КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

**РЕЗНІК АНАСТАСІЯ ПЕТРІВНА**

# МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ

*КВАЛІФІКАЦІЙНА (МАГІСТЕРСЬКА) РОБОТА*

спеціальність 035 Філологія

освітньо-наукова програма 035.01.01 «Українська мова і література»

Науковий керівник: Караман О. В.
кандидат педагогічних наук, професор,
професор кафедри української мови

Допущено до захисту:
Завідувач кафедри української мови: _____ /Михайло ВІНТОНІВ/
Протокол засідання кафедри № 8 «07 05» 2026 р.

Цим підписом засвідчую, що подані на захист рукопис та електронний документ ідентичні

Київ – 2026

**ЗМІСТ**

**ВСТУП**..... 3

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ**..... 7

1.1. Фразеологізми як об’єкт теоретичного аналізу в лінгвістичній науці. 7

1.2. Лінгвістичні підходи до класифікації фразеологізмів. ..... 13

Висновки до розділу 1 ..... 25

**РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ** ..... 27

2.1. Фразеологізми як відображення традиційних уявлень народу..... 27

2.2. Фразеологізми з гендерною маркованістю. ..... 40

2.3. Зіставний аналіз гендерно маркованих фразеологізмів української та польської мов. ..... 55

Висновки до розділу 2 ..... 66

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ** ..... 69

**СПИСОК ВИКОРИСАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ** ..... 72

# ВСТУП

***Актуальність дослідження*** зумовлена підвищенням інтересу до питання гендеру в сучасному суспільстві та потребою переосмислення традиційних мовних одиниць у контексті сучасних викликів соціуму. Аналіз фразеологізмів із гендерною маркованістю дає змогу виявити, як мова відображає соціальні уявлення про ті опозиції, які формують підґрунтя стереотипного мислення. Мова – це не лише засіб спілкування, а й віддзеркалення національної культури, уявлень про світ, моральних принципів. Фразеологія є одним із найбільш яскравих виявів культурних особливостей народу, де закарбовані тисячолітній досвід предків, побут, традиції, етичні норми та цінності. Завдяки своїй експресивності та накопичувальності фразеологізми передають не лише мовну, а й соціальну свідомість, уявлення про гендерні ролі та певні стереотипи зокрема.

У сучасній гуманітаристиці дослідження гендерної рівності, соціальних ролей і ментальних установок, зосібна їх стереотипного відображення в мові, посідають чільне місце з-поміж актуальних наукових студій. У цьому контексті фразеологічні надбання української мови становлять цінний матеріал для вивчення: як у мові зафіксовано уявлення про статі, їхні соціальні можливості, поведінкові норми, моральні якості та взаємини між собою. Саме через такі сталі звороти можна простежити, як мова акумулює, трансформує або руйнує утрадиційнені стереотипи.

***Наукова новизна*** роботи полягає у спробі комплексно дослідити українські фразеологізми як носії гендерних і соціальних стереотипів, розкрити алгоритми формування їхньої семантики та простежити зміни в гендерних оцінках, закладених у мовній традиції.

Об’єктивна суспільна потреба в осмисленні механізмів мовної репрезентації гендерних і соціальних стереотипів, актуалізація гендерних студій у сучасній гуманітаристиці, а також необхідність комплексного

аналізу української фразеології в аспекті відображення ментальних установок зумовили вибір ***теми*** магістерської роботи ***«Мовні засоби вираження гендерних та соціальних стереотипів в українських фразеологізмах».***

***Метою роботи*** є з'ясування особливостей вираження гендерних та соціальних стереотипів у фразеологічній системі української мови, а також визначення принципів відображення традиційних уявлень українців про чоловіка та жінку.

Для досягнення поставленої мети визначено такі ***завдання***:

1) проаналізувати теоретико-методологічні підходи до вивчення фразеології в сучасному мовознавстві;
2) з'ясувати сутність поняття «фразеологізм» та його місце в мовній системі;
3) схарактеризувати основні класифікації фразеологічних одиниць;
4) дослідити фразеологізми з гендерною маркованістю в українській мові;
5) визначити, які соціальні та культурні стереотипи відображено у фразеологізмах;

***Об'єктом дослідження*** є українські фразеологізми як одиниці національної мовної системи. ***Предметом дослідження*** є мовні засоби вираження гендерних та соціальних стереотипів у структурі й семантиці українських фразеологічних одиниць.

