

УДК 811.161.1

## Репрезентация образов мужчины и женщины в русской фразеологии: общая характеристика (на материале медиатекстов)

Е. А. Беспалова<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Юго-Западный государственный университет  
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: kbespalova@yandex.ru

### Резюме

Актуальным направлением современной лингвистики выступает исследование гендерных отношений в языке и во фразеологии, в частности; изучение фразеологических обозначений мужчины и женщины на материале газетных текстов дает возможность проследить степень актуализации устойчивых оборотов названной группы в медиаречи. Целью данной работы является общая характеристика репрезентации фразеологических наименований мужчины/женщины в речи современных носителей русского языка на материале медиатекстов. В ходе проведения исследования решены следующие промежуточные задачи: проведен количественный анализ фразеологических единиц, номинирующих мужчину и женщину, в современных медиатекстах; выявлены особенности их стилистической и эмоционально-экспрессивной окраски; отобранные фразеологизмы классифицированы по тематическим группам, сделаны выводы об их соотношении. В работе применены методы наблюдения, сплошной выборки, количественного и контекстуального анализа, систематизации и классификации языкового материала.

Показано, количество устойчивых сочетаний, номинирующих женщину, в узусе превосходит соответствующий показатель единиц, называющих мужчину. Однако не все они относятся к активному языковому запасу: третья часть всего корпуса отобранных фразеологизмов в медиатекстах не встречается, что можно объяснить их фольклорным и диалектным происхождением, наличием в их составе устаревших элементов или книжной окраской, не всегда уместной в публицистическом дискурсе. Активно используются модели с компонентами «леди» и «пол». В современных медиатекстах наиболее широко используются книжные, разговорные и просторечные обороты; зачастую узусная книжная окраска в контексте снижается за счет создания иронической интонации.

Фразеологизмы, репрезентирующие образы мужчины и женщины, тематически объединяются в три группы – по социальным, физиологическим и психологическим характеристикам человека. Наиболее широко представлена группа фразеологизмов, называющих социальные особенности человека (соотношение трех групп – 3:1:1). В рамках каждой тематической группы фразеологические наименования женщин количественно превосходят соответствующие номинации мужчин.

---

**Ключевые слова:** фразеологизм; мужчина; женщина; медиатекст; газетный корпус.

**Конфликт интересов:** Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

**Для цитирования:** Беспалова Е. А. Репрезентация образов мужчины и женщины в русской фразеологии: общая характеристика (на материале медиатекстов) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 2. С. 8-19.

Статья поступила в редакцию 11.02.2022    Статья подписана в печать 30.03.2022

Статья опубликована 30.06.2022

## Representation of Images of Men and Women in Russian Phraseology: General Characteristics (Based on Media Texts)

Ekaterina A. Bespalova<sup>1</sup> ✉

<sup>1</sup>Southwest State University  
50 Let Oktyabrya str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: kbespalova@yandex.ru

### Abstract

*The actual direction of modern linguistics is the study of gender relations in language and phraseology, in particular; the study of phraseological designations of men and women on the material of newspaper texts makes it possible to trace the degree of actualization of stable turns of the named group in the media language. The purpose of this work is a general description of the representation of phraseological names of men / women in the speech of modern native speakers of the Russian language on the material of media texts. In the course of the study, the following intermediate tasks were solved: a quantitative analysis of phraseological units nominating a man and a woman in modern media texts was carried out; the features of their stylistic and emotionally expressive coloring were revealed; the selected phraseological units were classified into thematic groups, conclusions were drawn about their relationship. The methods of observation, continuous sampling, quantitative and contextual analysis, systematization and classification of linguistic material are used in the work.*

*It is shown that the number of stable combinations nominating a woman in the usage exceeds the corresponding indicator of units naming a man. However, not all of them belong to the active language stock: the third part of the entire corpus of selected phraseological units is not found in media texts, which can be explained by their folklore and dialect origin, the presence of outdated elements in their composition or book coloring, which is not always appropriate in journalistic discourse. Models with "lady" and "gender" components are actively used. In modern media texts, bookish, colloquial and colloquial turns are most widely used; often the usual book coloring in the context is reduced by creating an ironic intonation.*

*Phraseological units representing the images of men and women are thematically grouped into three groups - according to the social, physiological and psychological characteristics of a person. The most widely represented group of phraseological units naming the social characteristics of a person (the ratio of the three groups is 3:1:1). Within each thematic group, the phraseological names of women outnumber the corresponding nominations of men quantitatively.*

**Keywords:** phraseology; man; woman; media text; newspaper corpus.

**Conflict of interest:** The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

**For citation:** Bespalova E. A. Representation of Images of Men and Women in Russian Phraseology: General Characteristics (Based on Media Texts). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2022, 12(2): 8–19 (In Russ.).

