

ВЫРАЖЕНИЕ ФЕМИННОСТИ В ПАРЕМИОЛОГИИ ИНДОЕВРОПЕЙСКИХ ЯЗЫКОВ

Гусева Алла Ефимовна

- e-mail: angst51@rambler.ru;
доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры
германской и романской филологии;
Государственный университет просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, стр. 2, Российская Федерация

Вапник Наталья Александровна

- e-mail: gratasha@mail.ru;
кандидат филологических наук, доцент кафедры индоевропейских
и восточных языков;
Государственный университет просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, стр. 2, Российская Федерация

Краснова Ирина Александровна

- e-mail: sagittarius_14@mail.ru;
кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры германской
и романской филологии;
Государственный университет просвещения
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, стр. 2, Российская Федерация

Для цитирования

Гусева А. Е., Вапник Н. А., Краснова И. А. Выражение феминности в паремиологии индоевропейских языков // Российский социально-гуманитарный журнал. 2026. №1. URL: www.evestnik-mgou.ru

- Статья поступила в редакцию 13.01.2026
- Статья размещена на сайте 30.03.2026

СТРУКТУРА СТАТЬИ

Аннотация

Ключевые слова

Введение

Вектор современных лингвистических исследований феминности

Репрезентация феминности по основным тематическим группам и ядерным лексемам. Общие положения

Вербализация феминности по основным тематическим группам в английском языке

Вербализация феминности по основным тематическим группам в немецком языке

Вербализация феминности по основным тематическим группам в русском языке

Заключение

Литература

Article Information

АННОТАЦИЯ

Цель. Теоретическое и практическое исследование феминности в паремиологии английского, немецкого и русского языков на основе выявления и анализа гендерных стереотипов, отражённых в пословицах и поговорках рассматриваемых языков.

Процедура и методы. Основными методами, при помощи которых проводилось данное исследование, стали: описательный метод при рассмотрении специфики паремиологических единиц английского, немецкого и русского языков в аспекте их культурно-исторического функционирования; структурный метод, выражающий анализ сущности языковых элементов и их взаимосвязи при отражении гендерных стереотипов; метод компонентного анализа, направленный на выявление смысловых элементов паремий, установление их семантических особенностей и раскрытие сущности отражённых в них гендерных стереотипов; сравнительно-сопоставительный метод, применённый для выявления общих и специфических черт при отражении феминности в паремиологии исследуемых языков.

Результаты. Согласно алгоритму исследования проведён анализ паремиологического фонда английского, немецкого и русского языков с

акцентом на выявление гендерных стереотипов, связанных с феминностью. На основе выявленных паремий проведена их классификация по семантическому и тематическому признакам, что позволяет определить их функцию и значение в рамках каждой из исследуемых культур. Установлены роль паремий при формировании культурных и социальных норм и динамика их изменения в зависимости от исторических и социальных факторов.

Теоретическая и практическая значимость. Теоретическая значимость исследования заключается в расширении понимания механизмов репрезентации гендерных стереотипов в исследуемых языках в аспекте феминности, в развитии теоретических основ фразеологии и гендерной лингвистики. Практическая ценность исследования основана на возможности использования результатов работы в процессе преподавания практических курсов английского, немецкого и русского языков, общей и сопоставительной лексикологии, стилистики, гендерной лингвистики, в практике межкультурной коммуникации, а также в переводческой деятельности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

паремиология, семантика, тематическая группа, гендерный стереотип, феминность, английский язык, немецкий язык, русский язык

ВВЕДЕНИЕ

Бесспорен тот факт, что языковая личность и антропоцентрический подход в лингвокультурологии остаётся одним из ключевых направлений современных лингвистических исследований. Антропоцентрическая парадигма направляет фокус исследования на человека как субъекта, носителя языка и культуры. В рамках этой парадигмы язык рассматривается не только как средство коммуникации, но и как инструмент познания мира и формирования мировоззрения.

В лингвокультурологии данная парадигма акцентирует внимание на взаимосвязи языка и культуры через призму человеческой деятельности, ценностей и стереотипов [5, с. 6–8; 6].

Учитывая современный вектор изучения гендерных стереотипов, которые закреплены в языке, паремиология является уникальным материалом, способным отражать культурные и гендерные установки, а также мировоззрение представителей различных лингвокультур.

Настоящая статья посвящена теоретическому и практическому исследованию феминности на основе выявления и анализа гендерных стереотипов и особенностей их вербализации, отражённых в паремиологии английского, немецкого и русского языков.

Исследовательскую базу составили более 175 паремий английского, немецкого и русского языков, отобранных из словарей, сборников пословиц и поговорок, а также из электронных корпусов данных¹.