***Теоретико-методологічну основу дослідження*** становлять праці українських і закордонних мовознавців у галузі фразеології, семантики, соціолінгвістики та гендерної лінгвістики; положення про взаємозв'язок мови, мислення й культури; наукові підходи до вивчення фразеологізмів як носіїв соціокультурних та стереотипних уявлень. Теоретичним підґрунтям роботи стали дослідження, присвячені проблемам фразеологічної семантики, класифікації фразеологічних одиниць та мовної репрезентації гендерних і соціальних стереотипів.

Розв'язання поставлених завдань зумовило використання таких ***методів дослідження***:

- теоретичних – аналіз лінгвістичної, соціолінгвістичної та гендерної наукової літератури для визначення теоретико-методологічних засад дослідження й з'ясування ступеня розробленості проблеми; метод системного аналізу – для узагальнення наукових підходів до класифікації фразеологізмів та осмислення специфіки мовної репрезентації гендерних і соціальних стереотипів;
- лінгвістичних – описовий метод для характеристики фразеологічних одиниць та їхніх семантичних особливостей; метод семантичного аналізу – для виявлення значеннєвих компонентів фразеологізмів, у яких репрезентовано стереотипні уявлення; компонентний аналіз – для дослідження структури й семантики фразеологічних одиниць; контекстуальний метод – для з'ясування особливостей функціювання фразеологізмів у мовленні; класифікаційний метод – для систематизації мовного матеріалу відповідно до теми дослідження.

***Теоретичне значення роботи*** полягає в систематизації та поглибленні наукових напрацювань про репрезентацію гендерних і соціальних стереотипів в українських фразеологізмах.

***Практичне значення роботи*** полягає в можливості використання результатів дослідження у викладанні лексикології, фразеології, гендерної лінгвістики, а також у подальших наукових дослідженнях.

***Апробація результатів дослідження.*** Основні положення та результати магістерського дослідження було апробовано на наукових конференціях і висвітлено у публікаціях. Зокрема, результати дослідження було представлено на X Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених «Актуальні проблеми літературознавства і мовознавства» (12 грудня 2025 р.), де було висвітлено аспект функціювання гендерних стереотипів у фразеологічній системі української мови. Також результати дослідження було апробовано на X Міжнародній студентській науковій конференції «Модернізація та сучасні українські і світові наукові дослідження» (м. Кропивницький, 3 квітня 2026

р.), під час якої було розкрито проблеми мовної репрезентації гендеру у фразеології. Матеріали доповідей отримали позитивну оцінку учасників конференцій та стали підґрунтям для подальшого наукового опрацювання теми.

***Публікації.*** Основні положення й результати дослідження оприлюднено в таких статтях:

1. Резнік А. Гендерні стереотипи та патріархальний дискурс у фразеології української мови. Молодий дослідник. 2025. № 7. С. 112–118.
2. Резнік А. Мовна репрезентація гендеру: від фразеологічних стереотипів до сучасних фемінітивів. // Модернізація та сучасні українські і світові наукові дослідження : матеріали X Міжнар. студент. наук. конф., м. Кропивницький, 3 квітня 2026 р. С. 117–119.

***Структура та обсяг дослідження.*** Робота містить вступ, два розділи, висновки до кожного з розділів, загальні висновки, список використаної літератури. Загальний обсяг роботи – 80 сторінок, із яких 69 основного тексту.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

## 1.1. Фразеологізми як об'єкт теоретичного аналізу в лінгвістичній науці.

У сучасному українському мовознавстві фразеологія постає як відносно самостійна, проте порівняно молода галузь лінгвістики, об'єкт дослідження, межі та внутрішня структура якої й донині залишаються предметом активних наукових дискусій, що зумовлено значною семантичною, структурною та функційною неоднорідністю стійких словесних утворень, традиційно віднесених до фразеологічного фонду мови. Водночас багатовимірність фразеологічного матеріалу значно ускладнює розроблення універсального, загальноприйнятого визначення фразеологізму.

Фразеологію (від грец. *phrasis* – «вираз, зворот» і *logos* – «слово, вчення») визначають як: 1) сукупність фразеологізмів певної мови; 2) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічний склад мови. Перше значення терміна може використовуватися як у широкому, так і у вузькому розумінні. У широкому значенні до фразеології відносять ідіоми, фразеологічні сполучення та різні види стійких висловів, зокрема прислів'я, крилаті вирази, формули мовленнєвого етикету, які почасти виходять за межі словосполучення і набувають форми речення. У вузькому розумінні фразеологія охоплює лише ідіоми та стійкі сполучення слів, які функційно співвідносяться зі словом як номінативною одиницею мови [35].

