

УДК 811.111:82-84

DOI: 10.37482/2687-1505-V087

*КИРЮХИНА Надежда Владимировна, аспирант кафедры английского языка Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева. Автор 4 научных публикаций\**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0186-3794>

## **БРАЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ АНГЛО-АМЕРИКАНСКИХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ**

Современное общество имеет тенденцию быстро реагировать на различные социальные перемены. Такие перемены находят свое отражение в культуре нации, ее традициях, бытовых и профессиональных отношениях и, конечно, в языке. В статье исследованы гендерно маркированные англо-американские пословицы и антипословицы, содержащие в своей структуре антропометрические лексемы *wife, husband, man, woman, bride, groom, bachelor*, с целью обнаружения гендерно-ролевых смещений в англо-американской лингвокультуре. Фактический материал (48 антипословиц и 48 пословиц) был отобран методом сплошной выборки из словарей антипословиц А.Т. Литовкиной и В. Мидера, выпущенных в 1999 и 2006 годах, а также словаря *The Penguin Dictionary of English Proverbs* под редакцией Р. Фергюссон и Дж. Лоу (2000). Для исследования применялись описательно-аналитический метод и метод дефиниционного анализа. В результате проведенной работы в антипословицах выявлено больше негативных коннотаций, закрепленных за образом жены, в сравнении с традиционными пословицами. Лексема *wife* выступает наиболее активной в структуре пословиц и антипословиц, что свидетельствует о повышенном интересе общества к женщине, ее укладу жизни, поведению и моральным ценностям. В то же время именно образ жены в пословицах и антипословицах представлен как более отрицательный в отличие от образа мужа, который выступает в роли жертвы. Это позволяет сделать вывод о том, что авторами как пословиц, так и антипословиц являются, по большей части, мужчины. Следовательно, можно говорить о сохранении в английском и американском сообществах модели маскулинного видения мира.

**Ключевые слова:** *пословица, антипословица, гендерная лингвистика, образ мужчины, образ женщины, фемининность, маскулинность.*

---

\*Адрес: 302001, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 39Б; e-mail: mila0870@yandex.ru

**Для цитирования:** Кирюхина Н.В. Брачные отношения через призму англо-американских пословиц и антипословиц // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2021. Т. 21, № 2. С. 52–59. DOI: 10.37482/2687-1505-V087

**Введение.** Влияние категории гендера на язык не находилось под пристальным рассмотрением лингвистики вплоть до XX века, пока дескриптивисты не обнаружили некоторые различия в выборе слов и речевых моделей, используемых мужчинами и женщинами. Феминизм, в свою очередь, способствовал развитию гендерных исследований, где в фокусе внимания лингвиста оказывались обиходные речевые практики мужчин и женщин. Постепенно сложилась самостоятельная область исследования под названием «гендерная лингвистика».

В своей статье мы решили проанализировать англоязычные традиционные пословицы и современные антипословицы через призму гендерных исследований, чтобы посмотреть новым взглядом на отображаемые в языке представления о традиционной роли мужчин и женщин в браке, а также выявить новые тенденции и стереотипы понимания супружества. Анализу подвергались пословицы и антипословицы на тему *свадьба, брак и супружество*, имеющие гендерный компонент в своей структуре, семантике и референции.

Поскольку роли и положение мужчины и женщины в социуме претерпевают серьезные изменения во всем мире, мы сочли довольно интересным и информативным рассмотрение способов репрезентации образов супругов и понятия брака в паремических единицах с целью выявления в их развитии отрицательной, положительной или нейтральной динамики. Нами предпринята попытка выявления социальных изменений в современных английском и американском культурных сообществах, нашедших отражение в семантике англо-американских антипословиц, при сопоставлении с традиционными пословицами.