Received 11.02.2022

Accepted 30.03.2022

Published 30.06.2022

\*\*\*

### Введение

На протяжении всей человеческой истории социум и мир в целом членится на «мужское» и «женское». Замечено, что «оппозиция «мужской» – «женский» яв-

ляется фундаментальной для человеческой культуры» [1, с. 3].

В языке и во фразеологии, в частности, отражаются гендерные стереотипы, существующие в обществе, что делает их

исследование на материале живой медиаречи заведомо актуальным. Изучению гендерных отношений во фразеологии посвящены работы многих ученых [1; 2; 3; 4; 5 и др.].

Целью данной работы является общая характеристика репрезентации фразеологических наименований мужчины/женщины в речи современных носителей русского языка на материале медиатекстов. Промежуточными задачами исследования выступают квантитативный анализ фразеологических единиц (ФЕ), номинирующих мужчину и женщину, в современных медиатекстах; характеристика особенностей их стилистической и эмоционально-экспрессивной окраски; общая квалификация отобранных фразеологизмов по тематическим группам.

Оппозиция «мужчина» – «женщина» репрезентируется в языке различными средствами, и одно из наиболее ярких из них – фразеологические ресурсы, аккумулирующие исторически накопленные культурные смыслы. Обозначение мужчины или женщины содержится в самих компонентах фразеологизма (*добрый молодец, мужчина в самом расцвете сил, соломенный муж; девушка с характером, сладкая женщина, первая леди*) или выступает одним из его семантических признаков (*сильный пол, мышиный жеребчик, ясный сокол; бальзаковский возраст, в горящую избу войдет, небесное создание*).

Фразеологизмы с компонентами значения «мужское» и «женское» используются в речи современных носителей языка с разной степенью частотности. Анализ их употребления в медиатекстах последнего времени позволяет выявить пласт активно использующихся устойчивых сочетаний (а также единиц, уходя-

щих в пассивный запас) и те социальные (в том числе и в плане речевого поведения социальной группы [6; 7; 8]), физиологические и психологические признаки мужчин и женщин, которые номинируются подобными фразеологизмами.

## Материалы и методы

Фразеологические единицы с компонентами значения «мужской» и «женский» составляют специфический пласт фразеологии. Он сравнительно не велик по объему, но интересен по своему составу: многие из входящих в него единиц характерны именно для русской культуры, не имеют полных синонимов в других языках, т.к. этимологически связаны с русским фольклором, диалектами (*[как] Илья Муромец, Арина бесплодная*). Наряду с такими оборотами, к числу фразеологизмов анализируемой группы относятся и универсальные единицы (*сильный пол, первая леди*).

Фразеологические единицы для проведения исследования были выбраны из историко-этимологического словаря «Русская фразеология» [9] и «Фразеологического словаря русского литературного языка» [10]; корпус составил 176 фразеологизмов, свыше 12000 фразеопотреблений.

Источником эмпирического материала послужил газетный корпус Национального корпуса русского языка (НКРЯ) [11]. Тексты газетного корпуса позволяют отследить активность употребления фразеологизмов выбранной тематической группы, показать, насколько закрепленное в устойчивом сочетании значение актуализируется в современной медиаречи, являющейся отражением реальной речи носителей русского языка последнего времени. Газетный корпус НКРЯ систе-

матически обновляется, в 2021 г. он был пополнен медиатекстами 2019 г. (до этого в 2020 г. – текстами 2018 г.), что свидетельствует об актуальности языкового материала, его соответствии современной речевой ситуации.

В ходе исследования применялись методы наблюдения, сплошной выборки, количественного и контекстуального анализа, систематизации и классификации языкового материала.

