

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская

« _____ » 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В АНГЛИЙСКОЙ
И ИСПАНСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ:
ОПЫТ КОМПАРАТИВНОГО АНАЛИЗА

Выпускник

А.Н. Забродина

Научный руководитель

канд. филол. наук,
доцент Е.А. Кругликова

Нормоконтролер

С. В. Кузьмина

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ГЕНДЕРНОЙ СЕМАНТИКОЙ.....	7
1.1. Проблема гендера в гуманитарных науках	7
1.1.1. Гендерные исследования в психологии.....	7
1.1.2. Гендерные исследования в лингвистике	10
1.2. Гендерные стереотипы и лингвокультурологические исследования	17
1.3. Фразеологический фонд языка и его национально-культурная специфика	21
ГЛАВА 2. ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦАХ АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ	29
2.1. Фразеологические единицы английского языка, репрезентирующие мужские гендерные стереотипы	29
2.2. Фразеологические единицы испанского языка, репрезентирующие мужские гендерные стереотипы	37
2.3. Фразеологические единицы английского языка, репрезентирующие женские гендерные стереотипы.....	46
2.4. Фразеологические единицы испанского языка, репрезентирующие женские гендерные стереотипы.....	52
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	74
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	79

ВВЕДЕНИЕ

С момента возникновения гендерной лингвистики, изучающей проявления «мужского» и «женского» в единицах языка, гендерные исследования начали набирать большую популярность и часто являются объектом исследования в области гуманитарных наук. Это произошло из-за осознания людьми того, что отношения между полами не только проявляются в бытовой жизни, а также прослеживаются и в языке, и в нашей речи. По этой причине вопросы о связи языка и видов человеческой деятельности всегда находится в поле зрения лингвистов, ведь именно язык является инструментом общения, обмена информацией и выражения мыслей и чувств. Посредством углубленного изучения определенных лексем можно зафиксировать менталитет людей, говорящих на этом языке, обозначить специфические черты национального характера. Фразеологизмы, в свою очередь, являются уникальными носителями информации. Анализ устоявшихся много лет назад оборотов речи позволяет определить мировоззрение народа, в том числе его отношение к мужчине и женщине.

Таким образом, фразеологический фонд — это та основа, на которой базируются ценностные ориентиры и приоритеты человека, а также стереотипы, которые часто формируются в сознании человека за счет средств массовой информации и мнения других людей. Каждый человек подвержен их влиянию, их оценке и вследствие этого он создает необъективную картину мира. В результате включаются механизмы стереотипизации. Стереотип, некая «фиксированная картинка», прочно въедается в наше мышление и не позволяет давать объективную оценку. В случае с гендерными стереотипами, на нас влияют не только современные источники информации, а также язык. Ведь мы по сей день используем фразеологизмы, созданные и актуальные много лет назад. Они также влияют на наше сознание и формируют определенную картину мира.

Актуальность темы исследования гендерных стереотипов в английских и испанских фразеологизмах определяется, в первую очередь, тем, что гендерная лингвистика – это развивающееся направление, чей понятийный аппарат не формировался окончательно, так как многие понятия не имеют четких определений и являются дискуссионными. Более того, анализ фразеологического фонда языка привносит новые аспекты в исследования гендера, что позволяет проследить отношение каждой лингвокультуры к «мужскому» и «женскому».

Степень разработанности проблемы. Вопросам гендерной проблематики в лингвистике ученые начали уделять внимание совсем недавно, особенно на материале испанского языка. Количество публикаций исследований гендера в российском языкознании на материале испанского языка исчисляется единицами. Однако, исследований на материале английского языка превалирует над другими языками и составляет большую часть публикаций по проблеме гендера.

Объектом данного исследования гендерные стереотипы, то есть типизированные представления о мужчинах и женщинах в английской и испанской фразеологии.

Предметом исследования являются языковая репрезентация гендерных стереотипных представлений во фразеологических единицах английского и испанского языков.

Материалом для исследования послужил ряд фразеологических единиц и паремий, отражающих английскую и испанскую лингвокультуры и имеющие гендерную маркированность. Материал был выбран из «Англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина, «Сборника английских пословиц и поговорок» С. Ф. Кусковской, и «Испанско-русский фразеологический словарь» Э. И. Левинтовой. В целом было собрано 48 паремических речений и 469 фразеологизмов английского и испанского языков.

Методами исследования является метод сплошной выборки, метод компонентного анализа, описательный метод и лексико-семантический анализ выбранных фразеологических единиц.

Цель работы состоит в том, чтобы выявить и описать гендерные стереотипы и способы их языковой репрезентации в английских и испанских фразеологических единицах.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- 1) описать проблему гендера в лингвистике и его положение в языке;
- 2) рассмотреть понятия «стереотип», «гендерный стереотип» выделить их признаки и функции;
- 3) описать релевантность изучения стереотипов на материале фразеологического фонда языка;
- 4) выявить и описать стереотипы маскулинности и фемининности в английских и испанских фразеологизмах;

Теоретическую базу исследования составляют положения и выводы, содержащиеся в трудах российских и зарубежных ученых в области гендерной проблематики: А. В. Кирилина, Я. У. Астафьев, Т. В. Бендин, Л. Д. Ерохина, Е. П. Ильин, В. С. Самарина, Р. Лакоф, и другие. Также использовались труды ученых, занимавшихся исследованиями фразеологического фонда различных языков: Ш. Балли, А. В. Кунин, В. Н. Телия, и другие.

Структура исследования включает в себя введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

Первая глава «Теоретические основы изучения фразеологизмов с гендерной семантикой» содержит подходы к описанию и определению термина «гендер» и анализ проведенных исследований в этой сфере в таких гуманитарных науках как психология, философия, лингвистика и другие. Фразеологические единицы языка рассматривается как информативный материал для исследования в области гендерных стереотипов, так как именно во фразеологическом фонде языка человек прежде всего предстает в

архетипической для человеческой культуры оппозиции «мужчина - женщина».

Вторая глава «Гендерные стереотипы во фразеологических единицах английского и испанского языков» является практическим анализом фразеологических единиц английского и испанского языков, репрезентирующих мужские и женские стереотипы.

Заключение включает в себя резюмирующую информацию проведенного исследования и сделанные выводы.

Список использованной литературы содержит 67 источников, 15 из которых на иностранном языке.

Апробация работы. Результаты исследования обсуждались на Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в 2018 и 2019 годах.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ГЕНДЕРНОЙ СЕМАНТИКОЙ

1.1. Проблема гендера в гуманитарных науках

1.1.1. Гендерные исследования в психологии

В современной науке принято разграничивать такие понятия как «пол» и «гендер», которые имеют разную коннотацию. Под термином «пол» понимаются биологические отличия мужчин от женщин, которые характеризуются генетическими и особенностями физиологии. «Гендер» же можно назвать социальным полом, который указывает на определённую социальную роль человека в обществе, его статус и социально-психологические характеристики [Кондрашихина, 2009]. Следовательно, невозможно объяснить различия социальных ролей мужчины и женщины, основываясь лишь на биологическом поле. Таким образом, гендер – «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [Словарь гендерных терминов, 2002].

Одной из гуманитарных наук, в которых развивались гендерные исследования, является психология. К психологическим исследованиям обращаются также философы, социологи, филологи, ведь в них содержится актуальная для других наук информация. Гендерная психология изучает различия между мужчинами и женщинами, а именно то, как представители полов говорят, как относятся друг к другу, как ведут себя, особенности их психики.

Различия полов всегда играли важную роль в психологии, так как от этого зависят многие факторы. Например, в различных экспериментах пол испытуемого и исследователя может повлиять на результаты. Однако, некоторые люди рассматривают такие исследования с другой стороны: для них целью таких экспериментов является указать на главенствование одного из полов [Бендас, 2005].

Методологическим основанием множества психологических исследований гендера является полоролевая концепция американского социолога Т. Парсонса. Суть данной концепции заключается в необходимости функционального разделения сфер деятельности или дифференциации мужских и женских социальных функций. А именно: инструментальной функции для мужчин, экспрессивной функции для женщин. Под инструментальной функцией понимается отношения с внешним миром, обеспечение средств к существованию, а также данная функция требует некоторой властности и жесткости. Экспрессивная же функция, наоборот, направлена на поддержание интеграции членов системы, устанавливает определенные модели отношений, регулирует уровень напряженности членов семьи и, в отличие от инструментальной функции, предполагает мягкость, способность урегулировать разногласия и устраниить конфликт. Согласно Т. Парсонсу, «такое разделение мужских и женских ролей является механизмом, который обеспечивает устойчивое функционирование семьи, как и любой другой социальной системы» [Parsons, 1949; цит. по Ерохина, 2005].

Однако под социальной ролью понимается поведение, ожидаемое от человека, имеющего определенный статус в социальной системе или в межличностных отношениях [Платонов, 2004]. Другими словами, социальная роль и является функцией социального статуса личности, которая реализуется в социальных ожиданиях, нормах и правилах, а также в социальных и индивидуальных представлениях. Тем не менее, в современном обществе человеку свойственна автономность, и он способен выполнять разные социальные роли одновременно, в зависимости от ситуации.

Полоролевая концепция также вписывается в первоначальную трактовку термина «гендер», предложенную американским профессором психиатрии Р. Столлером. Фактически, с его помощью обозначались социокультурные представления о личности мужчин и женщин, которые связывали психологические особенности с половой принадлежностью человека [Stoller, 1968].

Если говорить о гендере только как о системе представлений о биологическом поле, то «гендерное исследование в социальной психологии будет заключено в методологические рамки теории гендерной схемы, которая в наиболее развернутом и широком виде была сформулирована американским психологом С. Бем (1993)» [Бем, 1993; цит. по Воронцов, 2009].

Теория гендерной схемы предполагает, что особенности половой принадлежности человека являются «основой их способа организации информации об окружающем мире». Согласно С. Бем, помимо обучения характерным понятиям и формам поведения, которые ассоциируются в определенной культуре со специфическими чертами мужчин или женщин, ребенка будут обучать воспринимать и организовывать информацию в соответствии с гендерными схемами [Бем, 1993].

Проводя эксперимент для выявления человека с характерной половой типизацией, С. Бем просила участников описать себя в отношении некоторых стереотипных черт характера. «Те, кто описывал себя высоко по основном маскулинным чертам, но низко по фемининным чертам определялись как маскулиновые; участники, которые давали противоположную характеристику, определялись как фемининные; а те, кто характеризовал себя и маскулинными, и фемининными чертами, определялись как андрогинные» [Бем, 1993; цит. по Аткинсон, 2003].

В конце XIX - начале XX века гендерная психология стала формироваться как самостоятельное и актуальное направление и уже имела естественнонаучные основы. Именно в этот период люди начали менять свое отношение друг к другу, в частности, к женщинам. Следовательно, ученые стали обращать внимание на проблемы, которые раньше не рассматривались психологией.

Таким образом, в психологии под гендером понимается социальный пол, пол как продукт культуры. В психологии термин «гендер» употребляется в четырех значениях: а) гендер как противопоставление биологическому полу; б) гендер как синоним пола; в) гендер как расширительный термин для

обозначения и биологических и социальных проявлений пола; г) гендер как символ неравенства полов, их иерархической организации: доминантный мужской и подчиненный — женский (последнее используется в основном в феминистской литературе) [Бендас, 2005].

1.1.2. Гендерные исследования в лингвистике

Так как гендер тесно связан с языком, то одним из важнейших предметов исследования в рамках гендерологии выступают гендерные концепты в различных языковых системах, а именно их сходства и отличия. Также исследуется проблема межкультурной коммуникации, которая возникает из-за особенностей этих гендерных концептов [Павлищева, 2014]. В связи со сменой научной парадигмы в гуманитарных науках в конце XX века, был признан приоритет языка. Это привело к «лингвистическому повороту». Язык при таком подходе рассматривается как средство доступа к знанию о нелингвистических феноменах. Таким образом, было введено понятие гендера. Термин «гендер» указывает на социальный статус и социально-психологические характеристики личности, которые связаны с полом и сексуальностью, но возникают во взаимодействии с другими людьми [Клецина, 2003].

Различия языка мужчин и женщин исследовались многими учеными. Например, немецкий лингвист и философ Фриц Маутнер анализировал коммуникации в различных социальных слоях, вследствие чего он признал гендерные различия в языке, обосновывая их социальными и историческими причинами. Как и другие ученые, Ф. Маутнер выявил ряд характерных особенностей в речи мужчин и женщин в рамках разных социальных слоев. Он установил, что, например, работающие на фабрике мужчины довольно часто использовали ненормативную лексику. Однако, в высшем же обществе, наоборот, они прибегали к двусмысленностям, произносить которые позволялось и женщинам. Ф. Маутнер также считал, что из-за

малообразованности женщин, они редко прибегают к использованию иностранных слов, а мужчины способны найти подходящий эквивалент на родном языке и не нуждаются в иностранном [Maunthner, 1921].

Многим аспектам исследования гендера поспособствовало появление такого явления как феминизм, который играет важную роль не только в гендерных исследованиях, но также и в жизни людей. Феминизм зародился во Франции в период Великой революции — в конце XVIII в. В этот период французская писательница Олимпия де Гуж выступила с «Декларацией прав женщин», целью которой являлось предоставление женщинам избирательные права, право участвовать во всех общественных мероприятиях, а также право занимать любую должность. В результате данного движения, женщинам было разрешено участвовать в политических обсуждениях и публиковать написанные работы от своего имени, но права голоса им все же не предоставили [Бендас, 2005]. В этот период появляется первая женская политическая организация «Общество женщин революционных республиканок», которые выступали за пересмотр декларации де Гуж. Данная организация стала причиной запрета на создание любых женских клубов или организаций [Ерохина, 2005].

Почти одновременно в Англии и США в 1792 г. Английская писательница и переводчик Мэри Уолстоункрафт опубликовала свой труд «В защиту прав женщин», в котором она требовала не равенства мужчин и женщин перед законом, а использование политических средств в виде законодательства [Ерохина, 2005].

Благодаря новому и активно развивающемуся в середине XIX в. движению суфражисток (от англ. *suffrage* — голосование), в Англии женщины добились права участвовать в выборах [Бендас, 2005].

«Новое женское движение» в США, вступившее в борьбу с патриархатом, стимулировало научное осмысление гендерной концепции и в значительной степени способствовало ее распространению в целях политической борьбы. С конца 60-х годов XX века в языкознании (в частности

в США и Германии) появилось направление, которое стали называть феминистской критикой языка, или феминистской лингвистикой, чьей целью являлось выявление патриархата, т.е. мужского доминирования во всех сферах жизни человека [Кириллина, 2004]. Первым трудом данного направления стала работа американского лингвиста Робин Лакофф «Язык и место женщины» [Lakoff, 1973]. В своей книге Р. Лакофф подкрепила доводами андроцентричность языка и негативный образ женщины в картине мира, который проявлялся в языке. Ученая проводила исследования с целью указать на сексизм в языке, то есть на языковую дискриминацию женщин [Горинова, 2004].

По мнению Р. Лакофф, для речи женщины характерны такие признаки как неуверенность, гуманность, а также спокойствие. Она предполагала, что женщина нацелена более внимательно во время разговора с собеседником, а также не пытается контролировать ход разговора. Мужчинам же свойственно контрастное речевое поведение: они отличаются агрессией, доминируют в ходе беседы. В случае, когда женщина решает использовать маскулинные речевые тактики, то к ней относятся как к невоспитанной, наглой феминистке, что часто приводит к коммуникативным неудачам [Lakoff, 1973].

В целях обнаружения языковых различий ученые прибегали к социолингвистическим экспериментам, к методам анкетирования и опросов. Они развивали идеи Р. Лакофф и анализировали коммуникативные акты в различных парах: мужчина и женщина, мужчина и мужчина, женщина и женщина. Для того, чтобы подтвердить гипотезу Р. Лакофф, было необходимым провести множество исследований, одними из которых являлись записи бесед супругов, которые изучала П. Фишман, а также беседы пожилых людей, которых изучал немецкий востоковед М. Хартман. Результаты большей части экспериментов указывали на то, что предположения Р. Лакофф были верны лишь на половину. Вследствие этого, последующие социолингвистические исследования были направлены на

изучение способов общение только среди женских групп [Fishman, 1978; Hartman, 1976].

В Испании феминистские движения, а также социально-политические трансформации в постфранкийский период повлияли на изменение самосознания женщин. Это послужило причиной устаревания прежних представления о роли женщины в семье и обществе, вследствие чего возросло внимание испанских лингвистов и социологов к исследованию гендерного фактора в языке [Фирсова, 2007].

Таким образом, женские движения и организации, выступающие за равноправие женщин и мужчин, способствовали достижению прав, которые ранее женщины не имели.

Проблеме неравноправия полов были посвящены две книги русского филолога П. Е. Астафьева – «Понятие психического ритма как научное основание психологии полов» и «Психический мир женщины, его особенности, превосходства и недостатки». Астафьев считал, что психотипы мужчины и женщины разделяются по фактору времени, то есть то, как быстро происходит смена психических актов и событий. В результате он сделал вывод, что «женский психотип отличается быстрым темпом, а мужской — замедленным, что и определяет половые различия» [Астафьев, 2002; цит. по Ильин, 2010].

Одной из причин повышенного интереса в отношении взаимодействия языка и пола является становление и развитие такого направления лингвистики как социолингвистика. Социолингвистика (социальная лингвистика) – «это отрасль языкоznания, изучающая язык в связи с социальными условиями его существования. Под социальными условиями имеется в виду комплекс внешних обстоятельств, в которых реально функционирует и развивается язык: общество людей, использующих данный язык, социальная структура этого общества, различия между носителями языка в возрасте, социальном статусе, уровне культуры и образования, месте

проживания, а также различия в их речевом поведении в зависимости от ситуации общения» [Швейцер, 1990: 481].

Следовательно, социолингвисты изучают язык в его социальном контексте, обращая внимание на его языковую вариативность, то есть на способность собеседника переключаться с одних языковых средств на другие в случае смены определенных условий коммуникативного акта [Божанова, 2012].

Отражение восприятия мужского рода как немаркированного является предметом многих исследований испанских лексикографов. Вследствие чего возникает такое явление как «экономия ресурсов» при выборе дефиниций слов женского рода и их размещении в словаре [Jiménez, 2000]. Таким образом в словарях испанского языка указываются две формы слова (в мужском и женском роде), однако дефиниция дается только в мужском роде. Например, *honesto, ta.* 1. Adj. Decente o decoroso [DRAE, 2014].