**Обзор литературы. Теоретическая база и методология исследования.** Стоит отметить, что термин «гендер» (*gender*) используется для описания тех норм поведения и позиций, которые закреплены за образами мужчины и женщины в обществе. Данный термин стоит отличать от терминов «род» (*grammatical gender*) и «пол» (*sexus*). Понятие рода является оперативным

термином грамматики, который определяется как «грамматическая категория, свойственная разным частям речи и состоящая в распределении слов или форм по двум или трем классам, традиционно соотносимым с признаками пола или их отсутствием; эти классы принято называть *мужской, женский, средний род*» [1, с. 417]. Пол наследуется от природы, что позволяет сделать заключение о его биологической сущности. Пол, в отличие от рода и гендера, сводится к бинарной оппозиции: мужской или женский / *male or female*, т. е. пол – это набор анатомических, физиологических и гормональных признаков, позволяющих отличать мужчину от женщины.

Понятие гендера было введено в научный оборот, чтобы подчеркнуть именно те культурные и социальные ассоциации, которые общество связывает с мужчинами и женщинами из-за их физиологических и психологических признаков. Помимо этого, на общественное понимание женственности («феминности») или мужественности («маскулинности») накладываются нормативные предписания различного стиля поведения. Как справедливо подчеркивает А.В. Кирилина, «социальный пол (гендер) входит в привычку, получает общепринятые формы выражения, приобретает узнаваемый вид, становится необходимой частью внешней формы, типичной для всех членов данного общества, составляющей поведения и не зависит от воли и намерений индивида. Гендер развивается благодаря этому точные признаки мужского и женского, которые в то же время и создают обоснование различного отношения общества к мужчинам и женщинам» [2, с. 6].

Категории «маскулинности» и «феминности» являются ключевыми понятиями лингвогендерологии. По своей сути, они описывают структуру отношений человека с социумом, общественные оценки и представления о закрепленных за индивидом характеристиках, присущих мужчине или женщине, а также стереотипы типичных мужских или женских моделей поведения. Категория «маскулинности» определяется как «оперативное понятие линг-

вогендерологии, которое складывается из совокупности представлений о самых разнообразных ипостасях мужчины и обо всем том, что может прямо или косвенно к нему относиться и является собирательным образом всего «маскулинного»/мужского» [3, с. 213]. Категория «фемининности» как оперативное понятие лингвогендерологии «складывается из совокупности представлений о самых разнообразных ипостасях женщины и обо всем том, что может прямо или косвенно к ней относиться; оно является собирательным образом всего «фемининного»/женского» [3, с. 213].

Среди трудов, посвященных исследованию «маскулинного» и «фемининного» во фразеологизмах, можно отметить монографию В.Н. Телии, где автор рассматривает культурное отражение концепта «женщина» в его интеллектуальном и физиологическом проявлении в языковой репрезентации [4]. В монографии А.В. Кирилиной целая глава посвящена вопросам исследования гендерных стереотипов фразеологического фонда русского и немецкого языков [2]. Воплощение гендерного фактора во фразеологии русского языка также стало предметом исследования Д.Ч. Малишевой, где автор анализирует бинарную оппозицию «мужчина/женщина» [5]. Важный вклад в развитие гендерных исследований внесла монография И.В. Зыковой «Способы конструирования гендера в английской фразеологии», в которой автор впервые выделяет гендерный макрокомпонент в семантике фразеологизма и предпринимает попытку определить роль гендерного фактора в процессе фразеологизации [3].

Среди научных трудов, затрагивающих проблему гендерной фемининной стереотипизации, мы не можем не упомянуть монографию А.Т. Литовкиной, в которой автор на материале англо-американских антипословиц исследует качества, стиль поведения и атрибуты современной женщины, конструирующие образ женщины, а также изучает процессы гендерной фемининной стереотипизации [6]. Нам бы также хотелось отметить статьи Е.И. Букиной [7] и А.В. Жарниковой [8], посвященные рассмо-

трению гендерных фемининных стереотипов, влияющих на социокультурную репрезентацию женщины в рамках паремического и рекламного дискурсов на материале английского языка.

