *horse* (лошадь), *gosling* (гусенок), *swan* (лебедь), *dog* (собака), *fruit* (фрукт), *tree* (дерево).

Тематическая группа, природа: *fire* (огонь), *burnt* (горелый), *flea* (блоха).

Представим в обобщённом виде тематические группы лексем, составляющих английские гендерные паремии.

Таблица 4.

#### Тематические группы лексем в английских паремиях

тематическая группа	количество единиц	количество употреблений	частотность
предикат (акциональный, ментальный, речи, обладания, чувства, бытийный)	67	96	1,43
качество	34	65	1,9
дом, хозяйство	32	39	1,2
абстрактные	27	29	1,07
лицо	22	45	2,04
число	8	17	2,13
чувство	8	10	1,25
место	5	5	1
природа	3	3	1

Представленная картина демонстрирует когнитивную и лингвокультурологическую значимость единиц той или иной тематической группировки в процессах конструирования гендера посредством пословиц английского языка. Так, наибольшее количество единиц составляют , предикаты с превалированием акциональной разновидности, что в целом отражает деятельный характер осмысления действительности в пословицах. Далее следует группа, обозначающая , качественной. Очевидно, значимость качественных характеристик в паремиях также велика, поскольку слов данного вида в два раза меньше, тогда как их частотность в 1,3 раза выше предикатов. Лексем со значением , дом, хозяйственной примерно столько же, сколько и лексем с качественным значением, однако их частотность ниже. Подобное утверждение справедливо и в отношении лексем с абстрактным значением. Личных лексем меньше перечисленных ранее, однако их частотность выше. Характерно, что наибольшая частотность у слов с числовым значением. Особенно наглядно это проявляется в сопоставлении с лексемами со значением , чувственной, численность которых одинаковая, но частотность в два раза выше. Лексем с локальным и природным значениями наименее актуальны в конструировании гендера с помощью пословиц, представляя, очевидно, фон для антропоцентрических лексем. Фон составляют и слова со значением , дом, хозяйственной, но значимость последних гораздо более высокая.

Далее рассмотрим основные группы паремий английского языка в их целостном, , текстовом виде. Исходным пунктом анализа является инициальная синтагма паремии. В английских паремиях это не обязательно лексема с гендерной семантикой.

Первая модель: пословицы с инициальной синтагмой HE THAT.

(1) HE THAT [действие], [результат, следствие]:

*He that lies down with dogs must rise up with fleas* [2; 3]. / *Тот, кто ложится с собакой, встает с блохами* ≈ с кем поведешься, от того и наберешься.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – представление результата (следствий) тех или иных действий мужчины. По существу, это логический оператор , если,... то ... . Культурный мессидж паремий данной модели – предложения обобщенного плана о человеке (мужчине) в аспекте сопоставления действия (условия) и результата (последствий). Необходимо также отметить, что местоимение *he* имеет в данных контекстах общее личное значение – , тот, кто или , кто: *He that never climbed never fell* [3]. / *Кто никогда не поднимался, тот никогда и не падал* (*He познавши взлетов, не узнаешь и падений* ≈ *He ошибается тот, кто ничего не делает*). *He that will thrive, must rise at five* [Ibidem]. / *Кто хочет преуспевать, должен пораньше вставать*. Характерно в этом смысле также представление русской параллели посредством обобщенно-личного предложения: *Кто никогда не поднимался, тот никогда и не падал* (*He познавши взлетов, не узнаешь и падений* ≈ *He ошибается тот, кто ничего не делает*).

(2.1) A MAN is [предикат]:

*A man is as old as he feels and a woman as old as she looks* [4]. / *Возраст мужчины определяется тем, как он себя чувствует, а женщины – как она выглядит*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – характеристика мужчины (человека). Культурный мессидж паремий данной модели однозначно не эксплицируется.

(2.2) A [определение] MAN [характерное действие]:

*A hungry man is an angry man* [3; 4]. / *Голодный мужчина – злой мужчина*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – характерное действие мужчины (человека) с определенными качествами (в определенной ситуации).

(3) HE WHO [действие] – [результат]:

*He who hesitates is lost* [2; 3]. / *Кто колеблется – тот проигрывает* ≈ промедление смерти подобно.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – представление результата (следствий) тех или иных действий мужчины (человека).

(4) EVERY MAN (is/has) [объект/предикат]:

*Every man has his price* [2; 3; 4]. / *Каждого человека можно купить за определенную сумму*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – характеристика каждого мужчины (человека) через посредство объекта обладания или именного предиката.