### Результаты и обсуждение

Среди устойчивых сочетаний, отраженных в историко-этимологическом словаре «Русская фразеология» и «Фразеологическом словаре русского литературного языка, нами выявлено 176 единиц, номинирующих мужчину и женщину. Явное преобладание фразеологических оборотов, репрезентирующих образ женщины, можно объяснить следующим фактором. Одним из характерных проявлений андроцентризма фразеологии и языка в целом выступает номинация человека в целом по принципу мужского рода: практически все характеристики лица по социальным, физиологическим и иным ключевым параметрам даются в языке по отношению к *человеку*, что само по себе выражает идею мужского пола (в русском языке существует огромное количество фразеологизмов, обозначающих социальный статус человека, его происхождение, роль в обществе, характер и род деятельности и т.п. (*стреляный воробей, толстый карман*), при толковании которых характеризуется *человек* (что, несомненно, исторически подразумевает принадлежность мужчине, согласно закреплённым традицией гендерным ролям, но все же не содержит лексемы *мужчина* в толковании); такие фразеоло-

гические единицы не являются предметом нашего рассмотрения в данной работе (если в их значении нет дополнительного указания на принадлежность мужскому полу). Поэтому, возможно, потребность во фразеологической номинации собственно мужчин не столь велика, как в наименовании женщин.

Важным показателем актуальности фразеологического оборота в речи современных носителей языка является частность его употребления [12, с. 39]. В соответствии с данным критерием в текстах газетного корпуса НКРЯ нами были выделены фразеологизмы нескольких типов:

– сверхчастотные – частота употребления больше 100 (*отец семейства, прекрасная половина человечества, бальзаковский возраст*) – 15 % от общего количества ФЕ;

– высокочастотные – частота употребления от 51 до 100 (*дамский угодник, синий чулок, подруга жизни*) – 6 %;

– среднечастотные – частота употребления от 11 до 50 (*мужчина в самом расцвете сил, девушка с характером, вечная женственность*) – 22 %;

– низкочастотные – частота употребления от 2 до 10 (*молочный брат, маменькина дочка, попрыгунья-стрекоза*) – 18 %;

– единичные – частота употребления 1 (*соломенный вдовец, бесплодная смоковница (во 2-м значении), что за фря*) – 4 %;

– неупотребительные – не встретились в анализируемых медиатекстах (*дачный муж, дама из Амстердама, рязанская баба*) – 35 %.

Приведем перечень наиболее употребительных фразеологизмов с их индексами (количеством употреблений в газетном корпусе НКРЯ).

|    | ФЕ - наименования мужчин        | ФЕ - наименования женщин                            |
|----|---------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 1  | <i>крестный отец</i> 962        | <i>первая леди</i> 2076                             |
| 2  | <i>сильный пол</i> 898          | <i>слабый пол</i> 861                               |
| 3  | <i>отец семейства</i> 534       | <i>прекрасный пол</i> 805                           |
| 4  | <i>[как] Илья Муромец</i> 395   | <i>железная леди</i> 349                            |
| 5  | <i>святой отец</i> 369          | <i>прекрасная половина &lt;человечества&gt;</i> 295 |
| 6  | <i>джентльмен удачи</i> 253     | <i>бальзаковский возраст</i> 239                    |
| 7  | <i>сукин &lt;ты&gt; сын</i> 204 | <i>в юбке</i> 235                                   |
| 8  | <i>ученый муж</i> 185           | <i>ночная бабочка</i> 218                           |
| 9  | <i>мастер на все руки</i> 122   | <i>сестра милосердия</i> 205                        |
| 10 | <i>духовный отец</i> 121        | <i>Баба-Яга [костяная нога]</i> 198                 |

Обращает на себя внимание частотность употребления устойчивых сочетаний с заимствованным англоязычным компонентом *леди*. Первые два из них – *первая леди*, *железная леди* – характерны для публицистического дискурса, имеют соответствующую стилистическую помету в словаре. Их популярность в текстах СМИ можно объяснить появившейся в постсоветское время возможностью писать о женщинах – первых лицах государства: «*В то же время на сцене появляется новая законодательница моды – первая леди Украины Елена Зеленская*» (lenta.ru, 28.12.2019).