Паремииологический фонд, будучи необъятной сокровищницей информации о быте народа, его обычаях, традициях, картине мира, ценностных и нравственных установках, представляет большой интерес для лингвогендерологии. Благодаря гендерным исследованиям на материале пословиц и антипословиц мы можем обнаружить некогда актуальные представления о культурных категориях «фемининности» и «маскулинности» в браке и их современные переосмысления. Как отмечает И.В. Зыкова, «фразеологическое пространство языка как культурный срез того или иного народа может более полно раскрывать особенности концептов “маскулинность”/“фемининность”, отражающих характерный для различных сообществ социальный опыт» [3, с. 18].

Пословица становилась предметом исследования многих отечественных лингвистов. Так, например, Г.Л. Пермяков отмечал ее тройственную природу, поскольку она представляет собой «с одной стороны, явления языка, сходные с обычными фразеологизмами; с другой – логические единицы (суждения, умозаключения); с третьей – художественные миниатюры, в яркой чеканной форме отражающие факты живой действительности» [9, с. 8]. О двуплановости пословиц писала в своих трудах В.Н. Телия, указывая на их «идиоматичность относительно того “прямого” значения, которое выражено в буквальном смысле таких выражений» [4, с. 74]. С точки зрения А.Н. Баранова и Д.О. Добровольского, «пословица – это фразеологизм, имеющий структуру предложения, с семантикой всеобщности, выражающий рекомендацию (совет, нравоучение или запрет) и/или объясняющий обсуждаемое положение дел с точки зрения правил наивной логики» [10, с. 83]. В работах О.Б. Абакумовой пословица определяется как сложный языковой знак со структурой предложения, но с текстовыми характеристиками и прагматическими

функциями, практическое оценочное суждение, используемое как тактическое средство реализации коммуникативной стратегии говорящего [11]. Такой точки зрения мы и будем придерживаться.

Пословицы, отражая народную мудрость, никогда не считались, однако, чем-то неприкосновенным и сакральным. Наоборот, их часто использовали в разных целях: дать совет, оценку поведения, предупредить о последствиях, передать критические или иронические замечания в адрес поведения человека или ситуации в целом. Со временем пословицы подвергались модификациям, но именно в последние десятилетия они претерпели такие изменения, что иногда новый вариант пословицы становится популярнее своего оригинала. Американский исследователь В. Мидер предложил термин «антипословицы» для такого рода намеренно искусных переделок. Как отмечают во вступлении своей книги А.Т. Литовкина и В. Мидер, «термин “анти” в слове *антипословица* не означает, что это изречение не является пословицей по своей структуре и посланию. Пословицы и их мудрость все так же ценятся в современном обществе. Просто некоторые так называемые антипословицы стали новыми пословицами со своими гранями мудрости, актуальными для данного этапа развития общества» [12, p. 5]. В научной литературе можно встретить разные термины для обозначения антипословицы: «переделка (alteration), пародия (parody), трансформация (transformation), вариация (variation), саркастическое замечание (wisecrack), мутация (mutation) и др.» [13, p. 15].

В своей работе мы стремились проанализировать англоязычные традиционные пословицы и антипословицы, обладающие структурной и семантической гендерной маркированностью, т. е. пословицы и антипословицы, содержащие в структуре и дефиниции антропометрические лексемы *wife, husband, man, woman, bride, groom, bachelor*, чтобы понять, каким образом в английском языке отражены отношения между двумя полами в браке. Паремический материал (48 пословиц и 48 антипословиц) был отобран

методом сплошной выборки из словарей антипословиц А.Т. Литовкиной и В. Мидера [12, 14], а также словаря *The Penguin Dictionary of English Proverbs* под редакцией Р. Фергюссон и Дж. Лоу [15]. В работе мы использовали описательно-аналитический метод, а также метод дефиниционного анализа.