Испанские лингвисты А. Лопес Гарсия и Р. Морант внесли значительный вклад в исследования гендерной проблематики. Их самым значительным трудом является «Gramática feminina», в котором они анализируют и сопоставляют те языковые средства, посредством использования которых отличается поведение мужчин и женщин. Например, они выявили, что использование таких обращений как *cariño, vida, corazón, amor* в большей степени характерно для женщин, а не мужчин [López García, Morant, 2016].

В отечественной лингвистике наиболее известным лингвистом, изучающим гендерную проблематику, является А. В. Кириллина, сформулировавшая общетеоретические вопросы. Именно она подняла вопрос о разделении феминистического и научного подходов к изучению проблемы гендера. Более того, она предложила двухъярусную модель, которая состоит из метагендерного (общечеловеческого) и гендерного (учитывающего пол) уровней [Кириллина, 1992].

Также, гендерные различия касаются и словарного запаса людей, их ассоциативного ряда и семантических полей. Так как считается, что женщина более сфокусирована на внутреннем мире, то в ее лексиконе прослеживается больше количества слов, характерных для описания эмоций и чувств. По мнению А. В. Кирилиной женское ассоциативное поле является более обобщенным и «гуманистическим» (то есть содержит больше лексем, характеризующих природу, животных, повседневную жизнь), в то время как мужчинам свойственно ассоциировать себя со спортом, охотой, профессиональной и военной сферами [Кирилина, 1992].

Различия в коммуникативном поведении мужчин и женщин также анализировала писательница Ирене Лосано Доминго в своей книге «*Lenguaje femenino, lenguaje masculino. ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?*». И. Лосано считает, что не существует таких отдельных языков как «женский» и «мужской». Однако, мужчины и женщины способны выбирать определенную стратегию, характерную для различных факторов, таких как ситуация и пол собеседника [Lozano, 2005].

А. Гарсия Месегер, испанский писатель и ученый, в своей статье «*¿Es sexista la lengua española?*» поднимает вопрос лингвистического сексизма, в частности он приводит доказательства того, что испанский язык не сексисткий. А. Гарсия Месегер разделяет две формы лингвистического сексизма: лексический и синтаксический [García Meseguer, 2001].

Лексический сексизм подразумевает использование определенных слов, указывающих на пол людей, что ярко прослеживается в вежливых обращениях. Например, *señor* используется при обращении к взрослому мужчине, независимо от его семейного положения. Однако, при обращении к взрослой замужней женщине и молодой незамужней девушке используются формы *señora*, *señorita* соответственно [García Meseguer, 2001].

Также М. В. Кутьева в своей работе «Когнитивная специфика испанского гендера» отмечает, что использование лексемы *hombre* также может быть проявлением сексизма, так как его значение относится не только

к мужчинам, но и к человеку в общем. Однако, данное слово не соотносится с концептом женщины. Например, в таких выражениях как *hombres de negocios*, *evolución del hombre* и *hombres en la calle* репрезентируется образ мужчины, а не женщины. Другими словами, значение женщины, содержащееся в существительном *hombre*, вытесняется из его семантического состава. Таким образом, данное повседневное общечеловеческое понятие становится исключительно маскулинным [Кутьева, 2010].

Синтаксический сексизм проявляется не в использовании определенной лексики, а в форме построения целого предложения. Именно синтаксический сексизм указывает на патриархальное мышление, которое глубоко лежит в подсознании людей. Например, в предложении *El fiscal resultó ser una mujer, bastante guapa por cierto* (прокурор оказался женщиной, и довольно красивой, между прочим), *una enfermera rubia* (медсестра блондинка) [García Meseguer, 2001].

В современной лингвистике в последнее время значительно увеличивается количество работ ученых разных направлений в области гендерных исследований. Так, гендерные маркеры в языке художественной литературы исследовали И. В. Денисова и Л. А. Ермакова на материале русского и английского языков [Денисова, 2011. Ермакова, 2013]. Гендерной маркированностью рекламы и телевизионного дискурса занималась И. В. Полевая на материале русского языка [Полевая, 2014]. На сегодняшний день гендерные исследования интенсивно проводятся во многих других сферах, таких как: гендер в лексикографии (О. В. Вишнякова) [Вишнякова, 2006]; гендер в криминалистике (Л. Ю. Кирюшина) [Кирюшина, 2012]; гендер в СМИ (Е. А. Соколова) [Соколова, 2010]; гендер в интернете (И. А. Якобина) [Якобина, 2013].

Использующийся ранее в лингвистике для обозначения грамматической категории «род» термин «гендер» приобрел более четкое значение. На сегодняшний день под гендером в лингвистике принято понимать «социокультурную, символическую конструкцию пола, которая призвана

определять конкретную ассоциативную связь, обеспечивать полноценную коммуникацию и поддерживать социальный порядок» [Словарь гендерных терминов, 2002].

Таким образом, гендерная проблематика в последние годы оказывается в центре внимания многих ученых. Одним из лучших способов проследить проявление гендера в определенной лингвокультуре является анализ гендерных стереотипов, которые позволяют исследовать характерную картину мира этой лингвокультуры.

1.2. Гендерные стереотипы и лингвокультурологические исследования

Первоначально термин «стереотип» использовался в сфере полиграфии для обозначения копий печатной формы, однако вскоре, примерно с середины XIX века, слово начинает употребляться в переносном значении, например, как шаблон, трафарет или неизменный стандарт.

Характерные стереотипные представления о мужчинах и женщинах складывались у людей еще до начала исследований гендерных стереотипов. Однако даже в современном мире люди продолжают мыслить этими стереотипами независимо от особенностей и возраста человека.

В начале XX века американский социолог и журналист Уолтер Липпман употребил впервые термин «стереотип», заимствовав его из книгопечатания, а затем определил его социально-психологических позиций. Так, У. Липпман сравнил процесс возникновения стереотипов с изготовлением типографских печатных форм, которые позволяют массово тиражировать текст без надобности его повторного набора. Этот метафорический перенос из мира техники в мир человеческого мышления и восприятия позволил ученым представить закономерности стереотипного мышления, что в последствии и оказало влияние на изучение этого феномена [Lippmann, 1922].

У. Липпман описал «стереотип» как «принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при

распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте» [Lippmann, 1922: 120].

Одной из значимых работ, связанных с сущностью гендерных стереотипов, было исследование психолога И. Бровермана и его коллег. Они опросили молодых людей и девушек о стандартных чертах, которые характеризуют мужчин и женщин. В результате данного исследования был обнаружен определенный набор качеств (Табл.1.) [Broverman, 1972; цит. по Ильин, 2010].

Таблица 1. Результаты эксперимента И. Бровермана.

Типичный мужчина	Типичная женщина
Агрессивный	Тактичная
Предприимчивый	Проявляет расположение
Доминирующий	Нежная
Независимый	Не использует грубых выражений
Скрывающий эмоции	Понимает чувства других
Любит математику и науку	Разговорчивая
Обладает деловыми навыками	Религиозная
Знает, как осваивать мир	Интересуется собственной внешностью
Легко принимает решения	Ценит искусство и литературу
Самодостаточен	Сильно нуждается в защите

Отечественные исследования гендерных стереотипов вначале проводились только психологами. В 1980-е годы стали появляться работы, фокусирующиеся на типизированных представлениях людей о феменинных и маскулинных чертах. Так, советский психолог В. С. Агеев рассматривал функции полоролевых стереотипов в своем труде «Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов». Он обобщил все существующие иностранные направления исследований, что позволило ему выделить основные тенденции в исследованиях, посвященных гендерной проблематике [Агеев, 1987].

Несмотря на то, что гендерные стереотипы являются вариацией социальных стереотипов, у них есть свои отличительные особенности [Ильиных, 2016].

Во-первых, они представляют пример гендерных схем. Гендерные схемы – это когнитивные проекции гендера. Специфика гендерных схем

заключается в том, что «они управляют процессами обработки поступающей информации таким образом, что люди начинают воспринимать, запоминать и интерпретировать ее в соответствии с их ожиданиями и их представлениями о гендере» [Берн, 2004: 203].

Во-вторых, люди обращают больше внимания на пол, если одну роль выполняет как мужчина, так и женщина. Например, если женщина занимает руководящий пост, то от нее ожидается проявления качеств, характерных для мужчин. В таком случае можно увидеть проявление и гендерных схем [Ильиных, 2016]. Американские психологи С. Т. Фиске и С. Е. Тейлор установили, что чем чаще активируются гендерные схемы, тем более доступными они становятся для людей и тем чаще ими будут использоваться [Fiske, 1984].

Российский историк и основоположница исторической феминологии и гендерной истории Н. Л. Пушкарёва выделяет три группы гендерных стереотипов. Первая группа — это стереотипы «мужественности» и «женственности». Другими словами, это представления о том, какими психологическими и поведенческими характеристиками должны обладать мужчины и женщины [Пушкарёва, 2001].

Вторая группа предполагает разграничение семейных и профессиональных ролей в соответствии с полом. То есть, это стереотипы, характеризующие какие роли должны выполнять женщина и мужчина [Пушкарёва, 2001].

Третья группа гендерных стереотипов заключается в разделении труда. Область деятельность мужчин — это преимущественно творческий, созидательный и руководящий труд. Для женщин же характерно выполнять дополнительную работу, часто в сфере обслуживания [Пушкарёва, 2001].

В конце XX века начинают проводиться лингвокультурологические исследования гендера. Данные исследования позволяют ученым описывать концепты маскулинности и фемининности в разных культурах и определенные черты, присущие мужчинам и женщинам, которые считаются

важным в их культуре [Полевая, 2014]. Лингвокультурологическое направление рассматривает изучение особенностей стереотипов фемининности и маскулинности и их отражения в языке; исследуются особенности передачи речью культурных концептов «мужественность» и «женственность» и «гендерной метафоры» (ситуация, когда все маскулинные и фемининные черты переносятся на предметы и явления, которые никак не связаны с полом), межкультурной коммуникации [Кирилина, 2004].

Значительный вклад в развитие лингвокультурологического направления, а также методологии гендерных исследований внесла научная школа Московского государственного лингвистического университета. Некоторые гипотезы, которые позволили переосмыслить предчувствующие положения гендерной теории, были выдвинуты и подтверждены учеными данной школы [Кирилина, 2004].

Было выдвинуто положение о неравной степени андроцентризма различных языков и культур, динамический характер лингвистического конструирования гендера, а также его зависимость от типа дискурса и социальных параметров коммуникации, теоретически обосновано и подтверждено экспериментально наличие гендерных компонентов этнических представлений [Кирилина, 1999].

Данный эксперимент проводился на материале 62 анкет, которые заполняли 1 079 участников. При анализе реакций на лексемы *русский* и *русская* прежде всего обращает на себя внимание более положительная оценка *русской*, чем *русского*. Ответы участников эксперимента обоего пола подтвердили существование так называемого мифа о русской женщине [Кирилина, 1999].

В нашем исследовании мы придерживаемся определения гендерных стереотипов как «стандартизованных представлений о моделях поведения и чертах характера, соответствующих понятиям "мужское" и "женское"» [Воронина, 1992: 16].

Важно отметить, что гендерные стереотипы как продукт каждой лингвокультуры в значительной степени исследуются на материале фразеологического фонда, который формируется посредством развития культуры каждого народа. Следовательно, такой анализ позволяет зафиксировать устоявшиеся стереотипы определенной лингвокультуры.

1.3. Фразеологический фонд языка и его национально-культурная специфика

Несмотря на то, что фразеология давно является активно исследуемой областью лингвистики, интерес к ней не ослабевает до сих пор. Первые исследования в области фразеологии главным образом носили описательный характер. Однако, вскоре ученые стали рассматривать проблему сущности прежде описываемых ими проблем. Вследствие чего изучаемый ими фразеологический фонд стал источником многочисленных работ. В нашей работе мы используем определение фразеологических единиц советского лингвиста и фразеолога Александра Владимировича Кунина, который определяет фразеологизмы как «устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, которые не образуются по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» [Кунин, 1996: 5].

Образование фразеологизмов зависит от человеческого фактора, так как они тесно связаны с самим человеком и сферами его деятельности. Кроме того, человек также стремится наделить чертами человеческого мира разные объекты, в том числе и неодушевленные [Кунин, 1996].

Основоположником теории фразеологии принято считать швейцарского лингвиста французского происхождения Шарль Балли. Он был первым ученым, систематизировавшим сочетания слов в 1955 году. Ш. Балли выделял четыре группы словосочетаний:

- 1) свободные словосочетания (*les groupements libres*), т.е. сочетания, которые лишены устойчивости и могут быть разделены и изменены;

- 2) привычные сочетания (*les groupements usuels*), т.е. относительно свободные словосочетания, допускающие незначительные изменения;
- 3) фразеологические ряды (*les series phraseologiques*), т.е. группы слов, в которых два понятия сливаются практически в одно. Устойчивость этих оборотов закрепляется первичными словоупотреблением;
- 4) фразеологические единства (*les unites phraseologiques*), т.е. сочетания, в которых слова утратили свое первоначальное значение и выражают единое, неделимое понятие [Балли, 2001].

Все существующие сегодня классификации основываются на степени идиоматичности (мотивированности / немотивированности) значения фразеологических единиц. В настоящем исследовании мы придерживаемся классификации А. В. Кунина, сделанной на основе английского языка. В составе фразеологии А. В. Кунин выделяет три раздела: идиоматику, фразеоматику и идиофразеоматику.

В идиоматику входят собственно фразеологические единицы, или идиомы. Например, *to kick the bucket* (*сыграть в ящик*). Значение данной фразеологической единицы – *умереть*. Значение лексем полностью изменено в сочетании друг с другом.

В раздел фразеоматеки входят фразеоматизмы – это фразеоглизмы неидиоматического характера, но с осложненным значением. Например, *to launch a boat* (мор. *спускать лодку на воду*). Так как у глагола *to launch* достаточно узкое значение, он может сочетаться только с определенными словами.

К разделу идиофразеоматики относятся идеофразеоматизмы, то есть устойчивые словосочетания, где у первых фразеоматических вариантов лексемы имеют буквальные, но осложненные значения, а у вторых идиоматических вариантов — абсолютно переосмыслиенные. Например, *high and dry* (мор. *выброшенный на берег*), буквальное значение – *высокий и сухой*, значение фразеологической единицы – *покинутый, оставленный в беде; на мели* [Кунин, 1996].

Фразеологические единицы, содержащие в себе гендерные значения «мужского» и «женского», являются важным аспектом в исследованиях гендерной проблематики языка. Подобные исследования дают полные понимание и представление отражения в языке концептов «мужчина» и «женщина» [Самарина, 2010].

Фразеологический фонд языка играет главную роль в определении культурно-национального самосознания человека и его идентификации, так как именно в образном содержании фразеологических единиц заложено мировоззрения каждого народа [Рус-Брюшинина, 2006]. Другими словами, фразеологизмы отображают и закрепляют в языке национальные, культурные стереотипы, выражают менталитет определенной лингвокультурной общности. Более того, люди часто опираются на фразеологизмы, формируя свой собственный образ. Появившиеся отсюда стереотипы задают определенные характерные поведенческие формы для человека. Помимо фразеологизмов, гендерные стереотипы прослеживаются и в паремиях, которые находятся на пересечении фразеологии и фольклора [Телия, 1996]. В языке фиксируются и фразеологизируются только те метафорические выражения, которые ассоциируются с культурно-национальными стереотипами, эталонами, концептами и т.д. Именно такие выражения воспроизводят менталитет, свойственный для определенной лингвокультуры [Рус-Брюшинина, 2006].

Так как каждый фразеологизм обладает национально-культурной спецификой, то возникает вопрос: как она отражается в данной фразеологической единице? Проводимые исследования фразеологического фонда разных языков выявили два средства описания национально-культурной специфики: лексико-грамматический состав фразеологизма как материальный способ описать определенный образ и концептуальная модель внутренней формы как «острова для конкретно-образного основания фразеологизма» [Писанова, 1997].

Исследование фразеологических единиц с гендерным компонентом дает возможность понять суть идиомы и определить с какими аспектами социокультурного знания она взаимодействует для полного осознания смысла фразеологизма. Фразеологические единицы с гендерной коннотацией позволяют не только ярко отражать устоявшиеся много лет назад стереотипы, но также передавать их из поколения [Павленко, 2013].

Как правило, гендерный компонент может быть выражен как эксплицитно (в плане выражение идиомы и ее содержания), так и имплицитно, т.е. присутствовать в плане содержания, но отсутствовать в плане выражения фразеологической единицы [Кунин 1996].

Эксплицитный характер в фразеологических единицах определяют маркеры, выраженные в виде существительных, местоимений и имен собственных, которые указывают непосредственно на мужской или женский пол. Например, *man, woman, he, she, John, Ann* и т.д. В этом случае становится легко определить образ, который уже изначально заложен в самой семантике слова, т.к. такой гендерный компонент сам указывает на гендерную отнесенность. Данная группа является самой многочисленной, в то время как фразеологических единиц с имплицитным характером, содержащих в себе скрытый гендерный компонент, не так много. Однако, в таких выражениях присутствует характерный компонент, который позволяет догадаться, какое именно значение было скрыто. Например, *skirt chaser*. Дословно эта фразеологическая единица переводится как *охотник за юбками*. Под юбкой подразумевается женщина, т.к. юбка – это предмет одежды женщины, а охотник – это род деятельности, характерный для мужчин [Насруллаева, 2015].

В настоящее время выполнен ряд лингвистических исследований, посвященных гендерной проблематики в области фразеологии.

Так, С. Ц-Д. Дашиева анализировала фразеологические единицы бурятского, китайского и русского языков и сравнивала их между собой с целью выявить определенные репрезентации мужчин и женщин, характерные

для разных культур. Она пришла к выводу, что для лиц мужского пола в рассматриваемых ею языках наиболее важным представляются смелость, храбрость, ум. В то время как в фразеологических единицах, репрезентирующих образ женщины, преобладают описания таких отрицательных качеств, как болтливость, лживость, упрямство, непредсказуемость, нелогичность, распутство [Дашиева, 2011].

Г. К Исмагулова проводила исследование на материале русского, казахского и немецкого языков в рамках сопоставительного анализа гендерных отношений в лингвокультурологическом аспекте с позиции такого единства как «человек - язык - культура». Она рассматривала языковые явления в тесной связи с самим человеком, его культурой, мышлением и когнитивной деятельностью. В 2005 году Г. К. Исмагулова впервые изучила ряд феноменов казахского языка с позиции гендера. В своем исследовании она пришла к выводу, что язык и культура объединяют в гендерном аспекте все народы, внося свои национальные особенности, из которых исходит суждение о степени андроцентризма разных языков и культур [Исмагулова, 2005].