Фразеологічну одиницю зазвичай тлумачать як складне мовне утворення, якому притаманні семантична цілісність, відносна стабільність компонентного складу та відтворюваність у мовленні. Прикметною ознакою фразеологізму є те, що його значення розглядають не як суму значень окремих компонентів, а як сформовану єдину номінативну цілісність, здатну позначати поняття, ситуацію або оцінну характеристику.

Фразеологія як наукова дисципліна перебуває у стані постійного розвитку: обґрунтування нових дослідницьких підходів, уточнення раніше сформульованих положень, переосмислення усталених теоретичних концепцій. Водночас у сучасному мовознавстві досі не випрацьовано єдиного підходу до тлумачення сутності фразеологізму, його функційного навантаження та принципів класифікації. Недостатньо опрацьованими є й такі проблеми, як механізми фразоутворення, співвідношення фразеологізмів із контекстом, а також питання адекватного перекладу стійких виразів [10].

У межах фразеологічних студій фразеологію розглядають як інтегральну частину мовної системи, що має власні внутрішні закономірності. Сталі мовні одиниці характеризує багатоплановість: вони різняться за граматичною організацією, ступенем семантичної злитості компонентів, характером образності, емоційно-експресивним забарвленням та способами семантичних трансформацій. Визначення сукупності одиниць, які належать до фразеології, значною мірою залежить від методологічних засад і критеріїв, обраних дослідником.

У «Словнику лінгвістичних термінів» запропоновано кілька тлумачень означеного поняття, з-поміж яких можна виокремити основні:

- Фразеологізм (фразеологічна одиниця, фразеологічний зворот, фразема) – «нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, виникнення й функціонування якого зумовлені фраземотворчою взаємодією одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів. До прикладу, лебедина пісня ‘останній вияв таланту’».
- Фразеологічна одиниця – «лексично неподільне, стійке у своєму складі, цілісне за значенням сполучення слів, що відтворюється в мові. Як правило, Ф. о. має форму словосполучення. Форму закінченого речення мають такі різновиди Ф. о., як прислів’я, приповідки, приказки».
- «Фразеологічна одиниця (автоматизована фраза, автоматизований елемент, ідіома, ідіоматизм, ідіоматичний вираз, ідіоматичне

словосполучення, лексикалізоване словосполучення, зв’язане словосполучення, стійкий зворот, стійке словосполучення, фразеограма, фразеологізм, фразеологічний зворот...). Словосполучення, у якому семантична монолітність (цілісність номінації) домінує над структурною роздільністю його складників (виділення ознак предмета підпорядковане його цілісному значенню), унаслідок чого воно функціює в складі речення як еквівалент одного слова».

- «...Надслівна, семантично цілісна, відносно стійка (з допущенням варіантності), відтворювана й переважно експресивна одиниця, яка виконує характеризувально-номінативну функцію».
- «...Лексико-граматична єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові за традицією, автоматично» [16, с. 231-232].

Відтак у сучасній лінгвістичній традиції термін «фразеологія» має багатозначний характер і вживається щонайменше у двох взаємопов’язаних, проте не тотожних значеннях. З одного боку, фразеологія постає як окрема галузь мовознавства, зосереджена на дослідженні фразеологічних одиниць, їхньої семантичної природи, структурної організації, принципів систематизації та функціювання в мовленні. Формування фразеології як самостійного напряму наукових студій пов’язують з іменами О. Потебні, Ш. Баллі та інших учених. З іншого боку, фразеологію розглядають як сукупність усталених мовних одиниць, що використовуються у певній мові та прикметні повною або частковою семантичною нерозкладністю. У цьому значенні фразеологічний фонд мови часто сприймають як концентроване відображення національного досвіду, оскільки саме фразеологізми акумулюють відомості про історичний розвиток народу, особливості його побуту, культурні традиції та специфіку мовної картини світу.

У сучасному мовознавстві фразеологізм розглядають як відтворювану мовну одиницю зі стійкою структурою та цілісним значенням, яка функціює в мовленні у готовому вигляді. У підручнику М. Кочергана «Загальне мовознавство» зазначено, що фразеологічні одиниці містять два або більше компонентів, прикметні відносною стабільністю лексичного складу та семантики, а також поєднують формальну розчленованість із цілісністю або частковою переосмисленістю значення [35].