ФЕ с компонентом *пол* также отличаются высокой частотой употребления, активно используются для наименования как мужчин – *сильный пол* («...комментарии в подобном духе среди представителей сильного пола встречаются очень часто» (Московский комсомолец, 24.07.2019)), так и женщин – *слабый пол* («*Башаров заявил о своих требованиях к слабому полу*» (gazeta.ru, 10.12.2019)), *прекрасный пол* («...немногие представительницы прекрасного пола могли устоять перед напором этой бешеной харизмы» (Новая газета, 14.04.2017)). В медиатекстах отражается наблюдающаяся

ся в речи носителей языка тенденция иронического отношения к фразеологизмам *слабый пол* и *сильный пол*, развития языковой игры и полисемии: «*8 Марта пожаловался на горькую судьбинушку слабого мужского пола*» (lenta.ru, 2019.03.09); «*Женщины на каннском экране – сильный пол*» (Новая газета, 29.11.2018). Смысловые трансформации таких ФЕ – свидетельство актуальности их употребления в современной речи [13, с. 207].

Анализ материала показал, что многие фразеологизмы (35 % от числа отобранных ФЕ), номинирующие мужчин и женщин и входящие в современные фразеологические словари, в медиаречи не актуализируются. Среди ФЕ, репрезентирующих образ мужчины, это устойчивые сочетания *божий воин*, *вражий сын*, *дамский хвост*, *дачный муж*, *добрый молодец*, *доказать гусара*, *крылатый всадник*, *курицын сын*, *мой батюшка*, *матушкин сынок*, *мышинный жеребчик*, *необстрелянный птенец*, *соломенный муж*, *собачий сын*, *сударь-батюшка*, *сын натуры*, *трясти штанами*, *хамов сын*, *хитрый Митрий*; среди ФЕ, репрезентирующих образ женщины – *Арина бесполденная*, в

*девицах, валаамова ослица* (во 2-м значении), *ваша сестра, вековечная невеста, весела как вешний жаворонок, глупая как валаамова ослица, дама из Амстердама, Дунькина фабрика, Евина внучка, жертва вечерняя, жрица Венеры, жрица наслаждений, заломить свои руки как гитана, кающаяся Магдалина* (в 1-м значении), *круглая лицом как глупая луна, лакомый кусочек (блюдо), маком сидеть, мести подолом, молочная сестра, Милитриса Кирбитьевна, мраморные плечи, на возрасте, наряжаться как Маланья на свадьбу, рязанская баба, сама себе госпожа, сатана в юбке, сидеть в юбке, сияшие аки луна в ночи, собачья (сучья) дочь, соблазненная и покинутая, соломенная жена, сорока короткохвостая, сосуд скудельный* (в 1-м значении), *старая скворечница, трепать подол, трепать хвост, упрямая как валаамова ослица, царевна-недотрога, чертова перечница*. Из перечисленных единиц некоторые имеют в словарях помету *устаревшее* (*божий воин, дамский хвост, доказать гусара, мышиный жеребчик, собачий сын, сударь-батюшка, сын натуры, сын природы, хамов сын; вековечная невеста, дама из Амстердама, Евина внучка, Милитриса Кирбитьевна, на возрасте, сама себе госпожа, сияшие аки луна в ночи, трепать подол*), их переход в пассивный запас языка можно связать с наличием устаревшего компонента или его формы в составе ФЕ. Неупотребительность другой части ФЕ можно объяснить наличием народно-поэтической или книжной окраски, которая не всегда уместна в публицистическом дискурсе. Кроме того, публицистический дискурс подтверждает тенденцию перехода отдельных ФЕ из разряда устаревших (к таким в словарях относятся ФЕ *крестный*

*отец, духовный отец, духовный сын, святой отец* и др.) в группу широко употребляющихся в речи, как в старом значении (*духовный отец, духовный сын*), так и в обновленном в соответствии с современной речевой ситуацией или известным прецедентным выражением (*крестный отец*); в целом возрождение ФЕ изначально религиозного содержания обусловлено идеологическими трансформациями в нашей стране конца 20 – начала 21 вв., актуализацией религиозной сферы жизни.

Стилистическая окраска фразеологизмов анализируемой группы варьируется от книжной высокой до грубопросторечной.

Группа стилистически нейтральных фразеологических оборотов в газетных текстах НКРЯ представлена незначительно: *братья по оружию, дачный муж, отец семейства, бабье лето* (2 зн.), *бесплодная смоковница* (1 зн.), *девушка моей мечты, старая дева, три грации, укрощение строптивой* и др. («...отношения с братьями по оружию из других армий стран НАТО далеко не всегда были равными (lenta.ru, 07.04.2019)).