Н. В. Коноплева рассматривала типы трансформаций фразеологических единиц, семантически ориентированных на лиц мужского пола в английском и русском языках. Она заключила, что в обоих языках обнаружены одинаковые модели трансформаций. Исключение составляет эллипсис, так как в английском языке она не обнаружила подходящих примеров трансформации данного типа [Коноплева, 2009].

Л. А. Мисиева проводила сопоставительное исследование гендерных фразеологических единиц аварского и английского языков в лингвистическом и лингвокультурологическом аспектах. Л. А. Мисиева пришла к выводу, что в обоих языках можно выделить определенные качества, признаки и свойства, которые в сознании носителей аварского и английского являются наиболее важными и основополагающими в формировании мужского характера, а также поступки и поведение мужчин, их внешние и внутренние качества. Таким образом, она выделяет, что как в английском, так и в аварском языках

формирование фразеологических единиц происходит с конкретной опорой на лексико-грамматический состав [Мисиева, 2009].

Фразеологический фонд русского и английского языков изучала К. С. Волошина. Она сделала вывод, что анализ фразеологических единиц позволяет обнаружить культурно-этнические особенности каждого народа; в любой культуре существует набор вербальных и невербальных средств, репрезентирующих мужчину и женщину на базе специфических культурно-национальных особенностей данной культуры [Волошина, 2010].

В. С. Самарина проводила исследование лингвокультурологической специфике гендера во фразеологическом и паремиологическом фонде языка на материале английского и русского языков. Анализируемый материал указал на то, что в обоих языках присутствуют лексемы с гендерной семантикой, которые распределяются по рангам в зависимости от частоты их употребления. Более того, В. С. Самарина пришла к выводу, что для указания на гендер чаще всего используются имена собственные (характерные для английской и русской культур), а также библейские, мифологические и литературные имена собственные [Самарина, 2010].

Таким образом, фразеология является подходящей основой для выявления гендерных стереотипов и их анализа, т.к. именно фразеологические единицы фиксируют в себе национально-оценочный и национально-эмоциональное отношение в своем коннотативном значении. Это позволяет обнаружить существующие стереотипы в отношении «мужчины» и «женщины» и исследовать их с лингвистической точки зрения.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В связи с тем, что гендерная лингвистика – развивающееся направление в науке, многие ученые ставят своей целью провести больше исследований в этой области. Такие ученые как Р. Лакофф, Т. Парсонс, С. Бем и др. внесли большой вклад в гендерную проблематику. На их исследованиях, определениях и экспериментах основываются многие современные ученые с целью развить гендерную науку и распространить использования термина «гендер».

В нашем исследовании под гендером мы понимаем «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [Словарь гендерных терминов, 2002].

Понятие гендера появилось в психологии, когда ученые пытались объяснить различие в социальных ролях мужчины и женщины. Более того, различия полов психологи всегда считали различия полов очень важным, так как это влияет на многие факторы. В связи с этим, гендерные исследования стали все чаще проводиться учеными.

Феминизм, интерес к взаимодействию языка и человека послужили причиной для более тщательного исследования гендера в лингвистике. Так как коммуникативное поведение человека зависит от его пола, лингвисты стали изучать особенности речи мужчин и женщин и сравнивать их между собой.

Гендерные стереотипы в свою очередь являются объектом исследований, так как они содержат в себе те представления народов о мужчинах и женщинах, которые актуализируются в бытовой жизни людей и передаются из поколения в поколение.

Под гендерными стереотипами в нашей работе мы понимаем «стандартизованные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям “мужское” и “женское”» [Воронина, 1992: 16].

Национально-культурная специфика может проявляться на всех языковых уровнях, однако фразеологизмы считаются одним из наиболее ярких проявлений лингвокультурных особенностей языка, отражая национальную самобытность народа, его мировидение и духовный опыт народов, связанный с его культурными традициями. Таким образом, на материале фразеологического фонда любого языка можно исследовать влияние гендерных стереотипов на людей, так как в языке отражается мышление, мировоззрение и менталитет каждого народа.

Фразеологические единицы формируются на основе образного представления действительности, вследствие чего, они позволяют определить картину мира, характерной определенной лингвокультуре. Однако, вопрос относительно проявления специфики данного процесса продолжает оставаться в центре внимания многих лингвистов (В. Н. Телия, Е. Ф. Арсентьева, В. С. Самарина, С. Ц-Д. Дашиева и др.).

Под фразеологизмами в нашей работе вслед за А. В. Куниным мы понимаем «устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, которые не образуются по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» [Кунин, 1996: 5], в которых отражается социально значимая информация, в том числе этического характера, присущая определенному народу.

ГЛАВА 2. ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦАХ АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

2.1. Фразеологические единицы английского языка, репрезентирующие мужские гендерные стереотипы

При отборе фразеологических единиц с гендерной маркированностью вслед за Е. Ф. Арсентьевой мы использовали два критерия: семантический и структурный. Семантический критерий основан на дефинициях фразеологизмов, в которых присутствуют слова, указывающие на лицо мужского и женского пола (например, *beer belly* «мужчина с большим животом»). Структурный подход подразумевает наличие в структуре фразеологизма слов, обозначающих лицо мужского и женского пола *boy, girl, chica, chico, man, woman, hombre, mujer, guy, lady, male, female* и т.д.

В ходе анализа фразеологических единиц английского языка с гендерной маркированностью маскулинности всего было использовано 107 единиц. Вслед за С. Ц-Д. Дашиевой мы выделили три основные контекстуальные группы, содержащие в себе гендерную коннотацию и отражающие существующие стереотипы: 1) фразеологическая вербализация биологической картины; 2) фразеологическая вербализация психологического портрета; 3) фразеологическая вербализация социальных ролей. Процентное соотношение всех групп представлено на диаграмме (Рисунок 1).

Рисунок 1.



Первая группа – фразеологическая вербализация биологического портрета – составляет 17%. Мы подразделили ее на две подгруппы: внешность (56 %) и возраст (44%).

Первая подгруппа ФЕ с семантикой внешнего вида указывает на то, что чаще всего мужчины описываются худыми и полными, высокого роста. Например, а *mountain of flesh* – «высокий, толстый человек», *all legs and wings* – «неловкий, высокий подросток, не знающий, куда девать руки и ноги», метафора *string bean* – «жердь» (сравнение со стручковой фасолью), а также такие сравнительные обороты как *tall as a may-pole* – «человек высокого роста, верзила» (сравнение с майским деревом), *tall as a steeple* – «верзила» (сравнение со шпилем).

Так же, мужчины, как и женщины заботятся о своем внешнем виде, о чём говорят данные фразеологические единицы: *prince charming* – «прекрасный принц» (красивый мужина), *teddy boy* – «стиляга», *the answer to a maiden's prayer* – «завидный жених, красавец мужчина», метафора *silk stocking* – «роскошно одетый мужчина». Однако, внешность мужчин не превосходит над воспитанностью: *It is not the gay coat that makes the gentleman* – «не элегантный пиджак делает человека джентльменом».

Что касается возраста мужчин, то в фразеологическом фонде английского языка преобладают единицы, репрезентирующие мужчин в пожилом возрасте. Например, *old boy* – «бодрый старик, старишка», библеизм *old as Methuselah* – «стар как Мафусайл, мужчины преклонных лет» (сравнение с библейским персонажем Мафусаилом), *old geezer* – «старишка, старый хрыч», *old bloke/buffer/card/codger* – «старишка, старый хрыч». Негативная окраска у фразеологизма *sugar daddy* – «папик, старый ловелас-богач». Он характеризует мужчин в возрасте, которые при помощи денег привлекают внимание молодых девушек.

Кроме пожилого возраста, присутствуют фразеологизмы, описывающие молодой и средний возраст. Так, фразеологизм *Jack the Lad* характеризует молодых мужчин, которые ведут легкомысленный образ жизни, а *to keep*

bachelor's hall – «холостяк», описывает среднестатистического неженатого мужчину 30-ти лет.

Паремия *a man is as old as he feels and a woman as she looks* – «возраст мужчины определяется тем, как он себя чувствует, а женщины - как она выглядит» является сравнением возраста мужчин и женщин.

Вторая группа - фразеологическая вербализация психологического портрета – содержит наибольшее количество фразеологических единиц и составляет 63%. Она включает в себя фразеологические единицы, описывающие характер (81%) и интеллектуальные способности человека (19%).

В английском языке большая часть фразеологизмов, репрезентирующих характер мужчины, показывает их смелыми, мужественными и сильными. Например, *a stout heart* – «смелый», *a heart of oak* – «храбрый, мужественный человек» (сравнение с могучим дубом), *a man of courage* – «храбрый, мужественный человек», *a tough nut* – «решительный, твердый» (сравнение с крепким орехом), *Herculean task* – «подвиг Геркулеса» (аллюзия к герою древнегреческой мифологии Геркулесу), *knight without fear and reproach* – «бесстрашный, храбрый», *a man of his hands* – «храбрый/мужественный человек, мастер на все руки», *a man of the hour* – «герой дня», *like a Trojan* – «мужественно, доблестно» (сравнение с жителями древнего города Трои из «Илиады» Гомера), *man-to-man talk* – «поговорим как мужчина с мужчиной».

Однако, такие фразеологические единицы как *cream puff* – «неженка, слабак, изнеженный человек», *a nancy boy* – «маменькин сынок», *a babe in the woods* – «наивный молодой человек» и *to play the woman* – «трусить, быть бабой» указывают на слабый характер мужчин их трусость и сравнение с женщинами. Также, отмечаются единицы, которые характеризуют мужчин, находящихся под каблуком женщины: *to be under one's heel* – «быть под каблуком у жены», *under the thumb of smb* – «под каблуком жены», *behind every great man there's a great woman* – «мужчина - голова, а женщина – шея». Последняя пословица репрезентирует мужчину, который находится под

контролем женщины, которая в свою очередь характеризуетсяластной и манипулирующей.

В фразеологических единицах с маскулинной гендерной маркированностью также выделяются такие качества, как честность, порядочность и преданность. Например, *a white man* – «порядочный человек», *man Friday* – «Пятница, верный/преданный слуга» (аллюзия к литературному образу Пятницы, верного слуги из романа Даниэля Дефо «Робинзон Крузо»), *square John* – «честный человек», *Mr. Clean* – «мистер Чистота» (человек, которому доверяют), *someone's right-hand man* – «надежный помощник».

Однако, такие фразеологизмы как *smart Aleck* – «умник», *clever Dick* – «зазнайка», *a little tin god* в значении «человек высокого мнения о себе» говорят о самоуверенном и самовлюбленном характере мужчины. Для оправдания негативного поведения мужчин используется такой фразеологизм как *boys will be boys* – «мальчики всегда остаются мальчиками».

Также прослеживаются такие отрицательные черты характера как любопытство и безделье: *Paul Pry* – «человек сующий нос не в свое дело», *peeping Tom* – «чересчур любопытный человек», *a man of nothing to do* – «уст. бездельник, лоботряс, человек, которому нечего делать».

Еще одной характерной чертой мужчин является их потребность в женском внимании. Так, например, зоомоним *an ass with two panniers* – «осел с двумя корзинами», описывает мужчину, идущего под руку с двумя женщинами. Фразеологические единицы *to dance attendance on smb.* – «увиваться, бегать за кем-либо», *the ladies' man* – «мачо», метафора *to rob the cradle* – «обокрасть колыбель» (жениться на ком-либо значительно моложе), *put the acid on smb* «приставать к женщине», *bachelor's wife* – «жена, существующая лишь в воображении; мечта холостяка», *dance attendance on smb* «ухаживать за женщиной» также подтверждают это.

Здесь же используются фразеологические единицы, содержащие в себе имена собственные. Например, такие прецедентные имена как *a Casanova*, *a Don Juan*, *a gay Lothario*, в значении «мужчина, который имеет любовные

связи со многими женщинами». Данные примеры-аллюзии указывают на таких существующих литературных героев как Казанова (автобиография Джакомо Казанова – «Мемуары Казановы»), Дон Жуан (Тирсо де Молина «Севильский распутник и каменный гость»), Лотарио (Николас Роу «Кающаяся красавица»). Все три персонажа пользовались успехом у женщин и стали именами нарицательными, закрепив за собой коннотацию «ловеласа, обольстителя».

Также мы отметили использование единиц, указывающих на разгульный образ жизни мужчин, которые любят повеселиться: *all work and no play makes Jack a dull boy* – «от одной работы без развлечений загрустит и Джек», *the Abbot of Unreason* – «аббат-гуляка» (шутливое прозвище главы рождественских увеселений), *Tom and Jerry* – в значении «горячий пунш, приправленный специями» (аллюзия к персонажам Тому и Джерри из книг Пирса Игана).

В описании мужчин часто актуализируется концепт еды. Например, *to refresh one's inner man* – «подкрепиться, заморить червячка» (*the inner man* является метафорой на желудок человека, его голода), *a way to a man's heart is through his stomach* – «путь к сердцу мужчины лежит через желудок». Это означает, что мужчин не волнует красота или другие качества своих жен. Для них важно, чтобы такие потребности, как, например, голод, были удовлетворены. В то же время это выражение говорит о том, что готовка – это задача женщины.

К этой же подгруппе мы относим фразеологические единицы, которые указывают на главенствующую позицию мужчины. Например, *caviar to the general* – в значении «то, что считается слишком хорошим, ценным для обыкновенного человека» (икра традиционно считается пищей обеспеченных, высокопоставленных людей), *blue-eyed boy* – « тот, к кому относятся очень благосклонно, покровительствуют», *be the captain of one's soul* – «контролировать судьбу и будущее».

Мужчинам характерно иметь консервативные взгляды, о чём говорят такие фразеологизмы как *a Colonel Blimp* (аллюзия к персонажу полковнику Блимпу из британского фильма «Жизнь и смерть полковника Блимпа), *the old guard*, *a Don Quixote* (наделение мужчины качествами, присущими литературному образу Дон Кихота), в значении «человек со старомодными взглядами и идеями».

Мы выявили сравнения мужчин с волком, репрезентирующие их как одиноких и устрашающих: *lone wolf* – «волк одиночка», *the big bad wolf* – «опасный страшный мужчина».

Что касается интеллектуальных способностей мужчин, то мы отметили, что присутствуют фразеологизмы как указывающие на ум мужчин, так и на их глупость в равной степени. Такие фразеологические единицы как *bright boy* – «способный мальчик», *a man of note* – «выдающийся, умный человек», *a man of many parts* – «очень умный человек, умеющий многое», *fast worker* «парень не промах, ловкач», *Solomon's wisdom* – «мудрость Соломона» (аллюзия к библейскому царю Соломону) и зоомоним *clever dog* – «умница, ловкий малый» говорят о том, что мужчинам присущ высокий интеллект. Паремия *man of words and not of deeds is like a garden full of weeds* – «противник дел, любитель слов, подобен саду без плодов» также указывает на то, что мужчины гораздо серьезней относятся к своим делам и сравнивает их с болтливостью, характерной для женщин.

Противопоставить данным примерам можно такие фразеологизмы как *a man with the bark on* – «пещерный человек», *slow coach* – «медленно соображающий, туповатый человек», *lame under the hat* – «глупый, несообразительный», *more people know Tom Fool than Tom Fool knows* – «многие знают дурака Тома, а он – лишь немногих», *simple Simon* – «Иванушка-дурачок» (аллюзия к устоявшемуся образу глупого персонажа), *Weary Willie* – «бездельник, тунеядец» (аллюзия к американскому клоуну Эмметту Келли). Эти примеры обозначают, наоборот, невысокие умственные способности.

К третьей группе мы относим фразеологическую вербализацию социальных ролей, а именно семью и родственные отношения (18%); положение в обществе (8%).

Самый распространенный стереотип о мужчинах, что он – глава семьи (*man of the house* – «глава семьи»). Однако, в нашем исследовании мы выявили, что роль домохозяина также распространена. На это указывают такие фразеологические единицы как *the house husband* – «домохозяин», *the New Man* – «новый мужчина» (мужчина, который разделяет идеологию равенства полов и в связи с этим помогает воспитывать и ухаживать за детьми и выполняет домашнюю работу), *family man* – «хороший семьянин». Данные примеры говорят о том, что мужчина, как и женщина выполняет свои роли дома.

Что касается положения в обществе, то мужчинам характерно пользоваться популярностью и жить светской жизнью, на что указывает множество примеров: *a man about town* – «светский человек, прожигатель жизни», *a man of mark* – «видный, светский человек», *a man of pleasure* – «светский человек, прожигатель жизни», *big man on campus* – «пользующийся авторитетом», *golden boy* – «популярный человек», *a man of position* – «человек, занимающий видное положение», *a man of means* – «состоятельный человек», *a man of family* – «человек знатного рода», *the leading man* – «видный деятель».

Также мужчинам свойственно высокое положение в обществе и руководствующий пост. Например, *big boy* – «большая шишка», *key man* – «руководящее лицо», *a man of rank* – «человек высокого звания», *a made man* – «состоятельный человек, добившийся высокого ранга». Отмечается использование единиц, репрезентирующих мужчин, занимающих воинские должности и указывающих на тесную связь мужчины и войны: метонимия *a red coat* - «английский солдат», *war is the sport of kings* – «война забава королей», *Cadmean/Pyrrhic victory* – кадмейская/пиррова победа (аллюзии к герою древнегреческой мифологии Кадму и эпирскому полководцу и царю Пиру) в

значении «победа ценой гибели победителя», *the unknown soldier/warrior* – «неизвестный солдат», *Long Tom* – «тяжёлая пушка».

Таким образом, мы сделали вывод, что наиболее распространенными стереотипами, подтвержденными в нашем исследовании, является красота мужчин, их высокий рост, высокое положение в обществе. Мужчины изображаются красивыми и привлекательными, им свойственно занимать высокий статус в обществе, а также роль главы семьи.

Что касается психологического характера мужчин, то самыми распространенными качествами являются мужественность, отвага и храбрость. Однако, мы не выявили четкого разделения на высокий и низкий интеллект, фразеологический фонд английского языка описывает мужчин как глупых, так и умных.

В ходе анализа стилистических средств (52 единиц) мы выявили использование метафор, сравнений, эпитетов, и единицы, которые содержат в себе имена собственные, а также являются аллюзиями к известным литературным персонажам или библейским персонажам.

Среди метафор (всего 11 единиц) мы выдели гастрономические (4 единицы; *a tough nut, to refresh one's inner man*) и зоологические (4 единицы: *an ass with two panniers, lone wolf*). Что касается сравнений, то их было обнаружено всего 5: природные (*tall as a may-pole, man of words and not of deeds is like a garden full of weeds*), предметно-бытовые (*tall as a steeple*), библейские (*old as Methusalem, like a Trojan*).