Актуальность исследования связана с необходимостью дальнейшего изучения национально- и социокультурно ориентированной фразеологии, в частности паремиологии дальне- и близкородственных языков, в плане установления как универсальных, так и специфических черт выражения феминности с учётом той роли, которую играет женщина как личность в современном обществе [11].

Центральным понятием антропоцентрической парадигмы является языковая личность, под которой понимаем совокупность языковых способностей и культурных знаний индивида [4; 8].

С. Г. Воркачёв указывает на необходимость рассмотрения языковой личности на трёх уровнях: вербально-семантическом, когнитивном и прагматическом [1, с. 19].

Так, на вербально-семантическом уровне исследованию подвергаются лексические и грамматические средства, посредством которых индивид выражает себя. Например, в русском языке выбор слов, обозначающих женственность, связан с эмоциональностью и выражается такими прилагательными, как *милая, ласковая, нежная* и т. п. В английском же языке упор делается на внешние признаки женщины – *lovely, beautiful*.

¹ Даль В. И. Пословицы русского народа: сборник: в 2 т. Т. 1. М.: Художественная литература, 1984. 383 с.; Зимин В. И., Ашурова С. Д. и др. Русские пословицы и поговорки: учебный словарь. М.: Школа пресс, 1994. 320 с.; Кожемяко В. С., Подгорная Л. И. Русские пословицы и поговорки и их немецкие аналоги. М.: КАРО, 2003. 192 с.; Кузьмин С. С., Шадрин Н. Л. Русско-английский словарь пословиц и поговорок. СПб.: МИК: Лань, 1996. 352 с.; Модестов В. С. Английские пословицы и поговорки и их английские аналоги. М.: Русский язык-Медиа, 2007. 480 с.; Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ldoceonline.com> (дата обращения: 10.11.2025); Duden, Band 11: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Mannheim: Bibliographisches Institut, 2000. 955 S.; Brewer's Dictionary of Phrase and Fable / ed. S. Dent. 20th ed. London: Chambers Harrap, 2018. 1488 p.

Когнитивный уровень содержит знания и представления о мире, вербализованные в языке. На данном уровне паремии различаются разницей в восприятии социальной роли женщины. Сопоставление, например, немецкой паремии *Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Fahrrad* и русской *Без мужа – не жена* выражает культурные различия в отражении независимости женщины [2, с. 32].

Прагматический уровень предполагает анализ целей и мотивов речевой деятельности, к которым можно отнести, например, желание подчеркнуть традиционные ценности или, напротив, выразить негативное отношение к устаревшим гендерным стереотипам.

В некоторых пословицах выражено сохранение традиционной гендерной иерархии, закрепляющей стереотипные представления, связанные с ролью женщины в обществе. Например, русская пословица *Жена не бита – как не учёна* в категоричной форме представляет архаичный взгляд на семейные отношения, в которых насильственные методы «воспитания» женщины оправданы.

ВЕКТОР СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ФЕМИННОСТИ

Изучение феминности в современной паремиологии является областью пересечения лингвистики, культурологии и социологии. Лингвистические исследования этой сферы сосредоточены на анализе паремий, вербализующих культурные ценности, социальные установки, сфокусированные в гендерных стереотипах. Рассмотрим некоторые из этих исследований.

В поле зрения Е. В. Середы и А. С. Герасимовой находится концепт «женщина» в английском и русском языках. В процессе анализа практического материала авторы приходят к выводу, что в обеих лингвокультурах паремии выражают стереотипное восприятие женщины как фигуры второстепенной значимости и роли в обществе. Например, в русском языке: *Курица не птица, баба не человек*. Аналогичное представление о женщине как о домохозяйке в английской паремии *A woman's place is in the home* укрепляет традиционные роли женщин в лингвокультурной картине мира [6, с. 32].

3. В. Черкесовой проводится анализ эволюции концепта «женщина» в русской паремиологии, в результате которого автор отмечает трансформацию стереотипов от негативных к более нейтральным и даже позитивным аспектам, например: *Без бабьей помощи дом сиротой будет*. Данная поговорка подчёркивает, с одной стороны, зависимость членов семьи от труда женщины в семье, с другой стороны, – важность её роли как хранительницы семейного очага [9, с. 28].

В исследовании С. Ян, рассматривая в составе паремий лексические компоненты «баба», «тёща» и «жена», приходит к выводу, что эти единицы содержат уничижительные стереотипные характеристики, отражающие доминирование гендерного неравенства в языке. Например, в паремии *Баба с возу – кобыле легче* явно наличествует негативная коннотация и происходит ассоциация женщины с обузой [10].

