

Рівненський державний гуманітарний університет  
Філологічний факультет  
Кафедра романо-германської філології

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

ступеня “магістр”

**«ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ  
ФРАЗЕОЛОГІЇ»**

Виконала: студентка  
2 курсу магістратури, групи ІФ–62  
спеціальності В11 Філологія  
Ольга Анатоліївна Грищук

Керівник: кандидат філологічних  
наук, доцент Аладько Дмитро  
Олександрович

Рецензент: доктор філологічних наук,  
професор Мізін Костянтин Іванович

## АНОТАЦІЯ

*Грищук О. А.*. Гендерні стереотипи в англійській та українській фразеології.

Наукова робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціалізацією В11.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська. Рівне, РДГУ, 2025.

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент, Аладько Д.О.

Зіставні дослідження лексико-семантичних систем різних мов набувають особливої значущості на сучасному етапі розвитку мовознавства. Предметом такого аналізу постають різноманітні концептуальні сфери, стереотипні уявлення та ситуації, семантичні поля, тематичні групи лексики з точки зору категоризації досвіду і розгляду системи аксіологічних норм певного етносу, лінгвокультурних, символічних та етносеміотичних вимірів мовних одиниць, соціалізації особистості та моделей поведінки в межах певної мовної картини світу.

Об'єкт дослідження магістерської роботи становлять фразеологізми в англійській та українській мовах.

Предметом дослідження є гендерні стереотипи у фразеологічних одиницях англійської та української мов.

Метою роботи є дослідження аналіз гендерних стереотипів у фразеологічних одиницях англійської та української мов.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів на практичних заняттях, семінарах та лекціях підчас вивчення певних навчальних дисциплін, а саме – практичного курсу іноземної мови, лексикології, лінгвокультурології, етнолінгвістики, зіставного мовознавства, порівняльної типології.

**Ключові слова:** фразеологізм, семантика, гендер, стереотип.

## ABSTRACT

*Olha Hryshchuk*. Gender stereotypes in the English and Ukrainian phraseology. Manuscript.

Diploma paper for Master's Degree in Philology. Specialization B11.041 Germanic Languages and Literatures (Translation Included), First Language – English. Rivne, RSUH, 2025.

Thesis advisor – Associate Professor D. Aladko

The comparative studies of the lexical and semantic systems of different languages acquire special significance at the current stage of the development of linguistics. The subject of such an analysis includes various conceptual spheres, stereotypical representations and situations, semantic fields, thematic groups of vocabulary from the point of view of categorization of experience and consideration of the system by axiological norms of a certain ethnicity, linguistic and cultural, symbolic and ethno-semiotic dimensions of language units, socialization of personality and behavior patterns within a certain language picture of the world.

The object of the research of the master's thesis is phraseological units in the English and Ukrainian languages.

The subject of the research is gender stereotypes in phraseological units of the English and Ukrainian languages.

The purpose of the research is to study gender stereotypes in phraseological units of the English and Ukrainian languages.

The practical significance of the paper lies in the possibility of using its results in practical classes, seminars and lectures during the study of certain educational disciplines, namely, the practical course of a foreign language, lexicology, linguistic and cultural studies, ethno-linguistics, comparative linguistics, and comparative typology.

**Key words:** phraseological unit, semantics, gender, stereotype.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА СТЕРЕОТИПІВ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ.....	8
1.1. Фразеологічні одиниці та їх класифікація .....	8
1.2. Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у мовознавстві.....	13
1.3. Антропоцентризм як парадигма сучасного мовознавства .....	18
1.4. Фразеотематична група як об'єкт сучасного лінгвістичного дослідження.....	24
1.5. Оцінний характер фразеологічних одиниць .....	28
1.6. Проблема стереотипу та його вивчення в сучасній лінгвістиці .....	33
РОЗДІЛ 2. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ.....	40
2.1. Гендерні стереотипи в англійській фразеології.....	40
2.2. Гендерні стереотипи в українській фразеології .....	49
2.3. Зіставний аналіз гендерних стереотипів в англійській та українській мовах .....	59
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	68

## ВСТУП

Проблема гендерних стереотипів у фразеологічних системах різних мов становить одну з найактуальніших галузей сучасної лінгвістичної науки, що перебуває на перетині когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та гендерних досліджень. У контексті глобальних трансформацій соціальних відносин і активізації дискусій про гендерну рівність особливої ваги набуває дослідження мовних механізмів репродукції та трансляції стереотипних уявлень про чоловіків і жінок. Фразеологічний рівень мови виявляється особливо інформативним для аналізу гендерних стереотипів, оскільки фразеологізми як усталені мовні одиниці акумулюють історичні шари культурних уявлень і функціонують як потужні транслятори колективних ментальних структур. Актуальність дослідження зумовлена кількома чинниками. Зростанням наукового інтересу до антропоцентричної парадигми мовознавства, яка розглядає мову як відображення людського світогляду та ціннісних орієнтацій. По-друге, необхідністю критичного переосмислення мовних механізмів, що підтримують гендерну нерівність і соціальну дискримінацію. По-третє, браком комплексних зіставних досліджень гендерних стереотипів у фразеології англійської та української мов, що могли б розкрити як універсальні закономірності, так і національно-культурні специфіки їх репрезентації. Сучасні дослідження (Бейкер П., Ліндвалл-Остлінг М., Білоусова Т. П.) в галузі гендерної лінгвістики засвідчують, що фразеологічна система зберігає найбільш консервативні гендерні уявлення, які можуть суперечити актуальним соціокультурним процесам. Водночас бракує системного аналізу механізмів функціонування гендерних стереотипів у різнотипних мовах, що унеможлиблює формування цілісного розуміння цього феномену.

Мета дослідження полягає у виявленні та систематизації гендерних стереотипів у фразеологічних системах англійської та української мов через зіставний аналіз їхніх структурно-семантичних особливостей, функціональних характеристик і культурно-історичних детермінант. Для досягнення мети сформульовано такі завдання:

- проаналізувати теоретичні засади дослідження фразеологічних одиниць та стереотипів у сучасному мовознавстві;

- виявити специфіку репрезентації гендерних стереотипів в англійській фразеології через аналіз семантичних доменів, структурних моделей і діахронічних трансформацій;
- дослідити особливості гендерної стереотипізації в українській фразеології з урахуванням етнокультурних чинників і композиційних механізмів;
- здійснити зіставний аналіз гендерних стереотипів в англійській та українській мовах для виявлення універсальних і культурно-специфічних закономірностей;
- систематизувати виявлені дані у вигляді комплексних таблиць і типологій.

Об'єктом дослідження є гендерні стереотипи як лінгвокогнітивний феномен, що репрезентується через фразеологічні одиниці англійської та української мов.

Предмет дослідження становлять структурно-семантичні, функціональні та культурно-історичні особливості репрезентації гендерних стереотипів у фразеологічних системах англійської та української мов.

Аналіз наукової літератури демонструє широку хронологічну представленість досліджень гендерних стереотипів у фразеології протягом двох десятиліть (2004-2024 роки), що свідчить про стійкий науковий інтерес до даної проблематики. Дослідження охоплюють як зарубіжні (Бейкер П., Левандовські М., Ліндвалл-Остлінг М., Дойчман М., Штейнвалл А., Напп С.), так і вітчизняні (Ковальчук М. С., Алексєєв В. С., Мороз О. А., Ставицька Л., Фоменко О. С.) наукові розвідки, що забезпечує міжкультурний підхід до вивчення гендерної фразеології. Зарубіжна література концентрується переважно на аналізі англійської мови, зокрема Бейкер П. (2013) досліджує корпусні дані репрезентації жінок і чоловіків в англійських ідіомах, Нежелська Г., Самаріна В., Шибкова О. (2018) аналізують план вираження англійських ідіом у гендерно-семантичних студіях, а Напп С. (2023) встановлює кореляцію між силою гендерних стереотипів у природній мові та економічним розвитком країн. Українська наукова традиція характеризується комплексним підходом до вивчення гендерних стереотипів у фразеології. Ковальчук М. С., Алексєєв В. С. (2019) та Мороз О. А. (2010) аналізують мовне вираження гендерних стереотипів в українських фразеологізмах та пареміях, особливо у фразеологічних конотаціях чоловічих і жіночих особових імен. Ставицька Л. (2015) та Фоменко О. С. (2004) розглядають теоретичні засади гендерних

досліджень у мовознавстві, тоді як Федіна О. (2020) застосовує сучасні методи векторного моделювання для аналізу гендерних фразеологічно-маркованих найменувань із концептом "людина". Тернова Н. В. (2019) досліджує репрезентацію гендерних стереотипів у "Фразеологічному словнику східнословобожанських і степових говірок Донбасу", що розширює емпіричну базу досліджень діалектного матеріалу.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що вперше здійснено комплексний зіставний аналіз гендерних стереотипів у фразеологічних системах англійської та української мов з урахуванням структурно-семантичних, функціональних і культурно-історичних параметрів. Уперше систематизовано універсальні та культурно-специфічні механізми репрезентації гендеру в різнотипних мовах, виявлено діахронічні тенденції трансформації гендерних стереотипів під впливом соціокультурних змін, розроблено типологію композиційних прийомів гендерної стереотипізації в українській фразеології. Поглиблено розуміння ролі фразеологічних систем у трансляції та збереженні традиційних гендерних уявлень.

Практичне значення полягає у можливості їх використання у викладанні курсів із загального мовознавства, лексикології, фразеології, лінгвокультурології, гендерної лінгвістики та зіставного мовознавства. Результати дослідження можуть бути корисними для укладання двомовних фразеологічних словників, розробки методик викладання іноземних мов з урахуванням гендерного компонента, а також для перекладацької практики. Висновки роботи мають значення для формування критичного ставлення до мовних механізмів репродукції гендерних стереотипів і можуть сприяти розробці стратегій гендерно інклюзивної мовної політики.

**Структура та обсяг дослідження.** Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаної літератури. Перший розділ присвячено теоретичним засадам дослідження фразеологічних одиниць та стереотипів у сучасному мовознавстві. Другий розділ містить семантичний аналіз гендерних стереотипів у фразеологічних одиницях англійської та української мов із зіставним аналізом виявлених закономірностей. Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок, список використаної літератури налічує 79 джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА СТЕРЕОТИПІВ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

### 1.1. Фразеологічні одиниці та їх класифікація

Фразеологічні одиниці посідають особливе місце у мовній системі, адже становлять цілісний шар лексико-семантичного фонду, який водночас віддзеркалює історію, культуру та ментальність носіїв мови. Серед різноманітних мовних явищ саме фразеологія найбільш яскраво засвідчує унікальність національного світогляду, зберігаючи в кожному звороті не лише мовні моделі, а й тривкий слід фольклорних або літературних джерел. У лінгвістичній науці тривають дискусії щодо визначення фразеологічної одиниці, однак більшість учених згодні, що основними ознаками слід уважати відтворюваність, стійкість, цілісність значення та переважно метафоричну мотивацію. Попри те, що фразеологізми нерідко нагадують синтаксичні конструкції, вони набувають ідіоматичного характеру, через що значення цілого звороту зазвичай не зводиться до простої суми компонентів. Така ідіоматичність, на думку М. С. Глуховської, виникає історично - іноді первісні вільні словосполучення, пов'язані з конкретною професійною чи побутовою сферою, переосмислюються, втрачаючи пряме значення і набуваючи переносного, образного змісту. [7] Для ідентифікації фразеологічних одиниць найчастіше використовують кілька критеріїв, серед яких:

- відтворюваність мовцем у готовому вигляді;
- стійка, нерідко шаблонна структура;
- неможливість довільних пропусків компонентів чи синонімічних замінів;
- наявність переосмисленого узагальненого значення та виразна експресивність.

У наукових розвідках досить поширеним є критичний аналіз того, як фразеологічні одиниці функціонують у мовленні та наскільки відчутним може бути розрив між історичною мотивацією та сучасним сприйняттям. У багатьох випадках мовці не підозрюють про первісне джерело звороту, оскільки його семантика змістилася в переносну площину і сприймається як неподільне ціле. [65] Слід зауважити, що семантичне переосмислення може бути повним, коли ідіома практично не співвідноситься зі значенням окремих компонентів, або частковим, коли образ ще

прозорий і легко вгадується. Е. В. Ніколаеску у власному дослідженні слушно зазначає, що фразеологічна енантіосемія, тобто наявність двох протилежних значень в одній ідіомі, ще більше ускладнює класифікацію, оскільки одні й ті самі фразеологізми можуть у різних середовищах реалізовувати суперечливі інтерпретації. [14] У зв'язку з цим віддавна постало питання про способи систематизації фразеологізмів у лексикографічних джерелах і в науковому описі.

Одним із найвідоміших принципів є семантичний підхід, згідно з яким фразеологічні одиниці поділяються на фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення. Зрощення відрізняються повним злиттям компонентів, коли значення цілком непрозоре і не виводиться з їхніх окремих сем. [2] Приклади можна знайти і в українській, і в англійській мовах: «пекти раків» стосовно почервоніння обличчя або англійське *to kick the bucket* у значенні «померти». [21] Далі, фразеологічні єдності, в яких залишається певна мотивованість, хай і метафоризована, а також фразеологічні сполучення, де лише один зі складників набуває фразеологічно пов'язаного змісту, тоді як інші залишаються у відносно вільному вжитку. Така система довгі роки панувала у вітчизняному мовознавстві, однак і донині залишається актуальною, хоч її гнучкість і обмежена. Крім суто семантичного критерію, лінгвісти звертаються і до структурного підходу. Так, дослідник Л. Теньєр пропонував оцінювати фразеологізми з погляду кількості синтаксичних позицій, які вони вимагають у реченні, розмежовуючи однопозиційні, двопозиційні й трипозиційні одиниці.

Наприклад, типу «лізти на стіну» потребує лише називного відмінка підмета, тоді як деякі складніші звороти, особливо дієслівні, можуть вимагати кількох актантів. [33] Така систематизація, на нашу думку, практична з погляду розв'язання завдань автоматичного аналізу мовлення чи складання електронних словників. Утім, повноцінного врахування метафорики або оцінних відтінків структурний підхід не дає. Важливим є також функціональний вектор, коли фразеологічні одиниці групують за номінативним чи комунікативним статусом. Зокрема, Л. І. Прокопенко, пропонувала розрізняти номінативні фразеологізми, що позначають явища, предмети

або процеси, номінативно-комунікативні, комунікативні прислів'я і приказки, а також вигукові звороти. [61]

Комунікативні одиниці часто функціонують як повноцінні висловлювання зі значною сентенційністю: звичайні прислів'я та крилаті фрази на кшталт «поки грім не вдарить, чоловік не перехреститься» або англійське *Where there is a will, there is a way*. При цьому окреме місце посідають вигуки й формули типу *Oh dear!*, *Good heavens!*, які теж можуть набувати фразеологічної стійкості, але не здійснюють номінації, а радше виражають емоційно забарвлене реагування. [25] Крім семантичних і структурних підходів, суттєво розвинувся аспект етимології та історичної еволюції, коли досліджують походження ідіом із вільних словосполучень, міфологічних джерел або професійного жаргону. Наприклад, Ж. Краснобаєва-Чорна, за результатами аналізу підходів інших науковців припускає, що найпоширеніша причина переходу словосполучення до фразеологізму – це поступова втрата реалії, коли реальний конкретний зміст уже забувається, а метафора залишається. Додаватися можуть деформації лексичного складу чи архаїзація компонентів. У результаті виникає ідіома, що функціонує як стале ціле без прозорості внутрішнього механізму образу. [43]

Історичні трансформації вивчають у межах діяхронної фразеології, яка допомагає з'ясувати, чому деякі фразеологічні одиниці виглядають цілком незрозумілими - їхнє колишнє «пряме» значення втратило актуальність, а сучасний мовець сприймає зворот лише як готову метафору. Окремою проблемою є відмежування власне фразеології від стійких термінологічних словосполучень і кліше офіційно-ділового стилю, адже не кожен сталий комплекс слів має метафоричний зміст. Такі словосполуки, як «трудові успіхи» чи «ринкові відносини», часто вживаються як готові «номінативні формули», проте не несуть ідіоматичного значення, тому низка дослідників, зокрема Я. Баран, М. Зимор'я, називають їх фразеологічними виразами, які мають стійку форму, але не переходять у пласт образності. Це важливо враховувати при складанні словників, щоб не плутати звичайні штампи з фразеологізмами. У багатьох фразеологічних об'єднаннях, особливо прислів'ях і приказках, простежується емотивний та оцінний компонент, що

відображає національну картину світу. Фразеологія є не лише мовним, а й культурним явищем. Прислів'я, крилаті вислови, сталий фольклорний фонд часто стають виявом колективних цінностей та звичаїв. [23] Для прикладу, українські вислови на зразок «без труда нема плода» чи «хто рано встає, тому Бог дає» кодують традиційну етику працьовитості й покладливості на вищу силу, тоді як англійські ідіоми на кшталт *to turn over a new leaf* демонструють специфічну для англomовного дискурсу метафору морального оновлення через перегортання сторінки. [29]

Вибір та частотність уживання фразеологізмів значною мірою залежать від соціолінгвістичних умов. У розмовному стилі чи художньому дискурсі переважають експресивні, образні звороти, тоді як у науковому або офіційно-діловому мовленні поширені кліше та номінативні вирази. Зрештою, фразеологічна система залишається динамічною, оскільки медійний простір, інтернет, масова культура безперервно генерують нові ідіоми, а деякі застарілі вирази вилучаються з активного вжитку. Сучасні підходи часто поєднують кілька критеріїв аналізу, беручи до уваги ідіоматичність, структурні особливості, семантичну мотивацію, стилістичне забарвлення, походження, функціонально-прагматичну специфіку.

Дедалі популярнішою стає когнітивна парадигма, коли фразеологізм розглядається як вербалізація певної концептуальної структури. Когнітивісти шукають універсальні метафоричні схеми, які лежать в основі ідіом, наприклад метафору життя як подорожі, серця як контейнера почуттів, мозку як сховища думок. Аналіз сучасних досліджень демонструє, що фразеологія може бути важливим елементом до розуміння глибинних механізмів людського мислення. [78]

Певні складнощі створює також фразеографічна практика. Словники фразеологізмів намагаються охопити якомога більше зворотів, систематизуючи їх за алфавітом, ключовими словами або за семантичними полями, а іноді й за тематичним принципом. При цьому враховують синонімічність, варіантність, стилістичні помітки. Для практичного викладання мови чи перекладу важливо розмежувати ідіоматичні звороти за рівнями складності та вживаності, оскільки багато фразеологізмів обмежені діалектним чи розмовним ужитком, тоді як інші стали загальнолітературними. Оскільки фразеологія кожної окремої мови надзвичайно

багата, дослідники наполягають на доцільності зіставного вивчення з іншими мовами, що дає змогу виявляти подібні семантичні моделі й універсальні метафори, а також специфічно національні елементи, пов'язані з культурною історією. Це особливо помітно в ідіомах, які містять власні назви або реалії, типові для певного суспільства. Така зіставна перспектива, на нашу думку, допомагає при перекладацькій діяльності та в навчанні іноземних мов, оскільки переклад фразеологізму зазвичай потребує пошуку еквівалента або аналогічної метафори, а не прямого буквального відповідника. [55] Зважаючи на аналіз сучасних наукових праць можна зробити висновок, що попри різні школи та підходи лінгвістів, усі наявні класифікації зводяться до кількох базових параметрів: тип переосмислення та ступінь ідіоматичності, структурна організація, стильова та емоційна віднесеність, історичне походження і функціональна роль. Така багатоступенева систематизація дозволяє побачити фразеологію в усій повноті, розкрити її зв'язки з історією, побутом і творчим світобаченням народу. Послідовно, можна підкреслити, що фразеологічні одиниці, витворюючи особливий «надслівний» рівень, реалізують складне переплетіння лексичних, синтаксичних, прагматичних і когнітивних чинників. У сучасній лінгвістичній практиці надзвичайно важливим стає комплексний розгляд таких одиниць у контексті національної картини світу й дискурсивного вживання. Порівняльний аналіз фразеології різних мов висвітлює універсальні концептуальні сфери (уподібнення складних явищ до простіших образів, а й показує своєрідні культурні домінанти, що транслюються через унікальні ідіоми). Здатність фразеології передавати традиційний досвід, оцінки та культурні стереотипи робить її незамінним маркером мовної особистості й потужним засобом виразності.

Справедливим буде зауважити, що в процесі наукових досліджень р часом виникають складнощі з чітким розмежуванням фразеологізмів, тому мовознавці нерідко вдаються до гнучких дефініцій, де визначальним чинником є ступінь цілісності значення і відсутність прямої лексичної мотивації. Водночас вивчення фразеології виходить далеко за межі лінгвістики. У методиці викладання іноземних мов фразеологічний матеріал допомагає розвивати міжкультурну компетентність, а в психолінгвістиці і дослідженнях дискурсу засвідчує, як усталені образи й оцінки

впливають на сприйняття та побудову висловлень. Завдяки цьому фразеологічні одиниці не лише відтворюють лінгвальну пам'ять народу, а й активно впливають на формування мовленнєвих стратегій, закріплюючи певні кліше в масовій комунікації.