Использующиеся эпитеты (15 единиц) в большей степени дают положительную оценку. Например, *prince charming, a tough nut, smart, clever, blue-eyed boy*.

Количество имен собственных и аллюзий составляет 21 единицу. Например, *Jack the Lad, square John, Mr. Clean, smart Aleck, clever Dick*. Отобранные нами единицы являются аллюзиями к литературным персонажем из художественной литературы Италии (*a gay Lothario*), Испании (*a Don Juan*)

и Англии (*man Friday, a Casanova*); библейскими (*old as Methusalem*) и мифологическим персонажам (*Herculean task*).

2.2. Фразеологические единицы испанского языка, репрезентирующие мужские гендерные стереотипы

В ходе анализа фразеологических единиц испанского языка с гендерной маркированностью маскулинности всего было использовано 149 единиц. Фразеологическая вербализация биологической картины составляет 22%, фразеологическая вербализация психологического портрета 56%, фразеологическую вербализацию социальных ролей 22%. На диаграмме представлено соотношение трех групп (Рисунок 2).

Рисунок 2.



Первая подгруппа фразеологических единиц с семантикой внешнего вида составляет 55%. Наибольшее количество фразеологических единиц репрезентирует мужчину как высокого и очень худого человека. Например, метафора *gato parido/gato de azotea* – «кощей» (сравнение с уличным худым котом), *hombre de malos pelos* – «мужчина с неприятной, подозрительной внешностью», сравнительные обороты *como mula de alquiler* – «очень худой, тощий, костлявый» (сравнение с самкой мула), *como un espárrago/triguero* – «долговязый как жердь» (сравнение с жердью/спаржей).

Однако, в испанском языке также существуют фразеологические единицы, характеризующие мужчину как хорошо сложенного, высокого человека: *hombre de buena cara* – «стройный, статный, подтянутый мужчина», *buen/real mozo* – «статный, рослый, ладный, бравый, молодцеватый мужчина», *guapo mozo* – «статный, бравый и красивый парень», *coto un mástil* – «богатырь» (сравнение с мачтой). Такой фразеологизм с именем собственными как *Juan* у *medio* описывает низкого мужчину – «коротышка, недоросток, ростом не вышел».

Также, фразеологический фонд испанского языка указывает на то, что испанцы считают мужчин красивыми, хорошо и нарядно одетыми. Например, *hecho un señorito* – «нарядный, одетый с иголочки», метафора *hecho un brazo de mar* – «богато, нарядно одетый мужчина» (сравнение с широким и длинным заливом), *penca de hombre* – «красавец мужчина, мужик что надо». Кроме того, мы отметили наличие фразеологических единиц, отражающих привлекательность мужчин: (*párece que*) *van a rifarle* – «из-за него скоро подерутся (о мужчине, который нравится нескольким женщинам)», *príncipe azul/encantado* – «сказочный принц» (сравнение с принцем).

Вторая подгруппа с семантикой возраста составляет 45%. Наибольшее количество фразеологических единиц репрезентируют пожилого мужчину, старика. Например, *hombre mayor* – «старик», библеизм *más antiguo/viejo que Noé* – «стар как Мафусайл» (сравнение с библейским персонажем Мафусаилом), *viejo petate* – «заносчивый старик», *coto ciruela pasa* – «крепкий, сухощавый и жилистый старик» (сравнение с черносливом), *hombre de días/de edad* – «пожилой, старик». В том числе прослеживается наличие фразеологизмов, указывающих на стариков, которые выглядят моложе своего возраста и заботятся о своей внешности: *viejo verde* – «молодящийся старик», *cano y sano* – «моложавый, хорошо сохранившийся (о старике)».

Кроме того, отмечаются фразеологизмы, характеризующие как взрослого мужчину, так и юного, молодого человека. Например, *echárselas uno de hombre* – «строить из себя взрослого», *hacerse hombre* – «повзросльть,

возмужать», *hombre hecho* – «взрослый, возмужалый мужчина»; *con el biberón en la boca* – «юнец, молоко на губах не обсохло», метафора у *medio* – «мальчик в переходном возрасте» (сравнение с птенцом), *píño bonito/gótico* – «франтоватый молодой человек». Мы выявили, что в фразеологизмах, репрезентирующих мужчин в возрасте чаще прослеживается положительная коннатация, в то время как единицы, характеризующие молодых мужчин, содержат, наоборот, негативную коннатацию.

Вторая группа - фразеологическая вербализация психологического портрета – содержит наибольшее количество фразеологических единиц и составляет 56%. Она включает в себя фразеологические единицы, описывающие характер (86%) и интеллектуальные способности человека (14%).

Наибольшее количество фразеологических единиц, описывают характер мужчин, репрезентирует их как холостяков, которые склонны постоянно ухаживать за женщинами, оказывать им знаки внимания и находиться в их обществе. Например, сравнительный оборот *como gato en Enero* – «блудливый как мартовский кот», *ir con mujeres* – «путаться с женщинами (мужчине)», *arrastrar el ala/rascar el ala/vender listas/echar guaras aúna/hacer la caravana* в значении «ухаживать за женщиной», *pasear/rondar la calle a una mujer* – «бродить вокруг дома, под окнами возлюбленной», *soplar la dama a otro* – «отбить невесту у кого-либо», метонимия *andar a faldas* – «волочиться за женщинами» и *andar entre faldas* – «часто бывать в женском обществе», *decir/e a una los ojos tienes negros* – «говорить комплименты», метафора *hacer el oso a una* – «ухаживать за женщиной открыто, настойчиво», *hacer a rubias y a morenas* – «быть женолюбом, волочиться за всеми женщинами подряд», *tiene pilco* – «он пользуется успехом у женщин», метафора *comer uno gallo muerto* – «влюбиться в девушку или женщину, бывшую невестой или женой другого», *hacer cucatonas a uno* – «нежничать, любезничать, ухаживать», метафора *hacer el cebo* – «завлекать женщину», *andar a brujas* – «знаться с публичными женщинами» (сравнение женщин с ведьмами), *Don Juan (Tenorio)* – «донжуан,

женолюб, волокита» (аллюзия на литературного персонажа Тирсо де Молина «Севильский распутник и каменный гость»), метафора *cargar la tipa* – «подменить кого-л. на работе, давая ему возможность поухаживать за женщиной; отвлекать мать девушки разговорами, пока другой ухаживает за дочкой», метафора *moverte el agua a una mujer* – «волочиться за женщиной, кружить голову».

Однако, в проанализированном нами материале, мы выявили также концепт честного и порядочного мужчины. Например, *hombre de orden* – «блюститель порядка», *hombre de pro/de provecho* – «честный, порядочный, добросовестный человек», *hombre cabal/completo* – «порядочный, честный, надежный человек», *hombre de bien/del todo* – «порядочный, честный, добросовестный», *hombre liso* «бесхитростный, чистосердечный», *hombre de fiar* – «надежный, верный человек», *hombre de hecho/de palabra* – «человек слова, хозяин своего слова».

Как и англичанам, испанцам характерно использовать фразеологизмы и паремии, которые наделяют мужчин такими стереотипными чертами характера как смелость и мужество и репрезентируют их как «настоящих мужчин». Например, метафора *fajarse bien las bragas* – «показать, что такое настоящий мужчина» (под «брюками» имплицитно понимается мужчина), *hombre de pelea* – «решительный, боевой мужчина», *hombre de pelo en pecho* – «сильный и смелый, бесстрашный мужчина», *hombre de pecho* – «стойкий, уверенный и спокойный человек», *ser tuy hombre* – «быть смелым, бесстрашным, быть настоящим мужчиной», *de hombre a hombre no va nada* – «смелчаки, храбрецы как на подбор», *portarse como un hombre* – «вести себя как настоящий мужчина», *hombre (tuy) corrido* – «воробей, тертый калач», *hombre de calzones* – «смелый, бесстрашный, отважный мужчина», *hombre del día* – «герой дня», *hombre de entraña y de hígado/hombre de riñones* – «смелый мужчина, мужественный», *hombre de ñeque* – «сильный и смелый мужчина», метафора *llevár los calzones puestos/tener los calzones bien puestos* – «быть

смелым, твердым, быть настоящим мужчиной», *así se ven los hombres* – «покажи, что ты настоящий мужчина, поглядим, на что ты способен!».

Также в рассмотренных нами паремиях мы также выявили единицы, описывающие ловкого и хитрого мужчину. Например, *¿será boticario el amigo?*, метафоры *no duerme en las pajas* и *sabe dónde le aprieta el zapato, no es manco* в значении «он парень не промах».

Однако также отмечается наличие фразеологических единиц, передающих противоположные качества: трусость, нерешительность, слабость. Во многих случаях мужчины сравниваются с женщинами, так как данные черты характера в первую очередь соотносятся с фемининностью. Например, *no ser uno hombre de pelea* – «быть нерешительным, быть рохлей», *hombre para poco* – «трусоватый, мокрая курица, баба», *es poco hombre* – «он с этим не справится, это ему не по силам, кишка тонка», *buen hombre, pero mal sastre* – «он славный человек, но растяпа, шляпа» *cobarde como una mujer* – «боязливый, робкий, нерешительный, тряпка, баба», метафоры *no tener calzones* – «быть бабой» и *un cuarenta y uno* – «женоподобный», *pobre hombre* – «наивный, бесхитростный, простак, дурак», *cobarde como una niña* – «трусливый как девчонка, робкий как девушка», *Juan Bimbe/Juan Bimbas* – «тряпка, рохля, балда, чурбан» (аллюзия на персонажа стихотворений венесуэльского поэта Андреса Элоя Бланко), *buen Juan/Juan de buen alma/Juan de las Viñas* – «наивный, простофиля, простачок», *Juan Lanas/Juan Vainas* – «бесхарактерный человек, баба, кисель, слабак», *Juan Palomo/Juan del Huerto* – «никчемный человек», *tiene menos aliento que un gorrión/pájaro* – «слабый, хилый, едва живой, он тряпка, слюнтяй, слабак, мокрая курица» (сравнение с воробьем и птицей).

Подгруппа с семантикой интеллектуальных способностей человека в наибольшей степени репрезентирует мужчину как умного, образованного и сообразительного человека: *hombre de mucho seso* – «способный, толковый, человек с головой», *el hombre del siglo* – «выдающаяся личность», *hombre de ambas sillas* – «широко образованный человек, эрудит», *ser uno hombre de*

fortuna – «преуспеть, сделать карьеру», *hombre lleno* – «образованный, ученый», *hombre de cabeza* – «способный, одаренный», *hombre de carrera* – «человек со специальным образованием, человек с учеными степенями», *hombre de estudios* – «специалист, ученый», *hombre de fondo* – «светлая голова».

Мы также отметили наличие фразеологизмов, выделяющих глупость мужчин. Например, *hombrecillo de agua y lana* – «бестолковый, ноль без палочки», *hombre de pocas luces* – «необразованный, малограмотный», сравнение *más tonto que Pichóte* – «дурень, набитый дурак, олух царя небесного».

К третьей группе мы относим фразеологическую вербализацию социальных ролей, а именно такие подгруппы как семья и родственные отношения, которая составляет 48%, а также положение в обществе, состоящая 52%.

Проанализированный нами материал указывает на то, что концепт мужчины как хозяйственного семейного человека и главы семейства является главным стереотипом в отношении мужской роли в семье. Например, *hombre de su casa* – «домовитый, хозяйственный», *casado y con hijos* – «отец семейства», *padre de familia* – «глава семьи», *hacerse el amo* – «командовать, распоряжаться, хозяйничать», *ser el amo del baile/de la burra/del cotarro* – «быть хозяином», *dueño del argamandijo* – «начальник, хозяин, голова», *ser uno el dueño de los cubos/del cuchillón/del hato* – «командовать, распоряжаться в доме», метафора *montado en la cruz de los pantalones* – «ведущий себя как хозяин», метафора *cabeza de familia* – «глава семьи», *ser uno un rey en su casa* – «быть, полновластным хозяином в своем доме», метафора *barba honrada* – «почтенный муж».

Такая паремия как *jmi marido está con otra!* – «Не иначе — муж изменил!» указывает на стереотип о мужчинах, которым присуще уделять много внимания женщинам и впоследствии становиться неверными своим супругам.

Анализ второй подгруппы с семантикой положения в обществе продемонстрировал репрезентацию мужчин как светских, влиятельных и знатных людей, были обнаружены единицы, указывающие на высокое положение мужчин в обществе: *hombre de cara negra* – «светский, респектабельный человек», *hombre de copete* – «влиятельный человек, важная персона, человек с положением в обществе», *hombre de dinero/de fondos* – «богач, капиталист, денежный мешок», *hombre de distinción/de manera* – «знатный, родовитый человек, аристократ», *hombre de estofa* – «почтенный человек, уважаемая личность», *hombre de mundo* – «светский человек».

Однако, прослеживается наличие фразеологизмов, репрезентирующих и низкое положение мужчин в обществе и указывающих на профессии, характерные для низшего сословия. Например, *hombre de nada* – «бедняк, человек незнатного, низкого происхождения», *mozo de labranza* – «батрак, сельскохозяйственный рабочий», а также такие устаревшие фразеологические обороты как *mozo de campo y plaza* – «слуга, работавший и по хозяйству, и по дому» и *mozo de paja y cebada* – «уст. слуга на постоялом дворе».

Особое место в исследованном нами материале занимает концепт пижона, молодого человека, который стремится тратить большое количество денег и привлекать всеобщее внимание к своей персоне: *parecer/ser uno un pollo de agua* – «быть франтом, щеголем, пижоном» (сравнение с птенцом), *parecer uno un pollo en rifa* – «привлекать всеобщее внимание, собрать публику вокруг себя», такие сравнительные обороты с принцем как *gastar como un principe* – «сорить деньгами», *portarse como un principe* – «держаться важно, строить из себя важную персону», *está hecho un principe* – «живет по-царски».

Таким образом, проведенный нами анализ продемонстрировал, что наиболее стереотипным представлением внешности мужчин в испанском языке является их красота, высокий рост и пожилой возраст. Фразеологический фонд указывает на то, что мужчины заботятся о своем внешнем виде, красиво одеваются.

Отмечается частое использование единиц с семантикой ухаживания за женщинами, а также мужчины изображаются мужественными, смелыми и умными.

Роль мужчины как главы семьи является одним из основных стереотипов, который также прослеживается в фразеологическом фонде испанского языка, репрезентирующего мужчину как семейного человека.

В ходе анализа стилистических средств было обнаружено 57 единиц. Количество метафор составляет 20 единиц (например, *cabeza de familia, hacer el cebo, llevar los calzones puestos*). Среди них зоологические (4 единицы; например, *comer uno gallo muerto, pollo de real y medio*) и природные (*hecho un brazo de mar*) метафоры.

Количество сравнений составляет 15 единиц: зоологические (5 единиц; например, *como gato en Enero, tiene menos aliento que un gorrión*), предметно-бытовые (2 единицы; наприер, *como un triguero, como un mástil*) и гастрономические (2 единицы; например, *como un espárrago, como ciruela pasa*).

Выявленные эпитеты (16 единиц) в большей степени дают положительную оценку внешности и характеру мужчине, описывая его, например, как прекрасного принца и умного человека: *buen/real/guapo mozo, príncipe azul/encantado, hombre liso, hombre lleno*.

Количество фразеологических единиц, которые содержат в себе имена собственные, а также аллюзии к известным испаноязычным литературным личностям составляет 6 единиц. Например, *Don Juan Tenorio* (аллюзия к литературному персонажу Тирсо де Молина «Севильский распутник и каменный гость»), *Juan Bimbe* (аллюзия к персонажу стихотворений венесуэльского поэта Андреса Элоя Бланко).

Анализ фразеологического фонда английского и испанского языков продемонстрировал в большей мере схожие стереотипы маскулинности. Так, фразеологическая вербализация биологической картины в обоих языках репрезентирует высокого, худого и привлекательного мужчину в возрасте.

Психологический портрет наделяет мужчин такими стереотипными чертами характера как смелость, честность, порядочность и высокие интеллектуальные способности. Потребность мужчин в женском внимании и стремление ухаживать за женщинами представлены в языковом материале как английского, так и испанского языков. Однако во втором случае фразеологические единицы с данной семантикой превалируют.

Фразеологическая вербализация социальных ролей репрезентирует главу семьи, а также мужчину с высоким положением в обществе. Для испанской лингвокультуры характерно демонстрировать молодого человека, который пользуется своим положением в обществе с негативной коннотацией, что не было выявлено в материале английского языка. Компаративный анализ стереотипов о мужчинах в английском и испанском языках представлен в таблице (Табл.2.).

Таблица 2. Стереотипы маскулинности.

Английский язык	Испанский язык
Фразеологическая вербализация биологической картины	
<i>A mountain of flesh</i>	<i>Gato parido</i>
<i>Tall as a steeple</i>	<i>Como un mástil</i>
<i>Prince charming</i>	<i>Príncipe azul</i>
<i>Old boy</i>	<i>Viejo petate</i>
<i>Old geezer</i>	<i>Como ciruela pasa</i>
Фразеологическая вербализация психологического портрета	
<i>A stout heart</i>	<i>Fajarse bien las bragas</i>
<i>A Don Juan</i>	<i>Don Juan (Tenorio)</i>
<i>Man Friday</i>	<i>Como gato en Enero</i>
<i>All work and no play makes Jack a dull boy</i>	<i>Hombre cabal</i>
<i>Bright boy</i>	<i>Hombre lleno</i>
<i>Clever dog</i>	<i>Hombre de mucho seso</i>
Фразеологическая вербализация социальных ролей	
<i>Man of the house</i>	<i>Hombre de su casa</i>
<i>The house husband</i>	<i>Casado y con hijo</i>
<i>Big boy</i>	<i>Hombre de estofa</i>
<i>A man of pleasure</i>	<i>Gastar como un príncipe</i>

2.3. Фразеологические единицы английского языка, репрезентирующие женские гендерные стереотипы

В ходе анализа фразеологических единиц английского языка с гендерной маркированностью фемининности было использовано 100 единиц. Фразеологическая вербализация биологической картины составляет 22%, фразеологическая вербализация психологического портрета 56%, фразеологическую вербализацию социальных ролей 22%. На диаграмме представлено соотношение трех групп (Рисунок 3).