С. А. Ильиных, применяя авторский подход к типологии феминности с социологической точки зрения, расширяет рамки анализа и устанавливает современный тренд, суть которого состоит в том, что ставятся под сомнение устоявшиеся гендерные роли и на первый план выдвигается стремление женщин к эмансипации, их независимому от мужчины положению [3, с. 45]. В качестве языкового примера можно привести поговорку *Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Fahrrad*. Таким образом, тенденцию к эмансипации женщин демонстрирует стремление представителей различных лингвокультур к большему разнообразию подходов к репрезентации женщин.

Отличительной особенностью данного исследования является комплексный подход к изучению гендерных стереотипов посредством паремиологии в рамках разных языков и культур. Особое внимание уделяется сравнительному анализу паремий английского, немецкого и русского языков, позволяющему выявить как универсальные, так и специфические черты интерпретации женственности, исходя из принятых социокультурных традиций в исследуемых лингвокультурах.

Алгоритм исследования включает три этапа.

На первом этапе проводится анализ вербализации феминности по основным тематическим группам: выявляются их состав и структура.

На втором этапе устанавливаются ядерные лексемы в паремиологии английского, немецкого и русского языков и проводится их сопоставительный анализ.

На третьем этапе анализируется вербализация феминности по основным тематическим группам в английском, немецком и русском языках.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ФЕМИННОСТИ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАТИЧЕСКИМ ГРУППАМ И ЯДЕРНЫМ ЛЕКСЕМАМ. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Процесс вербализации феминности по основным тематическим группам наглядно показывает степень выраженности концепта «феминность» в пословицах и поговорках исследуемых языков. Пословицы и поговорки как отражение народной мудрости в основном направлены на отражение устойчивых представлений о роли и характеристике женщин в обществе.

Отбор пословиц осуществлялся по принципу возможности отнесения к исследуемой теме. Отбирались только те единицы, в которых эксплицитно (наличествуют ядерные лексемы, репрезентирующие женский гендер, например: woman, lady, wife, mother, daughter в английском языке; женщина, баба, жена, мать, дочь – в русском; Frau, Mutter, Weib, Tochter – в немецком) или имплицитно (феминность составляет фон общего совокупного смысла всей пословицы / поговорки) отражена феминность в качестве социально-культурного конструкта. Дополнительным критерием включения являлось отражение в пословице стереотипных представлений о внешности, характере, ролях и возможностях женщин.

Методологически анализ базируется на структурно-семантическом подходе, позволяющем выявить, какие черты и роли женщин наиболее акцентированы в пословицах каждого языка. Когнитивный подход поможет понять, как эти выражения отражают ментальные модели и культурные стереотипы, связанные с идентичностью женщины.

Остановимся подробнее на анализе ядерных лексем – компонентов паремий.

Под ядерными лексемами в данном исследовании понимаются ключевые слова, чаще всего встречающиеся в паремииологии исследуемых лингвокультур, относящиеся к категории феминности. Анализируемые лексемы обладают двумя основными признаками: семантической значимостью и релевантностью при отражении социальных и культурных представлений о женщинах и гендерных ролях в различных лингвокультурах.

Немаловажное значение имеет их роль в понимании механизма формирования и закрепления гендерных стереотипов, влияющих на восприятие феминности [7].

Ядерные лексемы могут входить в состав паремий, отражающих семейные роли, характеристики женщин и их общественный статус. Например, в английском языке это лексемы: *woman, wife, mother, daughter, girl, lady, female, sister, bride, maiden*; в немецком языке: *Frau, Mutter, Tochter, Mädchen, Braut, Dame, Weib, Schwester, Dichterin, Ehefrau*; в русском языке: *женщина, мать, дочь, девушка, невеста, сестра*.

В результате количественного анализа были получены следующие данные: в английском языке наибольшую частоту имели лексемы *woman, mother, wife*; в немецком языке наиболее частотными лексемами стали *Frau, Mutter*; в русском языке наиболее частотные лексемы были *женщина, мать, жена, баба*, где лексема *баба* связана с негативными ассоциациями, связанными с патриархальными общественными установками.

Качественная обработка практического материала предполагает анализ семантической нагрузки и культурных контекстов, влияющих на восприятие феминности в анализируемых языках.

Рассмотрим несколько паремий английского, немецкого и русского языков.

В паремии *Behind every great man is a great woman* английского языка, с одной стороны, подчёркивается поддерживающая роль женщины по отношению к мужчине, при этом создаётся положительный образ женщины, с другой стороны, прослеживается зависимость женщины от мужчины. Паремия *A woman's work is never done* иллюстрирует обязанности женщин, которые никогда не прекращаются, однако подчёркивается, что их труд часто носит невидимый характер и часто недооценивается.