Саме тому фразеологію розглядають як одну з найдинамічніших і водночас найстабільніших систем у мові - поза увагою пересічного мовця вона повсякчас обслуговує колективне й індивідуальне мислення, акумулюючи в собі найприкметніші особливості етномовної свідомості. Послідовно, подальше теоретичне й прикладне опрацювання фразеологічної системи, включно з новітніми викликами корпусного аналізу та когнітивної семантики, лишається перспективним напрямком наукових пошуків. Мовознавці не припиняють пошуку універсальних понять, котрі б однаковою мірою описували і традиційні, і сучасні фразеологічні інновації, водночас зберігаючи складне багатовимірне бачення цих мовних явищ. Саме інтегрований підхід, що враховує семантику, структуру, етимологію, функцію, дискурсивну специфіку і культурно-історичні фактори, дозволяє повноцінно охопити фразеологічне багатство і сприяти глибшому усвідомленню ролі фразеологізмів у збагаченні мовної картини світу.

## **1.2. Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у мовознавстві**

Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у сучасному мовознавстві належить до провідних напрямів дослідження фразеології, оскільки вона дає змогу побачити системні зв'язки між окремими одиницями, об'єднаними спільними поняттєво-тематичними рисами. Такий підхід висвітлює здатність фразеологічної системи відображати національно-культурну картину світу та організовувати поняттєвий простір, втілений у різноманітних тематичних групах. На відміну від традиційних семантичних чи структурних критеріїв, ідеографічний принцип передбачає «рух від змісту» фразеологізму, завдяки чому лексико-фразеологічний фонд мови постає у вигляді розгалуженої ієрархії, що відбиває певну концептуалізацію дійсності. [34] У новітніх дослідженнях ідеографічний підхід набув особливої актуальності, адже він відповідає сучасній антропоцентричній орієнтації лінгвістики, яка розглядає мову крізь призму мовної особистості та соціокультурних

категорій. Ідеографічні критерії, або ж тематичні, спрямовані на те, щоб згрупувати фразеологізми за їхньою предметно-смісловою близькістю. Ідеться, зокрема, про об'єднання фразеологічних одиниць за узагальненою сферою референта (людина, її риси, дії, предметно-побутова чи природна сфера), а також за наявністю спільної концептуальної домінанти. Вітчизняний дослідник О. Ю. Андрієнко слушно зазначає, що у результаті об'єднання кожна виділена група формується на основі екстралінгвістичного критерію – тієї чи іншої логіко-поняттєвої категорії, яка відбиває реальний або уявний світ. В українському мовознавстві такі класифікації активно розвивають дослідники, що прагнуть показати панорамний зріз фразеологічного багатства. У працях проідеографічного характеру пропонується низка цікавих наукових ідей:

- чітке розмежування макросфер «Людина» та «Середовище»;
- по-друге, деталізація цих сфер на низку макротематичних полів, а всередині них – виокремлення дрібніших груп та підгруп із близькими значеннями.

Наприклад, у межах узагальнювальної сфери «Людина» можна виділити групи, що описують її внутрішній світ (характер, звички, емоції, інтелект), фізичний стан (хвороби, старіння, зміну вигляду), соціальний статус (професія, матеріальний добробут, родинні зв'язки) тощо. Такий спосіб упорядкування дозволяє виявити, які концепти переважають у фразеологічному світі носіїв мови та як саме вони осмислюють категорії життя, праці, успіху, моральних цінностей і багато інших ідеологем. [26] Справедливим буде зауважити, що формування ідеографічної класифікації впливають різні аспекти фразеологічної семантики. І. О. Купіна у власному дослідженні виокремлює провідну інтегральну ознаку, яка стає відправною точкою для об'єднання одиниць у межах певного поля або мікрополя. [45] Інші пропонують йти від концепту (приміром, «життя», «праця», «воля», «доля») і вже довкола нього групувати фраземи, що окреслюють різні фрагменти того концепту. За такого підходу поступово створюється деревоподібна структура: тематичне поле або група – кілька підгруп – конкретні ряди (чи навіть варіантно-синонімічні ланцюжки), які демонструють детальні градації значень. Слід відзначити, що семантичні

відношення, на які спирається ідеографічний аналіз, можуть містити синонімію, антонімію, градацію й інші різновиди системних зв'язків, формуючи складну мережу ймовірностей, з якої і вибудовується макрокартина. [36]

Помітним напрямом студій є зіставлення ідеографічного підходу з ономасіологічним. З одного боку, ідеографія «рухається» від поняття, що належить до певної предметної ділянки, і добирає відповідні мовні реалізації. З іншого боку, ономасіологія пропонує встановлювати, як саме різні фразеологічні засоби можуть називати одну й ту ж реалію, і на підставі цього виділяти спільні семантичні моделі. Проте в обох випадках основу становить тематичний, тобто ідеографічний, принцип систематизації, коли фразеологізми виступають не відособленими фрагментами, а частинами загальної інтелектуальної та оцінної картини світу. В історичній ретроспективі ідеографічний спосіб опису фразеології виявився надзвичайно продуктивним у праксеологічних цілях. Так, найперші розвідки тематичного типу стосувалися, як правило, народних прислів'їв і приказок, які групували за смисловими сферами: від стосунків між людьми до феноменів господарського буття. У сучасній лінгвістиці, особливо під впливом когнітивної семантики, цей тип упорядкування став домінуючим у роботі над фразеологічними словниками і, зокрема, у тих виданнях, де прагнуть показати не так формально-лексичний склад одиниць, як їхній зв'язок із концептуальними сферами. Представниця львівської наукової школи Н. Ю. Тодорова слушно зазначає, що сучасні дослідники часто оперують поняттями «фразеосемантичне поле», «ідеографічна група», «тематичне поле», «концепт», «тематичний залишок». Для прикладу, відома низка праць, де мовний матеріал впорядковується згідно з макроконцептом «Людина» або «Природа», а в межах цих категорій виділяють поля «Риси характеру», «Емоції», «Стан здоров'я», «Соціальний статус», «Людська праця» тощо. [72]

Особливо плідними є дослідження, в яких ідеографічну класифікацію фразеологічних одиниць використовують для міжмовних зіставлень. На цьому наголошує, скажімо, О. Пономарьова, яка розглядає семантичні особливості фразеологізмів із компонентами-назвами людини за родом занять, беручи за зразок українську, англійську й німецьку мови. На основі ідеографічної репрезентації стає

можливим визначити загальні тенденції метафоризації (наприклад, коли назви професій переносяться на характеристики особи: «майстер своєї справи», «fair-weather sailor»), а також з'ясувати когнітивно-культурні особливості кожного мовного середовища. За таким підходом ідеографічна класифікація набуває ролі ефективного інструмента для виявлення коннотацій та емотивно-оцінних нашарувань у різних мовах. [59] Послідовно, можна стверджувати, що ідеографічне членування не лише сприяє вибудові «внутрішніх системних сіток» у межах однієї мови, а й полегшує зіставлення з іншим фразеологічним фондом.

Узагальнені підходи показують, що в сучасній лінгвістиці існує кілька систем опису. О. Л. Лапиніна пропонує ієрархію «варіантно-синонімічна група – фразеосемантичне поле – фразеотематична підгрупа – група – поле». [46] І. В. Багмут у свою чергу відзначає систему «фразеосемантичний ряд – фразеосемантичну підгрупу – фразеосемантичну групу – поле» або «сему – підгрупу – групу – макрополе – архіполе». Справедливим буде зауважити, що форми термінів та окремі ланки можуть різнитися, однак методологічний принцип лишається єдиним - фразеологізми об'єднують за домінантною семою, котра визначає їхній семантичний каркас, а далі розташовують у дедалі дрібніші об'єднання, де виявляються специфічні ознаки. [22]

Показовим, наприклад, є досвід розгляду ідеографії певного кола значень (скажімо, «життя людини», «емоційна сфера», «простір і рух»), структуруючи сотні чи тисячі фразеологізмів у кілька концентричних полів і груп. Унаслідок цього стає зрозуміло, що мова не обмежується довільним набором сталих зворотів, а фактично має власну модель фразеологічних смислів, які (хоч і різною мірою) охоплюють усе різноманіття об'єктів та явищ. Кожна група фразеологізмів виявляє певний ціннісний чи експресивний нахил - групи, пов'язані з темою «фізичні недоліки» чи «взаємини в родині», вміщують переважно негативні оцінки (іронічні, лайливі, саркастичні), тоді як групи «висока майстерність» чи «привабливість» тяжіють до схвальних оцінок та метафор. У формуванні груп і полів велике значення мають специфічні механізми фразеоідеографічного упорядкування, зокрема вияв того, що називають «ідеографічним залишком». Мова йде про поодинокі фразеологізми, котрі не вписуються в типовий мотив чи тематичний ряд і тому демонструють унікальну

семантику, яку не поділяють із жодною іншою одиницею. [17] Зазначені приклади свідчать, що кожен «класифікаційний каркас» є моделюванням і не може претендувати на абсолютне охоплення всієї фразеологічної палітри, позаяк у мові неминуче є винятки та лексико-фразеологічні поодинокі утворення.

Найбільш доцільним, на нашу думку, видається думка Н. Ю. Тодорової, що ідеографічні принципи слід поєднувати з іншими методами лінгвістичного аналізу, передусім із когнітивним та дискурсивним. Сучасні дослідження часто засвідчують, що семантика фразеологізмів містить у собі також фонові знання, характерні для конкретної культури, іманентні моделі оцінки й експресії. [68] Тому виокремлення тематичних груп – це не механічне складання зворотів під схожою загальною «темою», а радше спосіб розкрити стереотипи, міфологеми, історичні конотації, які стоять за образом кожної ідіоми. Підсумовуючи, ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у сучасному мовознавстві постає невід'ємною частиною системних підходів до аналізу фразеології. Вона виявляє послідовність і лінійність у розміщенні фразеологізмів за поняттєво-тематичними ланками і надає матеріал для компаративних студій, створення спеціальних словників і укладання баз даних із розширеним семантично-тематичним описом. Наукова цінність такого підходу виправдовується ще й тим, що він здатний проілюструвати саму сутність світобачення, усталену в певній лінгвокультурі: від загальних уявлень про характер людини, суспільні норми чи природне оточення – до найдрібніших деталей побуту, на зразок класичних «cook's holiday» чи «швець без чобіт», коли одна й та сама професія може набувати прикмет символічного маркера для соціального або морального контексту. Залежно від того, яку мету ставлять дослідники – створити розгалужену фразеологічну картину або виявити специфіку певної семантичної галузі, – вони можуть деталізувати кількість підрівнів і уточнювати добір ознак для їхнього визначення. Усі можливі моделі, проте, сходяться на тому, що ідеографічний аналіз дозволяє бачити в фразеології не розрізнені фрагменти, а цілісний образ словесної творчості народу, відтворений у певних мікро- й макрополях. Формуючи підґрунтя для теоретичних узагальнень (наприклад, про антропоцентричну спрямованість фразеології українців чи англомовних народів), такий метод також може лягти в

основу укладання ідеографічних словників, які надають користувачеві не лише формально-алфавітний перелік, а й смислову мапу фразеологічного розмаїття.

Таким чином, ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у сучасному мовознавстві є потужним інструментом для вивчення системності, когнітивного підґрунтя та культурно національних особливостей фразеології. Вона дозволяє лінгвістові глибше проникнути у світ цінностей і ментальних асоціацій, які стоять за кожним образним зворотом, а також виявити своєрідний «порядок речей», упорядкованих мовною свідомістю носіїв. Значною перспективою лишається подальша гармонізація методів і термінології: низка вчених пропонує схожі поняття, але в різному вигляді, що створює певну полісемію термінів. При цьому всі варіації збігаються у визнанні особливої ролі тематичного, ідеографічного критерію для виявлення багатогранності фразеологічних полів. Його практичне застосування дає змогу розкривати онтологічні цінності народу, фіксувати стереотипи та культурно зумовлені уявлення, продемонстровані у фразеологічному фонді. Така інтегральна картина служить джерелом для подальших порівняльних досліджень і лексикографічних проєктів, які не лише полегшують упорядкування величезного масиву фразеологізмів, а й підносять лінгвістичне осмислення зв'язку між словом, колективною свідомістю і культурною традицією.

### **1.3. Антропоцентризм як парадигма сучасного мовознавства**

Антропоцентризм у сучасному мовознавстві набуває статусу провідного методологічного принципу, що визначає загальний вектор лінгвістичних досліджень. Його базова ідея полягає в тому, що людина посідає центральне місце у всіх процесах, пов'язаних із функціонуванням, розвитком та осмисленням мови. У межах антропоцентричної парадигми домінує підхід, за яким не сама по собі мовна система постає об'єктом аналізу, а її зв'язки з людиною, її пізнавальними потребами, психологічними й культурними настановами та соціальною поведінкою. Завдяки цьому мова розглядається не лише, як структурована сукупність одиниць чи категорій, а як багатоаспектний феномен, що віддзеркалює людську свідомість, культурно-історичний досвід і динаміку міжособистісної комунікації. [63]

Антропоцентричний підхід має глибокі історичні витoki. Ще з античних часів дослідників цікавили питання про співвідношення мови й особистості, про вплив людини на мовний розвиток, про місце суб'єктивного чинника в процесах найменування та інтерпретації дійсності. Зміцнення цього підходу особливо помітне впродовж ХХ–ХХІ століть, коли лінгвістика поступово відійшла від виключно формально-структурних схем і вийшла за межі традиційного структуралізму. Колектив вітчизняних дослідників на чолі з А. Е. Левицьким відзначає, що у результаті цього відбулася «гуманітаризація» мовознавчих студій, яка стала віддзеркаленням загального інтересу гуманітарних наук до людини як носія мови й культуротворчого суб'єкта. [48] На певному етапі розвитку лінгвістики антропоцентризм часто протиставлявся формалізму й структуралізму. Якщо перший наголошував на особі мовця, його соціально-психологічному середовищі та інтенціях, то другий бачив у мові насамперед самодостатню систему взаємопов'язаних одиниць і правил комбінування. Відштовхуючись від тез Вільгельма фон Гумбольдта про «внутрішню форму» і «мовотворчу енергію», антропоцентристи стверджували, що неможливо досліджувати мовну систему без розгляду того, як людина її створює, змінює, розуміє та використовує. Мовний факт, таким чином, не відділений від особливостей людського мислення, оцінки, емоцій, ціннісних орієнтацій. [44]

Інтенсивний розвиток антропоцентричної парадигми приніс наукові підходи, які досі формують основу багатьох лінгвістичних напрямів. Одним із провідних стає когнітивна лінгвістика, сфокусована на взаємодії мови та мислення, на понятті концепту, на процесах категоризації дійсності й фреймового структурування світу. Схожою логікою керується й лінгвокультурологія, що вбачає у мовній картині світу відображення національної культури, традиції та ментальних сценаріїв. До антропоцентрично орієнтованих дисциплін належать також психолінгвістика (де людина постає як носій мовної свідомості), соціолінгвістика (де увага зосереджена на соціальних практиках та інституційних контекстах мовця), етнолінгвістика (яка досліджує етнокультурні чинники мовотворення) тощо. [35]

Слід зауважити, що вищезазначені галузі демонструють розмаїття теоретичних і прикладних аспектів антропоцентризму в мовознавстві, проте їх об'єднує спільний

знаменник: центральним об'єктом за таких підходів є людина. Мова не розглядається відокремлено, а осмислюється в нерозривній єдності з особистістю, суспільством, культурою, мисленням та поведінкою. Через це дослідники уникають вузько формальних описів, беручи до уваги мотиви, інтенції, емоції, оцінки та інші складники людської свідомості. У науковому дискурсі така інтелектуальна переорієнтація дістала назву «антропологічний поворот» або «антропоцентрична революція». Вона, зокрема, докорінно змінила традицію лінгвістичного аналізу: якщо раніше мовознавці передусім описували фонологічні, морфологічні чи синтаксичні системи з погляду форм і правил, то відтепер у центр досліджень потрапили когнітивні та комунікативні чинники. [77] Прикладом може бути дослідження метафор, які у структурному аспекті трактували як «нетипове вживання слів», а в антропоцентричному аспекті вони постають як когнітивний механізм людини, що допомагає їй моделювати й пізнавати світ. Загальну увагу до людського фактора, яка лежить в основі антропоцентризму, добре ілюструє поняття «мовна особистість». У лінгвістиці воно охоплює сукупність рис та здібностей мовця: від його лінгвальних знань і вмінь до світогляду, ціннісних установок і спонукальних мотивів комунікації. Концепція мовної особистості дає змогу пояснити, як мова слугує засобом індивідуального самовираження, як соціокультурне тло впливає на відбір мовних форм і чому мовці можуть суттєво відрізнятись у своїй вербальній поведінці. [32]

Слід зауважити, що антропоцентрична парадигма суттєво розширює і розмаїття методів лінгвістичного дослідження. З'являються інтегративні методики, що запозичують інструменти з психології, психоаналізу, етнографії, когнітивних наук. Це дозволяє дослідникам переходити від чисто формальних методів (опис граматики, фонології) до аналізу конкретних комунікативних ситуацій і вербальних практик. [47]

Зокрема, соціолінгвісти, які працюють у антропоцентричній парадигмі, не лише описують діалектні або мовно-варіативні явища, а й з'ясовують, як вони пов'язані з ідентичністю, ідеологією, гендером, культурною політикою. Психолінгвісти натомість вивчають, як особистість обробляє мовну інформацію, як вибудовує мовленнєві стратегії для відображення власних емоцій і поглядів. [41] Одним із підходів, що яскраво ілюструють антропоцентричний вимір, виступає гендерна

лінгвістика, яка спирається на те, що мовленнєва поведінка жінок і чоловіків може суттєво відрізнятись з культурно-історичних причин. А. І. Гарбар зазначає, що гендерна лінгвістика вивчає як гендерну ідентичність кодує мова; суспільні стереотипи щодо «жіночого» й «чоловічого» вербалізуються в поняттях, фразеології, метафорах. Усі наведені фактори також виступають проекцією людини на мовні системи, що підтверджує антропоцентричний характер сучасної лінгвістики. [6]

Антропоцентрична орієнтація знайшла також свій прояв у концепції «мовної картини світу». За цією ідеєю, у фразеології, лексиконі, граматичних категоріях і навіть синтаксичних моделях закладено своєрідний спосіб, у який людина пізнає та впорядковує довколишню реальність. Кожна національна мова, з одного боку, відображає унікальний історичний досвід етносу, а з іншого – формує специфічні світоглядні схеми, які ніби «спрямовують» мислення носіїв. [64] На нашу думку, саме антропоцентричний підхід забезпечив цілісність цієї концепції, оскільки дослідження мовної картини світу передбачає аналіз того, як люди оцінюють, іменують і осмислюють явища довкілля, проєктуючи їх крізь призму власних когнітивних механізмів і культурних патернів. У практичному вимірі антропоцентрична парадигма стимулює активний розвиток прикладних напрямів: викладання мов, перекладознавство, лінгвопоетику, комунікативний менеджмент тощо. Викладаючи мову, фахівці дедалі частіше зосереджуються на системі правил та мовному середовищі, в якому людина здійснює мовленнєві дії, на її мотивах, стратегіях і тактиках у спілкуванні. У перекладознавстві помітно зросло зацікавлення проблемами крос-культурного транспонування. Для того, щоб адекватно перекласти текст, перекладач мусить ураховувати не лише структуру обох мов, а й ментальний контекст носіїв, їхні цінності й традиції. Це також пряме втілення принципу антропоцентризму, який вимагає орієнтуватися на «людський вимір» комунікації. [53]

Серед суттєвих питань, якими займається антропоцентрична лінгвістика, виділяються взаємодія мовної свідомості та індивідуального досвіду, психофізіологічні особливості сприйняття мови, формування комунікативної компетенції під впливом соціальних чинників, ціннісно-сміслові категорії, які люди актуалізують через мовні засоби. Багато сучасних досліджень присвячено тому, як у

мові відбиваються емоції та суб'єктивні стани, адже для людини природно вербалізувати свої почуття, користуючись готовими лексико-граматичними й фразеологічними ресурсами. Слід наголосити, що антропоцентризм не відкидає структурно-системної спрямованості цілком. Л. О. Калмикова, Г. В. Калмиков, І. М. Лапшина, Н. В. Харченко у власному дослідженні визнають необхідність «подвійного фокусування» - поєднання аналізу мовної системності з увагою до ролі суб'єкта мовлення. Послідовно, така синтезна позиція відповідає сучасному прагненню до комплексного розгляду мовного феномену, що охоплює формальні, когнітивні, культурні й комунікативні аспекти. Тож у підсумку формується комплексний підхід: мовознавець досліджує, з одного боку, структуру мовних одиниць, а з другого – їхню «вкоріненість» у психіці й суспільній практиці людини. [62]

Якісно новий рівень у розгортанні антропоцентризму надає когнітивно-дискурсивна парадигма, що синтезує дослідницькі підходи когнітивної лінгвістики та аналіз дискурсу. Людина тут постає як мовець, котрий через дискурс реалізує власні інтенції, репрезентує знання про світ, оцінює його, конструює комунікативні стратегії. Зміщення фокусу на динамічне, контекстуально зумовлене вживання мовних засобів узгоджується з ідеєю про пріоритет людського чинника, адже будь-який дискурс є актом суб'єктивного вибору та інтерпретації. Погоджуємось з позицією вітчизняного дослідника М. П. Полюжина, який зазначав, що мова у рамках когнітивно-дискурсивної парадигми постає як інструмент пізнання та дії, а її дослідження вимагає урахування зв'язку зі свідомістю, емоціями, культурним тлом мовців. [57]

Одним із найважливіших наслідків антропоцентричної переорієнтації є переосмислення базових понять лінгвістики. Приміром, аналіз слова більше не обмежується викладом його дериваційних і структурних параметрів, натомість включає з'ясування його концептуального змісту, мотивів уживання, оцінних конотацій і дискурсивних функцій. Подібно розглядають і синтаксис - не просто описують типи речень і відмінки, а вивчають комунікативну організацію висловлювання, ролі мовних актантів у світобаченні мовця, їхню залученість у дискурс. [42] На нашу думку, сучасне переосмислення лінгвістичних категорій із погляду антропоцентризму підштовхує до перенесення центру досліджень на ті

явища, де «голос» людини особливо відчутний. Велику увагу приділяють, наприклад, евфемізації, політкоректності, дискурсам влади, іміджу та самопрезентації в суспільному спілкуванні. Усе це зміцнює уявлення про те, що кожна мовна одиниця функціонує в колі соціальних відносин і в колі індивідуальних перцептивних актів. За результатами аналізу, здійсненого автором, можна стверджувати, що антропоцентризм як парадигма сучасного мовознавства виявляється у низці масштабних змін. Відповідні міждисциплінарні дослідження демонструють, що людина не просто послуговується мовою, а й змінює її під впливом когнітивних та комунікативних чинників. Тим самим формується складна картина, у якій взаємопов'язані структурна організація мовної системи, індивідуальний та колективний досвід носіїв, а також історичні й культурні традиції. Людина в цьому контексті «домінує» над мовою і водночас «підкоряється» їй як носій культурно зумовлених лінгвальних стереотипів і ментальних моделей.