Рисунок 3



Первая подгруппа фразеологических единиц с семантикой внешности включает в себя наибольшее количество единиц (68%). Чаще всего женщина характеризуется красивой и привлекательной, для нее важен ее внешний вид. Например, *Her face is her fortune* — «красота - её единственное богатство», *perfect picture* — «привлекательная девушка», *a glamour girl* — «красотка», *a pin-up girl* — «фотография красотки», *cover girl* — «девушка с обложки», метафора *a bit of skirt* — «красотка». Англичанам характерно использовать сравнения женщин с цветами и ягодами: *as red as a cherry* используется для описания румяной кожи женщины, *fresh as a daisy* — «свежа как ромашка», *fair as a lily* — «прекрасна как лилия».

Однако, мы также выявили фразеологизмы, репрезентирующие женскую красоту с негативным оттенком: *a slick chick* – «милашка», *a pretty-pretty face* – «кукольное, смазливое лицо».

Фразеологические единицы, описывающие непривлекательность женщины, также присутствуют в английском языке. Например, зоомонимы *mutton dressed like a lamb* — «овца, разодетая как ягненок» характеризует женщину, которая одевается слишком молодо для своего возраста; *thunder chicken* – «физически непривлекательная женщина», и *painted (up) to the eyes* – «размалеванная, сильно накрашенная», *big Bertha* – «толстая женщина».

Что касается фразеологических единиц с семантикой возраста (32%), мы выявили, что наибольшее количество выражений репрезентирует молодую девушку. Например, *a dolly bird* – «девушка-куколка, молоденькая девушка» (сравнение с птицой), *bread and butter miss* (шутл.) – «школьница, девочка школьного возраста», *bobbysoxer* – «юная девушка», *young thing* – «девчушка».

В рассмотренных нами фразеологизмах мы также выявили единицы, описывающие пожилую женщину с негативной оценкой. Например, зоомоним *an old cat* – «сварливая, злая старуха» наделяет женщину презрительной характеристикой, присущей коту; *old geezer* – «старушка», *old trout* – «старая карга».

Самой многочисленной группой является фразеологическая вербализация психологического портрета. Подгруппа с семантикой характера женщины составляет 82%. Большое количество фразеологических единиц указывает на такие низкие нравственные качества женщины как коварство и хитрость, часто сравнивая ее с дьяволом и ведьмой. Например, *Man, woman and devil are the three degrees of comparison* – «Мужчина, женщина и дьявол – три степени сравнения», *there is a witch in it* – «тут не обошлось без нечистой силы», *women as the root of evil* – «женщины источник зла», *women are necessary evils* – «женщины - необходимое зло», *to catch a tartar* – «взять в жены сущую фурию», *hell hath no fury like a woman scorned* – «в аду нет страшней фурии, чем отверженная женщина», *fallen angel* – «падший ангел (о

женщине)». На коварный и хитрый характер указывают такие фразеологизмы как сравнение *daughter of the horse-leech* – «ненасытная вымогательница, кровопийца», *forbid a thing and that women will do* – «если что-то запретить, женщина обязательно это сделает», *please one's eye and plague one's heart* – «выйти замуж по расчету» (сравнение с чумой), *to marry money* – «жениться на деньгах, выйти замуж за богатого». Такие единицы как *there's a woman in it* – «здесь замешана женщина» и *there was never a conflict without a woman* – «ни одного конфликта не было без женщины» указывают на то, что женщина часто является причиной конфликтов.

Отмечается предпочтение красивой внешности внутреннему миру и интеллекту женщины. Например, *beauty is but skin deep* – «красота обманчива, нельзя судить по наружности», *a fair face may hide a foul heart* – «под красивой внешностью скрыта низкая душа», *women are vain: they'd rather be pretty than have a good brain* – «женщины слабы: им лучше быть симпатичными, чем умными».

Женщине также присущи ненадёжность, непостоянство и эмоциональность: *a weak sister* – «ненадежный человек», *thy name is woman* – «непостоянство женщины зовется», *a woman laughs when she can and weeps when she pleases* – «женщина смеется, когда может, и плачет, когда ей вздумается».

Другим распространённым качеством женщин, рассмотренным нами, является болтливость и неспособность хранить секреты. Например, такие фразеологизмы и паремии как *a woman's hair is long, her tongue is longer* – « волосы у женщин длинные, а их язык длиннее», *a sieve will hold water better than a woman's mouth a secret* – «решето выдержит воду лучше, чем рот женщины тайну», *a woman always thinks it takes two to keep a secret* – «по мнению женщины, чтобы сохранить секрет, нужно два человека», *old wives' tales* – «бабы сплетни», *many women – many words, many geese – many turds* – в значении «слова женщины не имеют ценности», *a woman always thinks it takes two to keep a secret* – «женщина думает, чтобы сохранить тайну, нужны двое»,

паремия *a deaf husband and a blind wife are always a happy couple* указывает на то, что внешность мужчины не важна, но молчаливость женщины приветствуется, *old wife* – «сплетница».

Однако, отмечается хорошо развитая женская интуиция, что подтверждают такие паремии: *take the first advice of a woman and not the second* – «следуй первому совету женщины, но не второму», *women's instinct is often truer than men's reasoning* – «женская догадка порой обладает большей точностью, чем мужская уверенность».

Мы также выявили, что женщинам присуще капризное поведение и тяжелый характер. Например, *pretty Fanny's way* «капризы, сумасбродные выходки», *Molly Coddle* – «капризная женщина, неженка», *bitch kitty* – «упрямая женщина с тяжелым характером».

Также было выявлено, что женщины считаются слабыми, робкими и беспомощными. Например, *clinging vine* – «беспомощная женщина, целиком зависящая от мужчины», *the weaker vessel* – «слабый пол», *an old woman* – «старая абба, робкий или суеверный человек».

Помимо отрицательных качеств встречаются примеры доброты и верности женщин, а также их сильного характера. Например, *sister Ann* – «верная, преданная подруга», *ministering angel* – «добрый ангел», *a white witch* – «добрая волшебная фея добра», *dragon lady* – «амбициозная женщина» (сравнение с драконом), *the iron lady* – «железная леди», *the girl next door* – «любящая, верная, миловидная, но «земная» и заурядная по уму девушка»; *behind every great man there's great woman* – «муж — голова, а жена — шея», *an obedient wife commands her husband* – «послушная жена приказывает мужу», *the gray mare* – «жена, держащая мужа под каблуком» (сравнение женщины с кобылой).

Что касается интеллектуальных способностей женщины, то эта подгруппа составляет 18%. Женщину принято считать глупой и несообразительной. Например, на это указывают такие паремии как *women have long hair and short brain* – «у бабы волос долг, а ум короток», *the foolish*

woman says: stolen water is sweet, and bread eaten in secret is pleasant – «глупая женщина говорит: “на халяву и уксус сладкий”», *when an ass climbs a ladder, we may find wisdom in a woman* – «когда осел вскарабкается по лестнице, мы можем встретить мудрость в женщине», *the wit of a woman is a great matter* – «разум женщины – большой вопрос». Присутствуют зоомонимы, которые сравнивают женщину с курицей, традиционно ассоциирующейся с глупостью: *it's a sad house where the hen crows louder than the cock* – «печален тот дом, где курица кричит громче петуха», *a whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men* – «женщине неприлично свистеть, а курице кукарекать».

В разговорной речи женщину часто называют «дурочкой»: зоомоним *dumb bunny* – «дурочка», *cousin Betty* – «слабоумная, дурочка», *dumb Dora* – «глупышка». А также используют выражение *a woman's reason* – «женская логика», которое воспринимается как эталон нелогичности мышления.

К третьей группе мы относим единицы, характеризующие семейные отношения (59%) и положение в обществе (41%).

Одно из самых распространённых стереотипов о женщинах – роль хранительницы очага. На это указывает ряд фразеологических единиц: *a woman's place is in the home* «место женщины - в доме», *men make houses, women make homes* «мужчина строит дом, а женщина делает его родным очагом», *a woman's work is never done* «женский труд никогда не заканчивается», *do the honours (of the house, table, town, etc.)* – «выполнять обязанности хозяйки, радушно принимать гостей, оказывать гостеприимство». Фразеологизм *to wear the trousers* содержит слово, указывающее на мужское лицо, однако относится к женщинам и означает «верховодить в доме, быть главным в семье, держать мужа под каблуком».

Устоявшаяся роль женщины как жены также отмечается в фразеологическом фонде английского языка, а именно необходимость женщины выйти замуж, чтобы не остаться старой девой. Например, *the age of consent* – «брачный возраст женщины», *to get into / to be in trouble* – «забеременеть незамужней женщине», *better dead than unwed* – «лучше

умереть, чем остаться незамужней», метафора *dance barefoot* – «остаться старой девой», *old maid* – «старая дева», *an unappropriated blessing (шутл.)* – «невостребованное сокровище, незамужняя женщина, старая дева», метаформа *be (left) on the shelf* – «остаться старой девой, не выйти замуж», *lead apes in hell (ирон.)* – «умереть старой девой».

Что касается положения женщины в обществе, она редко описывается как женщина высокого статуса (например, *woman of reputation* – «почтенная, пользующаяся хорошей репутацией», *golden girl* – «девушка, пользующаяся популярностью», *woman of the world* – «умудренная опытом женщина»). Однако, большое количество фразеологических единиц указывает на женщину легкого поведения. Например, *a woman of pleasure* – «продажная женщина, куртизанка», *a woman of the streets* – «уличная девка, проститутка», *scarlet woman* – «женщина легкого поведения, блудница», *the lady of Babylon* со значением «авилюонская блудница», *a woman of easy virtue* – «девушка по вызову», *a bit of meat* – «гулящая баба» (сравнение с куском мяса).

Таким образом, мы пришли к выводу, что среди фразеологических единиц, репрезентирующих женщину, наибольшее количество указывает на низкий интеллект, безнравственность и повышенную болтливость. В английском языке наблюдается частое использование сравнений с курицей (*it's a sad house where the hen crows louder than the cock, a whistling woman and a crowing hen are neither*), кроликом и такими инфернальными образами как дьявол и Сатана (*Man, woman and devil are the three degrees of comparison, women are necessary evils*). Стереотипное представление внешности женщины чаще всего предполагает молодую, юную девушку с красивой и привлекательной внешностью. В то время как молодой возраст мужчин сопровождается в большей степени негативной коннатацией, женщины репрезентируются, наоборот, с положительной оценкой. Отмечается использование эпитетов в характеристике внешнего вида. Подтверждается роль женщины дома и в семье – она должна выйти замуж как можно раньше и следить за уютом дома. Также мы выявили многочисленный ряд

фразеологических единиц, характеризующих женщину как женщину любого поведения, что также подтверждает безнравственные черты характера.

В ходе анализа стилистических средств мы выявили 43 единицы. Отмечается частое использование метафор, количество которых составляет 17 единиц. Среди них зоологические метафоры (7 единиц; *an old cat, a dolly bird*), природные (*clinging vine*) и гастрономические (*a bit of meat*).

Что касается сравнений, то их количество составляет 6 единиц, среди которых гастрономические (*as red as a cherry*), природные (2 единицы; *fresh as a daisy, fair as a lily*), зоологические (*mutton dressed like a lamb*), сравнения с негативной оценкой (2 единицы; *hell hath no fury like a woman scorned*).

Фразеологические единицы, содержащие в себе эпитеты (12 единиц) в большей мере отражают как красоту женщин, так и негативную оценку их нравственных качеств. Например, *a glamour girl, slick chick, a weak sister*.

2.4. Фразеологические единицы испанского языка, репрезентирующие женские гендерные стереотипы

В ходе анализа фразеологических единиц испанского языка с гендерной маркированностью феминности было использовано 161 единиц. Фразеологическая вербализация биологического портрета составляет 34%, фразеологическая вербализация психологического портрета 26%, фразеологическую вербализацию социальных ролей 40%. На диаграмме представлено соотношение трех групп (Рисунок 4, лист 54).

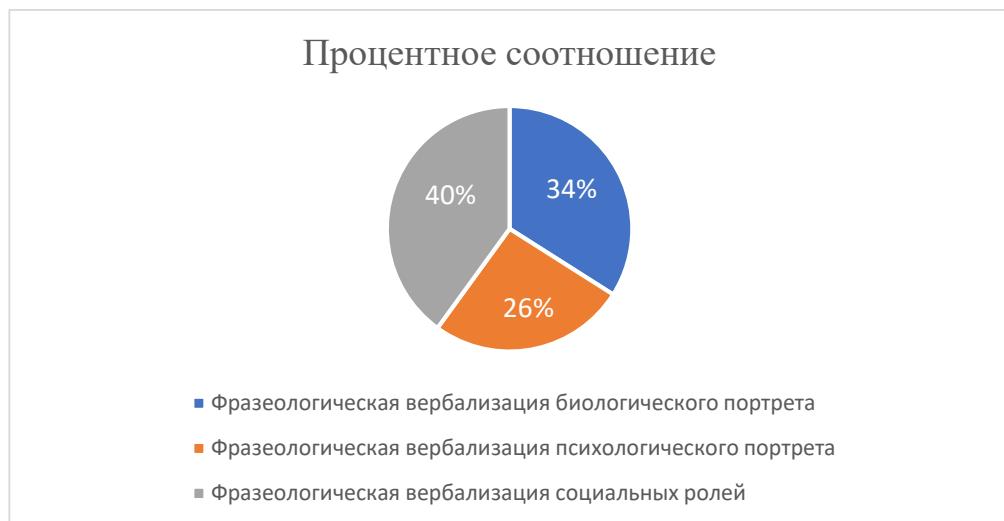
Количество фразеологизмов и паремий с семантикой внешнего вида женщин преобладает над единицами подгруппы с семантикой возраста и составляет 82%. Данная подгруппа репрезентирует женщин как привлекательных и красивых, указывает на то, что им свойственно тщательно следить за своей внешностью. Например, метафора *llevar buenos bajos* – «быть опрятной, чистоплотной», *tener buenas barbas* – «быть миловидной, привлекательной», метафоры *no ser de malos bigotes/tener buenos bigotes/no*

tener malos bigotes – «быть привлекательной», *llevarse a los hombres de calle* – «привлекать всеобщее внимание, приковывать взоры», *parecer/ser una pella de oro* – «быть очень красивой, блестать красотой» (сравнение со сплавом золота), *estar de recipro* – «приодеться, принарядиться», *capaz de hacer pecar a un santo* – «чертовски хорошенъкая, обольстительная» (репрезентированные женщины как грешницы), *como un sol* – «красивая, прелестная, очаровательная» (сравнение с солнцем), *estar de/en venta* – «красоваться, выставляться напоказ» (о женщине, проводящей много времени у окна), *hacer ventana* – «сидеть у окошка, чтобы привлечь к себе внимание, красоваться», *estar de aparador* – «принарядиться в ожидании гостей», метафора *canela con tilín* – «красивая женщина» (сравнение с корицей), *de la reina para abajo* – «прекрасный пол», *como (las) rosas de abril/de mayo/como la rosa en verano* – «красивая, пригожая, цветущая» (сравнения с розой), *es usted más salada que sardina de cuba* – «вы просто прелесть» (сравнение с сардиной), *buen trapío* – «красивая, нарядно одетая женщина», *estar tres piedras* – «быть очень привлекательной, соблазнительной», *penca de mujer* – «красотка, красавица; есть на что поглядеть», *llevarse a los hombres de calle* – «привлекать всеобщее внимание, приковывать взоры», *como claveles* – «на загляденье» (сравнение с гвоздикой), *cara de buenos días* – «привлекательная, хорошенъкая женщина», метафора *brazo de mar* – «красивая, нарядно одетая женщина», метафора *azúcar y canela* – «красотка; глаз не отвести», метафора *arrabal de la gloria* – «вот красотка!», метафора *buena semilla/simiente* – «красавица!».

Однако, в нашем исследовании мы также отметили наличие фразеологических единиц, дающих противоположную характеристику внешнему виду женщин, репрезентируя их некрасивыми, полными и неопрятными. В данном случае прослеживаются частые сравнения женщины с такими отрицательными образами как ведьма, клещ, дьявол, мул и т.д. Например, *como las brujas* – «закуталась как мумия; вся в черном, как монашка» (сравнение с ведьмами), *estar tuy casera* – «быть одетой кое-как, небрежно» (сравнение с домохозяйкой), метафора *gata parida/gata de azotea* –

«дрнная кошка, выдра», *hecho una pelota* – «кубышка», *como una percha* – «неуклюжая, нескладная; платья на ней не имеют» (сравнение с вешалкой), *pilón con chupa* – «кубышка», *como teclas de un piano* – «потрепанная, потасканная женщина» (сравнение с клавишами пианино), *parece una garrapata* – «сущая каракатица, жаба (о низкорослой женщине уродливого сложения)», *penca de guano* – «некрасивая и неуклюжая женщина», *pecho de palo/tabla* – «плоскогрудая женщина», *jde popa redonda!* – «ну и корма! (о толстозадой женщине)», метафора *pelos de demonio/diablo* – «растрапанная, непричесанная, взлохмаченная женщина» (сравнение женщины с дьяволом), *como un mulo de varas* – «сущая лошадь» (сравнение с мулом, в значении крупной, нескладной женщины), метафора *es el arrabal del infierno* – «ну и уродина, кикимора, страшна как смертный грех».

Рисунок 4.



Паремия *como la adelfa, que echa la flor muy bonita y luego amarga* – «красна ягодка, да на вкус горька» сравнивает женщину с олеандром и репрезентирует широко распространённый стереотип о внешней красоте женщин, но плохом внутреннем мире.

Вторая подгруппа, затрагивающая семантику возраста женщин, состоит из наименьшего количества единиц и составляет 18%. При анализе мы выявили, что в испанском языке женщины представляются как молодыми, так и пожилыми в равной степени. Во втором случае некоторые фразеологические единицы несут негативную окраску. Например, *buen/guapa/real moza* –

«молодая женщина», метафора *da las doce antes de hora* – «из молодых да ранняя», *en estado de merecer* – «на выданье», метафора *capullo de rosa* – «молоденькая девушка, бутончик» (сравнение с бутоном розы), метафора *escoba vieja* – «старая кляча» (сравнение со старой метлой), *como la vieja Quintañona* – «чудная старушенция, старая чудачка» (сравнение с женщиной, которой больше 100 лет), *raba verde* – «молодящаяся старуха», *como la vieja del candilejo* – «забавная старушка, старушенция» (аллюзия на старушку из пьесы «*La vieja del candilejo*», опубликованной Хосе Марией Репульес).

Фразеологическая вербализация психологического характера является второй по величине группой. Фразеологические единицы с семантикой характера составляют 90%.