Паремия немецкого языка *Hinter jedem erfolgreichen Mann steht eine starke Frau* отражает стереотипное представление о том, что успех мужчины напрямую связан с усилиями женщины, а паремия *Die Frau ist das Herz der Familie* говорит о том, что женщина, с одной стороны, играет ведущую роль в семейных отношениях, но, с другой стороны, подразумевается, что основные усилия женщины направлены лишь на заботу о семье.

Паремия русского языка *Муж – голова, а жена – шея: куда шея повернётся, туда и голова направится* реализует идею о том, что, хотя женщины играют важную роль в поддержке мужчи-

ны, всё-таки они остаются в подчинённой позиции. В паремии За каждой удачей мужчины стоит женщина подчёркивается, что любой успех мужчины неразрывно связан с поддержкой любящей его женщины. Паремия *Женщина с характером – это женщина, у которой есть душа* подчёркивает, что главная ценность женщины определяется её внутренним миром и моральными качествами.

Проведённый анализ ядерных лексем позволяет сделать выводы о различиях и сходствах в употреблении ядерных лексем в паремиологии английского, немецкого и русского языков. Анализ общего совокупного смысла исследуемых паремий показал, что во всех анализируемых языках делается акцент на индивидуальность женщин и многообразие выполняемых ими ролей, при этом материнская роль представлена не так широко, т. е. не ограничивается только материнством, что, вероятно, связано с желанием отразить расширенные культурные и социальные представления о феминности, когда женщина рассматривается прежде всего как активный член общества и должна иметь равные права с мужчиной.

Для проведения анализа вербализации феминности в исследуемых лингвокультурах были выделены основные тематические группы, в которых проявление феминности носит наиболее показательный характер:

1. внешность (красота, ухоженность, молодость);
2. характер и поведение (мягкость, доброта, коварство, своенравие, упрямство);
3. роль в семье (мать, жена);
4. социальный статус (женщина и карьера, зависимость от мужчины);
5. интеллект и способности.

Выделенный состав групп опирается на частотность и значимость упоминания соответствующих аспектов образа женщины в паремиологии исследуемых языков.

Рассмотрим более детально доминирующие аспекты феминности и их соотношение с культурными ценностями и гендерными нормами исследуемых лингвокультур.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ФЕМИННОСТИ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАТИЧЕСКИМ ГРУППАМ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Паремии английского языка представляют собой важный инструмент для выражения культурных представлений о женщине и её общественной роли. Покажем вербализацию феминности паремий английского языка по выделенным выше пяти тематическим группам. В каждой из групп выявим закономерности, раскрывающие специфику восприятия женщины в англоязычной лингвокультуре.

Так, внешность женщины (первая тематическая группа) часто имеет двойственный характер: как преимущество, которое приносит успех или как что-то поверхностное, неглубокое, не определяющее истинной ценности женщины, например, паремия *A fair face may hide a foul heart* подчёркивает, что внутреннее содержание не всегда соответствует внешнему облику. Аналогично, паремии *Beauty is but skin deep*, *All that glitters is not gold* или *The fairest flowers fade the soonest* напоминают нам: внешняя привлекательность не главное в человеке и лишена долговременной ценности. Красота мимолётна и не может быть основным критерием оценки женщины.

В ходе исследования были обнаружены и паремии, акцентирующие внимание на социальном значении красоты, например: *Beauty is a good letter of introduction* или *She who is born beautiful is born married*. Эти паремии указывают на возможную важную социальную роль женщины, обладающей привлекательным внешним видом, который, в частности обеспечит или уже обеспечил ей выгодное замужество. В данном случае имеется в виду традиционное представление о женщине, ценность которой в патриархальном обществе во многом опиралась на её внешность.

Вторая тематическая группа «характер и поведение» представляет женщину с двух противоположных сторон: с одной стороны, она изображена эмоциональным, капризным, часто болтливым существом, например: *A woman's tongue wags like a lamb's tail* или *Three women and a goose make a market Hell hath no fury like a woman scorned*.

Стереотипные представления о характере женщин иллюстрируют следующие паремии английского языка: *Women are as wavering as the wind* и *Hell hath no fury like a woman scorned*, – закрепляющие образ женщины как эмоционально нестабильной и склонной к мести.

С другой стороны, женщина показана как сильная и выносливая личность, эмоции которой могут быть крайне интенсивными и разрушительными. Женщина всегда способна к проявлению силы и выносливости в трудных жизненных ситуациях, например: *A woman is like a tea bag: you never know how strong it is until it's in hot water.*

В паремиях, отображающих роль женщины в семье (третья тематическая группа) и её социальный статус (четвёртая тематическая группа), часто демонстрируется двойственность взглядов на женщину. С одной стороны, она представлена как хранительница домашнего очага и важный элемент семейной гармонии и формирования будущего общества. Например, паремии *The hand that rocks the cradle rules the world; A good wife makes a good husband* или *Men make houses, women make homes.* Паремия *A good wife makes a good husband* подчёркивает, что исключительно от жены зависит успех мужа.