Достаточно обширна в медиатекстах и группа книжных фразеологизмов, среди которых представлены ФЕ с пометой в словаре *книжн. (книжное)* – *Аполлон Бельведерский, рыцарь на час, рыцарь печального образа, Синяя борода, сын своего времени; вавилонская блудница, вечная женственность, гений чистой красоты, дама полусвета, жена Пентефрия, леди Макбет, погибшее, но милое создание, с пометой книжн. высок. (книжное высокое)* – *рыцарь без страха и упрека, с пометой высок. поэт. (высокое поэтическое)* – *небесное создание, чистейшей прелести чистейший образец.*

ФЕ данной группы характерны для письменной речи, их стилистическая принадлежностью обусловлена соответственной маркированностью входящих в состав компонентов. Однако предполагаемая в узусе возвышенная окраска обычно бывает снижена за счет создания иронической интонации в контексте: *«В дымном пространстве залы, словно прекрасные привидения, как гении чистой красоты, перемещались туда-сюда супер-модели»* (Комсомольская правда, 03.11.2013).

Распространены среди ФЕ, репрезентирующих мужчину и женщину, фольклорные и народно-поэтические фразеологизмы, в целом составляющие значительное количество фразеопотреблений в газетных текстах: *[как] Илья Муромец, суженый-ряженный, Финист ясный сокол, ясный сокол; Баба-Яга [костяная нога], Василиса Премудрая, хозяйка медной горы (1 зн.), царица Несмеяна («Паша, как Илья Муромец, встанет и пойдет на своих ногах» (lenta.ru, 15.10.2019))*.

Частотны ФЕ с пометой публ. (публицистическое): *железная леди, первая леди, девушка с характером*, употребление которых характерно именно для выбранного типа дискурса (*«...можно быть железной леди и самой теплой и очаровательной армянской мамой на свете»* (Московский комсомолец, 19.10.2019)).

Разговорный пласт фразеологии представлен в газетных текстах ФЕ *бог войны (2 зн.), ваш брат, друг сердца, мальчик с пальчик, мастер на все руки, мужская рука, сам себе хозяин, сын полка, ученый муж, Баба-Яга [костяная нога], в девушках, женский род, маменькина дочка, мастерица на все руки, мужик в юбке, наша сестра, царица Несмеяна («Но*

*зато она из загнанной бизнес-леди, мужика в юбке превращается в женщину»* (Комсомольская правда, 24.09.2003)).

На границе литературной нормы находятся просторечные фразеологизмы, в газетных текстах это ФЕ *Аника-воин, мальчик на побегушках, старый пень, бабье царство, в девках, на выданье*; за эту границу выходят сниженные грубо-просторечные элементы, отмеченные в газетных текстах: *старый хрен, сукин <ты> сын, чертов сын, старая карга*, их употребление в медиатекстах отражает тенденцию демократизации языка СМИ (*«... Европа – сукины сыны, от них останутся останки»* (Новая газета, 18.02.2018)).

Наличие эмоциональной окраски является достаточно «подвижной» характеристикой фразеологических единиц. Наиболее характерна для ФЕ выбранной тематической группы коннотация следующих типов:

– *шутл.* (шутливое) – в отношении мужчин (*брат во Христе (2 зн.), Ванька-ключник, мужчина в самом расцвете сил, соломенный вдовец*) и женщин (*бабье царство, бальзаковский возраст, в горящую избу войдет, в юбке, дама сердца, дама, приятная во всех отношениях, железная леди, ищите женщину!, лучшая половина человечества, дражайшая (лучшая) половина, погибшее, но милое создание, прекрасная половина человечества*);

– *ирон.* (ироническое) – в отношении мужчин (*Аника-воин, дамский угодник, джентльмен удачи, папенькин (папин, отцов) сынок, рыцарь на час, рыцарь печального образа, странствующий рыцарь, ученый муж*) и женщин (*в юбке, вечная женственность, дама полусвета, дама с камелиями, кисейная барышня (1*

зн.), *мужик в юбке, фря какая (что за фря), царевна Несмеяна, шерочка с ма-шерочкой*);

– *презр.* (презрительное) – в отношении мужчин (*мальчик на побегушках, старый пенё*) и женщин (*Баба-Яга [костяная нога], синий чулок*);

– *пренебр.* (пренебрежительное) – в отношении мужчин (*мальчик на побегушках, папенькин сынок*) и женщин (*красотки кабаре, маменькина дочка, синий чулок*);

– *неодобр.* (неодобрительное) – в отношении мужчин (*Ванька-ключник, Синяя борода*) и женщин (*Баба-Яга [костяная нога], женищина легкого поведения, попрыгунья-стрекоза, синий чулок, старая карга*).