При анализе фразеологизмов испанского языка данной подгруппы мы выявили, что чаще всего женщины репрезентируются гордыми, хитрыми и капризовыми, что является схожим с единицами английского языка. Например, *como las mujeres embarazadas* – «капризный, привередливый» (сравнение с беременной женщиной), *más coqueta que una perdiz* – «горделивая, важная как куропатка» (сравнение с куропаткой), *como la abridera* – «с капризами; обидчивая» (сравнение с персиком), метафора *pájara pinta* – «ловкая, хитрая женщина» (сравнение с пятнистой птицей), метафора *ser buena/mala pécora* – «стервозная, дрянная баба», *tener en las faldas* – «держать при себе, ни на шаг не отпускать от себя кого-либо», метафора *yegua rabona* – «грубая, наглая, сварливая женщина» (сравнение с кобылой), *donde el diablo no puede, recurre a la mujer* – «там, где черт бессилен, он посыпает женщину» (репрезентация женщины как слуги дьявола). Такие идиомы с негативным оттенком как *¿quién es ella?*, метафоры *cuestión de faldas* и *hay faldas por medio* в значении «ищите женщину – в ней все дело!» характеризуют женщину как причину всех бед и указывают на ее плохой характер. Отмечается и такая характеристика женщин как «непоседа, егоза» – метафора *barrilete sin cola* – «непоседа, юла, попрыгунья», метафора *cabra montés* – «непоседа, егоза» (сравнение с дикой козой).

Более того, мы выявили наличие единиц, указывающих на такую черту характера как болтливость, которая также присутствует и в английском языке: *esto parece una pajarera* – «настоящий птичий базар, трещат как сороки» (сравнение с клеткой для птиц), *buen collar se pierde* – «скажешь курице, а она — всей улице», метафора *vaca huertera* – «кумушка, сплетница» (сравнение с садовой коровой), *cacarear más que una gallina* – «болтать, молоть языком, тараторить» (сравнение с курицей).

В то же время, мы обнаружили наличие единиц, которые указывают на то, что женщины потерпели неудачу в отношениях с мужчиной и остались ни с чем: *quedarse aderezada/compuesta y sin novio*, *quedarse una arrebolada y sin visita* в значении «остаться при пиковом интересе».

Другими качествами женщин являются жеманность и кокетливость, а также привлечение интереса противоположного пола. Например, *gata de Marí-Ramos* – «жеманница», *más coqueta que un mirlo* – «очень кокетливая» (сравнение с черным дроздом), *admitir/tomar varas* – «охотно принимать ухаживания, знаки», *la dama de la media almendra* – «жеманница, кокетка», *como dama sin galán* – «без чего-либо необходимого; как без рук» (сравнение с женщиной, у которой нет кавалера), *cazar con liga* – «вести себя вызывающе, привлекать нескромные взгляды».

Однако, мы также отметили наличие единиц с противоположным значением, которые демонстрируют такие черты характера как добродорядочность, непорочность и воспитанность. Например, *tuja de bien* – «порядочная женщина», метафора *cielo sin mancha/nubes* – «женщина безупречного поведения», *casta/pura como la nieve* – «непорочная, невинная, целомудренная» (сравнение со снегом), *más pura que el ave del paraíso* – «невинная, целомудренная, чистая как голубка» (сравнение с райской птицей), *andar en trenza y cabello* – «быть простодушной, простой».

Также, мы выявили, что женщинам присущи такие черты характера как решительность, стойкость и трудолюбие, отражающие стереотипы маскулинности. Например, *tuja de digo y hago* – «решительная женщина»,

como la mujer de Ulises – «стойкая, как Пенелопа» (аллюзия на Пенелопу, персонажа из «Одиссеи» Гомера), метафора *hecha una ratita* – «трудолюбивая, работающая» (сравнение с крысой).

Такие метафоры как *tener (muchas) sal, tiene jiribilla* в значении «в ней есть изюминка» репрезентируют женщин как неповторимых и оригинальных.

При анализе фразеологической вербализации интеллектуальных способностей (10%) мы обнаружили фразеологические единицы, указывающие на женскую глупость и их сравнение с курицами, как и в английском языке. Например, *las mujeres a la cocina* – «не женского ума это дело» (отражение роли женщины как домохозяйки), *más tonto que las gallinas de noche* – «глупая как пробка» (сравнение с курицей), метафора *cabello luengo y corto el seso* – « волос длинный - ум короткий», *reírse como una tonta* – «быть хохотушкой».

Последняя группа – фразеологическая вербализация социальных ролей – содержит наибольшее количество единиц и насчитывает 22% в группе с семантикой семейных отношений и 78% в группе с семантикой социального положения.

Как и в английском языке, мы выявили, что концепт матери и жены является основным признаком феминности. Например, *parir como un cui* – «быть плодовитой как морская свинка» (сравнение с морской свинкой), *salir de su cuidado* – «родить», *como gata/las gatas en Enero* в значении «женщина или девушка, которой не терпится выйти замуж» (сравнение с кошкой), метафора *buena tierra (para siembra)* – «плодовитая женщина, воплощенное плодородие» в значении земля, идеальная для посева.

Концепт незамужней женщины, девушки на выданье также присутствует в испанском языке: *estado honesto* – «девичество; семейное положение незамужней женщины», *estar de saca* – «быть на выданье», метафора *liebre corrida* – «одинокая, незамужняя женщина» (сравнение с зайцем).

Другой характеристикой женщин является хозяйственность. Однако, многие фразеологические единицы также указывают на роль женщины как главы семьи, которая держит под каблуком своего мужа. Часто, женщины отождествляются с имплицитно выраженнымими чертами характера мужчин. Например, метафоры *calzarse/ponerse las bragas* – «верховодить в семье, заправлять всеми делами, командовать всем домом», *calzarse/ponerse los calzones* – «держась мужа под каблуком», *calzarse/llevar/ponerse los pantalones* – «главенствовать, верховодить, командовать в доме», *la casa huele a hombre* – «сразу видно, кто хозяин в доме; сразу видать хозяина!» (о семье, где верховодит жена), *mujer de su casa* – «хорошая хозяйка, домовитая, хозяйственная женщина». Идиома *¡a fregar!* – «ступай-ка на кухню!» используется в отношении женщины и указывает на распространённый стереотип о том, что место женщины на кухне.

Такая единица как *caballo, mujer y escopate a nadie se prestan* – «лошадь, жену и ружье – не одолживай никому» демонстрирует стереотип о том, что мужчины воспринимают женщины как вещь.

Подгруппа, репрезентирующая положение женщин в обществе, в большей степени указывает на их низкий статус и профессию девушки легкого поведения. Например, *de la carrera* – «уличная, публичная женщина», *de cáscara amarga* – «женщина легкого поведения», метафора *ganar con su cuerpo* – «продаваться, торговать своим телом», *arrastrar el guardapiés por las calles* – «вести распутную жизнь», *mujer de mala nota/de vida alegre/del arte/del partido/de punto/de la vida airada/de mala vida* – «женщина легкого поведения», метафора *echarse al mundo* – «пойти на панель», метафора *chaleco desorejada/sin botones* – «беспутная женщина, потаскуха» (сравнение с жилетом без пуговиц), *dama cortesana* – «куртизанка», *dama de los veinte novios* – «ветреница, вертихвостка», *cortar las faldas* – «разрезать юбку (позорное наказание, которому подвергались проститутки)», *hacer sala* – «выйти в гостиную к гостям (о женщинах в публичном доме)», *una tal* – «падшая женщина, проститутка», *pila de agua bendita* – «доступная женщина»

(сравнение с купелью со святой водой), *pendón de Cuaresma/de Semana Santa* – «потаскуха» (сравнение с грешницей), *moza de fortuna/del partido/de vida* – «продажная женщина», *moza alegre* – «женщина легкого доведения», *gente de mal vivir* – «продажные, распутные женщины», *ave nocturna/de noche* – «уличная женщина, проститутка» (сравнение с птицей), *mujer mala/mundana/perdida/pública/alegre/galante/libre/licenciosa* – «публичная, продажная женщина».

Также, проанализированный нами материал указывает на то, что женщинам свойственно занимать должности более низкого статуса, такие как прислуга и горничная: *mujer de gobierno* – «экономка, домоправительница; ключница», метафора *tomar el velo* – «уйти в монастырь», *como retiro de monja* – «скромно обставленный, похожий на монашескую келью (о жилище женщины)», *moza de cámara* – горничная, *moza de cántaro* – «прислуга, служанка».

Однако, фразеологический фонд испанского языка также содержит единицы, репрезентирующие богатых и светских женщин. Например, метафора *relucir la espalda a uno* – «иметь большое, богатое приданое», *como una reina/hecha una reina* – «по-царски, как барыня» (сравнение с королевой), *dama de honor* – «знатная дама, фрейлина, придворная дама», *ser muy dama* – «быть настоящей дамой, держаться с большим достоинством», *señora de honor* – «придворная дама», *dé las de sombrero* – «элегантная женщина; дама из общества», *entrar/presentarse en sociedad* – «первый раз появиться в обществе, в свете», *presentar en sociedad a una muchacha* – «вывезти девушку в первый раз в свет».

Мы пришли к выводу, что при репрезентации внешности в испанский фразеологии женщины используются противоположные концепты. Так, женщины изображаются как молодыми, красивыми и привлекательными, так и наоборот пожилыми, полными и неопрятными.

Подавляющее большинство фразеологических единиц носит негативную оценку в отношении женщины и характеризует её как гордую,

хитрую и болтливую, а также приписывают ей низкий интеллект и сравнивают ее с курицей.

Было обнаружено, что концепт матери и жены является основным признаком феменинности. Также фразеологический фонд испанского языка содержит большое количество единиц, репрезентирующих женщину легкого поведения.

Анализ стилистических средств продемонстрировал наибольшее количество единиц (94 единицы), в сравнении с фразеологизмами как английского языка с гендерной маркированностью маскулинности и феменинности, так и единицами испанского языка с гендерной маркированностью маскулинности.

Количество метафор составляет 38 единиц, среди которых мы выделили гастрономические (3 единицы; например, *canela con tilín, azúcar y canela*), зоологические (7 единиц; например, *pájara pinta, gata parida, escoba vieja*), природные (3 единицы; например, *capullo de rosa, buena tierra para siembra*), а также единицы с негативной оценкой (2 единицы; например, *pelos de demonio/diablo, es el arrabal del infierno*).

Количество сравнений составляет 31 единицу, среди которых зоологические (11 единиц; например, *como un mulo de varas*), гастрономические (2 единицы; например, *es usted más salada que sardina de cuba, como la abridera*), природные (7 единиц; например, *como un sol, como la rosa en verano*), предметно-бытовые (2 единицы; например, *como una percha, como teclas de un piano*) и сравнения с негативной оценкой (3 единицы; например, *como las brujas, más tonto que las gallinas de noche*).

Фразеологически единицы, содержащие в себе эпитеты (23 единицы) в большей степени репрезентируют падшую женщину и носят отрицательный характер.

Было обнаружено 2 единицы с аллюзиями к известным женским персонажам: *como la mujer de Ulises* (аллюзия к Пенелопе, персонажу из

‘Одиссеи’ Гомера), *como la vieja del candilejo* (аллюзия к старушке из пьесы «La vieja del candilejo», опубликованной Хоше Марией Репульес).

Анализ фразеологического фонда английского и испанского языков продемонстрировал как схожие стереотипы фемининности, так и отличающиеся. Так, фразеологическая вербализация биологической картины в обоих языках репрезентирует красивую, молодую или молодящуюся женщин в возрасте. Однако, испанской лингвокультуре также свойственно характеризовать женщину неопрятной.

Психологический портрет наделяет женщин такими негативными стереотипными чертами характера как хитрость, коварство, болтливость, а также приписывает низкие интеллектуальные способности. В обоих языка женщина сравнивается с инфернальными образами. В испанском языке также были найдены единицы, характеризующие женщину кокетку, что не прослеживается в английском языке.

Фразеологическая вербализация социальных ролей репрезентирует домохозяйку, чье место на кухне. Однако, в испанском языке также прослеживается тенденция приписывать женщине роль главы семьи, которая контролирует мужа. Для испанской лингвокультуры характерно демонстрировать незамужнюю девушку на выданье, в то время как в английском языке преобладают единицы с семантикой старой девы. В обоих языках прослеживаются низкое положение женщины и профессия девушки легкого поведения. Компаративный анализ стереотипов о женщинах в английском и испанском языках представлен в таблице (Табл.3.).

Таблица 3. Стереотипы фемининности.

Английский язык	Испанский язык
Фразеологическая вербализация биологической картины	
<i>Perfect picture</i>	<i>Ser una pella de oro</i>
<i>A bit of skirt</i>	<i>Estar muy casera</i>
<i>Mutton dressed like a lamb</i>	<i>Raba verde</i>
<i>A dolly bird</i>	<i>Capullo de rosa</i>
Фразеологическая вербализация психологического портрета	
<i>Women are necessary evils</i>	<i>Donde el diablo no puede, recurre a la mujer</i>
<i>There is a witch in it</i>	<i>Más coqueta que una perdiz</i>
<i>Beauty is but skin deep</i>	

<i>A woman's hair is long, her tongue is longer Clinging vine A whistling woman and a crowing hen are neither fit for god nor men</i>	<i>Como la adelfa, que echa la flor muy bonita y luego amarga Cacarear más que una gallina Más coqueta que un mirlo Cabello luengo y corto el seso</i>
Фразеологическая вербализация социальных ролей	
<i>A woman's place is in the home Men make houses, women make homes Old maid A woman of pleasure</i>	<i>Parir como un cui Mujer de su casa Estar de saca Ave nocturna</i>

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проведенный анализ 517 фразеологизмов и паремий английского и испанского языков послужил репрезентативным материалом для выявления существующих гендерных стереотипов в английской и испанской лингвокультурах. Мы пришли к выводу, что фразеологические единицы, содержащие в семантике гендерные характеристики, формируют особый пласт английской и испанской фразеологии. На основе проведенного нами анализа мы выявили, что большая часть традиционно устоявшихся стереотипов о внешности мужчины и женщины, их характере, интеллектуальных способностях и социальных ролях находит отражение в современном сознании людей и подтверждается во фразеологическом фонде английского и испанского языков.

Вербализация биологической картины и мужчин, и женщин репрезентирует их именно так, как люди привыкли представлять, основываясь на устоявшихся образах, стереотипах общества и средств массовой информации. Наибольшее количество фразеологических единиц английского и испанских языков описывают красивых и привлекательных мужчин как молодых возраста, так и пожилых. Однако, фразеологизмы, репрезентирующие молодых мужчин чаще всего, содержит негативную коннотацию, в то время как репрезентирующие пожилых мужчин, наоборот, оцениваются положительно. Женщина как в английском, так и в испанском языках чаще всего представляется юной привлекательной девушкой. Отмечается частое использование эпитетов и метафор, характеризующих внешний вид мужчин и женщин и отражающих многообразие лексики английского и испанского языков.

Наиболее важным и существенным параметром при выявлении гендерного потенциала фразеологических единиц является психологический портрет, который включает в себя внутренний и духовный мир человека. Фразеологический корпус английского и испанского языка не фиксирует

значительных различий в интеллектуальных способностях мужчин, фразеологические единицы используются в основном с коннотацией высокого интеллекта. Подгруппа с семантикой характера мужчины наделяет его положительными качествами, такими как смелость, отвага, честность и порядочность. Проанализированный материал показал частое использование прецедентных имен английских, испанских и итальянских литературных образов, содержащих характеристику психологического портрета мужчин.

Однако, фразеологические единицы с гендерной маркированностью фемининности, наоборот, характеризуют более негативные, безнравственные качества (например, хитрость, коварство, ненадежность). Фиксируется частое сравнение с дьяволом и ведьмой как в английском, так и в испанском языках. В отличие от мужчин женщины чаще всего репрезентируются глупыми, сравниваются с курицей, на что указывает наличие зоомонимов. Но в английском языке отмечается наличие единиц, указывающих на высокоразвитую интуицию, как положительное качество женщин.

Последняя группа фразеологическая вербализация социальных ролей в особенности совпадает с репрезентирующими образами мужчин и женщин. В английской и испанской лингвокультурах в равной степени указываются роли мужчин и женщин в семье. Мужчинам характерно исполнять роль главы семьи, а в английском языке также отмечается тенденция разделения с женщиной ее роли домохозяйки. Что касается женщин, то наблюдается двоякое отношение. Негативная оценка указывает на низкий статус, а также женщин легкого поведения. С положительной стороны оценивается роль женщины как хранительницы очага.

Таким образом, мы выявили, что англичане и испанцы представляют укоренившиеся образы маскулинности и фемининности, которые являются стереотипными представлениями о внешности, интеллекте и социальном положении мужчин и женщин. Эти образы считаются актуальными и в современном мире, несмотря на обратное отношение людей в отношении мужчин и женщин и их социальных ролей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наше исследование было выполнено в рамках актуального и перспективного направления – гендерной лингвистики. В соответствии с поставленными задачами мы проанализировали подходы к описанию и определению термина «гендер». В связи с тем, что гендерная лингвистика является достаточно новым направлением в науке, насчитывается большое количество работ, посвященных данному направлению.

В отличие от прошлого века, когда люди мирились с существующей стратификацией полов, адаптировались под половые различия и выполняли предписанные им роли, то сегодня конфликт полов является частой темой для дискуссий и исследований.

Проблема гендера интересовала многих отечественных и зарубежных ученых (Т. Парсонс, Р. Столлер, С. Бем, Р. Лакоф, П. Е. Астафьева, А. В. Кириллина и др.), благодаря чему было проведено много исследований в различных науках (психология, философия, лингвистика и другие).

Объектом исследования гендерной проблематики часто выделяют гендерные стереотипы, которые создают определенные образы маскулинности и фемининности, укоренившиеся в сознании людей каждой лингвокультуры на протяжении веков.

Для исследования гендерных стереотипов ученые многократно анализировали фразеологический фонд языков, так как именно фразеологические единицы несут в себе отношение определенной нации к «мужскому» и «женскому». Язык конструирует гендерные стереотипы на ментальном уровне общественного и индивидуального сознания, отображается модель поведения мужчин и женщин в современном мире.

Но в связи с актуальными проблемами, изменениями в традиционных ролевых структурах мужчин и женщин, в человеческом самосознании появляются новые черты, которые присущие обоим полам. Таким образом,

гендерные стереотипы продолжают исследоваться, вследствие перемен в сознании человека и его отношения к фемининности и маскулинности.