Немає сумніву, що антропоцентрична парадигма лишатиметься актуальною в найближчому майбутньому, адже вона дає відповіді на головне питання: як мова, будучи суспільним явищем, відбиває й трансформує все розмаїття людського світу. Більше того, розширюється перелік наукових тем, де застосовують антропоцентричні принципи: вивчення цифрових комунікацій, медійного дискурсу, штучного інтелекту, де також розглядають людську участь чи навіть «наслідування» людських когнітивних процесів. Завдяки концепту «людина в центрі» мовознавці здатні вийти за межі чисто формальних описів і залучати реальні контексти, індивідуальні потреби, комунікативні стратегії. Підсумовуючи, антропоцентризм як парадигма сучасного мовознавства стимулює інтеграцію різних дисциплін та інтерпретацію мовних явищ крізь призму людського світогляду та діяльності. Він увиразнює функціональне й ціннісне значення мови для людини, дозволяє переосмислити саму сутність лінгвістичної науки, зорієнтованої не лише на структуру та правила мовних систем, а на широкий контекст реалізації мовленнєвої практики. Подібна зосередженість на людському чиннику відкриває мовознавству дорогу до нових методологічних рішень і перспектив, адже мова виявляється феноменом, що постає одночасно когнітивним

інструментом, культурним кодом і засобом комунікації, – усі ці аспекти сходяться в особі мовця, довкола якого і вибудовується антропоцентрична парадигма.

#### **1.4. Фразеотематична група як об'єкт сучасного лінгвістичного дослідження**

Фразеологічний склад кожної мови виявляє не лише структурне та семантичне багатство, а й глибокий зв'язок із соціокультурною дійсністю носіїв цієї мови. З-поміж численних підходів до упорядкування й вивчення фразеологізмів дедалі відчутніше виокремлюється ідеографічне чи семантико-тематичне спрямування, яке спирається на встановлення спільної поняттєвої, предметної чи функціональної подібності позначуваних реалій. У цьому сенсі особливе значення набуває поняття «фразеотематична група» (далі – ФТГ), яку нині розглядають як один з базових об'єктів сучасного лінгвістичного дослідження. Вона дає змогу систематизувати фразеологічні одиниці за їхніми позамовними референтами та виокремлювати важливі концепти культури й мовної картини світу.

В ідеографічному підході центральним стає принцип об'єднання фразеологізмів за єдиним смисловим чи тематичним центром. Це дозволяє дослідникові виявити парадигматичні зв'язки в межах певної групи: фраземи можуть виступати у стосунках синонімії, антонімії або гіперо-гіпонімії. Складним, утім, лишається питання про чітке розмежування таких груп, адже нерідко значення однієї фразеологічної одиниці примикає відразу до кількох близьких тематичних сфер. Втім, у межах наукової практики сформувався підхід, за яким фразеотематична група постає як сукупність фразеологічних одиниць, що об'єднані спільним семантичним компонентом і можуть розглядатися в межах одного фразеотематичного поля. [69] Залучаючи методи ідеографічної класифікації, лінгвісти не лише встановлюють загальну семантичну «зону» фразеологізмів, а й досліджують культурно зумовлену специфіку кожної групи, механізми утворення образності, етимологію й історичний розвиток відповідних сталих зворотів. У наукових працях Д. В. Ужченка наголошується, що саме тематико-ідеографічний підхід виявляє національну специфіку: різні етноси по-різному членують дійсність, і це відображається у складі та внутрішній будові ФТГ. [73] Звернемось до аналізу структури та основних характеристик фразеотематичних

груп. ФТГ формується за наявності у фразеологізмів певної домінантної семантичної компоненти, що відбиває їхню парадигматичну спільність (наприклад, «ритуально-етикетна поведінка», «емоційний стан», «шлюбні церемонії», «боргова залежність» тощо). Визначальним стає поняття узагальнювальної семантичної ознаки, яка зумовлює включення певної одиниці до групи. Так, при дослідженні обрядів традиційної культури виокремлюють ФО на позначення дій, станів або ритуалів, і всі вони лягають в основу певного тематичного поля: «споживання алкоголю в обрядових ситуаціях», «святкові дії весільного циклу» тощо. [38]

Заслугує уваги і наукова позиція вітчизняної дослідниці О. Щоки, яка зазначає, що усередині ФТГ виділяються ядрові фразеологізми, в яких сфокусовано основний, найбільш типовий зміст, і периферійні, які містять певні додаткові або другорядні семи. Межі групи зазвичай залишаються розмитими, оскільки одні й ті самі ФО можуть мати полісемантичний характер і належати відразу до двох-трьох семантичних зон. Тож у процесі опису дослідник застосовує низку критеріїв: частотність уживання, ступінь прозорості образності, контекстну валентність. [79]

Для поглибленого аналізу та опису ФТГ у лінгвістиці активно використовують метод структурно-семантичного моделювання (далі – ССМ), за яким кожна фразеологічна одиниця може бути абстрагована до певної схеми на кшталт «[дія + обставина + учасники]» чи «[оцінка + об'єкт]». У великих тематичних полях можуть виділятися так звані фразеосемантичні групи (ФСГ) і варіантно-синонімічні ряди, об'єднані ще дрібнішими семантичними критеріями. ССМ дозволяє формувати інваріантні моделі, наприклад: «випивати + з нагоди [обрядова ситуація]», «забивати + кілок / клин + [символ завершення весілля]» тощо. [60]

Слід зазначити, що такі універсальні або напівуніверсальні схеми дають змогу зіставляти ФО різних мов, наприклад, у німецькій (*das Fell versaufen, einen Leichenstein setzen*), в українській (поливати дорожку, забивати чіп), в англійській (*to wet the baby's head, sign the coal-warrants*). У межах фразеотематичних груп особливо яскраво проступають національно-специфічні риси мов. Приміром, низка українських фразеологізмів, пов'язаних із весільними чи поховальними обрядами («забивати кілок», «коза водити»), свідчить про глибокі етнокультурні витоки й метафоричні

образи. У німецькій мові, навпаки, зустрічаємо відповідники з іншими семантичними акцентами (Fell versaufen – випити за упокій; Minne trinken – випити на прощання). У фразеотематичних групах, що стосуються ритуально-етикетного аспекта, кожне слово/компонент – чи то Fell, чи молоду(наречену), чи bride's shoe – завжди зав'язаний на соціокультурному досвіді та народних звичаях. [56]

Зіставне описання фразеотематичних груп різних мов, на думку І. М. Патен, має велике значення для лексикографії, викладання мов, перекладознавства, а також лінгвокультурології. Зокрема, воно дає змогу:

- чіткіше структурувати фразеологічний матеріал у словниках (так званих тематичних чи ідеографічних);
- визначати спільні та відмінні риси в концептуалізації певних дій (наприклад, шлюбні обряди, обрядові способи пиття);
- встановлювати міжмовну еквівалентність сталих зворотів;
- помічати, як в одній мові на тлі іншої зберігаються або зникають певні ритуальні значення. [54]

Досвід складання фразеотематичних груп і їхніх підгруп можна побачити в працях Д. В. Ужченка та Н. Болотнюк, де автори систематизували українські фразеологізми, надаючи можливість чіткіше виявити базові універсалії мовної картини світу, що постають у вигляді структурно-семантичних моделей. [73] Аналіз досліджень дає підставою залучення корпусних ресурсів і текстових баз, тим точніше вдається показати реальний стан уживання фразеологічних одиниць і їх відмінності за регіонами, стилями або епохами. Важливо зауважити, що фразеотематична група часто пов'язана з традиційними народними звичаями та обрядодіями. 4x4

Попри це, у сучасному мовленні багато таких висловів набувають метафоризованих, інколи жартівливих чи вторинних значень. Наприклад, якщо колись «забити чіп» чітко відсилало до обряду завершення весілля, то нині може використовуватися (хоч і доволі рідко) як жартівливий зворот на позначення завершення будь-якої важливої події з подальшим узвичаєним частуванням. У подібний спосіб і «wet the baby's head» (англ. «пити за народження дитини») часто

вживається як жартівливе позначення «поспіхом випити за приємну подію». Такі процеси, на нашу думку, свідчать про зміну комунікативних практик і поступову універсалізацію багатьох традиційних фразеологізмів. Частина з них може утрачати прямий зв'язок із вихідною обрядовою ситуацією, стаючи просто стійким виразом. Це ще раз виявляє, наскільки динамічним є поле кожної фразеотематичної групи і якраз підтверджує потребу в комплексному підході до їх аналізу.

Варто наголосити, що вивчення фразеотематичних груп пов'язане й з низкою методологічних проблем. У сучасному науковому дискурсі не існує абсолютної єдності щодо того, як розмежовувати групи, підгрупи і поля, оскільки кожен дослідник може пропонувати своє бачення логіко-семантичних зв'язків. Крім того, доволі складно визначити межі самої тематики - які саме семантичні ознаки слід визнати достатніми, щоб вважати одиниці спорідненими в одному тематичному полі. Особливої уваги заслуговує поліаспектність фразеологізмів (їх багатозначність, прозорість/непрозорість образу, варіювання компонентів), яка ще більше ускладнює процедуру чіткого класифікування. Попри це, саме фразеотематичний аналіз показує свою евристичну цінність. Він дає змогу не тільки виявити логіку системи, а й реконструювати «мовно-культурні контури» певного явища – весілля, похорон, укладання угоди, частування, родинні стосунки, емоції тощо. Тим самим дослідник має змогу простежити подібні чи відмінні риси, скажімо, українського та німецького весільного обряду: «забити кілок», «коза водити» vs. «einen Leichenstein setzen» (у німецькій системі теж трапляються окремі обряди з питвом). Так порівняння виявляє, що культури мають схожі інтенції (спільнотворчі заходи через питво) і, водночас, різні специфічні образи (в одному випадку «кілок», у другому – «Fell» як символ померлого тощо). [56] Підсумовуючи, фразеотематична група, будучи об'єктом сучасних лінгвістичних досліджень, забезпечує широкий фронт для ідеографічного опису фразеології. Вона дозволяє комплексно показати, як у мові відбиваються усталені культурні сценарії, стереотипи ритуально-етикетної поведінки, сімейні обряди та інші складові народного життя, а також як ці сценарії набувають узагальненої символіки й метафорично переносяться на інші сфери. Завдяки методу структурно-семантичного моделювання вдається систематизувати матеріал і побудувати типологію моделей, що

стоять за фразеологізмами. Подальші дослідження в цьому напрямі, зокрема розширення корпусів і залучення міждисциплінарних підходів (психолінгвістика, етнолінгвістика, соціолінгвістика), допоможуть ще детальніше описати склад і функціонування фразеотематичних груп. Тим самим підтверджується, що фразеотематична група є центральним і водночас продуктивним об'єктом лінгвістичних досліджень у сучасному мовознавстві, адже найповніше ілюструє комплексність зв'язків «мова – культура – мислення – суспільство».

### **1.5. Оцінний характер фразеологічних одиниць**

Оцінний характер фразеологічних одиниць є однією з найважливіших категорій сучасного мовознавства, що вирізняється багатоаспектністю та міждисциплінарним значенням. Фразеологізми, як ідіоматичні мовні утворення, акумулюють лексико-семантичні, культурно-історичні, етнічні, соціальні й психологічні ознаки. Вони зберігають у своїй структурі та значеннях глибоко укорінені ціннісні орієнтири, а також здатні відображати динаміку оцінних суджень, якими послуговується суспільство. [31] Така складова фразеологічного фонду зумовлює актуальність наукових розвідок у контексті когнітивно-дискурсивної парадигми, адже, за словами вітчизняної дослідниці М. С. Глуховської, саме ціннісний (аксіологічний) зміст має істотне значення для вивчення прагматичного потенціалу сталих зворотів у різних типах дискурсу та щодо різної семантики. [28] У традиційному мовознавстві фразеологізми розглядалися насамперед як національно марковані одиниці, що відтворюють основні концепти відповідної культури. Однак у сучасних дослідженнях все більше уваги приділяється ролі оцінних сем у фразеологічній системі. Йдеться про те, що фразеологічна одиниця може одночасно бути носієм номінативних, когнітивних, емоційно-експресивних і, що головне, оцінно-прагматичних смислів. Наприклад, у дослідженні С. Олійника акцентується увага на тому, що структура фразеологічного значення в українській мові передбачає не лише чітко окреслений денотат, а й ширший асоціативно-образний простір, у якому відображено оцінку явища чи дії. Інакше кажучи, Олійник акцентує на важливості розуміння ОФО (оцінних фразеологічних одиниць) як носіїв ціннісного компоненту, що нерозривно

пов'язаний з історичним та національним досвідом. [52] Подібний підхід підтверджують і приклади з англomовних текстів (дослідження М. С. Глуховської, 2021, де фразеологізми з гендерним компонентом виступають надзвичайно чутливими до змін суспільних стереотипів і можуть свідчити про оцінне ставлення носіїв мови до тих чи тих ролей, у тому числі щодо професій, соціальних звичаїв тощо. [28]

Проблема оцінних асоціацій у фразеології, як зазначає О. А. Пономарьова, є особливо актуальною, коли йдеться про назви осіб за родом занять. Адже професія нерідко пов'язується зі стійким образом чи стереотипом у колективній свідомості (наприклад, у традиційній культурі: «виснажливе хліборобство» проти «прибуткового купецтва»), і це знаходить відображення у семантиці ідіом, які можуть бути різко негативними, іронічними чи, навпаки, схвальними. При тому такі оцінні фразеологізми підвищеної частотності відтворюють у внутрішній формі яскравий образ (приміром, німецькі звороти про кравця, що голодує, або англійські й українські ідіоми на позначення «швець без чобіт», «п'яний як швець» тощо), сигналізуючи про негативно-зневажливе сприйняття відповідного ремісництва або про низький рівень добробуту його представників. [58]

Оцінний характер ФО лежить в основі кількох основних категорій аналізу: по-перше, це емоційно-експресивна складова, в якій виявляються суб'єктивні переживання мовця чи колективне переживання мовної спільноти. По-друге, це прагматичний вимір, коли фразеологізм використовується з певною комунікативною метою – вплинути на адресата, сформулювати в нього певну думку чи реакцію. Власне, у дослідженні Т. Князь присвяченому емоційно-оцінним фразеологізмам в політичному дискурсі йдеться про те, як маніпулятивні стратегії журналістів чи політиків можуть спиратися саме на аксіологічний компонент: оцінні ФО (наприклад, «потрошити банки», «стоншувати сімейні бюджети», «шалені кошти») дають змогу не просто назвати економічні чи політичні факти, а й одразу ввести негативне чи позитивне забарвлення, викликаючи у адресата певний емоційний відгук. [39]

Варто відзначити, що оцінне значення може виявлятися на різних рівнях - імпліцитно чи експліцитно. Експліцитна оцінка постає тоді, коли складові фразеологізму прямо містять елементи, що вказують на «поганий/гарний»,

«глибокий/поверховий», «корисний/некорисний» тощо. Інакше кажучи, самі лексеми ФО номінують певну ціннісну ознаку (наприклад, у звороті п'яний як швець оцінка передається саме атрибутом «п'яний», а швець у цьому випадку уособлює негативну модель поведінки). Імплицитна ж оцінка включає глибинну культурну конотацію, для з'ясування якої необхідно звертатися до контексту чи культурно-історичного підґрунтя.[4] Як приклад імплицитної негативної оцінки можна навести фразеологізм гнатися за довгою копійкою, що безпосередньо не говорить «погано/негативно», але через усталений народний погляд на те, що жадоба легких грошей є аморальною, реалізує пейоративний підтекст. Оцінні фразеологізми можуть виражати такі поліаспектні категорії, як морально-етичне судження (чесний/нечесний, працюючий/ледачі), економічно-правове судження (збитковий/прибутковий) чи естетичні уподобання (гарний/потворний). В усіх цих випадках оцінка постає як узагальнена ментальна операція, де суб'єкт (мовець) співвідносить певний об'єкт (подію, особу, ситуацію) з прийнятими суспільством нормами чи з власними ціннісними орієнтирами. У фразеологізмах відбито досвід колективних оцінок і стереотипів, що найчастіше узгоджуються із загальноприйнятими патернами. [24]

Ще однією особливістю оцінного компонента у фразеології є його тісний зв'язок із внутрішньою формою (або образом) усталеного звороту. Якщо в лексеми, приміром, оцінка закріплюється за логіко-семантичною структурою (а інколи залежить від контексту), то у фразеологізмах носіями оцінки виступають переважно образні схеми. Тобто поняття «як свиня в хомуті» (українське іронічне «негарно, недоладно одягнений») чи «as mad as a hatter» (англ. «зовсім божевільний») породжують не тільки конкретику події, але й цілісний культурно обумовлений стереотип (хомут і свиня іронічно не поєднуються, капелюшник – професія, що традиційно «зводить з глузду» через токсичні випари ртуті при виготовленні фетру). [3 ; 75] Такі образи закріплюються в мові й відтворюють глибинні конотації, які щойно «актуалізуються» щоразу, коли носій мови вживає відповідну ФО.

Формування оцінних значень фразеологізмів визначається також історичними, етнолінгвістичними факторами. Як слушно зауважує А. О. Пономарьова, у системі суспільного виробництва деякі професії чи соціальні стани мали позитивний імідж, а

деякі – негативний. Унаслідок цього етнічна свідомість через фразеологізми передає, наприклад, зневажливе ставлення до кравців у німців чи до шевців в українців, незважаючи на те, що в сучасному суспільстві такого розподілу за професійною ознакою може вже й не існувати. [58] На нашу думку, ці стереотипи часто «законсервовані» у фразеологічних одиницях минулих епох. Когнітивно-дискурсивний аналіз дає змогу висвітлити трансформацію цих оцінок: або вони зберігають свою актуальність і досі використовуються у мовленні («п'яний як швець», «три швайки в голові»), або ж стають маргінальними й виходять із широкого вжитку.

Варто згадати, що оцінність у фразеологізмах може бути спрямована як на конкретні ситуації чи предмети (до прикладу, «грошей кури не клюють» – позитивна оцінка добробуту, «гнатися за довгим карбованцем» – негативна оцінка жадібності), так і на характеристики осіб (пор. «ні риба ні м'ясо», «дурень набитий», «світла голова», «солоденький хлопчик»). У наратологічному аспекті фразеологічна оцінка часто виконує роль найлаконічнішої рубрики або ярлика, що визначає ставлення мовця до конкретної людини («як Хома невіруючий» – означає недовірливу чи скептичну особу). Семантичні дослідження оцінних ФО й прагматика фразеологічної системи сучасної української мови, як наголошує Т. Князь, особливо виразні у суспільно-політичному дискурсі, де відбувається яскрава конкуренція мовних засобів впливу і маніпулювання свідомістю адресатів. Вживання «емоційно-оцінних» ФО на політичних токшоу чи у пресі створює потрібний відтінок: зневаги, осуду, схвалення, сарказму тощо. Наприклад, фразеологізми «вишенька на торті» (у негативному контексті), «дощ із грошей пішов» або «удар по гаманцях» збагачують текст не тільки експресією, а й ціннісним смислом, що орієнтує реципієнтів на певну реакцію.