Тем не менее встречаются и выражения, которые фиксируют более ограниченную роль женщины в семье, например: *A woman's place is in the home*, – которое подчёркивает традиционную изоляцию женщины от общества и ограничение её в домашних рамках.

Пятая тематическая группа «интеллект и способности» содержит паремии, в которых женщина ассоциируется с интуицией, противопоставленной логике и рациональному подходу к жизни, который традиционно приписан мужчинам, например такие паремии, как: *A woman's intuition is worth more than a man's certainty* или *The wisest woman follows her own advice.* Тем самым акцентируется наше внимание на независимости женского разума и его способности принимать разумные решения на основе собственного опыта.

Таким образом, можно отметить ряд ключевых закономерностей, отражающих эволюцию представлений о женщине в английской лингвокультуре:

- 1) восприятие женской красоты имеет двоякий характер: красота воспринимается либо как преимущество, открывающее женщине социальные возможности, либо как второстепенная черта, не определяющая истинной ценности личности;
- 2) женский характер отличается, с одной стороны, эмоциональностью, своенравием и упрямством, с другой стороны, решимостью и стойкостью;

3) роль женщины в семье остаётся неоднозначной: наблюдается варьирование от традиционных патриархальных стереотипов до более современных представлений о влиянии женщины на детей и мужа и её власти в семье;

4) женский интеллект чаще представлен интуицией женщины, хотя встречаются случаи ассоциации женщины с глупым существом. Таким образом, английская паремиология отражает изменения в представлении о женщине, связанном с её традиционной ролью в семье и обществе, к признанию её независимости и наличия умственного потенциала.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ФЕМИННОСТИ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАТИЧЕСКИМ ГРУППАМ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Аналогичным образом с учётом градации на пять тематических групп проанализируем паремиологический состав, отражающий феминность на материале немецкого языка.

Немецкие паремии, представляющие внешность женщины (первая тематическая группа), подчёркивают мимолётность и поверхностность красоты, создавая контраст внешнего образа женщины и её внутренних качеств, например, паремия *Schönheit vergeht, Tugend besteht*. Интересно упомянуть паремию *Eine Frau ohne Geld ist wie ein Boot ohne Segel*, которая свидетельствует о том, что для женщины релевантно наряду с внешним видом и её материальное благополучие.

Паремии, раскрывающие женский характер (вторая тематическая группа), пронизаны идеей о необходимости женщины быть спокойной, смиренной и умиротворённой. Приведём пример: *Die Frau schweigt und lächelt*, – где подчёркнута роль женщины-хранительницы покоя и гармонии в семье. В то же время отмечены паремии, которые указывают на её порой скрытую влияние и силу: *Hinter jedem starken Mann steht eine starke Frau*. Наблюдаемое сочетание мягкости и силы характера женщины определяет её поддерживающую роль в обществе и семье в сочетании со скрытой властью и влиянием на мужчину / мужа.

Особенно широко представлена в немецкой лингвокультуре третья тематическая группа о роли женщины в семье. Женщина в семье – это прежде всего любящая мать, супруга и хозяйка, которая несёт ответственность за благополучие семьи. Например, паремия *Mutterliebe ist die beste Liebe* отражает фундаментальную роль матери в жизни ребёнка. Паремии *Das*

Haus der Frau ist ihr Reich и *Die Mutter ist das Herz der Familie* пронизаны мыслью о первостепенной роли женщины в семье. С другой стороны, паремия *Eine Frau ohne Mann ist wie ein Garten ohne Blumen* возвращает нас к традиционному статусу замужней женщины.

Паремии, освещающие социальный статус женщины (четвёртая тематическая группа), нередко отражают традиционно патриархальные взгляды на её положение в обществе. Так, в паремии *Frauen müssen doppelt so gut sein wie Männer, um halb so viel zu erreichen* подчёркивается тернистый путь женщины для достижения равноправного с мужчиной положения в обществе. Наличие силы и влияния заложено в женщине предположительно в семье, например: *Frauen regieren die Männer*. Традиционное немецкое выражение *Kinder, Küche, Kirche* определяет базовые ожидания от женщины в немецком обществе, заключающиеся в том, что женщина должна заботиться о детях, готовить еду и ходить в церковь. В наше время у немцев появилось так называемое четвёртое К – *Karriere*, согласно которому немецкой женщине разрешается работать и строить свою карьеру.