Мы провели анализ 517 фразеологических единиц английского и испанского языков, включая паремические речения, с целью выявить существующие гендерные стереотипы о маскулинности и фемининности. Мы исследовали три контекстуальные группы: фразеологическая вербализация биологической картины, фразеологическая вербализация психологического портрета и фразеологическая вербализация социальных ролей. Результатом проделанной нами работой стал вывод о том, что самой многочисленной группой является фразеологическая вербализация психологического характера, которая указывает на устоявшиеся образы как мужчин, так и женщин в отношении их интеллектуальных способностей и черт характера.

Репрезентация мужчин как надежных и мужественных указывает на положительное отношение английской и испанской лингвокультур в отношении мужчин, их черт характера. Однако, для женщин характерна обратная более негативная оценка, так как в большей степени отмечается именно их глупость и безнравственность.

Анализ языка показал, что англичанам и испанцам свойственно употреблять сравнения и, соотнося мужчин и женщин с животными, природными явлениями и продуктами питания, наделять их характерными чертами. Отмечается большое количество эпитетов и метафор в описании внешнего вида мужчин и женщин и их способностей, что указывает на богатый лексический уровень обоих языков.

Таким образом, фразеологический фонд английского и испанского языков послужил подходящим материалом для исследования и выявления гендерных стереотипов, которые распространены в английском и испанском обществах и оказывают влияние на сознание человека. Восприятие образа мужчины и женщины в основном формируется под влиянием национальных гендерных стереотипов, которые находят свое выражение во фразеологических единицах.

Проведённый нами анализ продемонстрировал андроцентризм и сексизм языка. Языковые гендерные асимметрии в рассмотренных нами фразеологических единицах показывают, что во фразеологическом фонде испанского и английского языка сохранились традиционные социальные стереотипы, а также отражаются некоторые образы, транслируемые современным масс-медийным и рекламным дискурсом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеев В. С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // Вопросы психологии. 1987. №2. С. 152-158.
2. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (На материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках). Казань: Издательство Казань, 1989. 125 с.
3. Астафьев Я. У. Экономика любви: формирование гендерных стереотипов // Социс. 2002. 1. С. 127-134.
4. Аткинсон Р. Л. и др. Введение в психологию. Пер. с англ. Москва: Прайм-Еврознак, 2003. 672 с.
5. Балли Ш. Французская стилистика. Москва: Эдиториал УРСС, 2001. 392 с.
6. Бендас Т. В. Гендерная психология. Санкт-Петербург: Питер, 2005. 431 с.
7. Берн Ш. Гендерная психология: законы мужского и женского поведения. Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2004. 320 с.
8. Божанова Н. Г. Гендерные исследования в лингвистике: история, современность. Перспективы // Вестник Тамбовского университета. 2012. 5. С. 69–74
9. Вишнякова О. В. Лингвокультурологическое описание гендеров в лексикографии: На материале анализа мифологических персонажей: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ярославль, 2006. 211 с.
10. Волошина К. С. «Фразеологизм как средство концептуализации понятия гендер (на материале английского и русского языков)»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Нальчик. 2010. 25 с.
11. Воронина О. А., Клименкова Т. А. Гендер и культура // Женщины и социальная политика (гендерный аспект), 1992. С. 10-22.

12. Воронцов Д. В. Гендерные исследования в социальной психологии: границы поля // Российский психологический журнал. 2009. С. 8- 18.
13. Гендер // Словарь гендерных терминов [Электронный ресурс]. 2002. URL: <https://goo.gl/4q7rHM> (дата обращения 04.04.2018).
14. Горинова О. В. Некоторые проявления сексизма на грамматическом уровне (на материале феминистских исследований в испанском языке) // Вестник РУДН. Серия «Лингвистика». 2006. Вып. 4. С 87- 91.
15. Григорян А. А. Состояние и перспективы гендерной лингвистики на западе в конце ХХ – начале ХХI веков: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2005. 32 с.
16. Дашиева С. Ц-Д. Гендерная специфика во фразеологии // Вестник БГУ. 2011. С. 67-70.
17. Денисова И. В. Особенности передачи гендерного аспекта в переводе художественного произведения: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Челябинск, 2011. 183 с.
18. Ермакова Л. А. Гендерные оппозиции в ономастическом пространстве поэзии Марины Цветаевой // Ярославский педагогический вестник. 2013. Вып. 2. С 146-149.
19. Ерохина Л. Д. Гендерология и феминология: учеб. пособие. Владивосток: ВГУЭС, 2005. 152 с.
20. Зыкова С. А. Специфика реализации концепта «мужественность» в языковой картине мира (на материале русского и испанского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Тюмень, 2009. 22 с.
21. Зыкова С. А. Сравнительные особенности лексико-семантического выражения концепта «мужественность» в русскоязычной и испаноязычной лингвокультурах // Вестник НГГУ. 2010. Вып. 3. С 50-55.
22. Ильин Е. П. Пол и гендер. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 688 с.

23. Ильиных С. А. Гендерные стереотипы как лабиринт повседневности мужчин и женщин // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. 10. С. 10-13.
24. Исмагулова Г. К. «Лингвокультурологический аспект гендерных отношений: сопоставительный аспект: На материале русского, немецкого и казахского языков»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Челябинск, 2005. 23 с.
25. Кирилина А. В. Гендер: Лингвистические аспекты. Москва: Издательство «Институт социологии РАН», 1999. 180 с.
26. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. Москва: Российская политическая энциклопедия, 2004. 252 с.
27. Кирилина А. В. Гендерные компоненты этнических представлений // Гендерный фактор в языке и коммуникации. 1999. 446. С. 67– 78.
28. Кирилина А. В. Развитие гендерных исследований в лингвистике // Филологические науки. 1992. 2. С. 51-58.
29. Кирюшина Л. Ю. О влиянии гендерных стереотипов на расследование преступлений, совершаемых женщинами // Известия АлтГУ. 2012. Вып. 74. С. 104-108.
30. Клецина И. С. Практикум по гендерной психологии. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 479 с.
31. Кондрашихина О. А. Дифференциальная психология. Киев: Центр учебной литературы, 2009. 232 с.
32. Коноплева Н. В. «Фразеологические единицы, характеризующие лиц мужского пола, в английском и русском языках»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Казань, 2009. 22 с.
33. Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. Москва: Живой язык, 1984. 944 с.
34. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Москва: Дубна «Феникс», 1996. 381 с.

35. Кутьева М. В. Когнитивная специфика испанского гендера // Вестник РУДН. Серия «Вопросы образования: языки и специальность». 2010. Вып. 3. С 41-48.
36. Левинтова Э. И. Испанско-русский фразеологический словарь: 30000 фразеологических единиц. Москва: Русский язык, 1985. 1080 с.
37. Липпман У. Общественное мнение. Пер. с англ. Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
38. Мисиева Л. А. «Гендерная фразеология аварского языка в сопоставлении с английской»: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. Махачкала. 2009. 155 с.
39. Насруллаева Н. З. Способы выражения коннотаций гендерно маркированных фразеологических единиц современного английского языка // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. 27. С. 135-139.
40. Павленко Н. А. Гендерный компонент в семантике английских фразеологических единиц // Філологічні трактати. 2013. №2. С. 87-92.
41. Павлищева Я. А. Фразеология как источник гендерных стереотипов (на материале английского языка). [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://goo.gl/cz7m56> (дата обращения 15.02.2018).
42. Писанова Т. В. Национально-культурные аспекты оценочной семантики: Эстетические и этические оценки. Москва: ИКАР, 1997. 320 с.
43. Платонов Ю. П. Основы социальной психологии. Санкт-Петербург: Речь, 2004. 624 с.
44. Полевая И. В. Речевые гендерные стереотипы и их реализация в российском аналитическом телевизионном дискурсе (на материале ток-шоу Диалог и В фокусе телеканала РБК-ТВ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 2014. 21 с.
45. Пушкарева Н. Л. Гендерная лингвистика и исторические науки // Этнографическое обозрение. 2001. 2. С. 31-40.
46. Рус-Брюшинина И. В. Национально-культурные особенности фразеологизмов (на примере русского и испанского языков) //

Фразеологические чтения памяти профессора В.А. Лебединской. Курган, 2006. С. 286-288.

47. Самарина В. С. Гендер во фразеологии: Когнитивно-лингвокультурологический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ставрополь, 2010. 28 с.
48. Соколова Е. А. Гендерные стереотипы в современных СМИ как инструмент коммуникации // Известия УрФУ. Серия: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. Вып.110. С. 71-77.
49. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
50. Фирсова Н. М. Современный испанский язык в Испании и странах Латинской Америки. Москва: Восток-Запад, 2007. 342 с.
51. Швейцер А. Д. Социолингвистика // Лингвистический энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1990. С. 481.
52. Якобина И. А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития // Вестник ИрГТУ. 2013. Вып. 72. С. 303-309.
53. Bem S. L. The lenses of gender: transforming the debate on sexual inequality. New Haven: Yale University Press, 1993. 256 p.
54. Broverman I. K., Sex-Role Stereotypes: A Current Appraisal // Journal of Social issues. 1972. № 2. 59-78 p.
55. Diccionario de la lengua española. La 23^a edición. Madrid, Real Academia Española, 2014.
56. Fishman P. Interaction: the work women do // Social problems. 1978. 24. P. 397-406.
57. Fiske S. T., Taylor S. E. Social cognition. New York: Addison-Wesley Pub. Co. 1984. P. 508.
58. García Meseguer A. ¿Es sexista la lengua española? // La tribuna. 2001. 3. 20-34 p.

59. García Moutón P. Así hablan las mujeres: curiosidades y topicos del uso femenino del lenguaje. Madrid: La Esfera, 2003. 227 p.
60. Hartman M. A descriptive study of the language of men and women born in Maine around 1900 as it reflects the Lakoff hypotheses in «Language and woman's place» // The Sociology of the language of American women. San Antonio. 1976. P. 81-90.
61. Lakoff R. Language and women's place // Language in society. 1975. 2. P. 45-76.
62. Lippmann W. Public Opinion. San Diego: Harcourt, Brace. 1922. 427 p.
63. López García Á., Morant R. Gramática femenina. Madrid: Catedra, 2005. 272 p.
64. Lozano I. D. Lenguaje femenino, lenguaje masculino. ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar? Madrid: Minerva Eds., 2005. 303 p.
65. Maunthner F. Beiträge zu einer Kritik der Sprache. Stuttgart: Cotta, 1921. 744 p.
66. Parsons T. Essays in Sociological Theory Pure and Applied. New York: Free Press, 1949. 366 p.
67. Stoller R. Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity. New York: Science House, 1968. 383 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Фразеологические единицы английского языка

1. ФЕ, описывающие гендерные стереотипы маскулинности.

Фразеологическая вербализация биологической картины:

A mountain of flesh – «высокий, толстый человек», *all legs and wings* – «неловкий, высокий подросток, не знающий, куда девать руки и ноги», *tall as a may-pole* – «человек высокого роста, верзила», *tall as a steeple* – «верзила», *string bean* – «жердь», *prince charming* – «прекрасный принц», *teddy boy* – «стиляга», *the answer to a maiden's prayer* – «завидный жених, красавец мужчина», *silk stocking* – «роскошно одетый мужчина», *it is not the gay coat that makes the gentleman* – «не элегантный пиджак делает человека джентльменом», *old boy* – «бодрый старик, старишка», *old as Methuselah* – «стар как Мафусаил, мужчины преклонных лет», *old geezer* – «старишка, старый хрыч», *old bloke/buffer/card/codger* – «старишка, старый хрыч», *sugar daddy* – «папик, старый ловелас-богач», *Jack the Lad* – «легкомысленный молодой человек», *to keep bachelor's hall* – «холостяк», *a man is as old as he feels and a woman as she looks* – «возраст мужчины определяется тем, как он себя чувствует, а женщины – как она выглядит».

Фразеологическая вербализация психологического портрета:

A stout heart – «смелый», *a heart of oak* – «храбрый, мужественный человек», *a man of courage* – «храбрый, мужественный человек», *a tough nut* – «решительный, твердый», *a man of his hands* – «храбрый/мужественный человек, мастер на все руки», *a man of the hour* – «герой дня», *cream puff* – «неженка, слабак, изнеженный человек», *a nancy boy* – «маменькин сынок», *to play the woman* – «трусить, быть бабой», *a white man* – «порядочный человек», *man Friday* – «Пятница, верный/преданный слуга», *square John* – «честный человек», *Mr. Clean* – «мистер Чистота», *blue-eyed boy* – «любимчик», *someone's right-hand man* – «надежный помощник», *smart Aleck* – «умник», *clever Dick* – «зазнайка», *a little tin god* – «человек, пользующийся незаслуженным

поклонением», *boys will be boys* – «мальчики всегда остаются мальчиками», *an ass with two panniers* – «осел с двумя корзинами», *to dance attendance on smb.* – «увиваться, бегать за кем-либо», *the ladies' man* – «мачо», *to rob the cradle* – «обокрасть колыбель», *a Casanova, a Don Juan, a gay Lothario* – «мужчина, который имеет любовные связи со многими женщинами», *to refresh one's inner man* – «подкрепиться, заморить червячка», *a way to a man's heart is through his stomach* – «путь к сердцу мужчины лежит через желудок», *caviar to the general* – «то, что считается слишком хорошим, ценным для обычного человека», *be the captain of one's soul* – «контролировать судьбу и будущее», *a Colonel Blimp, the old guard, a Don Quixote* – «человек со старомодными взглядами и идеями», *clever dog* – «умница, ловкий малый», *bright boy* – «способный мальчик», *a man of note* – «выдающийся, умный человек», *a man of many parts* – «очень умный человек, умеющий многое», *a man with the bark on* – «пещерный человек», *slow coach* – «медленно соображающий, туповатый человек», *lame under the hat* – «глупый, несообразительный», *simple Simon* – «Иванушка-дурачок».

Фразеологическая вербализация социальных ролей:

Man of the house – «глава семьи», *the house husband* – «домохозяин», *the New Man* – «новый мужчина», *family man* – «хороший семьянин», *a man about town* – «светский человек, прожигатель жизни», *a man of mark* – «видный, светский человек», *big man on campus* – «пользующийся авторитетом», *golden boy* – «популярный человек», *a man of position* – «человек, занимающий видное положение», *a man of means* – «состоятельный человек», *a man of family* – «человек знатного рода», *the leading man* – «видный деятель», *big boy* – «большая шишка», *key man* – «руководящее лицо», *a man of rank* – «человек высокого звания».

2. ФЕ, описывающие гендерные стереотипы фемининности.

Фразеологическая вербализация биологической картины:

Her face is her fortune — «красота - её единственное богатство», *perfect picture* – «привлекательная девушка», *a glamour girl* – «красотка», *a pin-up girl*

– «фотография красотки», *cover girl* – «девушка с обложки», *a bit of skirt* – «красотка», *a slick chick* – «милашка», *a pretty-pretty face* – «кукольное, смазливое лицико», *mutton dressed like a lamb* — «овца, разодетая как ягненок» *thunder chicken* – «физически непривлекательная женщина», *painted (up) to the eyes* – «размалеванная, сильно накрашенная», *a dolly bird* – «девушка-куколка, молоденькая девушка», *bread and butter miss* (шутл.) – «школьница, девочка школьного возраста», *bobbysoxer* – «юная девушка», *young thing* – «девчушка», *an old cat* (пренебр.) – «сварливая, злая старуха», *old geezer* (разг. пренебр.) – «старушка».

Фразеологическая вербализация психологического портрета:

Man, woman and devil are the three degrees of comparison – «Мужчина, женщина и дьявол – три степени сравнения», *women as the root of evil* – «женщины источник зла», *women are necessary evils* – «женщины – необходимое зло», *hell hath no fury like a woman scorned* – «в аду нет страшней фурии, чем отверженная женщина», *daughter of the horse-leech* – «ненасытная вымогательница, кровопийца», *please one's eye and plague one's heart* – «выйти замуж по расчету», *marry money* – «жениться на деньгах, выйти замуж за богатого», *there's a woman in it* – «здесь замешана женщина», *beauty is but skin deep* – «красота обманчива, нельзя судить по наружности», *a fair face may hide a foul heart* – «под красивой внешностью скрыта низкая душа», *women are vain: they'd rather be pretty than have a good brain* – «женщины слабы: им лучше быть симпатичными, чем умными», *a weak sister* – «ненадежный человек», *thy name is woman* – «непостоянство женщины зовется», *a woman laughs when she can and weeps when she pleases* – «женщина смеется, когда может, и плачет, когда ей вздумается», *a woman's hair is long, her tongue is longer* – « волосы у женщин длинные, а их язык длиннее», *a sieve will hold water better than a woman's mouth a secret* – «решето выдержит воду лучше, чем рот женщины тайну», *a woman always thinks it takes two to keep a secret* – «по мнению женщины, чтобы сохранить секрет, нужно два человека», *take the first advice of a woman and not the second* – «следуй первому совету женщины, но не второму», *women's*

instinct is often truer than men's reasoning – «женская догадка порой обладает большей точностью, чем мужская уверенность», *woman's instinct is often truer than a man's reasoning* — «женский инстинкт обладает большей точностью, чем мужская уверенность», *pretty Fanny's way* – «капризы, сумасбродные выходки», *Molly Coddle* – «капризная женщина, неженка», *sister Ann* – «верная, преданная подруга», *dragon lady* – «амбициозная женщина», *the iron lady* – «железная леди», *the girl next door* – «любящая, верная, миловидная, но “земная” и заурядная по уму девушка», *behind every great man there's great woman* – «муж — голова, а жена — шея», *an obedient wife commands her husband* – «послушная жена приказывает мужу», *women have long hair and short brain* – «у бабы волос долог, а ум короток», *the foolish woman says: stolen water is sweet, and bread eaten in secret is pleasant* – «глупая женщина говорит: “на халяву и уксус сладкий”», *when an ass climbs a ladder, we may find wisdom in a woman* – «когда осел вскарабкается по лестнице, мы можем встретить мудрость в женщине», *the wit of a woman is a great matter* – «разум женщины — большой вопрос», *it's a sad house where the hen crows louder than the cock* – «печален тот дом, где курица кричит громче петуха», *a whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men* – «женщине неприлично свистеть, а курице кукарекать», *dumb bunny* (амер. жарг.) – «дурочка», *cousin Betty* (разг.) – «слабоумная, дурочка», *a woman's reason* – «женская логика».