Важливо підкреслити, що при вживанні оцінної фразеології не можна нехтувати контекстом, позаяк одне й те саме словосполучення в різних умовах може здобувати різні відтінки оцінки. Ба більше, внаслідок структурно-семантичних трансформацій (еліпсису, субституції, контамінації) фразеологічна одиниця може якісно змінювати свій вихідний оцінний вектор. Як приклад: «закладати підвалини» (нейтральне значення «давати початок чомусь важливому») стає «закласти міни» із різко негативним значенням «створювати загрозливу ситуацію з непередбачуваними

наслідками». Аналогічно фразеологізм «триматися на ногах» (когнітивно відтворює ідею упевненості, стійкості) у політичному тексті може зазнати зміни: «утриматися на політичній сцені» – уже йдеться про «зберегти вплив чи посаду попри труднощі», тобто реалізовано інше оцінне значення, пов'язане з політичною боротьбою.

Загалом оцінна компонента фразеологізмів містить у собі такі складники, як:

- 1) мотиваційне підгрунття (метафора, метонімія, порівняння);
- 2) культурно-історичний шар (етнокультурні моделі поведінки, особливості соціальних стратифікацій);
- 3) конвенційна оцінка (загальноприйняте в колективі ставлення, наприклад, що жадібність – погано, щедрість – добре);
- 4) особистісне тлумачення мовця (що виявляється в конкретному контексті).

Як зазначає вітчизняний дослідник Сергій Олійник аналіз оцінних фразеологічних одиниць допомагає реконструювати картини світу різних народів і простежити їхній аксіологічний розвиток. [52]

Із позицій перспективи вивчення, оцінний характер фразеологічних одиниць і надалі залишається полем для численних міждисциплінарних досліджень, які можуть охоплювати психолінгвістичні, соціолінгвістичні, когнітивні та дискурсивні аспекти. Потрібно ще докладніше вивчити, як змінюються оцінні конотації ФО під впливом нових реалій, інформаційних технологій, глобалізаційних процесів. Адже глобальні зміни здатні частково нівелювати чи, навпаки, посилювати традиційні стереотипи, що відбиті у мові. Інший напрямок досліджень передбачає детальніше зіставлення оцінних ФО в різних мовах з урахуванням екстралінгвістичних чинників: історії, літератури, звичаїв, релігійних уявлень, традиційного господарювання тощо. Також актуальним є дослідження мовленнєвих практик молоді, в яких нерідко відбувається переосмислення чи переакцентуація оцінних сенсів у фразеологізмах – приклади так званого креолізованого мовлення з новими конотаціями.

Отже, оцінний характер фразеологічних одиниць являє собою яскраву і важливу площину дослідження в сучасному мовознавстві. Поєднуючи в собі семантико-стилістичну, культурно-історичну й прагматичну інформацію, така група ФО виявляє потужний евристичний потенціал для міждисциплінарних пошуків. З'ясування того,

як фразеологія передає схвалення або засудження, робить можливим поглиблення знань про ментальні категорії носіїв мови, виявлення їхніх систем цінностей і способів пізнання дійсності. Значна частина досліджень демонструє, що оцінні фразеологізми через специфічне поєднання образу й емоції неабияк впливають на комунікацію в художньому, суспільно-політичному, інформаційному дискурсі, оскільки формують ставлення до об'єктів і явищ, можуть підтримувати чи руйнувати певні національні стереотипи, змінювати систему ціннісних координат. Зрештою, саме через оцінні ФО особливо яскраво виявляється «антропоцентризм» мови, де людина постає найважливішим об'єктом оцінювання – зі своїми професіями, якостями, удачами й невдачами, і все це напрочуд тонко і лаконічно кодується у стійких висловах, досвідчених поколіннями носіїв мови. Таким чином, оцінний характер фразеологічних одиниць виявляється надійною основою для ідентифікації колективних культурних уявлень і відображає водночас історичну мінливість суспільних стереотипів. Ці лінгвістичні одиниці залишаються незамінним матеріалом для наукових розвідок, оскільки дають змогу бачити динамічну взаємодію мови і культури, реалізовану через емоційно й аксіологічно навантажені форми мовлення.

### **1.6. Проблема стереотипу та його вивчення в сучасній лінгвістиці**

Проблема стереотипу та його вивчення у сучасній лінгвістиці характеризується глибоким і комплексним підходом, який інтегрує методи та досягнення кількох наук, зокрема лінгвокультурології, соціальної психології, міжкультурної комунікації, формальної логіки, нейролінгвістичного програмування та комунікативного інжинірингу. Вибір міждисциплінарного підходу обумовлений тим, що сьогодні в науковій парадигмі актуальним є розгляд будь-якого феномена у широкому, багатовимірному контексті, що дозволяє всебічно зрозуміти природу самого явища. Стереотипи являють собою когнітивний та лінгвокультурний феномен, що тісно пов'язаний з процесами сприйняття та категоризації дійсності. Вони є результатом узагальнення досвіду, що сприяє швидкій орієнтації людини у складному інформаційному просторі. Проте разом із позитивною функцією спрощення і впорядкування світу стереотипи можуть мати негативні наслідки, провокуючи

конфлікти, расизм, ксенофобію та інші соціальні проблеми. Саме тому сучасні дослідники приділяють значну увагу вивченню механізмів формування та функціонування стереотипів, що дозволяє запобігти негативним наслідкам стереотипізації. [27] У сучасній лінгвістиці особливий інтерес викликає зв'язок стереотипів із мовою, ментальністю та культурою. Важливо зрозуміти, як саме мовні засоби впливають на формування стереотипів і як стереотипи, своєю чергою, відображаються у мовних практиках. З цієї точки зору важливим є дослідження мовних форм вираження стереотипів, що дозволяє зрозуміти їхню природу та поширення у певній культурній або національній спільноті.

Цікавим і корисним інструментом у лінгвістичному вивченні стереотипів є застосування формальної логіки, зокрема, так званого квадрата Аристотеля. Застосовуючи його, можна виявити, що узагальнені стереотипи завжди перебувають у площині неправдивості, адже вони претендують на абсолютну істинність, виключаючи можливість винятків. З іншого боку, конкретизації, що допускають існування винятків, можуть бути справедливими з погляду логіки, але їх істинність залежить від комунікативного контексту і сприйняття учасників взаємодії. Останнім часом помітно змінюється ставлення до самого поняття стереотипу. Якщо раніше він переважно розглядався як явище негативне, то зараз у багатьох сучасних лексикографічних джерелах з'являються нейтральні визначення. [66]

Стереотип тепер розглядається як стабільна асоціація елементів – образів, ідей, символів і слів, які разом формують цілісне поняття, що використовується для спрощення процесу пізнання та спілкування. Однак стереотипи можуть мати й небезпечні наслідки, особливо коли використовуються у контексті соціальної відповідальності. Наприклад, у судовій практиці стереотипні уявлення здатні спричинити серйозні порушення прав людини через ухвалення рішень на основі упередженого сприйняття. Разом з тим, стає очевидною необхідність критичного ставлення до власних стереотипних установок у відповідальних ситуаціях. Дослідження стереотипів також тісно пов'язане з питаннями міжкультурної комунікації, адже стереотипні уявлення часто є носіями інформації про національний характер і культурні особливості різних народів. У цьому контексті стереотипи

можуть як сприяти ефективному міжкультурному діалогу, якщо людина володіє відповідними знаннями, так і створювати бар'єри у спілкуванні через неправильну інтерпретацію мовних та немовних сигналів іншої культури. Необхідно зазначити, що сьогодні тривають дискусії щодо межі застосування поняття «стереотип»: чи обмежується воно лише вербальними засобами, чи охоплює також невербальні форми комунікації. Одні дослідники наголошують на мовній природі стереотипів, інші вважають, що це більш глибокі структури свідомості, які знаходять своє вираження у різних семіотичних системах, наприклад у жестах або кольоровій символіці. [30]

Стереотипи в сучасній лінгвістиці продовжують привертати увагу науковців, що зумовлено не тільки їх високою частотністю в різних видах дискурсу, а й здатністю впливати на соціальну поведінку індивідів та спільнот. У цьому контексті актуалізується вивчення вербальних механізмів, що забезпечують формування та поширення стереотипних образів. У рамках когнітивної лінгвістики стереотип розглядається передусім як вербалізована ментальна структура, яка репрезентує етнокультурно марковані, часто ідеалізовані або спрощені уявлення про людину чи соціальну групу. Саме поняття стереотипу залишається дискусійним у мовознавстві через різноманіття його трактувань, неоднозначність його співвідношення з поняттям «прототип», а також через широту сфер його застосування. Історія лінгвістичного дослідження стереотипів тісно переплітається з досягненнями психології, соціолінгвістики та етнолінгвістики, що сприяли становленню сучасної лінгвокогнітивної парадигми. Першим, хто ґрунтовно описав феномен стереотипу, був американський дослідник Уолтер Ліппман, який у своїй класичній праці "Public Opinion" охарактеризував стереотипи як спрощені ментальні конструкції, які полегшують процес соціального сприйняття. [50] Він наголосив на їх двоїстій природі: з одного боку, вони корисні, адже спрощують сприйняття складного світу, з іншого – можуть призводити до упереджень та дискримінації. Подальший розвиток цієї проблематики привів до того, що стереотип почав розглядатися не лише як соціальний, а й як суто лінгвістичний феномен. Зокрема, було визнано, що стереотипи часто формуються за допомогою специфічних мовних засобів, які забезпечують їх стабільність і стійкість у суспільній свідомості. Наприклад, у соціолінгвістиці

стереотипи трактуються як контекстуально обумовлені вербальні конструкції, які відтворюються у мові автоматично, за певними повторюваними схемами. Ця особливість робить стереотип важливим об'єктом для аналізу механізмів сугестивного впливу, а також дозволяє пояснити, як саме стереотипи можуть використовуватися в комунікації, політичному та ідеологічному дискурсі. [67]

Етнолінгвістичні дослідження, своєю чергою, акцентують увагу на культурній специфіці стереотипів. Стереотипи є своєрідними культурними кодами, що виражають не лише уявлення про окремі соціальні групи чи нації, а й ціннісні орієнтири, характерні для певної культурної спільноти. Таким чином, вони стають важливими елементами міжкультурної комунікації, допомагаючи або, навпаки, перешкоджаючи порозумінню між представниками різних культурних традицій. З погляду психолінгвістики, стереотипи виявляються у формах мовної поведінки, уявлень і образів, які виникають у процесі соціальної взаємодії. Вони також розглядаються як когнітивні механізми, що допомагають індивіду швидко орієнтуватися в ситуації, спрощуючи її до рівня звичних та передбачуваних сценаріїв. Такі сценарії або фрейми утворюються завдяки повторюваності певних мовних конструкцій та їх усталеності у свідомості членів спільноти. Однак у сучасних дослідженнях особливо гостро постає проблема розмежування понять «стереотип» і «прототип». Хоча ці терміни часто ототожнюються, між ними існує принципова різниця. Якщо прототип – це найбільш типовий або репрезентативний зразок певної категорії, то стереотип є вже узагальненою та емоційно забарвленою ментальною структурою, що поширюється через соціальний досвід і мову. Стереотип має оцінні конотації та нерідко характеризується негативною емоційною оцінкою. Водночас у мові він проявляється як у називних конструкціях, що містять узагальнені ознаки об'єкта, так і у більш складних синтаксичних структурах, які передають стереотипні судження чи уявлення. Незважаючи на значні досягнення сучасної лінгвістики у вивченні стереотипів, залишається багато невирішених питань, особливо щодо механізмів їх формування та трансформації у мові. [37]

Розглядаючи стереотип як багатовимірний феномен у сучасній лінгвістиці, важливо враховувати різноманітність підходів до його аналізу. Поряд із традиційними

уявленнями, що акцентують увагу на культурній, соціальній або когнітивній природі цього явища, існують концепції, які трактують стереотип у дещо іншій перспективі, фокусуючись на його значенні у процесах ідентифікації та референції. Саме в такому контексті цікавим та актуальним є звернення до філософсько-лінгвістичної концепції Хіларі Патнема, де поняття стереотипу набуває особливого значення і стає одним із ключових елементів його теорії референції. У своїй каузальній теорії референції Патнем використовує поняття «стереотип» як засіб розв'язання складної проблеми співвідношення значення та референції слів. Відштовхуючись від традиційних поглядів, він підкреслює, що стереотип є не просто узагальненим або ідеалізованим образом предмета, а соціально закріпленим набором типових ознак, які вважаються характерними для представників певного виду чи категорії. Ці ознаки не обов'язково є істинними або універсальними для всіх об'єктів, проте вони активно використовуються мовною спільнотою як зручні та зрозумілі орієнтири у процесі ідентифікації та називання об'єктів. Поняття «стереотип» у теорії референції американського філософа Хіларі Патнема посідає важливе місце в межах його каузальної концепції референції. Х. Патнем був одним із перших науковців, хто включив термін «стереотип» до лінгвістичного вжитку для пояснення проблеми взаємозв'язку між значенням та референцією. [19] У його підході стереотип є загальноприйнятим, соціально закріпленим поняттям, яке складається з набору типових властивостей, що фіксуються мовною спільнотою за типовими представниками певного виду. Центральною ідеєю концепції Х. Патнема є розгляд референції як процесу, що здійснюється через встановлення причинного зв'язку між мовними знаками (словами) та реальними чи уявними об'єктами.

Це означає, що мовний знак не просто позначає певний об'єкт, а пов'язаний із ним через мережу соціальних та природних факторів, серед яких вагоме місце займають так звані «стереотипи». Стереотипна інформація є компонентом у розумінні та ідентифікації об'єктів. [49] У теорії Патнема стереотип виступає не лише як узагальнений образ, а передусім як набір характеристик, що мають референційне значення для певного природного виду. Наприклад, типовий стереотип тигра включає такі ознаки, як наявність смуг. Ця ознака є важливою, але її відсутність не означає, що

певна тварина не належить до виду тигрів. Таким чином, ознаки, що входять до стереотипу, не є обов'язковими чи необхідними умовами належності до виду, але слугують критерієм розпізнавання в типових ситуаціях. Х. Патнем зазначає, що стереотипи не просто відображають реальність, а скоріше є результатом соціальної угоди між членами мовної спільноти, яка і встановлює ці стереотипні уявлення.

Стереотипи формуються через так званий «розподіл лінгвістичної праці», коли певні властивості об'єктів встановлюються більш компетентними або авторитетними носіями мови, а решта мовної спільноти їх приймає. Це пояснює, чому певні характеристики є загально визнаними, навіть якщо вони можуть бути неточними чи неповними. Окрім соціальної природи, Патнем наголошує також на важливості вербальної репрезентації стереотипів. [18] Стереотипи, за його словами, не існують поза мовою—вони завжди формулюються вербально і можуть змінюватися в залежності від контексту їх використання. Саме тому стереотипи є динамічними та відкритими для змін відповідно до змін у знаннях та переконаннях мовців. Патнем акцентує, що стереотип є центральною складовою повсякденного розуміння значень слів, проте він не визначає повною мірою екстенціонал термінів. Це означає, що стереотип не обов'язково описує кожного окремого представника категорії, але допомагає мовцям ефективно комунікувати, забезпечуючи загальноприйнятну, хоч і спрощену, інформацію про типові властивості об'єктів навколишнього світу. Підхід Х. Патнема мав вплив на подальший розвиток когнітивної лінгвістики та семантики, хоча й викликав низку критичних зауважень щодо нечіткості окремих аспектів його концепції, зокрема стосовно меж і параметрів стереотипних моделей. Його теорія стала поштовхом для багатьох подальших досліджень, які продовжують розглядати стереотипи як важливі лінгвокогнітивні явища, що відіграють ключову роль у процесах категоризації та референції у мові. Отож, у теорії Х. Патнема стереотип набуває не лише когнітивного, але й виразного соціального забарвлення, що дозволяє глибше зрозуміти механізми формування значень слів та їх використання. [10]

Стаття Хорхе Роблеса «Stereotypes: A Big Problem in Our Modern Society» піднімає питання впливу стереотипів у сучасному суспільстві. Автор наголошує, що стереотипи є серйозною проблемою, оскільки нав'язують певні шаблонні уявлення

про поведінку, уподобання, ролі та здібності людей на підставі їхньої статі, раси, національності чи характеру. Роблес підкреслює, що негативні стереотипи спричиняють шкоду: знижують самооцінку, провокують агресію, погіршують результати у навчанні чи роботі та навіть впливають на фізичне здоров'я людини. Проте автор зауважує, що не тільки негативні, а й позитивні стереотипи можуть бути шкідливими. Він посилається на дослідження, згідно з яким позитивні стереотипи («темношкірі краще займаються спортом») можуть підсилювати негативні упередження («темношкірі більш схильні до насильства»). Це підтверджує думку, що будь-який стереотип, незалежно від свого характеру, є проблематичним, оскільки призводить до упередженого сприйняття інших людей. Також автор використовує приклад виступу письменниці Чімаманди Адічі, яка пояснює, що стереотипи виникають через недостатню поінформованість про інші культури чи країни. [15]

Стереотипи в лінгвістиці, як зазначається у статті Тарасової К.О., являють собою невід'ємну складову процесу комунікації, оскільки вони виконують важливу функцію категоризації, систематизації та зберігання комунікативного досвіду. Стереотипізація у сфері мовленнєвого спілкування є необхідною, оскільки дозволяє структурувати та упорядковувати комунікацію в типових ситуаціях, що часто повторюються у межах певного етносу або соціуму. Внаслідок цього виникають комунікативні стереотипи, які регулюють та стандартизують поведінку людей у конкретних комунікативних ситуаціях. Комунікативні стереотипи проявляються через типові сценарії мовленнєвої взаємодії, які визначають не тільки зміст, але й форму комунікації. Вони закріплені у свідомості людини як когнітивні моделі, що містять готові стратегії поведінки для типових ситуацій спілкування. Саме завдяки цим стереотипам комунікація не є хаотичною, а організована та передбачувана, що полегшує взаєморозуміння між людьми. Виділяють ритуальні та неритуальні комунікативні стереотипи. Ритуальні стереотипи виникають у ситуаціях, де форма спілкування майже незмінна і не залежить від контексту (привітання, прощання). [70]

## РОЗДІЛ 2. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

### 2.1. Гендерні стереотипи в англійській фразеології

Гендерні стереотипи в англійській фразеології становлять фундаментальну проблему лінгвістичної гендерології, що вимагає систематичного дослідження з позицій когнітивної семантики, корпусної лінгвістики та культурологічного аналізу. Англійська фразеологічна система, акумулюючи історичні шари культурних уявлень про маскуліність та фемінність, репрезентує складний комплекс стереотипізованих гендерних концептуалізацій, що потребують деталізованого науково-методологічного опрацювання. Корпусні дослідження англійської мови демонструють значущі статистичні закономірності у розподілі гендерно маркованих фразеологічних одиниць. Аналіз British National Corpus та Cambridge English Corpus виявляє, що фразеологізми з експліцитно чоловічими компонентами "man", "boy" статистично превалюють над фемінними еквівалентами у співвідношенні приблизно 3:1, що відображає андроцентричний характер англійської фразеологічної традиції. [1]

Фразеологізм як усталена мовна одиниця фіксує колективні уявлення й ціннісні моделі спільноти, тому структурний та семантичний аналіз ідіом є інформативним способом виявити приховані гендерні упередження, зафіксовані у повсякденному мовленні англійського соціуму. Саме стереотипізуючий потенціал ідіом, що відображають традиційні ролі та очікування щодо жінок і чоловіків, визначає їхню дослідницьку цінність. Зіставлення трьох авторитетних англійських словників ідіом продемонструвало очевидний дисбаланс: у сумарному підрахунку 59,6% записів стосуються чоловіків, лише 17,7% – жінок, а 22,7% можна застосувати до обох статей. В усіх розглянутих джерелах чоловічі варіанти переважають, а окремі ідіоми взагалі подані лише у формі, що відсилає до чоловіка (наприклад, *dirty old man*), тоді як відповідник із *woman* відсутній. Корпусне підтвердження цієї асиметрії виявила вибірка з British National Corpus: із 18 двостатевих ідіом частотна частка жіночих варіантів становила лише 13,11% проти 86,89% чоловічих. Отже, жінки у фразеологічному дискурсі не лише рідше стають референтами, ніж чоловіки, а й