**Результаты исследования.** В современных антипословицах супружество рассматривается в основном в негативном русле. Брак предстает в качестве источника бед и проблем, где нельзя быть полностью уверенным в своем партнере, т. к. он может причинить боль: *Matrimony is the root of all evil* [12] (Ср.: *Money is the root of all evil* [15]) или *Marriage is a bed of roses – look out for the thorns* [12] (Ср.: *Life is not a bed of roses* [15]). Такое резко отрицательное видение брака вступает в разрез с традиционным пониманием брака как безопасного места для супругов, где бы они могли наслаждаться жизнью и быть в полном здравии: *A good wife and health is a man's best wealth; A cheerful wife is the joy of life* [15].

В традиционных пословицах нередко можно найти выражения, раскрывающие образ жены как мудрой женщины и советчика: *Behind every great man there is a woman* [15]. Однако гораздо чаще мы встретим жену-лидера, оказывающую значительное влияние на своего мужа: *Where the mistress is the master, the parsley grows faster* или *The most master wears no breech* [15]. Сегодня мы видим, что стереотип жены-лидера не теряет своих позиций и по-прежнему актуален для англоязычного сообщества: *Many a man never has to show his wife who's boss in the house – she has a mirror; It's better to have loved and lost than to marry and be bossed* [12] (Ср.: *It's better to have loved and lost than never to have loved at all* [15]). Таким образом, благодаря наличию в словарях большого количества антипословиц, изображающих образ командующей жены, мы можем говорить о дальнейшем укреплении уже устоявшегося стереотипа женщины-лидера. Очевидно, что жена начинает вытеснять мужа с его позиции главы семьи, поскольку теперь она может полностью контролировать его действия, да

и сами действия как таковые полностью диктуются ею: *If at first you don't succeed, do it the way your wife told you* [14] (Ср.: *If at first you don't succeed, try, try again* [15]) или *Home is where the husband runs the show, but the wife writes the script* [12] (Ср.: *Home is where the heart is* [15]).

Дом ранее считался крепостью, владением мужчины. Женщина просто входила гостьей в его дом и оставалась там навсегда, становилась частью его мира. Сегодня же жена представлена хозяйкой этой крепости, иногда даже захватчиком территории мужа: *A man's home is his wife's castle* или *A man's castle is his home, and his wife has the keys to all the rooms* [14] (Ср.: *A man's home is his castle* [15]). Исходя из всего вышесказанного, мы можем констатировать, что женщина уверенно претендует на главенствующую роль в семье, в современном мире все больше напоминающей тюрьму для мужчины. В таком случае становится объяснимым появление антипословиц, в которых муж освобождается от жесткого контроля жены, только когда ее нет рядом, и он может наслаждаться моментом: *Eat, drink, and be merry, for tomorrow your wife may come home* [14] (Ср.: *Eat, drink, and be merry, for tomorrow we may die* [15]) или *Home is the only place where a man can do as he pleases when his wife's away* [12] (Ср.: *Home is where the heart is* [15]). Такое подавляющее влияние, разумеется, не может нравиться мужчинам, а в наши дни, когда отношения между мужчинами и женщинами претерпели серьезные изменения, мужчины особенно переживают за свой статус «сильной половины» и лидера, что, в свою очередь, послужило толчком для появления и широкого употребления таких антипословиц: *A bachelor is a rolling stone that gathers no boss* [14] (Ср.: *A rolling stone gathers no moss* [15]) или *If experience is the best teacher, how is it that some husbands still think they're the boss of the family?* [14] (Ср.: *Experience is the best teacher* [15]).

Особенно стоит выделить антипословицы, демонстрирующие ярко выраженную агрессивную позицию мужчины по отношению к женщине.