Фразеологическая вербализация социальных ролей:

A woman's place is in the home – «место женщины - в доме», *men make houses, women make homes* – «мужчина строит дом, а женщина делает его родным очагом», *a woman's work is never done* – «женский труд никогда не заканчивается», *do the honours (of the house, table, town, etc.)* – «выполнять обязанности хозяйки, радушно принимать гостей, оказывать гостеприимство», *to wear the trousers* – «верховодить в доме, быть главным в семье, держать мужа под каблуком», *better dead than unwed* – «лучше умереть, чем остаться незамужней», *dance barefoot* – «остаться старой девой», *old maid* – «старая дева», *an unappropriated blessing (шутл.)* – «невостребованное сокровище,

незамужняя женщина, старая дева», *be (left) on the shelf* – «остаться старой девой, не выйти замуж», *lead apes in hell (ирон.)* – «умереть старой девой», *woman of reputation* – «почтенная, пользующаяся хорошей репутацией», *golden girl* – «девушка, пользующаяся популярностью», *a woman of pleasure* – «продажная женщина, куртизанка», *a woman of the streets* – «уличная девка, проститутка», *scarlet woman* – «женщина легкого поведения, блудница», *the lady of Babylon* – «вавилонская блудница», *a woman of easy virtue* – «девушка по вызову», *a bit of meat* – «гулящая баба».

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Фразеологические единицы испанского языка

1. ФЕ, описывающие гендерные стереотипы маскулинности.

Фразеологическая вербализация биологической картины:

Gato parido/gato de azotea – «кощей», *hombre de malos pelos* – «мужчина с неприятной, подозрительной внешностью», *como tula de alquiler* – «очень худой, тощий, костлявый», *como un espárrago/triguero* – «долговязый как жердь», *hombre de buena cara* – «стройный, статный, подтянутый мужчина», *buen/real mozo* – «статный, рослый, ладный, бравый, молодцеватый мужчина», *guapo mozo* – «статный, бравый и красивый парень», *como un mástil* – «богатырь», *Juan y medio* «коротышка, недоросток, ростом не вышел», *hecho un señorito* – «нарядный, одетый с иголочки», *hecho un brazo de mar* – «богато, нарядно одетый мужчина», *penca de hombre* – «красавец мужчина, мужик что надо», *(párece que) van a rifarle* – «из-за него скоро подерутся», *príncipe azul/encantado* – «сказочный принц», *hombre mayor* – «старик», *más antiguo/viejo que Noé* – «стар как Мафусаил», *viejo petate* – «заносчивый старик», *como ciruela pasa* – «крепкий, сухощавый и жилистый старик», *hombre de días/de edad* – «пожилой, старик», *viejo verde* – «молодящийся старик», *cano y sano* – «моложавый, хорошо сохранившийся», *echárselas uno de hombre* – «строить из себя взрослого», *hacerse hombre* – «повзросльть, возмужать», *hombre hecho* – «взрослый, возмужалый мужчина», *con el biberón en la boca* – «юнец, молоко на губах не обсохло», *pollo de real y medio* – «мальчик в переходном возрасте», *niño bonito/gótico* – «франтоватый молодой человек».

Фразеологическая вербализация психологического портрета:

Como gato en Enero – «блудливый как мартовский кот», *ir con mujeres* – «путаться с женщинами (мужчине)», *arrastrar el ala/rascar el ala/vender listas/echar guaras aúna/hacer la caravana* – «ухаживать за женщиной», *pasear/rondar la calle a una mujer* – «бродить вокруг дома, под окнами возлюбленной», *soplar la dama a otro* – «отбить невесту у кого-либо», *andar a*

faldas – «волочиться за женщинами», *andar entre faldas* – «часто бывать в женском обществе», *decirle a una los ojos tienes negros* – «говорить комплименты», *hacer el oso a una* – «ухаживать за женщиной открыто, настойчиво», *hacer a rubias y a morenas* – «быть женолюбом, волочиться за всеми женщинами подряд», *tiene pilco* – «он пользуется успехом у женщин», *comer uno gallo muerto* – «влюбиться в девушку или женщину, бывшую невестой или женой другого», *hacer cícamonas a uno* – «нежничать, любезничать, ухаживать», *hacer el cebo* – «завлекать женщину», *andar a brujas* – «знаться с публичными женщинами», *Don Juan (Tenorio)* – «донжуан, женолюб, волокита», *cargar la tipa* – «подменить кого-либо на работе, давая ему возможность поухаживать за женщиной; отвлекать мать девушки разговорами, пока другой ухаживает за дочкой», *moverte el agua a una mujer* – «волочиться за женщиной, кружить голову», *hombre de orden* – «блеститель порядка», *hombre de pro/de provecho* – «честный, порядочный, добросовестный человек», *hombre cabal/completo* – «порядочный, честный, надежный человек», *hombre de bien/del todo* – «порядочный, честный, добросовестный», *hombre liso* – «бесхитростный, чистосердечный», *hombre de fiar* – «надежный, верный человек», *hombre de hecho/de palabra* – «человек слова, хозяин своего слова», *fajarse bien las bragas* – «показать, что такое настоящий мужчина», *hombre de pelea* – «решительный, боевой мужчина», *hombre de pelo en pecho* – «сильный и смелый, бесстрашный мужчина», *hombre de pecho* – «стойкий, уверенный и спокойный человек», *ser muy hombre* – «быть смелым, бесстрашным, быть настоящим мужчиной», *de hombre a hombre no va nada* – «смелчаки, храбрецы как на подбор», *portarse como un hombre* – «вести себя как настоящий мужчина», *hombre (muy) corrido* – «воробей, тертый калач», *hombre de calzones* – «смелый, бесстрашный, отважный мужчина», *hombre del día* – «герой дня», *hombre de entraña y de hígado/hombre de riñones* – «смелый мужчина, мужественный», *hombre de ñeque* – «сильный и смелый мужчина», *llevár los calzones puestos/tener los calzones bien puestos* – «быть смелым, твердым, быть настоящим мужчиной», *así se ven los hombres* – «покажи, что

ты настоящий мужчина, поглядим, на что ты способен!», *¿será boticario el amigo?, no duerme en las pajas* – «он парень не промах», *sabe dónde le aprieta el zapato, no es manco* – «он парень не промах», *no ser uno hombre de pelea* – «быть нерешительным, быть рохлей», *hombre para poco* – «трусоватый, мокрая курица, баба», *es poco hombre* – «он с этим не справится, это ему не по силам, кишка тонка», *buen hombre, pero mal sastre* – «он славный человек, но растяпа, шляпа» *cobarde como una mujer* – «боязливый, робкий, нерешительный, тряпка, баба», *no tener calzones* – «быть бабой», *un cuarenta y uno* – «женоподобный», *pobre hombre* – «наивный, бесхитростный, простак, дурак», *cobarde como una piña* – «трусливый как девчонка, робкий как девушка», *Juan Bimbe/Juan Bimbas* – «тряпка, рохля, балда, чурбан», *buen Juan/Juan de buen alma/Juan de las Viñas* – «наивный, простофиля, простачок», *Juan Lanas/Juan Vainas* – «бесхарактерный человек, баба, кисель, слабак», *Juan Palomo/Juan del Huerto* – «никчемный человек», *tiene menos aliento que un gorrión/pájaro* – «слабый, хилый, едва живой, он тряпка, слонтий, слабак, мокрая курица», *hombre de mucho seso* – «способный, толковый, человек с головой», *el hombre del siglo* – «выдающаяся личность», *hombre de ambas sillas* – «широко образованный человек, эрудит», *ser uno hombre de fortuna* – «преуспеть, сделать карьеру», *hombre lleno* – «образованный, ученый», *hombre de cabeza* – «способный, одаренный», *hombre de carrera* – «человек со специальным образованием, человек с учеными степенями», *hombre de estudios* – «специалист, ученый», *hombre de fondo* – «светлая голова», *hombrecillo de agua y lana* – «бестолковый, ноль без палочки», *hombre de pocas luces* – «необразованный, малограмотный», *más tonto que Pichóte* – «дурень, набитый дурак, олух царя небесного».

Фразеологическая вербализация социальных ролей:

Hombre de su casa – «домовитый, хозяйственный», *casado y con hijos* – «отец семейства», *padre de familia* – «глава семьи», *hacerse el amo* – «командовать, распоряжаться, хозяйничать», *ser el amo del baile/de la burra/del cotarro* – «быть хозяином», *dueño del argamandijo* – «начальник, хозяин,

голова», *ser uno el dueño de los cubos/del cuchillón/del hato* – «командовать, распоряжаться в доме», *montado en la cruz de los pantalones* – «ведущий себя как хозяин», *cabeza de familia* – «глава семьи», *ser uno un rey en su casa* – «быть, полновластным хозяином в своем доме», *barba honrada* – «почтенный муж», *¡mi marido está con otra!* – «Не иначе — муж изменил!», *hombre de capa negra* – «светский, респектабельный человек», *hombre de copete* – «влиятельный человек, важная персона, человек с положением в обществе», *hombre de dinero/de fondos* – «богач, капиталист, денежный мешок», *hombre de distinción/de manera* – «знатный, родовитый человек, аристократ», *hombre de estofa* – «почтенный человек, уважаемая личность», *hombre de mundo* – «светский человек», *hombre de nada* – «бедняк, человек незнатного, низкого происхождения», *mozo de labranza* – «батрак, сельскохозяйственный рабочий», *mozo de campo y plaza* – «слуга, работавший и по хозяйству, и по дому», *mozo de paja y cebada* – «уст. слуга на постоялом дворе», *parecer/ser uno un pollo de agua* – «быть франтом, щеголем, пижоном», *parecer uno un pollo en rifa* – «привлекать всеобщее внимание, собрать публику вокруг себя», *gastar como un principe* – «сорить деньгами», *portarse como un principe* – «держаться важно, строить из себя важную персону», *está hecho un principe* – «живет по-царски».

2. ФЕ, описывающие гендерные стереотипы фемининности.

Фразеологическая вербализация биологической картины:

Llevar buenos bajos – «быть опрятной, чистоплотной», *tener buenas barbas* – «быть миловидной, привлекательной», *no ser de malos bigotes/tener buenos bigotes/no tener malos bigotes* – «быть привлекательной», *llevarse a los hombres de calle* – «привлекать всеобщее внимание, приковывать взоры», *parecer/ser una pella de oro* – «быть очень красивой, блестать красотой», *estar de recibo* – «приодеться, принарядиться», *capaz de hacer pecar a un santo* – «чертовски хорошенькая, обольстительная», *como un sol* – «красивая, прелестная, очаровательная», *estar de/en venta* – «красоваться, выставляться напоказ», *hacer ventana* – «сидеть у окошка, чтобы привлечь к себе внимание,

красоваться», *estar de aparador* – «принадлежать в ожидании гостей», *canela con tilín* – «красивая женщина», *de la reina para abajo* – «прекрасный пол», *como (las) rosas de abril/de mayo/como la rosa en verano* – «красивая, пригожая, цветущая», *es usted más salada que sardina de cuba* – «вы просто прелесть», *buen trapío* – «красивая, нарядно одетая женщина», *estar tres piedras* – «быть очень привлекательной, соблазнительной», *penca de mujer* – «красотка, красавица; есть на что поглядеть», *llevarse a los hombres de calle* – «привлекать всеобщее внимание, приковывать взоры», *como claveles* – «на загляденье», *cara de buenos días* – «привлекательная, хорошенъкая женщина», *brazo de mar* – «красивая, нарядно одетая женщина», *azúcar y canela* – «красотка; глаз не отвести», *arrabal de la gloria* – «вот красотка!», *buena semilla/simiente* – «красавица!», *como las brujas* – «закуталась как мумия; вся в черном, как монашка», *estar muy casera* – «быть одетой кое-как, небрежно», *gata parida/gata de azotea* – «драная кошка, выдра», *hecho una pelota* – «кубышка», *como una percha* – «неуклюжая, нескладная; платья на ней не имеют», *pilón con chupa* – «кубышка», *como teclas de un piano* – «потрепанная, потасканная женщина», *parece una garrapata* – «сущая каракатица, жаба», *penca de guano* – «некрасивая и неуклюжая женщина», *pecho de palo/tabla* – «плоскогрудая женщина», *¡de popa redonda!* – «ну и корма!», *pelos de demonio/diablo* – «растрапанная, непричесанная, взлохмаченная женщина», *como un mulo de varas* – «сущая лошадь», *es el arrabal del infierno* – «ну и уродина, кикимора, страшна как смертный грех», *como la adelfa, que echa la flor muy bonita y luego amarga* – «красна ягодка, да на вкус горька», *buena/guapa/real moza* – «молодая женщина», *da las doce antes de hora* – «из молодых да ранняя», *en estado de merecer* – «на выданье», *capullo de rosa* – «молоденькая девушка, бутончик», *escoba vieja* – «старая кляча», *como la vieja Quintañona* – «чудная старушенция, старая чудачка», *raba verde* – «молодящаяся старуха», *como la vieja del candilejo* – «забавная старушка, старушенция».

Фразеологическая вербализация психологического портрета:

Como las mujeres embarazadas – «капризный, привередливый», *más coqueta que una perdiz* – «горделивая, важная как куропатка», *como la abridera* – «с капризами; обидчивая», *pájara pinta* – «ловкая, хитрая женщина», *ser buena/mala pécora* – «стервозная, дрянная баба», *tener en las faldas* – «держать при себе, ни на шаг не отпускать от себя кого-либо», *yegua rabona* – «грубая, наглая, сварливая женщина», *donde el diablo no puede, recurre a la mujer* – «там, где черт бессилен, он посыает женщину», *¿quién es ella?* – «ищите женщину – в ней все дело!» *cuestión de faldas* – «ищите женщину – в ней все дело!», *hay faldas por medio* – «ищите женщину – в ней все дело!», *barrilete sin cola* – «непоседа, юла, попрыгунья», *cabra montés* – «непоседа, егоза», *esto parece una pajarerera* – «настоящий птичий базар, трещат как сороки», *buen collar se pierde* – «скажешь курице, а она — всей улице», *vaca huertera* – «кумушка, сплетница», *cacarear más que una gallina* – «болтать, молоть языком, тараторить», *quedarse aderezada/compuesta y sin novio, quedarse una arrebolada y sin visita* – «остаться при пиковом интересе», *gata de Mari-Ramos* – «жеманница», *más coqueta que un mirlo* – «очень кокетливая», *admitir/tomar varas* – «охотно принимать ухаживания, знаки», *la dama de la media almendra* – «жеманница, кокетка», *como dama sin galán* – «без чего-либо необходимого; как без рук», *cazar con liga* – «вести себя вызывающе, привлекать нескромные взгляды», *mujer de bien* – «порядочная женщина», *cielo sin mancha/nubes* – «женщина безупречного поведения», *casta/pura como la nieve* – «непорочная, невинная, целомудренная», *más pura que el ave del paraíso* – «невинная, целомудренная, чистая как голубка», *andar en trenza y cabello* – «быть простодушной, простой», *mujer de digo y hago* – «решительная женщина», *como la mujer de Ulises* – «стойкая, как Пенелопа», *hecha una ratita* – «трудолюбивая, работающая», *tener (muchas) sal, tiene jiribilla* – «в ней есть изюминка», *las mujeres a la cocina* – «не женского ума это дело», *más tonto que las gallinas de noche* – «глупая как пробка», *cabello luengo y corto el seso* – « волос длинный - ум короткий», *reírse como una tonta* – «быть хохотушкой».

Фразеологическая вербализация социальных ролей:

Parir como un cui – «быть плодовитой как морская свинка», *salir de su cuidado* – «родить», *como gata/las gatas en Enero* – «женщина или девушка, которой не терпится выйти замуж», *buena tierra (para siembra)* – «плодовитая женщина, воплощенное плодородие», *estado honesto* – «девичество; семейное положение незамужней женщины», *estar de saca* – «быть на выданье», метафора *liebre corrida* – «одинокая, незамужняя женщина», *calzarse/ponerse las bragas* – «верховодить в семье, заправлять всеми делами, командовать всем домом», *calzarse/ponerse los calzones* – «держась мужа под каблуком», *calzarse/llevar/ponerse los pantalones* – «главенствовать, верховодить, командовать в доме», *la casa huele a hombre* – «сразу видно, кто хозяин в доме; сразу видать хозяина!», *mujer de su casa* – «хорошая хозяйка, домовитая, хозяйственная женщина», *¡a fregar!* – «ступай-ка на кухню!», *caballo, mujer y escopate a nadie se prestan* – «лошадь, жену и ружье – не одалживай никому», *de la carrera* – «уличная, публичная женщина», *de cáscara amarga* – «женщина легкого поведения», *ganar con su cuerpo* – «продаваться, торговать своим телом», *arrastrar el guardapiés por las calles* – «вести распутную жизнь», *mujer de mala nota/de vida alegre/del arte/del partido/de punto/de la vida airada/de mala vida* – «женщина легкого поведения», *echarse al mundo* – «пойти на панель», *chaleco desorejada/sin botones* – «беспутная женщина, потаскуха», *dama cortesana* – «куртизанка», *dama de los veinte novios* – «ветреница, вертихвостка», *cortar las faldas* – «разрезать юбку», *hacer sala* – «выйти в гостиную к гостям», *una tal* – «падшая женщина, проститутка», *pila de agua bendita* – «доступная женщина», *pendón de Cuaresma/de Semana Santa* – «потаскуха», *moza de fortuna/del partido/de vida* – «продажная женщина», *moza alegre* – «женщина легкого доведения», *gente de mal vivir* – «продажные, распутные женщины», *ave nocturna/de noche* – «уличная женщина, проститутка», *mujer mala, mujer mundana, mujer perdida, mujer pública, mujer alegre, mujer galante, mujer libre, mujer licenciosa* – «публичная, продажная женщина», *mujer de gobierno* – «экономка, домоправительница; ключница»,

метафора *tomar el velo* – «уйти в монастырь», *como retiro de monja* – «скромно обставленаый, похожий на монашескую келью», *moza de cámara* – горничная, *moza de cántaro* – «прислуго, служанка», *relucir la espalda a uno* – «иметь большое, богатое приданое», *como una reina/hecha una reina* – «по-царски, как барыня», *dama de honor* – «знатная дама, фрейлина, придворная дама», *ser muy dama* – «быть настоящей дамой, держаться с большим достоинством», *señora de honor* – «придворная дама», *dé las de sombrero* – «элегантная женщина; дама из общества», *entrar/presentarse en sociedad* – «первый раз появиться в обществе, в свете», *presentar en sociedad a una muchacha* – «вывезти девушку в первый раз в свет».

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
 Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
 45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ТГЯиМКК

 О. В. Магировская

«04» июль 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В АНГЛИЙСКОЙ
И ИСПАНСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ:
ОПЫТ КОМПАРАТИВНОГО АНАЛИЗА**

Выпускник



А. Н. Забродина

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доцент Е. А. Кругликова

Нормоконтролер



С. В. Кузьмина

Красноярск 2019