Среди русских фразеологизмов с компонентами значения «мужской» и «женский» можно выделить несколько тематических групп, раскрывающих разные стороны названной оппозиции. Для семантической квалификации фразеологизмов в медиатекстах мы используем классификацию, предложенную в работе Д.В. Семеновой [1, с. 5]. В газетных текстах НКРЯ представлены ФЕ следующих групп:

1) ФЕ, называющие социальные особенности мужчин и женщин (семейное положение социальный статус, социально значимая деятельность): *брат во Христе, брат по оружию, дамский угодник, друг сердца, духовный отец, духовный сын, крестный отец, мальчик на побегушках, мастер на все руки, морской волк, нижний чин, отец семейства, папенькин сынок, святой отец, синие мундиры, сын полка; бабье царство, дама сердца, дама полусвета, девушка моей мечты, женищина легкого поведения, классная дама, красотки кабаре, масте-*

*рица на все руки, моя дражайшая половина, мужик в юбке, ночная бабочка, первая леди, подруга жизни, представительница древнейшей профессии, сестра во Христе, сестра милосердия, соломенная вдова, старая дева* и др.;

2) ФЕ, обозначающие физиологические характеристики (внешность, возраст): *Аника-воин, Аполлон Бельведерский, [как] Илья Муромец, мальчик с пальчик, мужчина в самом расцвете сил, сильный пол, старый пенё, старый хрен; бабье лето (2 зн.), бальзаковский возраст, вечная женственность, небесное создание, писаная красавица, прекрасный пол, слабый пол, сладкая женищина, три грации, чистейшей прелести чистейший образец* и др.;

3) ФЕ, обозначающие психологические характеристики (характер, ум, память): *муж совета, рыцарь без страха и упрека, рыцарь на час, рыцарь печального образа, сам себе голова, ясный сокол; Баба-Яга [костяная нога], Василиса Премудрая, дама, приятная во всех отношениях, девушка с характером, железная леди, кисейная барышня (1 зн.), леди Макбет, маменькина дочка, нежный пол, попрыгунья-стрекоза, сама себе хозяйка, тургеневская барышня (девушка), царевна Несмеяна* и др.

Как видим, в газетных текстах наиболее широко представлена группа фразеологизмов, называющих социальные особенности человека (соотношение трех групп – 3:1:1). В рамках каждой тематической группы фразеологические наименования женщин количественно превосходят соответствующие номинации мужчин, что можно объяснить общим количественным перевесом первых. Подробное описание особенностей употребления фразеологизмов каждой тема-

тической группы требует отдельного рассмотрения и может стать перспективой исследования.

## Выводы

Проведенное исследование позволяет выявить некоторые особенности употребления фразеологизмов, репрезентирующих образы мужчины и женщины, в современной медиаречи.

Квантитативный анализ показал, что количество устойчивых сочетаний, номинирующих женщину, в узусе значительно превосходит соответствующий показатель ФЕ, называющих мужчину (важно отметить, что при составлении корпуса ФЕ последних мы учитывали только фразеологизмы, в значении которых есть компонент *мужчина*, а не *человек* в целом: последний компонент позволяет, как правило, отнести ФЕ к лицам обоих полов). Однако не все они относятся к активному языковому запасу: третья часть всего корпуса отобранных фразеологизмов в медиатекстах не встречается (*соломенный муж, рязанская баба*). Факт перехода некоторых оборотов в пассивный фонд языка можно объяснить их фольклорным и диалектным происхождением (*добрый молодец, Арина бесполденная*), наличием в их составе устаревших элементов (*весела как вешний жаворонок, сияше аки луна в ноц*

и) или книжной окраской, не всегда уместной в публицистическом дискурсе (*жрица Венеры, заломить руки как гитана*).