Окремі аспекти проблеми розкривали й інші дослідники. Зокрема, П. Дудик акцентував на метафоричності та відтворюваності фразеологічних одиниць, ототожнюючи поняття «фразеологізм», «фразеологічна одиниця» і «фразема». Л. Скрипник розглядала фразеологізми як соціально зумовлені мовні явища, апробовані колективною мовною свідомістю. В. Ужченко та Д. Ужченко визначали їх як семантично цілісні, відносно стійкі й експресивні одиниці, організовані за моделлю словосполучення або речення [22].

Для чіткого розмежування фразеологічних одиниць і вільних словосполучень у сучасному мовознавстві використовують систему диференційних ознак, які сукупно дають змогу визначити специфіку фразеологізму як самостійної одиниці мовної системи. Жодна з цих ознак не є абсолютно визначальною, однак їх комплексне врахування дає змогу обґрунтовано ідентифікувати фразеологічну одиницю.

Однією з визначальних характеристик фразеологізму є семантична цілісність (нерозкладність). Вона полягає в тому, що значення фразеологічної одиниці не виводиться безпосередньо зі значень її окремих компонентів і не дорівнює їхній механічній сумі. У складі фразеологізму лексеми часто зазнають повного або часткового семантичного переосмислення, внаслідок чого їхнє первинне значення нівелюється або відступає на периферію. У результаті фразеологізм функціює як єдине смислове утворення, співвідносне з певним поняттям, ситуацією чи оцінною характеристикою. Це, зокрема, ілюструють такі одиниці, як «зарубати на носі» (запам’ятати), «пекти раків»

(червоніти від сорому), «водити за ніс» (обманювати), де значення не збігається з буквальним змістом компонентів.

Не менш важливою диференційною ознакою є стійкість фразеологічних одиниць, яка виявляється у відносній незмінності їхнього компонентного складу та структурної організації. Компоненти фразеологізму перебувають у фіксованих синтагматичних зв'язках, що істотно обмежує можливість їхньої довільної заміни, перестановки або розширення. Хоча в окремих випадках допускаються варіантні реалізації, загальна структурно-семантична модель фразеологізму залишається стабільною та впізнаваною в мовній практиці. Наприклад, у висловах «бити байдики», «точити ляси», «як сніг на голову» заміна будь-якого компонента призводить до втрати усталеного значення або руйнування фразеологізму.

Важливою ознакою фразеологізмів є відтворюваність, яка полягає в тому, що ці одиниці не конструюються в процесі мовлення за продуктивними граматичними моделями, а відтворюються носіями мови як готові, усталені мовні комплекси. Фразеологізми зберігаються в мовній свідомості в цілісному вигляді й актуалізуються в мовленні як завершені формули, що забезпечує їхнє регулярне функціювання та закріплення в мовній системі. До таких належать, зокрема, паремії: «Не побігаєш – не пообідаєш», «Сім раз відміряй, один раз відріж», «Не все те золото, що блищить», які функціюють як готові вислови з усталеним змістом.

Нарізнооформленість фразеологічних одиниць полягає в тому, що вони складаються щонайменше з двох окремо оформлених компонентів, кожен з яких має власне граматичне вираження та підпорядковується правилам словозміни. Водночас у семантичному плані фразеологізм не розпадається на самостійні значеннєві частини, а функціює як неподільна одиниця. Поєднання нарізнооформленості з семантичною цілісністю є однією з визначальних рис фразеологічної системи. Це можна простежити на прикладі таких одиниць, як «ловити ґав», «ходити навколо», «сидіти склавши руки»,

де кожен компонент формально самостійний, але значення реалізується лише в цілісності.

Визначальною характеристикою фразеологізмів є також експресивність та образність. Значна частина фразеологічних одиниць ґрунтується на метафоричному, метонімічному або символічному переосмисленні дійсності, що надає їм високого ступеня емоційно-оцінної насиченості. У мовленні фразеологізми виконують не лише номінативну функцію, а й слугують засобом вираження оцінки, емоційного ставлення мовця та прагматичного впливу на адресата, що зумовлює їхню особливу роль у художньому, публіцистичному та розмовному мовленні. Наприклад, вислови «душа в п’яти втекла» (сильний страх), «ні риба ні м’ясо» (щось невизначене), «плюнути межи очі» (виражати зневагу) демонструють яскраву образність і виразний оцінний компонент.