значно рідше фігурують у тих самих зворотах. Семантичний вимір засвідчує ще суттєвішу нерівність. Серед ідіом, де домінує чоловічий референт, переважають позитивні конотації («self-made man», «man of action»); жіночі ж варіанти частіше мають або відверто негативне, або іронічно-знецінювальне забарвлення («kern woman», «make an honest woman of»). Крім того, практично всі нейтральні в оцінці вживання стосуються чоловіків (79 випадків проти трьох жіночих). У результаті більшість чоловічо-маркованих ідіом виражає соціальний престиж, компетентність або активність, тоді як жіночо-марковані частіше акцентують моральну репутацію, зовнішність чи сексуальну поведінку та схильні до негативної оцінки. Статистичні показники взаємодіють із культурним контекстом: домінування чоловічих форм відтворює історично патріархальний дискурс, у якому «нормативним» мовним суб'єктом постає чоловік, а жінка – периферійним або проблемним об'єктом опису. Відтак англійська фразеологія не лише кількісно відображає «невидимість» жінок, а й якісно закріплює їх у менш престижних або маргіналізованих соціальних ролях. Отож, комплексний аналіз словникових та корпусних даних демонструє систематичну гендерну асиметрію англійських ідіом: чоловік постає частотніше й здебільшого у позитивному світлі, тоді як жіночі номінації рідкісніші та більш поляризовані, із перевагою негативних конотацій. Це підтверджує тезу про те, що фразеологічний рівень мови зберігає консервативні моделі ієрархії та є репрезентативним відбитком гендерних стереотипів, які продовжують циркулювати у сучасному дискурсі. [1]

Дослідження Simpson та Mendis засвідчили наявність 260 ідіом на мільйон слів у Michigan Corpus of Academic Spoken English, серед яких 68% містили гендерно специфічні семантичні компоненти. [11] Семантична стратифікація гендерних стереотипів в англійській фразеології організована навколо декількох концептуальних осей. Фізична сила та домінування традиційно асоціюються з маскулініними фразеологізмами: "strong as an ox", "man of steel", "he-man", "tough guy", що конструює образ чоловіка як носія фізичної потужності та соціальної влади. Розглянувши фразеологічні ідіоми як консервативний шар, що фіксує гендерні упередження, доцільно звернутися й до мікротекстового рівня навчальних матеріалів, де стереотипи діють приховано. Саме граматичні підручники, що містять сконструйовані приклади

й тренувальні речення, формують у свідомості читача норми «невидимої» буденності, адже під час вправ акцент зміщується з семантики на форму, а отже, упереджені контексти засвоюються непомітно. Емпіричну базу дослідження склали шість британських підручників: три видання 1971–1986 рр. та три після 2000 р., з кожного з яких було витягнуто по 300 речень із чоловічими або жіночими суб'єктами, утворивши два корпуси – «старий» і «новий» по 900 одиниць кожний. У «старому» корпусі жінки майже невидимі: лише одна з чотирьох гендерно маркованих позицій належить жіночому суб'єкту, а в окремих підручниках співвідношення сягає семи до одного на користь чоловіків. В «новому» корпусі ситуація радикально інша: представленість статей наблизилась до паритету, різниця не перевищує 5,6%. [9]

Деталізація за одинадцятьма семантичними доменами засвідчила, що в підручниках 1970-1980-х чоловіки найчастіше описуються крізь призму праці, інтелектуальної активності, характерологічних рис і захоплень, тоді як жінки – через хатні обов'язки, зовнішність, емоційні стани та сімейні зв'язки. Така розбіжність підтверджується і якісним спостереженням: сфери, де домінує чоловічий референт, майже не допускають жіночої присутності, і навпаки, що посилює бінарну ієрархію. У «нових» підручниках домінантні домени – працевлаштування, уміння й хобі, інтелектуальна діяльність та характер – характеризують обидві статі приблизно однаковою мірою, а середня різниця в частотах становить менш як відсоток. Це свідчить про поступову переорієнтацію навчального дискурсу на гендерний баланс. Водночас залишкові асиметрії зберігаються: жінки й далі частіше подаються крізь емоційність та зовнішність, а чоловіки – у контексті права і правопорушень. Попри це, автори нових видань помітно розширюють жіночий спектр соціальних ролей і атрибутів, дозволяючи персонажам обох статей перетинати традиційні межі й демонструвати перехресні риси характеру та поведінки. [9] Отже, аналіз граматичних підручників підтверджує, що фразеологічна тканина англійської мови, від ідіом до граматичних кліше, історично кодує гендерні стереотипи, але водночас демонструє чітку тенденцію до їхнього послаблення під тиском суспільних вимог рівності. Від мовленнєвих шаблонів, що репродукують патріархальний порядок, система поступово переходить до більш нейтральних і інклюзивних моделей, зберігаючи, втім,

реліктові поля упередженого змісту – нагадування про необхідність постійної критичної роботи з навчальними текстами як чинниками соціокультурної динаміки.

Розширюючи аналіз, варто перемістити фокус із дискурсивно-прагматичного рівня до «площини вираження» англійської фразеології, у якій гендерні упередження матеріалізуються в лексиці й граматиці сталих сполук. Корпусне дослідження понад трьохсот гендерно маркованих ідіом, здійснене на базі шести авторитетних словників ідіом та онлайн-ресурсів, застосовує метод ідентифікації ключових лексичних одиниць, що дозволяє ранжувати гендерні компоненти за частотністю та виявляти структурні закономірності. Найвиразнішим кількісним показником залишається домінування компонента *man*: він очолює рейтинг із 113 входженнями, тоді як найближчі суперники – *boy*, *girl*, *woman* і *lady* – у сумі поступаються майже вчетверо. Положення «другого ешелону» формують саме ці чотири лексеми, що репрезентують як чоловічі, так і жіночі референти, проте загальна диспозиція зберігає дисбаланс на користь чоловічого позначення. Сама частотність уже задає ієрархію видимості: чоловік постає «мовним за замовчуванням» суб'єктом, тоді як образ жінки фігурує у статистично маргінальних зонах. Типологія граматичних моделей підтверджує тезу про консервативність номінативних стратегій: 88 % корпусу становлять номінальні ідіоми, з яких превалює конструкція «прикметник + іменник» (65 одиниць), далі йдуть комбінації «іменник + іменник» (56) та «іменник + *of* + іменник» (42); вербальні структури ледь сягають двох відсотків загального масиву. Така перевага іменникових схем підсилює ефект стабілізації стереотипу через фіксовані лексичні формули, що позбавляють мовця можливості гнучко коригувати гендерну маркованість вислову. Додатковий вимір асиметрії виявляється у використанні власних назв. Дослідження розрізняє ситуації гендерної відповідності, коли, скажімо, *son of Mars* або *daughter of Eve* логічно корелюють із чоловічими чи жіночими референтами, і випадки гендерної невідповідності, де *Caesar's wife* або *pansy boy* порушують очікувану кореляцію між граматичним та соціальним родом. Існує й проміжна зона амбівалентності, у якій одна й та сама онімна база, як-от *Teddy* або *Friday*, обслуговує обидві статі, а також зона відсутності гендерної мотивації – наприклад, *the old lady of Threadneedle Street* як перифраз Банку Англії. З огляду на те, що найчастіше вживані оніми належать до

сфери чоловічого досвіду – біблійного, військового чи історичного, їхня символічна перевага додатково закріплює патріархальну оптику. [13] Кількісне домінування лексеми *man*, структурна пріоритетність статичних іменникових комбінацій і асиметричний розподіл онімів утворюють комплексний механізм репродукції гендерних стереотипів у фразеологічному рівні англійської мови. Попри зафіксовані у сучасних навчальних матеріалах тенденції до збалансування гендерної репрезентації, основний фразеологічний фонд залишається консервативним, нагадуючи, що навіть у випадку поступових реформ мова зберігає сліди колишніх соціокультурних конфігурацій та продовжує передавати їх у щоденному вжитку. Натомість фемінні фразеологічні репрезентації систематично орієнтовані на зовнішність та емоційність: "fair sex", "pretty as a picture", "beauty and the beast", де жінка редукується до естетичного об'єкта споглядання. Інтелектуальні характеристики у англійській фразеології демонструють гендерну асиметрію, що відображає глибоко вкорінені культурні упередження. Фразеологізми "dumb Dora", "silly goose", "empty-headed", "dizzy blonde" применшують жіночі когнітивні здібності, тоді як чоловічі еквіваленти "wise guy", "smart cookie", "brain trust", "mastermind" підкреслюють інтелектуальне лідерство. Дослідження Stavtseva демонструє, що 73% англійських фразеологізмів, що описують негативні інтелектуальні характеристики, містять фемінні семантичні компоненти. [13]

Ідіоматика англійської мови ґрунтується на структурній нормі, за якої чоловічий займенник *he* та лексема *man* виконують функцію універсальної номінації. У системних термінах це «маскулінний генералік»: форма, що позірно включає обидві статі, фактично ж репрезентує чоловіче як мовний стандарт, тоді як жіночий референт принципово не набуває універсальної сили. Кількісний зріз підтверджує дисбаланс видимості. У контент-аналізі 800 000 новинних повідомлень агентства Reuters (1996–1997) частотність *he* переважала *she* та вживалася в позитивніших контекстах. Довготривала динаміка, простежена на корпусі 1,2 млн американських книжок (1900–2008), показала пряму кореляцію між часткою жіночих займенників і соціальним статусом жінок: кращі освітні й економічні показники супроводжувалися зростанням пропорції *she/hers*, тоді як периферизація жінок в суспільстві позначалася

скороченням цих форм. Експериментальна психолінгвістика послідовно демонструє «male-bias effect»: читачі та слухачі, зіткнувшись із маскуліним генераліком, активують у робочій пам'яті передусім чоловічі образи. Цей ефект зафіксовано в англійській, французькій, німецькій та інших мовах, що підкреслює його крослінгвальний характер. Поведінкові наслідки мовної асиметрії ілюструє робота, де жінки суттєво рідше подавали кандидатури на вакансії, описані чоловіколексемами-ман (наприклад, *salesman*), і охочіше реагували на гендерно інклюзивні оголошення; обрання ж маскулінного формату призводило до зниження відчуття належності та підсилення соціального відторгнення. Із соціокогнітивного погляду це явище супроводжується зменшенням когнітивної доступності жіночих ролей та, відповідно, відтворенням стереотипу «нормативного чоловіка». [16]

У відповідь на дискурсивну асиметрію англійська як «природна гендерна мова» насамперед реалізує стратегію нейтралізації: заміну *police man* на *police officer* та перехід від *he* до *singular they*, що вже домінує у сучасній британській письмовій нормі, хоч і не цілком кодифікований провідними словниками. Теоретичний каркас розрізняє рівні граматичної, лексичної та прономінальної маркованості, пропонуючи нейтралізацію як оптимальну для мов без родового узгодження та комбінований підхід (нейтралізація + фемінізація) для граматичних гендерних систем. Емпіричні дослідження спростовують поширений аргумент про «незручність» або «низьку читабельність» інклюзивних форм: порівняльні тести не виявили статистично значущих відмінностей ані у часових показниках обробки тексту, ані в естетичній оцінці між гендерно-фейрними й маскуліними версіями. Попри це, практика нейтралізації стикається з опором звичних мовних установок, адже для носіїв чоловічої статі відмова від привілейованої форми часто інтерпретується як втрата символічного статусу. Проте накопичення повторів інклюзивних виразів і збільшення часу їхнього вживання поступово нормалізує такі структури та пом'якшує негативне сприйняття, що підтверджує теорію «mere exposure». Отож, аналіз фрагменту англійської фразеології через призму гендер-фейрної мови показує, що сам механізм сталійних словосполук і граматичних шаблонів є потужним каналом репродукції стереотипів. Водночас нейтралізаційна тенденція – від переходу до *singular they* до

заміни -man суфіксів – свідчить про поступове підважування патріархальної норми та перехід ідіоматики до інклюзивнішої мовної політики.

Соматична фразеологія англійської мови демонструє виразні гендерні диференціації через метафоричні проєкції тілесного досвіду. Фразеологізми "muscle man", "iron fist", "strong arm" актуалізують маскулінну фізичність як інструмент влади, тоді як "soft touch", "tender heart", "delicate flower" фемінізують емоційну чутливість та фізичну вразливість. Анімалістичні метафори у гендерно маркованих фразеологізмах відображають культурні проєкції: "sly fox" традиційно маскулінізується у контекстах хитрості та спритності, тоді як "busy bee" фемінізується у домашніх та опікунських контекстах. Діахронічний аналіз англійської фразеології засвідчує поступові трансформації гендерних репрезентацій під впливом феміністичної лінгвістики та політики мовної толерантності. Дослідження Google Books Corpora демонструє статистично значуще зменшення експліцитно сексистських фразеологізмів протягом останніх 200 років, проте імпліцитні гендерні упередження залишаються стійкими. Сучасні спроби створення гендерно-нейтральних альтернатив ("chairperson" замість "chairman", "spokesperson" замість "spokesman") стикаються з когнітивною інерцією носіїв мови та граматичними обмеженнями англійської мовної системи. Прагматичні функції гендерно стереотипізованих фразеологізмів в англійській мові виходять за межі простої номінації та включають складні стратегії соціальної категоризації, оцінки та ідеологічного позиціонування. Фразеологічні одиниці "old wives' tale", "women's intuition", "mother's wit" виконують функцію епістемологічної девальвації жіночого знання як неемпіричного, інтуїтивного та науково неперевіреного. Водночас чоловічі фразеологізми "man's word", "gentleman's agreement", "man of honor" конструюють маскулінність як гарант надійності та соціальної довіри. Дослідження англійського дискурсу виявляють парадоксальну тенденцію: попри формальну елімінацію відкрито сексистської лексики, гендерні стереотипи відтворюються через субтильні колокаційні патерни та імпліцитні семантичні асоціації. Аналіз British Academic Spoken English Corpus засвідчив, що прикметники "brilliant", "genius", "outstanding" статистично частіше колокують з іменниками чоловічого роду, тоді як "talented", "gifted", "creative"

демонструють фемінні асоціативні преференції. Це свідчить про латентну гендерну стратифікацію навіть у номінально нейтральних лінгвістичних контекстах. [13]

Психолінгвістичні експерименти демонструють, що гендерно маркована фразеологія активує стереотипні когнітивні схеми навіть за умови свідомого прагнення до гендерної нейтральності. Дослідження показали, що носії англійської мови систематично інтерпретують амбівалентні фразеологізми через призму традиційних гендерних ролей: "quick as a whip" частіше атрибутується чоловікам у контекстах розумової діяльності, тоді як жінкам - у побутових ситуаціях [5]. Цей феномен засвідчує глибину імплантації гендерних стереотипів у когнітивні структури мовної свідомості. Міжкультурні дослідження засвідчують, що гендерні стереотипи в англійській фразеології корелюють з макроекономічними та соціокультурними показниками. Парадоксально, але більш економічно розвинені та індивідуалістичні англійські країни демонструють сильніші імпліцитні гендерні стереотипи у мовних структурах, що пояснюється феноменом "егалітарного есенціалізму" - поєднанням формальної рівності з підкресленням "природних" гендерних відмінностей. Це засвідчує складність та багатовимірність гендерної проблематики у сучасних демократичних суспільствах. Методологічні підходи до аналізу гендерних стереотипів в англійській фразеології потребують інтеграції корпусної лінгвістики, когнітивної семантики та критичного дискурс-аналізу. Квантитативні методи дозволяють виявити статистичні закономірності у розподілі гендерно маркованих фразеологізмів, а якісний аналіз розкриває семантичні механізми стереотипізації та культурні контексти їх функціонування. Застосування Linguistic Inquiry and Word Count для автоматизованого аналізу гендерних патернів у великих корпусах відкриває нові можливості для комплексного дослідження фразеологічних систем. [12]

**Таблиця 2.1. Гендерні асиметрії в англійській фразеології**

Категорія	Параметр дослідження	Чоловічі показники	Жіночі показники	Характеристика
Кількісні параметри	Загальний розподіл у словниках ідіом	59,6%	17,7%	3,4:1
	Корпусна частотність (BNC)	86,89%	13,11%	6,6:1
	Двостатеві ідіоми в BNC	86,89%	13,11%	6,6:1

	Лексема "man" vs компоненти	113 входжень	42 (boy+girl+woman+lady)	2,7:1
	Граматичні підручники (1971-1986)	75-87,5%	12,5-25%	7:1 (максимум)
	Граматичні підручники (після 2000)	52,8%	47,2%	1,1:1
	Нейтральні в оцінці вживання	79 випадків	3 випадки	26:1
	МАСЕ корпус	68% гендерно специфічних ідіом	260 ідіом/млн слів	-
	Reuters новини (1996-1997)	Займенник "he" домінує	Займенник "she"	Позитивніші контексти для "he"
	Американські книги динаміка	Кореляція зі статусом	Пряма залежність від соціального статусу	1900-2008
Семантичні домени	Фізична сила	"strong as an ox", "man of steel", "he-man", "tough guy"	"delicate flower", "soft touch"	Домінування/потужність vs делікатність
	Інтелектуальні здібності (позитивні)	"wise guy", "smart cookie", "brain trust", "mastermind"	Рідкісні	Раціональність vs інтуїтивність
	Інтелектуальні здібності (негативні)	Менше представлені	"dumb Dora", "silly goose", "empty-headed", "dizzy blonde"	73% негативних - жіночі
	Соціальна роль	"self-made man", "man of action"	"kept woman", "make an honest woman of"	Публічна активність vs приватна сфера
	Зовнішність	Рідко акцентується	"fair sex", "pretty as a picture", "beauty and the beast"	Естетичний об'єкт споглядання
	Емоційність	"iron fist" (стриманість)	"tender heart" (експресивність)	Контроль vs чутливість
	Надійність/Довіра	"man's word", "gentleman's agreement", "man of honor"	"old wives' tale"	Гарант довіри vs сумнівна достовірність
	Анімалістичні метафори	"sly fox" (хитрість, спритність)	"busy bee" (домашні контексти)	Владні vs опікунські контексти
Діахронічні зміни	1971-1986 роки	75-87,5% випадків	12,5-25% випадків	Андроцентричне домінування
	Після 2000 року	52,8%	47,2%	Наближення до паритету
	Google Books (200 років)	Поступове зменшення	Зростання представленості	Статистично значуще зниження сексизму
	Сучасні тенденції	Нейтралізація: "police officer"	Збереження імпліцитних упереджень	Singular "they" зростає
Структурно-граматичні	Номінальні ідіоми	88% загального корпусу	Фіксація стереотипів	Статичні характеристики
	"Прикметник + іменник"	65 одиниць	"dirty old man", "fair sex"	Домінантна модель
	"Іменник + іменник"	56 одиниць	"ladies' man", "mama's boy"	Друга за частотністю
	"Іменник + of + іменник"	42 одиниці	"son of Mars", "daughter of Eve"	Посесивні конструкції
	Вербальні структури	2% корпусу	Маргінальна представленість	Динамічні процеси обмежені

	Власні назви (оніми)	Біблійні, військові, історичні	Рідше представлені	Патріархальна символіка
	Маскулінний генералік	"he", "man" як універсальні	Відсутність універсальної сили	Чоловіче як мовний стандарт

Представлена комплексна таблиця систематизує всі емпіричні дані та висновки з наданого тексту про гендерні асиметрії в англійській фразеології. Структура таблиці організована за п'ятьма основними категоріями аналізу, що дозволяє простежити багатовимірний характер досліджуваного феномену. Кількісні параметри демонструють послідовну андроцентричну тенденцію через різні корпуси та джерела. Найдраматичніша асиметрія фіксується у British National Corpus (співвідношення 6,6:1) та категорії нейтральних оцінок (26:1), що засвідчує концептуалізацію маскулінності як немаркованої норми. Водночас діахронічна динаміка в граматичних підручниках показує радикальну трансформацію від екстремальної асиметрії (7:1) до наближення до паритету (1,1:1), ілюструючи вплив соціокультурних змін на мовні структури. Семантичні домени розкривають глибинні механізми стереотипізації через систематичну диференціацію гендерних ролей. Чоловічі фразеологізми концентруються навколо активності, раціональності та публічної сфери, тоді як жіночі - навколо пасивності, емоційності та естетизації. Особливо показовим є домен інтелектуальних здібностей, де дослідження Stavtseva виявили, що 73% негативно маркованих фразеологізмів містять фемінні компоненти, конструюючи жіночий інтелект як проблематичний. Структурно-граматичний аналіз засвідчує домінування номінальних конструкцій (88%), що створює жорсткі лексичні формули для фіксації гендерних стереотипів. Превалювання статичних моделей "прикметник + іменник" (65 одиниць) над динамічними вербальними структурами (2%) обмежує можливості реконцептуалізації гендерних ролей через фразеологічну систему.

## 2.2. Гендерні стереотипи в українській фразеології

Гендерні стереотипи в українській фразеології представляють собою складний культурно-семантичний феномен, що відображає історично сформовані уявлення українського етносу про статеві ролі та характеристики чоловіків і жінок. Аналіз

фразеологічних одиниць та паремій української мови демонструє глибоко вкорінені ментальні конструкти, які кодують соціальні очікування щодо гендерної поведінки.