Паремии на тему женского интеллекта (пятая тематическая группа) содержат как признание умственной остроты женщин, так и подчёркивание их склонности к манипуляциям и хитрости. Так, в паремиях *Frauen wissen mehr, als sie sagen* или *Klugheit ist der wahre Schmuck einer Frau* подчёркивается ценность женской мудрости, как правило, скрытой за её внешним видом. В паремии *Frauen und Elefanten vergessen nie* положительно оцениваются женская память и проницательность.

Но в паремиологии немецкого языка есть пословицы, отражающие стереотипное представление о женской глупости и болтливости, подрывающие интеллектуальное достоинство женщины, например: *Frauen haben lange Haare und kurzen Verstand* и *Trau, schau, wem – besonders beim Weib*, – где делается намёк на ненадёжность женского слова.

При анализе паремий немецкого языка, отражающих феминость, выявлены несколько закономерностей, иллюстрирующих отношение общества к женщинам. С одной стороны, роль женщины в семье считается неоценимой, женщина воспринимается хранительницей домашнего очага. С другой стороны, приверженность традиционным ролям ограничивает свободу женщины в общественном пространстве.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ФЕМИННОСТИ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАТИЧЕСКИМ ГРУППАМ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Русская паремиология является поистине уникальным материалом для анализа гендерных стереотипов, в частности общественной и социальной роли женщины. Представления о феминности формировались на протяжении долгого времени. Рассмотрим основные из них согласно выявленным тематическим группам.

Паремии, отражающие внешность женщины (первая тематическая группа), подчёркивая значимость красоты женщины, акцентируют наше внимание на том, что красота не должна превалировать. Например, в паремии *Не родись красивой, а родись счастливой* во главу угла ставится внутреннее благополучие по сравнению с внешними данными. Паремия *Красота – страшная сила* содержит предостережение о том, что красота – не только благо, но и источник проблем. В паремиях *Красавица без ума – что кошелёк без денег*, *Красота приглядится, а ум пригодится* и *Красота до вечера, а доброта навек* противопоставляются внешность и ум, подчёркивается важность умственных качеств в долгосрочной перспективе и бесполезность красоты при отсутствии интеллекта.

При характеристике нрава и поведения женщины (вторая тематическая группа) подчёркиваются такие качества, как эмоциональность, хитрость и способность влиять на мужчину. В паремии *Женский ум – это дьявольский ум* говорится о хитрости женщины, которую можно рассматривать и как положительное, и как отрицательное качество. Схожий смысл передаётся пословицей *У бабы семьдесят две увёртки в день*, предполагающей женскую изворотливость и хитрость.

Представление о загадочности женской природы, которую сложно понять, отражает паремия *Женская душа – потёмки*. Паремия *Женская слеза – вода* содержит указание на эмоциональность женщины и её склонность к сентиментальности.

Как мы видим, в данных пословицах часто подчёркивается, что женщина может влиять на мужчину, используя свои эмоции и ум. Однако такие характеристики не всегда носят положительный оттенок: хитрость и эмоциональность могут восприниматься как способность манипулировать чужим мнением. Эта паремия отражает традиционные представления о женском характере как сложном и не всегда предсказуемом.

Центральное место в русской паремиологии занимает тематическая группа «роль женщины в семье» (третья тематическая группа). Так, в паремии *Жена не гвоздь, а муж не молоток* подчёркивается идея взаимозависимости супругов, указывается, что семья должна строиться на сотрудничестве и взаимопонимании.

Ряд паремий, таких как *Дом держится на женщине, Жена – это хранительница очага, Жена – это душа дома, Жена – это советница*, акцентируют внимание на ключевой роли женщины в создании и поддержании семейного уюта и тепла. Именно женщина придаёт дому жизнь, является мудрой помощницей мужа во всех его делах. Однако следует подчеркнуть, что влияние женщины редко выходит за пределы семейного круга.

Характеристика социального статуса женщины (четвёртая тематическая группа) связана с утверждением её подчинённого положения и отсутствия самостоятельности, например: *Курица не птица, баба не человек, Женщина – это тень мужчины, Женщина – это второстепенное, Женщина – это приложение к мужчине*. Данные паремии являются яркими примерами того, что женщина воспринимается как второстепенная личность, лишённая самостоятельности и полностью зависящая от мужчины. Паремия *Женское дело – прясть да ткать* отражает ограничение женской роли семейными заботами. Тем самым подтверждаются патриархальные устои, долгое время доминировавшие в русской культуре. И лишь паремия *Женщина – это слабый пол* подчёркивает уязвимость женщины и необходимость её защиты.