В них женщина занимает подчиненное положение и имеет более низкий социальный статус, нежели ее муж: *The woman's place is in the home. That is why she's so eager to find a man to put her in her place* или *The male was made to lie and roam, but woman's place is in the home* [12] (Ср.: *A woman's place is in the home* [15]). Эта идея вовсе не нова, ведь испокон веков женщин нельзя было ставить в один ранг с мужчинами по их положению в семье и обществе, а сфера интересов и обязанностей жены полностью ограничивалась домом: *A woman's place is in the home* или *A man works from sun to sun but a woman's work is never done* [15]. Неудивительно, что женщина, поставленная в такой круг ограничений, годами пыталась вырваться из него, и наконец у нее это получилось. В современном мире, который уже отдаленно напоминает нам об изначальной роли жены в семье, кажется, что женщины хотят взять реванш или даже отомстить мужчинам (мужьям, в частности) за те ограничения и стереотипы, которые им пришлось преодолеть. Отсюда мы и имеем такое внушительное количество антипословиц, в которых принижается статус мужчины в семье до роли жены или даже ребенка: *Fathers should be neither seen or heard* [12] (Ср.: *Children should be seen and not heard* [15]) или *A new groom sweeps clean, and also washes dishes* [14] (Ср.: *A new broom sweeps clean; He that has a wife, has master; Scoldes and infants never lin bawling* [15]).

Как мы уже отмечали ранее, сегодня супружество несет в себе больше отрицательных смыслов, поэтому многие молодые люди не спешат сковывать себя узами брака, зная, что в браке их ожидают постоянные ссоры, предательство, отказ от своих личных нужд и желаний: *There are two sides to every argument, and they're usually married to each other* [12] (Ср.: *There are two sides to every argument* [15]), *Experience teaches wisdom: the experienced husband has learned to think twice before saying nothing* [14] (Ср.: *Experience teaches wisdom; Think twice before you speak* [15]). Необходимо отметить, что тема раздоров и ссор в семье отнюдь не нова, мы можем найти традиционные

пословицы, которые также охватывают подобные ситуации: *'Tis a sweet sorrow to bury an outrageous wife; Husbands are in heaven whose wives scold not* [15]. Примечателен тот факт, что и в традиционных пословицах жена выступает главным антагонистом, зачинщиком и разжигателем ссоры. Мы видим образ ругающейся и ворчащей жены и мужа, которому остается только смиренно терпеть свою супругу: *You may ding the devil into a wife, but you'll never ding him out of her; Three things drive a man out of his house: smoke, dropping of rain and wicked wives* [15]. Тем не менее антипословицы справедливо показывают, что в большинстве случаев обе стороны делят между собой ответственность за возникший конфликт, утверждая свои жизненные принципы и отстаивая свою точку зрения: *It takes two to make a quarrel, and the same number to get married* [12] (Ср.: *It takes two to make a quarrel* [15]), *Two can live as cheaply as one, but not so peacefully* [14] (Ср.: *Two can live as cheaply as one* [15]).

**Заключение.** Нами была предпринята попытка выявить новые социальные тенденции в современном мире, находящие свое воплощение в англо-американских антипословицах на тему брака и супружества. Это оказалось возможным через сопоставление с традиционными пословицами. Все исследуемые нами пословицы и антипословицы имели прямую гендерную референцию, т. е. непосредственное отнесение данной в пословице/антипословице характеристики к референту-мужчине или референту-женщине. Лексема *wife* оказалась наиболее активной в структуре изученных пословиц и ан-

типословиц, что свидетельствует о повышенном интересе общества к женщине, ее укладу жизни, поведению и моральным ценностям.

По итогам нашего исследования можно утверждать, что в английском и американском сообществах прослеживается тенденция к негативному отношению к феномену брака, т. к. он больше не является убежищем для супругов, где они могут жить в полной гармонии. Современная жена стремится взять в свои руки бразды правления, управлять своим мужем и, таким образом, занять главенствующее положение в семье. А у мужа, похоже, уже не остается шанса на сохранение своей лидерской позиции, которую он занимал до сих пор просто по праву рождения мужчиной. В семантике антипословиц образ жены обладает наибольшим количеством негативных коннотаций, а муж выступает «потерпевшей стороной». Это говорит о том, что их авторами в основном выступают мужчины.

Таким образом, наш анализ показал андроцентричный характер традиционных англоязычных пословиц и его сохранение в современных антипословицах, что свидетельствует о наличии маскулинного видения мира в изучаемом сообществе. В результате проведенного исследования нам удалось выявить больше отрицательных оценок женских образов в антипословицах, конструируемых в семантике данных единиц англо-американского паремнологического фонда, чем их было в традиционных пословицах, а также негативное отношение к институту брака в целом.