Структурно-семантичні особливості гендерної репрезентації у фразеології виявляються на кількох рівнях. Найбільш експліцитними маркерами є прямі лексичні вказівки на стать через використання слів "баба", "дівка", "козак", "мужик", "чоловік", які функціонують як детермінанти гендерної приналежності. Частотність використання цих лексем у різних фразеологічних контекстах свідчить про їхню центральну роль у формуванні гендерних концептів етносвідомості. [76]

Антропонімний компонент фразеологічних одиниць становить окрему категорію гендерних маркерів. Імена міфологічного походження, біблійні антропоніми та власне українські особові назви створюють різні семантичні поля для репрезентації гендерних стереотипів. Зокрема, використання імен Хома, Макар, Гаврило для чоловічих образів та Катерина, Палажка, Параска для жіночих формує специфічні конотативні значення, що корелюють з народними уявленнями про типові характеристики носіїв цих імен. Композиційна структура гендерно маркованих фразеологізмів та паремій демонструє різноманітні художньо-поетичні прийоми. Зіставлення як *compositional device* дозволяє встановлювати паралелі між гендерними характеристиками та природними явищами чи об'єктами. Контрастивні конструкції підкреслюють опозиційність гендерних ролей, тоді як антитетичні структури виявляють суперечливість у сприйнятті гендерних якостей. Симетричні паралелізми створюють ритмічну організацію тексту, що сприяє кращому запам'ятовуванню та трансмісії гендерних стереотипів між поколіннями. Метафоричні механізми репрезентації гендеру базуються на архетипних образах тваринного та рослинного світу. Жіночі образи часто корелюють з калиною, тополею, маком, що символізують красу, стрункість та скороминущість молодості. Чоловічі образи асоціюються з соколом та биком, які втілюють силу, свободу та доміантність. Ці метафоричні перенесення відображають пантеїстичний світогляд українців та їхнє уявлення про гармонійний зв'язок між людською природою та космосом. Семантична структура маскулінних образів у фразеології характеризується амбівалентністю. Позитивні конотації пов'язані з мудрістю, авторитетністю та відповідальністю, що

репрезентовано через лексему "батько" у значенні голови родини та носія традиційних цінностей. Водночас негативні аспекти маскулінності виявляються через іронічне висвітлення схильності до алкоголізму, нестійкості та моральної деградації у зрілому віці. Фемінні образи також демонструють дихотомічність репрезентації. Позитивні стереотипи зосереджуються навколо концепту берегині домашнього вогнища, що втілено у фразеологізмі "Хазяйка в дому – покрива всьому". Краса як центральна характеристика жіночності підкреслюється через порівняння з природними об'єктами та явищами. Негативні конотації пов'язані з надмірною балакучістю, сварливістю та непостійністю, що особливо яскраво виражено через образ "баби" у поєднанні з інфернальними символами. Лінгвокультурологічний аспект гендерних стереотипів виявляється через специфічні механізми їхньої актуалізації в конкретних комунікативних ситуаціях. Фразеологічні одиниці функціонують як готові інтерпретативні схеми для оцінки гендерної поведінки, створюючи нормативні рамки для соціальної взаємодії. Ця нормативність забезпечується через емоційно-оцінну насиченість фразеологічного значення та його прескриптивний характер. Діахронічний аспект формування гендерних стереотипів у фразеології свідчить про їхню укоріненість у традиційній аграрній культурі з чітким розподілом статевих ролей. Консервативність фразеологічної системи сприяє збереженню архаїчних уявлень про гендер, що може суперечити сучасним соціальним реаліям та ролевим модифікаціям. Функціональна спрямованість гендерно маркованих фразеологізмів полягає не лише в дескриптивному відображенні статевих характеристик, а й у прескриптивному регулюванні гендерної поведінки через систему схвалення чи осуду. Це робить фразеологію потужним інструментом соціального контролю та трансляції гендерних норм у межах етнокультурного співтовариства. [40]

Аналіз гендерних стереотипів у фразеології української мови через призму конотацій особових імен розкриває глибинні семантичні механізми кодування культурних уявлень про статеві ролі та поведінкові моделі. Дослідження конотативних значень чоловічих і жіночих антропонімів у фразеологічних одиницях демонструє системний характер гендерної маркованості мовних знаків та їхню роль у формуванні етнокультурної картини світу. Структурна організація гендерних конотацій у

фразеології базується на соціально-оціночних параметрах, що корелюють із традиційними стереотипами української культури XVIII-XIX століть. Негативно-оцінні конотації чоловічих імен охоплюють широкий спектр характеристик, що стосуються інтелектуальних здібностей, трудової етики, моральних якостей та соціальної поведінки. Семантичні поля "дурень", "ледар", "недотепа", "безхарактерність" формують домінуючі негативні стереотипи маскуліності, що відображають народні уявлення про типові чоловічі вади. Специфіка гендерної диференціації конотацій виявляється у тому, що чоловічі імена переважно асоціюються з недоліками у сфері суспільної реалізації, професійної діяльності та господарської активності. Це корелює з традиційним розподілом статевих ролей, де чоловік виступав як основний носій суспільних функцій та економічної відповідальності. Фразеологічні одиниці типу "Василь-безділь", "Герасим не косив, то з косарями їсти не буде" фіксують критичне ставлення до порушення нормативних очікувань щодо чоловічої працьовитості та господарської спроможності.

Конотативна семантика жіночих імен демонструє іншу спрямованість гендерних стереотипів, концентруючись навколо сфери приватного життя, домашнього господарства та міжособистісних відносин. Негативні характеристики жіночності артикулюються через семантичні поля "балакучість", "сварливість", "неохайність", "недбальство у господарстві", що відображає традиційне закріплення за жінкою ролі берегині домашнього простору та відповідальності за побутову сферу життєдіяльності. Асиметрія у розподілі конотативних значень між чоловічими та жіночими іменами свідчить про різні критерії оцінювання гендерної поведінки в українській культурі. Чоловічі імена частіше набувають конотацій, пов'язаних із недостатністю вольових якостей, розумових здібностей чи моральної стійкості, тоді як жіночі імена асоціюються переважно з порушеннями норм соціальної комунікації та домашньої організації. Лінгвокультурологічний аналіз позитивно-оцінних конотацій виявляє меншу частотність їхнього вживання порівняно з негативними, що пояснюється загальномовною тенденцією до більш активної фіксації відхилень від норми. Позитивні чоловічі стереотипи концентруються навколо концептів

"працьовитість", "розумність", "справедливість", "сміливість", що корелює з ідеалізованими уявленнями про маскуліність як носія суспільних чеснот. [20]

Жіночі позитивні конотації артикулюються через семантичні поля "краса", "працьовитість", "розумність", "щастя", що відображає амбівалентність народного сприйняття фемінності як носія як естетичних, так і практичних цінностей. Особливо показовою є тенденція до використання зменшено-пестливих форм жіночих імен для вираження позитивних конотацій, що свідчить про патерналістський характер оцінювання жіночих чеснот. Семантична динаміка гендерних конотацій демонструє процеси етимологічної мотивації та народноетимологічних переосмислень антропонімів у фразеологічному контексті. Імена з фонетичними особливостями, зокрема зі звуком [ф] та його субститутами, виявляють тенденцію до стійкого закріплення негативних конотацій, що може свідчити про вплив евфонічних чинників на семантичну еволюцію онімів у фразеології. Соціокультурна стратифікація антропонімів у фразеологічних одиницях відображає класові та станові уявлення української спільноти. Імена, асоційовані з нижчими соціальними прошарками, демонструють схильність до розвитку негативних конотацій, що свідчить про вплив соціальної стигматизації на семантичну еволюцію власних назв у народнорозмовній мові. Гендерна маркованість фразеологічних конотацій виявляє глибинні ментальні структури, що визначали соціальні очікування та поведінкові норми в традиційному українському суспільстві. Асиметричність у розподілі семантичних ролей між чоловічими та жіночими іменами відображає патріархальний характер соціальної організації, де чоловік виступав як носій публічних функцій, а жінка - як відповідальна за приватну сферу життєдіяльності. Функціональна спрямованість гендерних стереотипів у фразеології полягає не лише у дескриптивному відображенні статевих характеристик, а й у нормативному регулюванні гендерної поведінки через механізми соціального схвалення чи осуду. Фразеологічні одиниці з антропонімними компонентами функціонують як культурні коди, що транслюють етнічні уявлення про нормативність та девіантність гендерних проявів, забезпечуючи таким чином відтворення традиційних статевих ролей у межах мовного співтовариства. [51]

Аналіз семантичних механізмів репрезентації гендерних стереотипів у фразеології української мови виявляє складну систему культурно-мовних кодів, що відображають історично сформовані уявлення про статеві ролі та поведінкові норми. Дослідження художньо-поетичної структури фразеологічних одиниць і паремій демонструє їхню функцію як транслятора етнокультурних цінностей та соціальних очікувань щодо гендерної поведінки. Композиційна організація гендерно маркованих фразеологізмів базується на різноманітних структурних прийомах, що забезпечують як семантичну виразність, так і мнемонічну ефективність цих мовних одиниць. Зіставлення як основний композиційний принцип дозволяє встановлювати аналогії між гендерними характеристиками та природними явищами, створюючи метафоричні паралелі між людською поведінкою та космічними закономірностями. Контрастивні структури підкреслюють опозиційність гендерних ролей, формуючи дихотомічні уявлення про маскуліність і феміність як взаємодоповнювальні, але принципово відмінні сфери людського буття. Антитектичні конструкції виявляють суперечливість народного сприйняття гендерних якостей, демонструючи амбівалентність оцінювання статевих характеристик. Симетричні паралелізми забезпечують ритмічну організацію тексту та його евфонічну привабливість, що сприяє кращому запам'ятовуванню та ефективній трансмісії гендерних стереотипів між поколіннями. Причинно-наслідкові зв'язки у структурі паремій відображають детерміністичні уявлення про зумовленість гендерної поведінки соціальними та біологічними чинниками. [71]

Метафоричні механізми репрезентації гендеру демонструють глибинні архетипні структури української ментальності. Образи тваринного світу, що використовуються для характеристики чоловічих і жіночих якостей, відображають пантеїстичний світогляд та уявлення про органічний зв'язок між людською природою та космосом. Сокіл як символ маскуліності втілює концепти свободи, сили та духовного сходження, тоді як бик репрезентує фізичну потужність, плодючість та домінантність. Ці зооморфні образи кодують ідеалізовані уявлення про чоловічу природу як носія активного, перетворювального начала. Фітоморфні метафори жіночності концентруються навколо концептів краси, скороминущості та естетичної досконалості. Калина як символ життєвої енергії та вогняної стихії, тополя як

втілення стрункості та гнучкості, мак як репрезентант пишної краси та життєвої інтенсивності формують семантичне поле ідеалізованої фемінності. Ці образи відображають уявлення про жіночу природу як носія естетичних і репродуктивних цінностей, що корелює з традиційним розподілом статевих ролей у патріархальному суспільстві. Метонімічні механізми репрезентації гендеру базуються на принципах синекдохи та асоціативних зв'язків між частиною та цілим. Використання соматичних образів для характеристики гендерних якостей відображає тілесно орієнтовану картину світу, де фізичні характеристики виступають як маркери моральних і соціальних властивостей. Гіперболізація як стилістичний прийом служить для створення комічного ефекту та критичного висвітлення гендерних девіацій, підкреслюючи нормативні очікування щодо статевої поведінки. Семантична структура чоловічих образів у фразеології характеризується поляризацією між ідеалізованими та критичними репрезентаціями маскулінності. Позитивні конотації зосереджуються навколо концептів мудрості, справедливості, сміливості та лідерства, що відображає патріархальні уявлення про чоловіка як носія суспільних функцій і морального авторитету. Лексема "батько" у фразеологічних контекстах функціонує як символ патріархальної влади та традиційної мудрості, втілюючи ідеал чоловічої відповідальності та соціального лідерства. Негативні аспекти маскулінності репрезентовані через широкий спектр характеристик, що стосуються інтелектуальних недоліків, моральних слабкостей і соціальної неадекватності. Семантичні поля "дурість", "ледачість", "безхарактерність", "нечесність" формують критичний дискурс щодо чоловічих девіацій, відображаючи народні уявлення про типові чоловічі вади. Ця критичність може свідчити про високі соціальні очікування щодо чоловічої поведінки та суворість оцінювання відхилень від нормативних стандартів маскулінності. Фемінні образи у фразеології демонструють амбівалентність народного сприйняття жіночої природи. Позитивні стереотипи концентруються навколо концептів краси, працьовитості, розумності та щастя, що відображає багатовимірність ідеалізованої фемінності. Образ берегині домашнього вогнища втілює традиційні уявлення про жінку як носія приватної сфери життєдіяльності та відповідальну за збереження сімейних цінностей. [68]

Негативні конотації жіночності зосереджуються навколо порушень норм соціальної комунікації та домашньої організації. Семантичні поля "балакучість", "сварливість", "неохайність", "ледачість" формують критичний дискурс щодо жіночих девіацій, підкреслюючи специфічність оціночних критеріїв для фемінної поведінки. Образ "баби" як негативного стереотипу жіночності часто корелює з інфернальними символами, що може свідчити про архаїчні уявлення про жіночу природу як потенційно загрозливу для соціального порядку. Антропонімна семантика у фразеології відображає соціокультурну стратифікацію та класові упередження української спільноти. Імена, асоційовані з нижчими соціальними прошарками, демонструють схильність до розвитку негативних конотацій, що свідчить про вплив соціальної стигматизації на семантичну еволюцію власних назв. Етимологічна мотивація антропонімів у фразеологічних контекстах виявляє процеси народноетимологічного переосмислення та семантичної реінтерпретації імен відповідно до культурних стереотипів. Функціональна спрямованість гендерних стереотипів у фразеології полягає у створенні нормативних рамок для соціальної поведінки та забезпеченні механізмів соціального контролю. Фразеологічні одиниці функціонують як культурні скрипти, що програмують очікувану гендерну поведінку та санкціонують відхилення від неї. Їхня прескриптивна функція реалізується через систему схвалення позитивних гендерних проявів і осуду негативних, формуючи таким чином ефективний інструмент соціалізації та трансляції традиційних статевих ролей. Діахронічний аспект формування гендерних стереотипів у фразеології свідчить про їхню укоріненість у традиційній аграрній культурі з патріархальним устроєм і чітким розподілом статевих ролей. Консервативність фразеологічної системи забезпечує збереження архаїчних уявлень про гендер, що може суперечити сучасним соціальним реаліям і гендерним трансформаціям. Це створює потенційний конфлікт між традиційними мовними репрезентаціями гендеру та актуальними соціокультурними процесами гендерної емансипації та рольової модифікації. [74]

**Таблиця 2.2. Гендерні стереотипи в українській фразеології: детальний аналіз**

Категорія	Підкатегорія	Маскулінні образи	Фемінні образи	Приклади фразеологізмів
-----------	--------------	-------------------	----------------	-------------------------

Лексичні маркери	Прямі вказівки	батько, козак, мужик, чоловік, вдівець, брат	баба, дівка, жінка, хазяйка, вдова, кума	"Базарна баба", "Вільний козак", "Солом'яний вдівець"
	Антропоніми негативні	Хома, Макар, Гаврило, Андрій, Іван, Данило, Герасим, Грицько, Семен	Гапка, Хвеська, Параска, Феська, Химка, Векла, Настя, Дарія	"На бідного Хому і дерево пада", "Дурному Гаврилі усе чорнобривці", "Видно, що Гапка млинці пекла"
	Антропоніми позитивні	Василь, Наум, Борис, Артим, Максим, Гриць	Катерина, Марина, Параня, Парася, Настя	"Хоть не Василій, а мені милий", "Катря, Катре, Катерина, намальована картина"
Метафоричні образи	Зооморфні позитивні	сокіл (свобода, сила, швидкість), бик (потужність, плідючість), лев (царська гідність)	лебідь (граційність), голубка (ніжність)	"Сокіл, не парубок", "Молодик, як бик"
	Зооморфні негативні	свиня (нечемність), кабан (грубість), баран (дурість)	сорока (балакучість), їжак (злість), собака (злість)	"По образу Ілля, а по розуму свиня", "Жінки, як сороки", "Баба хуже скаженого їжака"
	Фітоморфні позитивні	дуб (міцність, довговічність), кедр (величність)	калина (краса, життєва сила), тополя (стрункність), мак (пишність), троянда (краса)	"Дівка, як тополя", "Дівчина, як у лузі калина", "Гарна дівка, як маківка"
	Природні явища	грім, туча (сила), вогонь (енергія), камінь (твердість)	тихе літо (спокій), роса (свіжість), зоря (краса)	"Козак не боїться ні тучі, ні грому", "Молодиця, як тихе літо"
Позитивні конотації	Інтелектуальні якості	мудрість, розумність, справедливість, кмітливість, досвідченість	розумність, кмітливість, винахідливість	"Казав Наум – візьми на ум!", "Наша Настя на все здасться"
	Соціальні ролі	голова родини, лідер, захисник, годувальник, носій авторитету	берегиня вогнища, господиня, матір, хранителька традицій	"Чий батько старший", "Хазяйка в дому – покровя всьому"
	Моральні чесноти	сміливість, чесність, справедливість, відповідальність, вірність	працьовитість, вірність, турботливість, жертвовність	"Відважний Артим іде сміло у воду і дим", "Катерина сіно громадить"
	Фізичні якості	сила, міцність, витривалість, спритність	краса, стрункність, граційність, ніжність	"Максимового повку", "Гарній дівці гарно і в ганчірці"
	Професійні навички	майстерність, вміння, працьовитість	господарські навички, рукоділля	"Для нашого Федота не страшна робота", "І Парася на щось придалася"
Негативні конотації	Інтелектуальні вади	дурність, нерозумність, недалекість, простакуватість, недотепність	нерозумність, недалекість, наївність	"Дурному Гаврильці усе чорнобривці", "Велика Педоря та дурна"
	Моральні недоліки	нечесність, брехливість, лицемірство, жадібність, підступність	сварливість, підступність, злість, задрість, лицемірство	"Максим бреше, як лисого чеше", "Марта дідька варта"
	Соціальна поведінка	базікання, хвастощі, пихатість, грубість	балакучість, пліткарство, цікавість, нескромність	"Мели, Єміля, - твоя неділя", "Цікавий Варварі носа одірвали"

	Трудова етика	ледачість, безділля, невміння, недбальство	неохайність, недбальство, невміння, лінивість	"Василь-безділь", "У лінійої Хими свято щоднини"
	Характерологічні риси	безхарактерність, слабкість, непостійність, боягузтво	упертість, примхливість, плаксивість, нерішучість	"З нашого Андрушка ні м'ясо ні юшка", "Текльи-бекльи"
	Фізичні недоліки	неохайність, негарність, слабкість	неохайність, негарність, неакуратність	"Вже по пиці знати, що Гаврилом звати", "Дунька у сливах"
	Шкідливі звички	пияцтво, розгульність, марнотратство	—	"Горілка не дівка, а Семен не дурень", "Як не як, а Хома піяк"
Композиційні прийоми	Зіставлення	паралелі з природними явищами, тваринами	порівняння з рослинами, природними об'єктами	"Гарна дівка, як маківка"
	Контраст	протиставлення позитивних і негативних рис	опозиція ідеального та реального	"Мужик забагатів як загорбатів"
	Антитеза	суперечності в характері	амбівалентність жіночої природи	"Жінка хіба те утає, чого не знає"
	Гіпербола	перебільшення вад для комічного ефекту	гіперболізація балакучості, неохайності	"Леська та Хвеська хоч якого дзвона перегудуть"
	Іронія	висміювання недоліків	саркастичне ставлення до вад	"Оце виграв, як Хома на булках!"
Функціональні ролі	Суспільна сфера	публічна діяльність, лідерство, заробіток, захист	—	"Де козак, там і слава"
	Приватна сфера	голова родини, вихователь, наставник	домашнє господарство, виховання дітей, догляд	"Хазяйка в дому – покровя всьому"
	Економічна функція	основний годувальник, заробітчанин	допоміжна роль, ведення господарства	"Чоловік усьому порядок"
	Культурна роль	носії традицій, звичаїв, знань	збереження сімейних цінностей, передача традицій	"Батько Наум наведе на ум"
Соціокультурна стратифікація	Вищі прошарки	князь, пан, священик	пані, боярка	"Князь Борис все плуги ковав"
	Середні прошарки	ремісник, козак, селянин	господиня, майстриня	"Козак журби не має"
	Нижчі прошарки	наймит, бідняк, безземельний	наймичка, бідолашка	"На бідного Хому і дерево пада"

Українська фразеологія відтворює цілісну, ієрархізовану систему гендерних стереотипів, сформовану в умовах традиційно-патріархального суспільного ладу XVIII–XIX ст., у якій маскуліні образи переважно асоціюються з публічною сферою, силою та соціальним авторитетом, а фемініні – з приватним простором, красою й хатньою сферою. Структурно-семантична організація цієї системи базується на прямій лексичній маркованості, антропонічних компонентах і розгалужених метафоричних переносах на зооморфні та фітоморфні образи, що відтворюють

архетипні уявлення про чоловічу активність і жіночу гармонію. Кількісна та якісна асиметрія негативних конотацій свідчить про суворіші соціальні очікування від чоловіків за одночасного збереження амбівалентного ставлення до жіночих рис. Фразеологізми виконують подвійну – дескриптивну й прескриптивну – функцію, фіксуючи й нормуючи гендерну поведінку, а їхня консервативна природа зумовлює потенційний конфлікт із сучасними моделями гендерної рівності, що потребує критичного переосмислення на тлі суспільних трансформацій. Ця система гендерних стереотипів у фразеології становить важливий компонент української етнокультурної ідентичності, водночас потребує критичного переосмислення в контексті сучасних соціальних трансформацій та гендерної рівності.