Паремии, характеризующие интеллект и способности женщины (пятая тематическая группа), часто отражают «особую» логику и эмоциональность женщины. Одна из самых известных пословиц на эту тему: *Женская логика – это отсутствие логики*.

Женщина часто описывается как существо, которое руководствуется эмоциями и интуицией, а не логикой. Паремии *Женская мудрость – это тишина* и *Женская логика – это интуиция* подчёркивают, что женщина должна быть скромной и не выставлять свой ум напоказ, а также указывают на то, что в своих действиях и поступках женщина чаще руководствуется чувствами, а не разумом.

Проведённый анализ паремий русского языка приводит к выводу, что в русской культуре женщине традиционно отво-

дится подчинённое положение в обществе при сохранении её ключевой роли в семье. Её внешность, характер и интеллект часто связаны со стереотипами, подчёркивающими её эмоциональность, хитрость, но в то же время загадочность и уязвимость. Важно отметить также, что женщина в русской культуре ценится прежде всего как хранительница домашнего очага и созидательница семейного уюта, подчёркнута её незаменимая роль в семье.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные результаты подтвердили предположение о том, что в английском, немецком и русском языках гендерные стереотипы, связанные с феминностью, находят отражение в паремиологическом фонде, в котором закрепляются традиционные представления о социальной роли женщин, их эмоциональности и зависимости от мужчин.

Выявленные стереотипы не только отражают устоявшиеся культурные нормы, но и содействуют их воспроизведению, что может способствовать как ограничению социальных и профессиональных возможностей женщин, так и их расширению.

Исследование наглядно доказало, что паремии являются важным средством фиксации гендерных стереотипов, причём в разных лингвокультурах наблюдаются сходства и различия в репрезентации феминности. Эти наблюдения подчёркивают важность культурного контекста в интерпретации феминности, а также необходимость дальнейшего изучения межкультурных различий и сходств.

Анализ вербализации феминности в паремиологическом фонде английского, немецкого и русского языков по пяти основным тематическим группам показывает, что, несмотря на общие тематические направления, акценты в представлении женского образа могут различаться. В английских пословицах часто подчёркиваются личные качества женщины и её социальная роль, например, как жены или матери. В немецких пословицах наблюдается акцент на социальной функции женщины и её личной ответственности. В русских пословицах преобладают традиционные представления о роли женщины в семье и обществе, подчёркиваются её обязанности, а также её связь с домом и бытом.

Всё вышесказанное позволяет сделать вывод, что во всех трёх культурах сохраняются стереотипные представления о

женщинах как об эмоциональных, болтливых, хитрых, зависимых от мужчин и предназначенных для выполнения семейных обязанностей. Несмотря на культурные различия, данные языковые единицы закрепляют схожие патриархальные установки, ограничивающие роль женщины в обществе. Эти поговорки являются свидетельством глубоко укоренившихся гендерных предрассудков, многие из которых сохраняются и в современном языке, несмотря на происходящие социальные изменения.

Основные результаты данного исследования могут найти применение на занятиях по общей и сопоставительной лексикологии, стилистике, социолингвистике, в гендерной лингвистике, в практике межкультурной коммуникации, а также в переводческой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачёв С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. №4. С. 64–72.
2. Гордеева Н. В., Корнаухова Т. В., Кузнецова С. В. Образ женщины в поговорках германских языков (на примере английского и немецкого языка) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2020. №3. С. 78–85.
3. Ильиных С. А. Типология феминности с позиции гендерной социологии: аспекты власти и потребления // Социологические исследования. 2018. №5. С. 45–53.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Академия, 2004. 208 с.
6. Середа Е. В., Герасимова А. С. Концепт «женщина» в английской и русской фразеологии (на примере паремиологических единиц) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. №6. С. 420–423.
7. Трошина Н. Н. Лингвокультурология и антропоцентрическая парадигма // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Филологические науки. Языкознание. 2018. №4. С. 14–20.
8. Туранова А. Ю., Иванова А. Г. Феномен языковой личности в антропоцентрической лингвистике: истоки, структура, перспективы развития // Вестник Новосибирского государственного уни-

верситета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19. №3. С. 40–45.

9. Черкесова З. В. Эволюция концепта «женщина» в паремиологии и фразеологии русского языка // Гуманитарные науки. 2016. №2. С. 67–73.
10. Ян Сюе. Лексические единицы, номинирующие женщин в поговорках о гендерном неравенстве русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. №12. С. 315–319.
11. Maccoby E., Jacklin C. The Psychology of Sex Differences. Stanford: University Press, 1974. 202 p.