К числу свехчастотных в медиатекстах фразеологизмов относятся ФЕ *первая леди* (2076 употреблений), *сильный пол* (898), *слабый пол* (861), *прекрасный пол* (805), *[как] Илья Муромец* (395), *железная леди* (349), *ученый муж* (185).

В речи носителей языка активно используется модель с компонентом *леди*. ФЕ *первая леди, железная леди* характерны именно для публицистического стиля; их популярность можно объяснить значительным влиянием на русский язык англоязычных заимствований, а также социально-историческим фактором – появившейся в постсоветское время возможностью открыто и свободно писать о женщинах – первых лицах государства. Кроме того, очень популярна в медиаречи фразеологическая модель с компонентом *пол*, называющая мужчин и женщин в целом (*сильный пол, слабый пол, прекрасный пол*). В отношении этих выражений наблюдается тенденция обыгрывания их значений, развития языковой игры, полисемии и контекстуальной антонимии («*слабый мужской пол*»).

С точки зрения стилистической окраски, в современных медиатекстах наиболее широко используются нейтральные (*ученый муж, лучшая половина человечества*) и книжные обороты (*дама полусвета, леди Макбет*). Зачастую узусная книжная окраска в контексте снижается за счет создания иронической интонации («*как гении чистой красоты, перемещались туда-сюда супер-модели*»). Для фразеологизмов анализируемой группы характерна шутливая / ироническая (*папенькин сынок, моя дражайшая половинка*) или неодобрительная коннотация (*Ванька-ключник, попрыгунья-стрекоза*).

ФЕ, репрезентирующие образы мужчины и женщины, тематически объединяются в три группы – социальные, физиологические и психологические характеристики человека. Обозначения мужчин наиболее широко представлены в первой группе, наименее – в третьей. Фразеологические наименования женщин

во всех трех тематических блоках количественно сопоставимы, при этом есть небольшой перевес в сторону первой группы. Перспективой нашего исследо-

вания может стать подробное описание специфики употребления ФЕ каждой тематической группы.

### Список литературы

1. Семенова Д.В. Гендерный аспект концептуального анализа лексем «мужчина» и «женщина» (на материале фразеологии английского, русского и кабардинского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2006. 25 с.
2. Волошина К.С. Фразеологизм как средство концептуализации понятия «гендер»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2010. 25 с.
3. Чибышева О.А. Концепт «женщина» в русской и английской фразеологии (на материале предметных фразеологизмов, именующих женщину): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 24 с.
4. Лю Бо. Концепт «женщина» в русской языковой картине мира (на фоне китайской): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2010. 26 с.
5. Ферреро А.М. Диас, Хервилья Э.Ф. Керо. Анализ паремий, выражающих негативную оценку женщины в русском и португальском языках // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 54. С. 42-58.
6. Степыкин Н.И. Small talk как стереотип вербального поведения // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. № 584. С. 209-218.
7. Степыкин Н.И. Small talk: рекомендуемые и конвенционально запрещенные темы (на материале английского языка) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2014. № 4. С. 25-28.
8. Степыкин Н.И., Полхова Ю.А. Анализ коммуникативных стратегий и тактик в ситуации конфликта (на материале телесериала «Scrubs») // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2018. Т. 37. № 3. С. 442-450.
9. Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь: ок. 6000 фразеологизмов / под ред. В. М. Мокиенко. 3-е изд., испр. и доп. М.: Астрель: АСТ: Люкс, 2005. 926 с.
10. Фразеологический словарь русского литературного языка / сост. А.И. Федоров. М.: ООО Издательство АСТ, 2001. 720 с.
11. Газетный корпус русского языка // Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru/search-paper.html>.
12. Беспалова Е. А. Процессуальные фразеологические единицы в публицистике Е.И. Носова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2015. № 1 (14). С. 38-44.
13. Попова Г.В. Организация художественного мира фантастического произведения: категориальные понятия (на материале дилогии О. Громыко «Год Крысы») // Научный диалог. 2021. № 9. С. 200-216.