### **2.3. Зіставний аналіз гендерних стереотипів в англійській та українській мовах**

Компаративне дослідження гендерних стереотипів у фразеологічних системах англійської та української мов розкриває фундаментальні закономірності репрезентації статевих ролей у різних лінгвокультурних традиціях. Аналіз емпіричних даних демонструє як універсальні тенденції андроцентричної мовної організації, так і специфічні національно-культурні механізми кодування гендерних концептуалізацій у двох типологічно різних мовних системах. Кількісні параметри гендерної асиметрії виявляють схожі тенденції маскулінного домінування в обох мовах, проте з різними ступенями вираженості. В англійській фразеології співвідношення чоловічих до жіночих референтів у словникових джерелах становить 59,6% проти 17,7%, що дорівнює пропорції 3,4:1. Корпусний аналіз British National Corpus демонструє ще драматичнішу асиметрію в двостатевих ідіомах - 86,89% для чоловічих варіантів проти 13,11% жіночих, створюючи співвідношення 6,6:1. Українська фразеологія, хоча й не має таких детальних статистичних підрахунків, демонструє аналогічні тенденції через домінування лексеми "мужик/чоловік" над "баба/жінка" у фразеологічних конструкціях та переважання чоловічих антропонімів у негативно маркованих контекстах. Структурно-граматичні особливості розкривають різні механізми фіксації гендерних стереотипів у типологічно відмінних мовних системах. Англійська фразеологія характеризується домінуванням номінальних

конструкцій (88% загального корпусу), серед яких превалюють моделі "прикметник + іменник" (65 одиниць), "іменник + іменник" (56) та "іменник + of + іменник" (42). Ця структурна жорсткість створює лексично фіксовані формули, що обмежують можливості гнучкої модифікації гендерної маркованості. Українська фразеологія демонструє більшу варіативність композиційних прийомів, включаючи зіставлення, контрастивні конструкції, антитетичні структури та симетричні паралелізми, що забезпечують ритмічну організацію та мнемонічну ефективність паремій.

Семантичні домени та їхня гендерна диференціація виявляють як універсальні, так і культурно-специфічні особливості. В обох мовах спостерігається систематичне розмежування між публічною сферою (маскулінізованою) та приватною (фемінізованою). Англійські фразеологізми "self-made man", "man of action", "iron fist" конструюють маскулінність через концепти активності, раціональності та публічного лідерства, тоді як "kept woman", "fair sex", "tender heart" редукують фемінність до естетичного об'єкта та емоційної сфери. Українська фразеологія демонструє аналогічний розподіл через протиставлення образів "вільного козака" і "берегині домашнього вогнища", проте з більшим акцентом на родинно-кланових структурах та традиційних господарських ролях. Метафоричні механізми репрезентації гендеру розкривають глибинні культурні архетипи та світоглядні особливості. Англійська анімалістична метафорика концентрується навколо зооморфних образів сили та домінування ("muscle man", "sly fox" для чоловіків) та делікатності ("busy bee" для жінок у домашніх контекстах). Українська фразеологія демонструє більш розгалужену систему природних метафор, де чоловічі образи асоціюються з соколом (свобода, духовне сходження) та биком (фізична потужність), а жіночі - з калиною (життєва сила), тополею (стрункість) та маком (естетична досконалість). Ця відмінність відображає більш органічний зв'язок української ментальності з природним циклом та пантеїстичними уявленнями про космічну гармонію.

Соматична фразеологія демонструє схожі тенденції гендерної диференціації через тілесні метафори. Англійські "iron fist", "strong arm" актуалізують маскулінну фізичність як інструмент влади, тоді як "soft touch", "delicate flower" фемінізують емоційну вразливість. Українські еквіваленти "козацька міць", "дівоча врода"

відтворюють аналогічні опозиції, проте з більшим акцентом на естетичних категоріях та культурно-історичних конотаціях. Особливо показовою є різниця в репрезентації інтелектуальних здібностей: якщо англійська фразеологія систематично девальвує жіночий інтелект через ідіоми "dumb Dora", "silly goose", "dizzy blonde" (73% негативно маркованих фразеологізмів містять фемінні компоненти за дослідженням Stavtseva), то українська демонструє більш амбівалентне ставлення через поєднання критики ("Велика Педоря та дурна") з визнанням жіночої кмітливості ("Наша Настя на все здасться"). Діахронічні трансформації гендерних репрезентацій виявляють різні темпи соціокультурних змін у двох мовних спільнотах. Англійська мова демонструє радикальні зміни під впливом феміністичної лінгвістики: граматичні підручники 1971-1986 років показували співвідношення 7:1 на користь чоловіків, тоді як сучасні видання досягли майже паритету (52,8% до 47,2%). Дослідження Google Books Corpora засвідчує статистично значуще зменшення експліцитно сексистських фразеологізмів протягом останніх 200 років. Українська фразеологія залишається більш консервативною, зберігаючи архаїчні гендерні уявлення, укорінені в традиційній аграрній культурі XVIII-XIX століть.

Стратегії мовної корекції демонструють різні підходи до нейтралізації гендерної асиметрії. Англійська мова активно впроваджує нейтралізаційні стратегії: заміну "policeman" на "police officer", перехід від універсального "he" до "singular they", що вже домінує у сучасній британській письмовій нормі. Експериментальні дослідження спростовують аргументи про "незручність" інклюзивних форм, не виявивши статистично значущих відмінностей у часових показниках обробки тексту. Українська мова, маючи більш розвинену граматичну гендерну систему, потребує комбінованого підходу (нейтралізація + фемінізація), проте практичні зміни відбуваються повільніше через консервативність фразеологічного фонду. Психолінгвістичні ефекти гендерної асиметрії виявляють схожі когнітивні механізми в обох мовах. Феномен "male bias effect" проявляється у тому, що носії англійської мови при сприйнятті маскулінного генеріка активують передусім чоловічі образи у робочій пам'яті. Аналогічно, українські фразеологізми з андроцентричними компонентами формують когнітивні схеми, де чоловічий референт виступає як "немаркована норма". Поведінкові наслідки

включають зменшення когнітивної доступності жіночих ролей та відтворення стереотипу "нормативного чоловіка", що впливає на професійні вибори та соціальні очікування. Функціональні аспекти гендерно маркованих фразеологізмів виходять за межі простої номінації та включають складні стратегії соціальної категоризації. Англійські "old wives' tale", "women's intuition" виконують функцію епістемологічної девальвації жіночого знання, тоді як "man's word", "gentleman's agreement" конструюють маскулінність як гарант соціальної довіри. Українські еквіваленти "бабські казки", "жіноча мудрість" демонструють аналогічну тенденцію, проте з більшим акцентом на протиставленні емпіричного та інтуїтивного знання.

Міжкультурні дослідження засвідчують парадоксальну закономірність: більш економічно розвинені англійські країни демонструють сильніші імпліцитні гендерні стереотипи у мовних структурах, що пояснюється феноменом "егалітарного есенціалізму" - поєднанням формальної рівності з підкресленням "природних" гендерних відмінностей. Українська лінгвокультура, зберігаючи експліцитні традиційні стереотипи, може виявитися менш схильною до цього прихованого есенціалізму через відкритість патріархальних настанов для критичного переосмислення. Методологічні підходи до аналізу гендерних стереотипів потребують адаптації до специфіки кожної мови. Якщо для англійської ефективними є методи корпусної лінгвістики з автоматизованим аналізом через LIWC (Linguistic Inquiry and Word Count), то українська фразеологія вимагає більшого акценту на етнолінгвістичних та лінгвокультурологічних методах через її тісний зв'язок з народною традицією та обрядовістю. Зіставний аналіз демонструє, що попри типологічну різницю англійської та української мов, обидві системи відтворюють схожі патерни гендерної асиметрії через андроцентричне домінування, семантичну диференціацію публічної та приватної сфер, девальвацію жіночого досвіду та конструювання маскулінності як немаркованої норми. Водночас виявляються значущі відмінності: англійська фразеологія демонструє більшу структурну жорсткість та активніші процеси лінгвістичної корекції, тоді як українська зберігає більшу метафоричну варіативність та культурну укоріненість у традиційних світоглядних структурах. Ці відмінності відображають різні стадії соціокультурних трансформацій

та різні стратегії адаптації до сучасних викликів гендерної рівності, що визначає перспективи подальших досліджень у галузі порівняльної гендерної лінгвістики.

**Таблиця 2.3. Порівняльна характеристика гендерних стереотипів в англійській та українській мовах**

Параметр аналізу	Англійська мова	Українська мова	Універсальні риси	Специфічні відмінності
<b>Кількісні параметри</b>				
Загальне співвідношення	59,6% чол. : 17,7% жін. (3,4:1)	Домінування "мужик/чоловік" над "баба/жінка"	Андроцентричне домінування в обох мовах	Англійська має точніші статистичні дані
Корпусна частотність	86,89% чол. : 13,11% жін. (6,6:1) в BNC	Переважають чоловічих антропонімів у негативних контекстах	Маскулінні референти статистично домінують	Англійська показує більшу кількісну асиметрію
Нейтральні оцінки	79 чол. : 3 жін. (26:1)	Не визначено статистично	Чоловіче як "немаркована норма"	Англійська фіксує екстремальну асиметрію
<b>Структурно-граматичні особливості</b>				
Домінантні конструкції	Номінальні (88%): прикметник+іменник (65), іменник+іменник (56)	Варіативні композиційні прийоми: зіставлення, контрасти, антитези	Фіксація стереотипів через сталі конструкції	Англійська - жорсткість; українська - варіативність
Структурна гнучкість	Лексично фіксовані формули, обмежена модифікація	Симетричні паралелізми, ритмічна організація	Консервативність фразеологічних систем	Українська має більшу композиційну свободу
Грамматичний рід	Природний гендер, маскулінний генералік (he/man)	Грамматичний гендер з узгодженням	Використання чоловічих форм як універсальних	Різні типологічні механізми вираження
<b>Семантичні домени</b>				
Публічна сфера	"self-made man", "man of action", "iron fist"	"вільний козак", публічна активність	Маскулінізація публічного простору	Англійська - індивідуалізм; українська - колективізм
Приватна сфера	"kept woman", "fair sex", "tender heart"	"берегиня домашнього вогнища", хатня сфера	Фемінізація приватного простору	Українська більш акцентує родинно-кланові структури

Інтелектуальні здібності	73% негативних фразеологізмів - фемінні	Амбівалентне ставлення: критика + визнання кмітливості	Девальвація жіночого інтелекту	Англійська - систематична; українська - суперечлива
Фізичні характеристики	Сила vs делікатність	"козацька міць" vs "дівоча врода"	Диференціація сили та краси	Українська має естетично-культурні конотації

Порівняльна таблиця систематизує всі ключові аспекти зіставного аналізу гендерних стереотипів в англійській та українській мовах. Таблиця структурована за дев'ятьма основними параметрами дослідження, що дозволяє простежити як універсальні закономірності, так і культурно-специфічні особливості репрезентації гендеру у фразеологічних системах. Найвиразнішими універсальними рисами є систематична андроцентрична асиметрія, функціонування чоловічих референтів як "немаркованої норми", семантичне розмежування публічної та приватної сфер за гендерним принципом, девальвація жіночого досвіду та схожі психолінгвістичні механізми когнітивної обробки. Водночас культурно-специфічні відмінності виявляються через протиставлення англійської структурної жорсткості та активної інституційної корекції українській композиційній варіативності та консервативності традиційних структур. Особливо показовою є різниця у стадіях соціокультурних трансформацій: англійська мова демонструє стадію активної корекції з переходом до прихованого есенціалізму, тоді як українська зберігає експліцитні традиційні стереотипи з потенціалом для критичного переосмислення. Ці відмінності визначають різні стратегії адаптації до сучасних викликів гендерної рівності та окреслюють перспективи подальших досліджень у галузі порівняльної гендерної лінгвістики.

## ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних засад засвідчив, що фразеологічні одиниці становлять особливий рівень мовної системи, який характеризується відтворюваністю, стійкістю, цілісністю значення та переважно метафоричною мотивацією. Встановлено, що найпродуктивнішими для дослідження гендерних стереотипів є семантичний підхід та ідеографічна класифікація, яка дозволяє систематизувати фразеологізми за спільними поняттєво-тематичними ознаками. Доведено, що антропоцентрична парадигма сучасного мовознавства створює методологічне підґрунтя для дослідження гендерних стереотипів через фокусування на людському чиннику у мовних процесах. Фразеотематичні групи виявилися ефективним інструментом для виявлення культурно-національних особливостей гендерної концептуалізації. Встановлено, що оцінний характер фразеологічних одиниць реалізується через емоційно-експресивну складову та прагматичний вимір, формуючи комплексні механізми соціального схвалення чи осуду гендерної поведінки.

Дослідження специфіки репрезентації гендерних стереотипів в англійській фразеології виявило систематичну андроцентричну асиметрію: співвідношення чоловічих до жіночих референтів у словникових джерелах становить 3,4:1, а в корпусних даних British National Corpus досягає 6,6:1. Особливо драматичною виявилася асиметрія у нейтральних оцінках, де співвідношення становить 26:1, що засвідчує концептуалізацію маскулінності як немаркованої норми. Структурно-граматичний аналіз показав домінування номінальних конструкцій, які становлять 88% загального корпусу з превалюванням моделей "прикметник + іменник" та "іменник + іменник". Ця структурна жорсткість створює лексично фіксовані формули, що обмежують можливості гнучкої модифікації гендерної маркованості. Семантична стратифікація організована навколо опозиції публічної маскулінізованої сфери та приватної фемінізованої сфери. Чоловічі фразеологізми концентруються навколо концептів активності, раціональності та лідерства, тоді як жіночі редукуються до естетичного об'єкта та емоційної сфери. Діахронічний аналіз засвідчив радикальні трансформації під впливом феміністичної лінгвістики: від співвідношення 7:1 у

граматичних підручниках 1971-1986 років до майже паритету в сучасних виданнях. Водночас основний фразеологічний фонд залишається консервативним, зберігаючи реліктові поля упередженого змісту. Англійська мова активно впроваджує нейтралізаційні стратегії через заміну гендерно маркованих професійних назв та перехід до *singular they*, що вже домінує у сучасній британській письмовій нормі.

Аналіз особливостей гендерної стереотипізації в українській фразеології виявив систему прямих лексичних маркерів та антропонімних компонентів, що створюють специфічні конотативні значення, корелюючи з народними уявленнями про типові гендерні характеристики. Композиційна організація базується на різноманітних художньо-поетичних прийомах: зіставленні, контрастивних конструкціях, антитетичних структурах та симетричних паралелізмах, що забезпечують мнемонічну ефективність і ритмічну організацію паремій. Метафоричні механізми демонструють глибинні архетипні структури української ментальності через зооморфні образи та пантеїстичні уявлення про органічний зв'язок між людською природою та космосом. Гендерна диференціація конотацій виявляє асиметричність критеріїв оцінювання: чоловічі імена асоціюються з недоліками у суспільній реалізації та господарській активності, тоді як жіночі з порушеннями норм соціальної комунікації та домашньої організації. Зіставний аналіз гендерних стереотипів в англійській та українській мовах розкрив як універсальні закономірності, так і культурно-специфічні відмінності. До універсальних рис належать систематична андроцентрична асиметрія в обох мовних системах, функціонування чоловічих референтів як немаркованої норми, семантичне розмежування публічної та приватної сфер за гендерним принципом, девальвація жіночого досвіду через епістемологічне знецінення жіночого знання та схожі психолінгвістичні механізми активації стереотипних когнітивних схем. Водночас виявлено принципові культурно-специфічні відмінності: англійська мова характеризується структурною жорсткістю номінальних конструкцій, активною інституційною корекцією та індивідуалістичними концептами, тоді як українська демонструє композиційну варіативність художньо-поетичних прийомів, консервативність традиційних структур та колективістські концепти з органічним зв'язком з природним циклом. Особливо важливою виявилася різниця у стадіях

соціокультурних трансформацій: англійська мова перебуває на стадії активної корекції з переходом до прихованого есенціалізму, тоді як українська зберігає експліцитні традиційні стереотипи з потенціалом критичного переосмислення. Систематизація виявлених даних дозволила розробити таблиці, що охоплюють кількісні параметри, семантичні домени, діахронічні зміни, структурно-граматичні особливості та функціональні аспекти гендерної репрезентації в обох мовах.

Узагальнений висновок дослідження підтверджує гіпотезу про те, що фразеологічні системи англійської та української мов є потужними трансляторами гендерних стереотипів, які відображають як універсальні патерни андроцентричної мовної організації, так і культурно-специфічні механізми концептуалізації гендерних ролей. Доведено, що фразеологічний рівень мови є найбільш консервативним носієм гендерних стереотипів через поєднання семантичної стійкості, культурно-історичної закоріненості та прескриптивної функціональності. Виявлено універсальну тенденцію до андроцентричного домінування та систематичну девальвацію фемінного досвіду через редукцію до приватної сфери та естетичного об'єкта. Встановлено принципову відмінність між англійською структурною жорсткістю з активними корекційними процесами та українською композиційною варіативністю з консервацією традиційних архетипів. Зафіксовано різні темпи соціокультурних трансформацій: радикальні зміни в англійській проти консервативної стабільності української фразеології. Розроблено комплексну методику зіставного аналізу гендерних стереотипів, що інтегрує кількісні та якісні методи з урахуванням структурно-семантичних, функціональних і культурно-історичних параметрів. Дослідження поглиблює розуміння механізмів мовної репрезентації гендеру, розкриває діалектику універсального й національно-специфічного у фразеологічних системах, демонструє евристичний потенціал антропоцентричної парадигми для гендерної лінгвістики. Результати можуть бути використані для розробки гендерно інклюзивних стратегій мовної політики, удосконалення методик викладання іноземних мов, створення критичних фразеологічних словників та формування медіаграмотності щодо механізмів мовної дискримінації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Baker P. The representation of women and men in English idioms: A corpus-based study. 2013. URL: [https://www.researchgate.net/publication/280804754\\_The\\_Representation\\_of\\_Women\\_and\\_Men\\_in\\_English\\_Idioms\\_A\\_Corpus-Based\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/280804754_The_Representation_of_Women_and_Men_in_English_Idioms_A_Corpus-Based_Study) (date of access: 19.07.2025).
2. Bilousova T. P. Nest organization of structural and semantic relations of a phraseological unit and its derivatives. *Academic Studies. Series "Humanities"*. 2022. No. 2. P. 9–15. URL: <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2022.2.2> (date of access: 18.02.2025).
3. Bylytsia U. Y., Doichyk O. Y., Pavliuk I. B. Concept "Psycho-emotional states and feelings" in the English comparative phraseology. *Language. Literature. Folklore*. 2021. No. 2. P. 7–16. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2021-2-1> (date of access: 02.03.2025).
4. Dobrovolska M. B. Concept of an implicitness and implicit evaluation in linguistics. *Lviv Philological Journal*. 2019. Vol. 5. P. 55–59. URL: <https://doi.org/10.32447/2663-340x-2019-5-9> (date of access: 02.03.2025).
5. European Institute for Gender Equality. *Stereotypes - How language manifests gender-related stereotypes*. EIGE Publications, 2019. URL: <https://eige.europa.eu/publications/gender-sensitive-communication/challenges/stereotypes-how-language-manifests-gender-related-stereotypes> (date of access: 19.07.2025).
6. Garbar A. Gender linguistics: history and contemporary stage of development. *International Humanitarian University Herald. Philology*. 2021. Vol. 1, no. 52. P. 32–35. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.52-1.8> (date of access: 25.02.2025).
7. Hlukhovska M. S. Approaches to explanation of concept of phraseological units and limitation of compound of english phraseology. "Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University", Series: "Philology. Journalism". 2022. Vol. 1, no. 5. P.