## Список литературы

1. Языкознание: Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Большая Рос. энцикл., 1998. 685 с.
2. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: Ин-т социологии РАН, 1999. 189 с.
3. Зыкова И.В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии: моногр. М.: Едиториал УРСС, 2003. 232 с.
4. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Шк. «Яз. рус. культуры», 1996. 288 с.
5. Малишевская Д.Ч. Базовые концепты культуры в свете гендерного подхода (на примере оппозиции «Мужчина»/«Женщина») // Фразеология в контексте культуры / отв. ред. В.Н. Телия. М.: Яз. рус. культуры, 1999. С. 180–186.

6. Litovkina A.T. *Women Through Anti-Proverbs*. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. 211 p.
7. Букина Е.И. Гендерные стереотипы в языке и дискурсе // Уч. зап. Забайк. гос. гуманит.-пед. ун-та им. Н.Г. Чернышевского. 2013. № 2(49). С. 61–65.
8. Жарникова А.В. Гендерные стереотипы в рекламном дискурсе (на материале английского языка) // Вестн. Бурят. гос. ун-та. Педагогика. Филология. Философия. 2016. № 2. С. 84–88.
9. Пермяков Г.Л. Грамматика пословичной мудрости // Пермяков Г.Л. Пословицы и поговорки народов Востока: систематизир. собр. изречений двухсот народов. М.: Наука, 1979. 671 с.
10. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Классификация фразеологизмов: новый взгляд на классическую проблему // Слово, фразеологизм, текст в литературном языке и в говорах. Орел: Изд-во ОГУ, 2010. С. 80–87.
11. Абакумова О.Б. Пословицы в языке, сознании и коммуникации: моногр. СПб.: Алеф-Пресс, 2012. 354 с.
12. *Old Proverbs Never Die, They Just Diversify: A Collection of Anti-Proverbs* / ed. by A.T. Litovkina, W. Mieder. Burlington: University of Vermont, 2006. 396 p.
13. Litovkina A.T. *Teaching Proverbs and Anti-Proverbs*. Komárom: Selye János Egyetem Tanárképző Kar, 2017. 260 p.
14. Mieder W., Litovkina A.T. *Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs*. Burlington: University of Vermont, 1999. 254 p.
15. *The Penguin Dictionary of Proverbs* / ed. by R. Fergusson, J. Law. London: Penguin Books Ltd., 2000. 365 p.