(5) NEVER [глагол] (a man/a woman) [do] (a woman's/man's) (job/work):

*Never leave a woman to do a man's work* [3]. / *Никогда не разрешай женщине делать мужскую работу*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – запрет мужчине / женщине заниматься делом женщины / мужчины. Культурный мессидж данной модели – акцентирование специфики мужских и женских видов деятельности.

(6) NO MAN [предикат]

*No man can serve two masters* [Ibidem]. / *Нельзя служить двум господам сразу*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – отрицание возможности для мужчины сделать что-то (быть / являться чем-либо).

(7) LIKE [лицо], LIKE [лицо]:

*Like mother, like daughter* [3; 4]. / ≈ *яблоко от яблони не далеко падает*.

Когнитивно-лингвокультурологическое значение данной модели – сопоставление лиц. Культурный мессидж данной модели – указание на наследование младшим поколением качеств старшего на основе гендерных различий.

Необходимо отметить, что модельному описанию поддаются только 40% английских паремий. 60% паремий представляют собой не моделируемые микротексты.

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

#### Список литературы

1. **Новый большой англо-русский словарь:** в 3-х т. / под общ. руководством Ю. Д. Апресяна. Изд-е 3-е, стер. М.: Русский язык, 1999.
2. **Cambridge Advanced Learner's Dictionary.** Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 1550 p.
3. **Longman Idioms Dictionary.** Harlow: Pearson Education Limited, 2002. 402 p.
4. **Macmillan English Dictionary.** Oxford: Macmillan Education, 2002. 1692 p.

#### LINGUO-CULTUROLOGICAL RESEARCH OF THE ENGLISH PAROEMIAS IN GENDER ASPECT

**Samarina Varvara Sergeevna**, Ph. D. in Philology  
**Shibkova Oksana Sergeevna**, Doctor in Philology, Associate Professor  
**Gubanov Lyubov' Georgievna**, Ph. D. in Philology  
*North-Caucasus Federal University*  
*Kornienko82@yandex.ru; oksana\_shib@mail.ru; G11307@rambler.ru*

The article presents the results of the linguo-culturological research of gender marked paroemias in the English language. The authors reveal the formal characteristics of paroemias, including their composition, determine high frequency and mid frequency components, consider the largest thematic categories of significant lexemes forming the corpus of the English paroemias with gender semantics. The authors pay special attention to the modelling of paroemias semantics. The revealed models allow explicating the cognitive linguo-culturological message, contained in paroemias.

*Key words and phrases:* paroemias; gender; gender semantics; gender asymmetry; significant words; cognitive linguo-culturological meaning; initial syntagma; cultural message.

УДК 811.511.151

#### Филологические науки

*Статья посвящается краткому анализу особенностей вербализации зоонима «маска» (медведь) в марийской лингвокультуре. Отдельное внимание уделяется этимологии, характеру лексико-семантической актуализации и контекстуальной реализации названия данного животного. На базе рассмотренного лексико-фразеологического материала марийского языка проводится группировка примеров использования зоонима в речи и текстах художественной литературы, что осуществляется на основании семантического анализа номинации явлений окружающей действительности.*

*Ключевые слова и фразы:* тотем; табу; культ; миф; лексема; фразеология; контекст.

**Соколова Марина Валерьевна**

*Марийский государственный университет*  
*marinuk.sokolova@yandex.ru*

#### ВЕРБАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О КУЛЬТЕ МЕДВЕДЯ В МАРИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 14-04-00043.*

Согласно последним данным, представленным ЮНЕСКО в Атласе языков мира, среди финно-угорских языков Российской Федерации нет тех, которые находятся в состоянии неустойчивости [23]. В данном случае обращает на себя внимание тот факт, что в составленном атласе горномарийский включен в группу языков, находящихся в *серьезной опасности*, а лугомарийский – подверженных *явной опасности*. Последние исследования уровня жизнеспособности языков показывают, что если не принимать никаких мер по сохранению и развитию языков, испытывающих угрозу исчезновения, то почти половина из шести с лишним тысяч языков мира могут исчезнуть к концу этого столетия. Среди условий, способствующих данному процессу, выделяют внешние (экономические, военные, религиозные, культурные, образовательные) и внутренние (отрицательное отношение к родному языку; высокий уровень урбанизации и миграции) факторы. Интерес к выбору рассматриваемого лингвистического материала связан с необходимостью зафиксировать культурно-значимые представления марийского этноса, что представляется возможным для изучения посредством сравнения исторических данных с тем материалом, который реально исследовать в естественных условиях наблюдения за живой речью носителей языка.