ARTICLE INFORMATION

Authors

Alla E. Guseva

- e-mail: angst51@rambler.ru,
Dr. Sci. (Philology), Prof., Department of German and Romance Philology,
Federal State University of Education
ul. Radio 10A/2, Moscow 105005, Russian Federation

Natalia A. Vapnik

- e-mail: gratasha@mail.ru,
Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Indo-European and
Oriental Languages,
Federal State University of Education
ul. Radio 10A/2, Moscow 105005, Russian Federation

Irina A. Krasnova

- e-mail: sagittarius_14@mail.ru,
Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of German and Romance
Philology,
Federal State University of Education
ul. Radio 10A/2, Moscow 105005, Russian Federation

For citation

Guseva, A. E., Vapnik, N. A. & Krasnova, I. A. (2026). Expression of Femininity in the Paroemiology of Indo-European Languages. *In: Russian Social and Humanitarian Journal*, 1.

Available at: www.evestnik-mgou.ru

Abstract

Aim. To study in theoretical and practical ways femininity in the paroemiology of English, German and Russian languages based on the identification and analysis of gender stereotypes reflected in the proverbs and sayings of the languages under consideration.

Methodology. The descriptive method (to consider specifics of the paroemiological units of English, German and Russian in terms of their cultural and historical functioning), the structural method (to reflect the analysis of the essence of linguistic elements and their interrelation in reflecting gender stereotypes), the method of component analysis (to identify semantic elements of paroemias, to establish their semantic

features and the disclosure of the essence of the gender stereotypes reflected in them), comparative method (to identify common and specific features in the reflection of femininity in the paroemiology of the studied languages) were the main methods used in the research.

Results. According to the research algorithm, the analysis of the paroemiological fund of English, German and Russian languages was carried out, with an emphasis on identifying gender stereotypes associated with femininity. Based on the identified paroemias, their classification according to semantic and thematic criteria is carried out, which makes it possible to determine their function and significance within each of the cultures studied. The role of paroemias in the formation of cultural and social norms and the dynamics of their change depending on historical and social factors are established.

Research implications. The theoretical significance of the research lies in expanding the understanding of the mechanisms of representation of gender stereotypes in the studied languages in the aspect of femininity, in the development of the theoretical foundations of phraseology and gender linguistics. The practical value of the research is based on the possibility of using the results of the work in the process of teaching practical courses in English, German and Russian, general and comparative lexicology, stylistics, gender linguistics, in the practice of intercultural communication, as well as in translation activities.

Keywords

paroemiology, semantics, thematic group, gender stereotype, femininity, English, German, Russian

References

1. Vorkachev, S. G. (2001). *Linguo-Culturology, Linguistic Personality, Concept: Formation of the Anthropocentric Paradigm in Linguistics*. In: *Philological Sciences*, 4, 64–72 (in Russ.).
2. Gordeeva, N. V., Kornaukhova, T. V. & Kuznetsova, S. V. (2020). *The Image of Women in Proverbs of Germanic Languages (On Example of English and German Proverbs)*. In: *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 3, 78–85 (in Russ.).
3. Ilyinykh, S. A. (2018). *Typology of Femininity in Terms of Gender Sociology: Aspects of Power and Consumption*. In: *Sociological Studies*, 5, 45–53 (in Russ.).
4. Karasik, V. I. (2002). *Language Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Volgograd: Peremena publ. (in Russ.).

5. Maslova, V. A. (2004). *Linguo-Culturology*. Moscow: Academy publ. (in Russ.).
6. Sereda, E. V. & Gerasimova, A. S. (2019). The Concept of "Woman" in English and Russian Phraseology (Based on Paroemiological Units). In: *Philology. Theory & Practice*, 12 (6), 420–423 (in Russ.).
7. Troshina, N. N. (2018). *Linguo-Culturology and the Anthropocentric paradigm*. In: *RSUH/RGGU Bulletin. Series: Political Science. Philology. Linguistics*, 4, 14–20 (in Russ.).
8. Turanova, A. Yu. & Ivanova, A. G. (2021). The Phenomenon of Linguistic Personality in Anthropocentric Linguistics: Origins, Structure, and Development Prospects. In: *NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 19 (3), 40–45 (in Russ.).
9. Cherkesova, Z. V. (2016). Evolution of the Concept "Woman" in Paroemiology and Phraseology of the Russian Language. In: *Humanities*, 2, 67–73 (in Russ.).
10. Yang Xue (2020). Lexical Units Nominating Women in Paroemias on Gender Inequality in the Russian Language. In: *Philology. Theory & Practice*, 13 (12), 315–319 (in Russ.).
11. Maccoby, E. & Jacklin, C. (1974). *The Psychology of Sex Differences*. Stanford: University Press.