## References

1. Yartseva V.N. (ed.). *Yazykoznanie: Bol'shoy entsiklopedicheskiy slovar'* [Linguistics: The Great Encyclopaedic Dictionary]. Moscow, 1998. 685 p.
2. Kirilina A.V. *Gender: lingvisticheskie aspekty* [Gender: Linguistic Aspects]. Moscow, 1999. 189 p.
3. Zykova I.V. *Sposoby konstruirovaniya gendera v angliyskoy frazeologii* [Methods of Constructing Gender in English Phraseology]. Moscow, 2003. 232 p.
4. Teliya V.N. *Russkaya frazeologiya. Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty* [Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic and Linguocultural Aspects]. Moscow, 1996. 288 p.
5. Malishevskaya D.Ch. Bazovye kontsepty kul'tury v svete gendernogo podkhoda (na primere oppozitsii "Muzhchina"/"Zhenshchina") [Basic Cultural Concepts in the Light of the Gender Approach (Exemplified by the Man/Woman Opposition)]. Teliya V.N. (ed.). *Frazeologiya v kontekste kul'tury* [Phraseology in the Context of Culture]. Moscow, 1999, pp. 180–186.
6. Litovkina A.T. *Women Through Anti-Proverbs*. Cham, 2019. 211 p.
7. Bukina E.I. Gendernye stereotipy v yazyke i diskurse [Gender Stereotypes in Language and Discourse]. *Uchenye zapiski Zabaykalskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta im. N.G. Chernyshevskogo*, 2013, no. 2, pp. 61–65.
8. Zharnikova A.V. Gendernye stereotipy v reklamnom diskurse (na materiale angliyskogo yazyka) [Gender Stereotypes in Advertising Discourse (Based on Materials of the English Language)]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Pedagogika. Filologiya. Filosofiya*, 2016, no. 2, pp. 84–88.
9. Permyakov G.L. Grammatika poslovichnoy mudrosti [The Grammar of Proverbial Wisdom]. Permyakov G.L. *Poslovitsy i pogovorki narodov Vostoka: sistematizirovannoe sobranie izrecheniy dvukhsot narodov* [Oriental Proverbs and Sayings: A Systematized Collection of Sayings of Two Hundred Peoples]. Moscow, 1979. 671 p.
10. Baranov A.N., Dobvol'skiy D.O. Klassifikatsiya frazeologizmov: novyy vzglyad na klassicheskuyu problemu [Classification of Phraseological Units: A New View at a Classic Problem]. *Slovo, frazeologizm, tekst v literaturnom yazyke i v govorakh* [Word, Phraseological Unit and Text in the Literary Language and in Dialects]. Orel, 2010, pp. 80–87.
11. Abakumova O.B. *Poslovitsy v yazyke, soznanii i kommunikatsii* [Proverbs in Language, Consciousness and Communication]. St. Petersburg, 2012. 354 p.
12. Litovkina A.T., Mieder W. (eds.). *Old Proverbs Never Die, They Just Diversify: A Collection of Anti-Proverbs*. Burlington, 2006. 396 p.
13. Litovkina A.T. *Teaching Proverbs and Anti-Proverbs*. Komárom, 2017. 260 p.

14. Mieder W., Litovkina A.T. *Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs*. Burlington, 1999. 254 p.  
15. Fergusson R., Law J. (eds.). *The Penguin Dictionary of Proverbs*. London, 2000. 365 p.

DOI: 10.37482/2687-1505-V087

*Nadezhda V. Kiryukhina*

Orel State University named after I.S. Turgenev;  
ul. Komsomol'skaya 39B, Orel, 302001, Russian Federation;  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0186-3794> e-mail: mila0870@yandex.ru

### MARRIAGE RELATIONS AS PORTRAYED IN BRITISH AND AMERICAN PROVERBS AND ANTI-PROVERBS

The society tends to promptly respond to numerous social changes in the modern world. These changes are reflected in national cultures, customs, everyday and professional practices and, needless to say, in the language. Applying the continuous sampling method, the author selected gender-marked English proverbs (48) and anti-proverbs (48) containing the lexemes *wife*, *husband*, *man*, *woman*, *bride*, *groom*, and *bachelor* in order to discover gender role shifts in Anglo-American linguoculture. The dictionaries by A.T. Litovkina and W. Mieder (1999 and 2006) as well as *The Penguin Dictionary of English Proverbs* edited by R. Fergusson and J. Law (2000) were used. The descriptive and analytical method as well as definition analysis were utilized. The research revealed more negative female connotations in anti-proverbs compared with traditional proverbs. *Wife* proves to be the most active lexeme in the structure of proverbs and anti-proverbs, which indicates a strong social interest in the woman, her lifestyle pattern, model of behaviour, and moral values. At the same time, the image of the wife is more negative than the image of the husband, who is presented as a victim. These facts allow us to infer that both proverbs and anti-proverbs are mainly authored by men. Thus, it can be concluded that the androcentric worldview is still characteristic of the English and American societies.

**Keywords:** *proverb, anti-proverb, gender studies, image of the man, image of the woman, femininity, masculinity.*

Поступила: 28.04.2020

Принята: 12.12.2020

Received: 28 April 2020

Accepted: 12 December 2020

---

**For citation:** Kiryukhina N.V. Marriage Relations as Portrayed in British and American Proverbs and Anti-Proverbs. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2021, vol. 21, no. 2, pp. 52–59. DOI: 10.37482/2687-1505-V087