## References

1. Semenova D.V. *Gendernyj aspekt konceptual'nogo analiza leksem «muzhchina» i «zhenshchina» (na materiale frazeologii anglijskogo, russkogo i kabardinskogo yazykov)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Gender aspect of the conceptual analysis of the lexemes "man" and "woman" (based on the phraseology of English, Russian and Kabardian languages). Cand. philol. sci. abstract diss.]. Nal'chik, 2006. 25 p.
2. Voloshina K.S. *Frazeologizm kak sredstvo konceptualizacii ponyatiya "gender"*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Phraseology as a means of conceptualizing the concept of "gender". Cand. philol. sci. abstract diss.]. Nal'chik, 2010. 25 p.
3. Chibysheva O.A. *Koncept "zhenshchina" v russkoj i anglijskoj frazeologii (na materiale predmetnyh frazeologizmov, imenuyushchih zhenshchinu)*. Avtoref. dis. kand. filol. nauk [The concept of "woman" in Russian and English phraseology (based on the material of subject phraseological units naming a woman). Cand. philol. sci. abstract diss.]. Chelyabinsk, 2005. 24 p.
4. Lyu Bo. *Koncept "zhenshchina" v russkoj yazykovoj kartine mira (na fone kitajskoj)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [The concept of "woman" in the Russian language picture of the world (against the background of Chinese). Cand. philol. sci. abstract diss.]. Vladivostok, 2010. 26 p.
5. Ferrero A.M. Dias, Hervil'ya E.F. Kero. Analiz paremij, vyrazhayushchih negativnyu ocenku zhenshchiny v russkom i portugal'skom yazykah [Analysis of the paroemias expressing a negative assessment of women in Russian and Portuguese]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 2018, no. 54, pp. 42-58.
6. Stepykin N.I. Small talk kak stereotip verbal'nogo povedeniya [Smalltalk as stereotypes of verbal behavior]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta = Bulletin of the Moscow State Linguistic University*, 2010, no. 584, pp. 209-218.
7. Stepykin N.I. Small talk: rekomenduemye i konvencional'no zapreshchennye temy (na materiale anglijskogo yazyka) [Small talk: recommended and conventionally prohibited topics (based on the material of the English language)]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 2014, no. 4, pp. 25-28.
8. Stepykin N.I., Polhova Yu.A. Analiz kommunikativnyh strategij i taktik v situacii konflikta (na materiale teleseriala "Scrubs") [Analysis of communicative strategies and tactics in a conflict situation (based on the material of the TV series "Scrubs")]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: Humanities*, 2018, vol. 37, no. 3, pp. 442-450.
9. Biriĥ A. K., Mokienko V. M., Stepanova L. I. *Russkaya frazeologiya. Istoriko-etimologicheskij slovar': ok. 6000 frazeologizmov* [Russian phraseology. Historical and etymological dictionary: about 6000 phraseological units]; ed. by. V. M. Mokienko. Moscow, Astrel': AST: Lyuks Publ., 2005. 926 p.
10. *Frazeologicheskij slovar' russkogo literaturnogo yazyka* [Phraseological dictionary of the Russian literary language]; ed. by. A.I. Fedorov. Moscow, OOO Izdatel'stvo AST Publ., 2001. 720 p.
11. Gazetnyj korpus russkogo yazyka [Russian Russian Language Newspaper Corpus]. *Nacional'nyj korpus russkogo yazyka* [National Corpus of the Russian Language]. Available at: <http://www.ruscorpora.ru/search-paper.html>.

12. Bespalova E. A. Processual'nye frazeologicheskie edinicy v publicistike E.I. Nosova [Procedural phraseological units in E.I. Nosov's journalism]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 2015, no. 1 (14), pp. 38-44.

13. Popova G.V. Organizaciya hudozhestvennogo mira fantasticheskogo proizvedeniya: kategorial'nye ponyatiya (na materiale dilogii O. Gromyko "God Krysy") [The organization of the artistic world of a fantastic work: categorical concepts (based on the material of O. Gromyko's dilogy "The Year of the Rat")]. *Nauchnyj dialog = Scientific Dialogue*, 2021, no. 9, pp. 200-216.

### Информация об авторе / Information about the Author

**Беспалова Екатерина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация  
e-mail: kbespalova@yandex.ru  
ORCID: 0000-0001-7218-0635  
Researcher ID: ABG-7397-2021

**Ekaterina A. Bespalova**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Southwest State University, Kursk, Russian Federation  
e-mail: kbespalova@yandex.ru  
ORCID: 0000-0001-7218-0635  
Researcher ID: ABG-7397-2021