- 134–139. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/23> (date of access: 17.02.2025).
8. Kolegaeva I. M. Images of hunger, satiation and thirst in the mirror of English and Ukrainian phraseology. Article 3. Writings in Romance-Germanic Philology. 2023. No. 2(49). P. 28–50. URL: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2\(49\).268212](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268212) (date of access: 01.03.2025).
9. Lewandowski M. Gender stereotyping in EFL grammar textbooks. A diachronic approach. *Linguistik Online*. 2014. Vol. 68, no. 6. URL: <https://doi.org/10.13092/lo.68.1635> (date of access: 19.07.2025).
10. Lindvall-Östling M., Deutschmann M., Steinvall A. An Exploratory Study on Linguistic Gender Stereotypes and their Effects on Perception. *Open Linguistics*. 2020. Vol. 6, no. 1. P. 567–583. URL: <https://doi.org/10.1515/opli-2020-0033> (date of access: 11.03.2025).
11. Miller J. The bottom line: Are idioms used in English academic speech and writing?. *Journal of English for Academic Purposes*. 2020. Vol. 43. P. 100810. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2019.100810> (date of access: 19.07.2025).
12. Napp C. Gender stereotypes embedded in natural language are stronger in more economically developed and individualistic countries. *PNAS Nexus*. 2023. Vol. 2, no. 11. URL: <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgad355> (date of access: 19.07.2025).
13. Nezhelskaya G., Samarina V., Shibkova O. Expression Plane of English Idioms in Gender Semantics Studies. *SHS Web of Conferences*. 2018. Vol. 50. P. 01117. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185001117> (date of access: 19.07.2025).
14. Nikolaiesku E. Enantiosemic lexems: features of the definition and classifications. *International Humanitarian University Herald. Philology*. 2023. Vol. 2, no. 60. P. 17–23. URL: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2023.60.2.4> (date of access: 17.02.2025).
15. Robles J. Stereotypes: A Big Problem in Our Modern Society. *Medium*. URL: <https://medium.com/collection-of-essays/stereotypes-a-big-problem-in-our-modern-society-4137a916b2c6> (date of access: 11.03.2025).

16. Sczesny S., Can gender-fair language reduce gender stereotyping and discrimination?. *Frontiers in Psychology*. 2016. Vol. 7. P. 25. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2016.00025/full> (date of access: 19.07.2025).
17. Soshko O. Semantics of phraseological units with thermal component denoting human emotional characteristics. *Naukovì zapiski Naciònal'nogo unìversitetu «Ostroz'ka akademiâ»*. Seriâ «Filologiâ». 2020. Vol. 1, no. 10(78). P. 44–47. URL: [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2020-10\(78\)-44-47](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2020-10(78)-44-47) (date of access: 20.02.2025).
18. The notion of stereotype in language study. *History and Philosophy of the Language Sciences*. URL: <https://hiphilangsci.net/2013/05/22/the-notion-of-stereotype-in-language-study/> (date of access: 11.03.2025).
19. Vilinbakhova E. Stereotype in linguistics: history of the study. 2014. P. 230–236. URL: [https://www.researchgate.net/publication/327847400\\_Stereotype\\_in\\_linguistics\\_history\\_of\\_the\\_study](https://www.researchgate.net/publication/327847400_Stereotype_in_linguistics_history_of_the_study) (date of access: 11.03.2025).
20. What are proverbs and sayings?. | *Стара Правда*. URL: <https://starapravda.com.ua/en/blog/ukraynskye-pogovorky-y-poslovycz-vechno-aktualnoe-narodnoe-tvorchestvo/> (date of access: 19.07.2025).
21. Zubrytskyi R. Y., Virstiyuk O. D., Bohaichuk O. S. The characteristics of the pragmatic idioms in English and the specific features of their translation into Ukrainian. *Transcarpathian Philological Studies*. 2024. Vol. 1, no. 33. P. 168–173. URL: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.33.1.29> (date of access: 18.02.2025).
22. Багмут І. В. Лексико-семантичне поле звуконайменувань у сучасній українській літературній мові (склад, структура, парадигматика) : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Київ, 2007. 236 с. URL: [https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/41566/Bahmut\\_dis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/41566/Bahmut_dis.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 22.02.2025).

23. Баран Я., Зимор'я М. Теоретичні основи фразеології : навч. посіб. Ужгород : Ужгор. держ. ун-т, 1999. 176 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria\\_Mykola/Teoretychni\\_osnovy\\_frazeolohii.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria_Mykola/Teoretychni_osnovy_frazeolohii.pdf) (дата звернення: 18.02.2025).
24. Бурак В. В. Вербалізація родинних стереотипів в українській, польській і британській реалістичній прозі другої половини XIX століття : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.15 – загальне мовознавство. Львів, 2019. 273 с. URL: [https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/10/dis\\_burak.pdf](https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/10/dis_burak.pdf) (дата звернення: 02.03.2025).
25. Велика А. М. Еліптичні структури фразеологізмів, прислів'їв та алюзій у художньому тексті. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки. 2004. № 16. С. 105–107. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/953/1/1.pdf> (дата звернення: 18.02.2025).
26. Венжинович Н. Ф. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології : монографія / ред. В. Німчук. Ужгород : ФОП Сабов А.М., 2018. 463 с. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/49257/1/ВЕНЖИНОВИЧ\\_МОНОГРАФІЯ-2018\\_ФІНАЛ.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/49257/1/ВЕНЖИНОВИЧ_МОНОГРАФІЯ-2018_ФІНАЛ.pdf) (дата звернення: 20.02.2025).
27. Гарєєва М. Р. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Вип. 16. 2009. С. 120 - 128.
28. Глуховська М. С. Оцінка значень та функції фразеологічних одиниць англійської мови у текстах С. Моема. Закарпатські філологічні студії. 2022. Т. 1, № 21. С. 133–137. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/21/part\\_1/24.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/21/part_1/24.pdf) (дата звернення: 02.03.2025).
29. Глуховцева І. Я. Словник модифікованих стійких сполучень слів в УЗУСІ кінця XX – початку XXI століття : словник / ред. П. Ю. Гриценко. Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ ім. Тараса Шевченка”, 2013. 328 с. URL: <https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/475/Slovnuk.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 19.02.2025).

30. Голубовська, І. О. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики: курс лекцій. Київ. Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". 2011. 223 с. URL: [https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/658109/mod\\_resource/content/1/golubovska\\_i\\_o\\_korolov\\_i\\_r\\_aktualni\\_problemi\\_suchasnoi\\_lingv.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/658109/mod_resource/content/1/golubovska_i_o_korolov_i_r_aktualni_problemi_suchasnoi_lingv.pdf) (дата звернення: 11.03.2025).
31. Григоренко Т. В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови : монографія. Умань : ПП Жовтий, 2010. 216 с. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/3497/1/Etn\\_leks\\_i\\_frazeolohiya\\_movy.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/3497/1/Etn_leks_i_frazeolohiya_movy.pdf) (дата звернення: 02.03.2025).
32. Гриджук О. Є. Мовна особистість як актуальний об'єкт дослідження в сучасній лінгводидактиці. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2016. № 87. С. 24–27. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Language-Personality-as-an-Object-of-Study-in-Modern-Linguistic-Didactics-Hrydzhuk-O..pdf> (дата звернення: 24.02.2025).
33. Гриценко А. О. Ідіоетнічні особливості фразеологічних одиниць з компонентом "розум" у сучасній турецькій мові: структурно-семантичний аспект : Кваліфікаційна робота магістра з тюркської філології. Київ, 2023. 96 с. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/5567/Гриценко%20А.О.%20Мтур55-22.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 18.02.2025).
34. Денисова А. С. Ідеографічна класифікація фразеологізмів на позначення органічних відчуттів людини (голод / ситість) в українській, англійській та французькій мовах. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Філологічні науки*. 2017. № 13. С. 15–20. URL: <https://philology.bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/4-1.pdf> (дата звернення: 19.02.2025).
35. Жарікова Ю. В. Когнітивна діяльність людини у фразеології румейської, новогрецької та української мов. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2015. № 5. С. 69–77. URL:

- [https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2062/1/kognityvna\\_diialni\\_st.pdf](https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2062/1/kognityvna_diialni_st.pdf) (дата звернення: 23.02.2025).
36. Желадіна Ю. В. Вербалізація концепту інтелект людини в українській фразеології : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра. Ніжин, 2019. 88 с. URL: [http://lib.ndu.edu.ua/dspace/bitstream/123456789/4037/1/ЖЕЛАДА%20Ю.В\\_Вербалізація\\_концепту\\_інтелект\\_людини\\_в\\_укр\\_фразеології\\_магіст.pdf](http://lib.ndu.edu.ua/dspace/bitstream/123456789/4037/1/ЖЕЛАДА%20Ю.В_Вербалізація_концепту_інтелект_людини_в_укр_фразеології_магіст.pdf) (дата звернення: 20.02.2025).
37. Карпіловська Є. А. Реакція мови на зміну суспільних стереотипів. Наукові записки НаУКМА. Том 137. Філологічні науки (Мовознавство). 2012. С. 89–91. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9680275d-7657-4a2e-8e2c-1a2a49de221a/content> (дата звернення: 11.03.2025).
38. Клименко І. О. Особливості передачі лінгвокультурного концепту «Козак» при перекладі на англійську мову : кваліфікаційна дипломна робота : 035.041 Філологія. Германські мови та літератури. Хмельницький, 2024. 78 с. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c13d8b15-bc42-4a49-89cf-a655ec0dcda8/content> (дата звернення: 28.02.2025).
39. Князь Т. Емоційно-оцінні фразеологізми української мови в політичному дискурсі. Лінгвостилістичні студії. 2019. С. 54–64. URL: <https://doi.org/10.29038/2413-0923-2019-11-54-64> (дата звернення: 02.03.2025).
40. Ковальчук М. С., Алексєєв В. С. Мовне вираження гендерних стереотипів в українських фразеологізмах та пареміях. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. 2019. С. 24. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part\\_1/8.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_1/8.pdf) (дата звернення: 20.07.2025).
41. Комарова З. І. Загальне мовознавство : навч.-метод. посібн. для студ. денн. і заочн. форм навч. ф-ту укр. філол. Умань : ФОП Жовтий, 2015. 100 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/3445/1/General%20Linguistics.pdf> (дата звернення: 24.02.2025).
42. Кондратенко Н. Організація семантичного поля тексту: текстовий та інтерпретаційний зміст. Мова, текст, культура. 2004. № 6. С. 40–49. URL: <http://doksa.onu.edu.ua/article/view/224106/224290> (дата звернення: 27.02.2025).

43. Краснобаєва-Чорна Ж. Фраземіка та фраземографія в сучасній лінгвопарадигмі : підруч. для студентів філол. ф-тів ВНЗ. Вінниця : Дон. нац. ун-т ім. Василя Стуса, 2018. 200 с. URL: [https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/58/1/Krasnobaieva-Chorna\\_2018\\_Pidruchnyk.pdf](https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/58/1/Krasnobaieva-Chorna_2018_Pidruchnyk.pdf) (дата звернення: 18.02.2025).
44. Кришко А. Ю., Бріт Н. М. Вплив ідей Вільгельма фон Гумбольдта (1767–1835) на мовну освіту в Україні XIX – початку XX століття : монографія. Умань : ФПО Жовтий О. О., 2015. 179 с. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/4075/1/mon\\_.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/4075/1/mon_.pdf) (дата звернення: 23.02.2025).
45. Купіна І. О. Фразеосемантична група як структурна одиниця фразеологічного поля. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер. : Філологічні науки. 2016. № 10. С. 57–63. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/51e9ebbb-fc61-427e-96b7-28cb18c034f4/content> (дата звернення: 20.02.2025).
46. Лапиніна О. Л. Идеографічна класифікація фразеологічних одиниць сучасної німецької мови з гастрономічним компонентом. Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту. Серія: Лінгвістика. 2018. Т. 2, № 34. С. 53–57. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/1492/Lapynina.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 21.02.2025).
47. Левандовська І. Поняття антропоцентризму у сучасній лінгвістиці. Сучасні тенденції у сфері лінгвістики, мовної комунікації та методики викладання іноземних мов : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 18–19 трав. 2019 р. Тернопіль, 2016. С. 91–93. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/3902/1/Левандовська170-172.pdf> (дата звернення: 24.02.2025).
48. Левицький А., Сингаївська А., Славова Л. Вступ до мовознавства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 104 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Levytskyi\\_AE/Vstup\\_do\\_movoznavstva.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Levytskyi_AE/Vstup_do_movoznavstva.pdf) (дата звернення: 23.02.2025).

49. Любимова С. Стереотип в теорії референції Хіларі Патнем. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. № 32. Київ, 2015. С. 72–79.
50. Ляпичева Е. Л. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». № 11. 2016. Вип. 22. С. 79 - 86.
51. Мороз О. А. Гендерні стереотипи у фразеології (на матеріалі фразеологічних конотацій чоловічих і жіночих особових імен). Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2010. № 3. С. 160–166. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu\\_2010\\_3\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_2010_3_33) (дата звернення: 20.07.2025).
52. Олійник С. Структурно-семантичні особливості оцінних фразеологічних одиниць в українській мові. Лінгвістичні студії. 2010. № 21. С. 142–147. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=lingst\\_2010\\_21\\_28](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=lingst_2010_21_28) (дата звернення: 02.03.2025).
53. Павлюк І. Б. Курс лекцій з “Cross-cultural aspects of translation: lecture notes” : курс лекцій. Івано-Франківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника, 2023. 88 с. URL: [https://kaf.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/89/2023/10/cross-cultural-aspects-of-translation-lecture\\_notes.pdf](https://kaf.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/89/2023/10/cross-cultural-aspects-of-translation-lecture_notes.pdf) (дата звернення: 24.02.2025).
54. Патен І. М. Фраземи зі значенням руху: семантико-ідеографічний та лінгвокультурологічний підхід (на матеріалі української, російської, польської та англійської мов) : Дис. на здобуття ступеня канд. наук. Рівне : Рівн. ін-т слов'янознавства, 2013. 286 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/737/1/Патен%20Ірина%20Михайлівна.pdf> (дата звернення: 01.03.2025).
55. Полиця Т. Д. Класифікація фразеографічних праць тлумачного типу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2018. Т. 1, № 37. С. 63–66. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/794445> (дата звернення: 19.02.2025).

56. Поліщук Л. В. Структурно-семантичне моделювання фразео-тематичної групи “стереотипи ритуально-етикетної поведінки” в німецькій, англійській та українській мовах. Наукові записки. Серія “Філологічна”. 2012. № 26. С. 272–276. URL: <https://www.journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/1162/1011> (дата звернення: 28.02.2025).
57. Полюжин М. П. Перспективи розвитку когнітивно-дискурсивної парадигми знання. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2017. № 12. С. 202–204. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/50479/1/apftp\\_2017\\_12\\_52%20\(1\).pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/50479/1/apftp_2017_12_52%20(1).pdf) (дата звернення: 26.02.2025).
58. Пономарьова О. А. Оцінні асоціації фразеологічних компонентів-найменувань людей за родом занять. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. 2016. № 1. С. 81–86. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=Nzfn\\_2016\\_1\\_18](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Nzfn_2016_1_18) (дата звернення: 02.03.2025).
59. Пономарьова О. Деякі аспекти дослідження фразеологізмів із компонентом-назвою людини за родом занять (на матеріалі української, англійсько, німецької мов). Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство. 2015. № 3. С. 103–107. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=Nvvnuflm\\_2015\\_3\\_21](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Nvvnuflm_2015_3_21) (дата звернення: 21.02.2025).
60. Потапенко О. І. Українська лінгвокультурологія : навч. посібн. для студентів зі спец. «Укр. мова і літ.». Корсунь-Шевченківський : ФОП Гаврищенко В. М., 2014. 350 с. URL: <https://ehsupir.uhsp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b75c179f-05a5-4294-ba48-147cc0d56011/content> (дата звернення: 27.02.2025).

61. Прокопенко Л. І. Увиразнення мовлення майбутніх учителів історії професійно орієнтованими фразеологізмами : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. Одеса, 2005. 227 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/856/1/Прокопенко%20Ліліана%20Іванівна.pdf> (дата звернення: 18.02.2025).
62. Психологія мовлення і психолінгвістика : Навч. посіб. для студентів ВНЗ / Л. О. Калмикова та ін. Переяслав-Хмельницький : Переяслав-Хмельн. пед. ін-т, 2008. 245 с. URL: [https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/05/Kalmykova\\_Psykholohiia-movlennia-i-psykholinhvistyka.pdf](https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/05/Kalmykova_Psykholohiia-movlennia-i-psykholinhvistyka.pdf) (дата звернення: 26.02.2025).
63. Саєвич І. Г. Антропоцентризм у мові і мовознавстві. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство). 2015. № 21. С. 199–205. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/10797/> (дата звернення: 23.02.2025).
64. Саєвич І. Роль людського чинника у мові: людина - мова - світ. Наука - школі: мовознавчі студії. 2014. № 7-8. С. 9–12. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5860/1/I\\_Saievych\\_UMiL\\_7-8\\_GI.PDF](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5860/1/I_Saievych_UMiL_7-8_GI.PDF) (дата звернення: 24.02.2025).
65. Свитар Г. В. Статистичні критерії аналізу синтаксичних фразеологізмів. Вісник Донецького національного університету Серія Б. Гуманітарні науки. 2015. № 1-2. С. 246–257. URL: <https://jvestnik-b.donnu.edu.ua/article/view/2583> (дата звернення: 17.02.2025).
66. Світич С. Проблеми вивчення стереотипів та стереотипізації: теоретико-методологічні підходи. Наукові записки. Випуск 1(63). С. 310–319. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/svitych\\_problemy.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/svitych_problemy.pdf) (дата звернення: 11.03.2025).
67. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава: Довкілля-К. 2008. 711 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001849> (дата звернення: 11.03.2025).

68. Ставицька Л. Гендер: мова, свідомість, комунікація. Київ : КММ, 2015. 440 с. URL: <http://www.komm.ltd.ua/images/STAVYTSKA.pdf> (дата звернення: 20.07.2025).
69. Стефанишин Ю. М. Фразеологічні інновації в сучасній польській прозі : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.03 – слов'янські мови (польська). Львів, 2016. 251 с. URL: [https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/09/dis\\_stefanyshyn.pdf](https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/09/dis_stefanyshyn.pdf) (дата звернення: 27.02.2025).
70. Тарасова К. О. Комунікативні стереотипи та їх інтерпретація у сучасній лінгвістиці / К. О. Тарасова // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. 2012. Вип. 25. С. 43-54. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl\\_2012\\_25\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2012_25_8) (дата звернення: 12.03.2025).
71. Тернова Н. В. Репрезентація гендерних стереотипів у «Фразеологічному словнику східнословобожанських і степових говірок Донбасу». Лінгвістичні дослідження. 2019. Т. 38. С. 59–64.
72. Тодорова Н. Ю. Фразеологічні одиниці просторової семантики в українській та англійській мовах : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство. Львів, 2018. 244 с. URL: [https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/dis\\_todorova.pdf](https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/dis_todorova.pdf) (дата звернення: 21.02.2025).
73. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. Луганськ : Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка, 2005. 399 с. URL: [https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online\\_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001789](https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001789) (дата звернення: 27.02.2025).
74. Федіна О. Векторне моделювання гендерних фразеологічно-маркованих найменувань із концептом “людина”. Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2020. Т. 21. С. 87–96.

75. Філь Г. Національна символіка фразеологічних одиниць з компонентами-зоонімами (на матеріалі української, російської та білоруської мов). Рідне слово в етнокультурному вимірі. 2018. URL: <https://doi.org/10.24919/2411-4758.2018.140228> (дата звернення: 02.03.2025).
76. Фоменко О. С. Гендер і мова. Основи теорії гендеру. 2004. С. 456–476. URL: [https://genderindetail.org.ua/netcat\\_files/58/66/osnovy\\_teorii\\_genderu.pdf](https://genderindetail.org.ua/netcat_files/58/66/osnovy_teorii_genderu.pdf) (дата звернення: 20.07.2025).
77. Христокін Г., Васильченко В., Лашкіна М. Концепт повороту в культурі та філософії ХХ–ХХІ ст.: методологічний та комунікативно-медіальний аспект. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія. 2023. Т. 1, № 49. С. 208–218. URL: [https://doi.org/10.24144/2663-6840.2023.1.\(49\).208-218](https://doi.org/10.24144/2663-6840.2023.1.(49).208-218) (дата звернення: 23.02.2025).
78. Шуленок О. С. Фразеологізми з компонентом-орнітономеном у сучасній українській мові: структурно-семантичні і етнолінгвістичні особливості : Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії із спеціальності 035 Філологія (03 – Гуманітарні науки). Київ, 2023. 257 с. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/46489/1/Шуленок%20ОСТАТОЧНА%20УСЯ%20ДИС.pdf> (дата звернення: 18.02.2025).
79. Щока О. Тематичні групи фразем у творах Бориса Грінченка. Синопис: текст, контекст, медіа. 2019. № 25 (1). С. 53–58. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/download/336/308/1173> (дата звернення: 27.02.2025).