У процесі студіювання наукових праць в аспекті проблеми дослідження з’ясовано, що місце фразеології в структурі мовної системи також залишається дискусійним. Особлива природа фразеологічних одиниць, які поєднують характеристики різних мовних рівнів, зумовила появу кількох наукових підходів до визначення їхнього статусу. У межах першого підходу фразеологію розглядають як складник лексикології, оскільки фразеологізми здатні виконувати номінативну функцію та вступати в лексико-семантичні відношення. Другий підхід пов’язує фразеологію із синтаксисом, акцентуючи на її граматичній організації та відтворюваності за синтаксичними моделями.

Найбільш аргументованим у сучасній лінгвістиці вважають підхід, відповідно до якого фразеологію виокремлюють як самостійний або відносно автономний мовний рівень. У межах цієї концепції фразеологічні одиниці розглядають як специфічні утворення з власними структурно-семантичними закономірностями, що займають проміжне місце між лексичним і синтаксичним рівнями.

Теоретичне обґрунтування автономності фразеологічного рівня запропонував М. Ф. Алефіренко, пояснюючи специфіку фразеологізмів через

принцип емерджентності. Згідно з цією концепцією, значення фразеологічної одиниці виникає як нова семантична якість, що не зводиться до сукупності значень її компонентів, а формується внаслідок їхньої взаємодії в межах стійкої мовної структури.

Отже, фразеологізми посідають особливе місце в мовній системі, поєднуючи властивості лексичних і синтаксичних одиниць та виконуючи важливі комунікативні й культурні функції. Їх вивчення сприяє глибшому розумінню внутрішніх механізмів функціювання мови та відтворенню світоглядних і ціннісних орієнтирів її носіїв.

## 1.2. Лінгвістичні підходи до класифікації фразеологізмів.

Проблема класифікації фразеологічних одиниць у сучасному мовознавстві є однією з пріоритетних і водночас найбільш дискусійних, що обумовлено складною, багаторівневою природою фразеологізмів. Як наголошує О. С. Шуленок, відсутність усталеного підходу до класифікації стійких мовних одиниць зумовлена тим, що фразеологізми є комбінацією безлічі ознак на різних мовних рівнях – лексичному, граматичному, синтаксичному й прагматичному – не зводячись повністю до жодного з них [82].

У сучасній лінгвістичній науці утвердилася концепція, згідно з якою фразеологічний склад мови є відображенням її національно-культурної специфіки. Фразеологічні одиниці розглядають не тільки як структурні елементи мовної системи, а й як носії значущої культурної інформації; у ряді випадків саме вони зберігають унікальні свідчення про давні форми життя та культурні практики. Окрему групу становлять етнофраземи – сталі вислови, у яких сконцентровано інформацію про ментальні риси народу, його духовну та матеріальну культуру, традиції, звичаї й вірування.

Науковці підкреслюють, що фразеологія акумулює колективний досвід мовної спільноти, репрезентує її світогляд, систему цінностей, оцінні

орієнтири та емоційне ставлення до різних аспектів дійсності. Однією з ключових характеристик фразеологічної системи є її антропоцентричність, яка проявляється у вибірковому відображенні реальності: у фразеологізмах фіксуються передусім ті явища, що мають особливу значущість для носіїв мови. Як зазначає Д. Добровольський, уявна комунікація, побудована винятково на ідіомах, набула б надмірної емоційності, суб'єктивності та оцінності, майже повністю витіснивши нейтральні номінації предметного світу. Відтак образні фразеологічні одиниці виконують насамперед функцію передавання внутрішніх станів людини та її оцінного ставлення до навколишньої дійсності [82].

Протягом останніх десятиліть спостережено істотне зростання інтересу до фразеології, що дає змогу говорити про активний розвиток цієї галузі. Кількість наукових праць постійно збільшується, регулярно з'являються нові фразеологічні словники, а дослідження охоплюють не лише літературну мову, а й діалектні та розмовні різновиди фраземіки. Вагомий внесок у переосмислення фразеологічних явищ зробили новітні лінгвістичні напрями – когнітивна лінгвістика, прагматика, етнолінгвістика, у межах яких по-новому інтерпретуються питання семантики фразеологізмів, їх походження, використання, перекладу та національної своєрідності.

Сучасні підходи до аналізу фразеології передбачають її розгляд у зв'язку з концептуальною картиною світу, сформованою на рівні повсякденного, або наївного, мислення. Водночас фразеологічний фонд не обмежується лише відображенням застарілих уявлень: традиційна концептосфера продовжує реалізовуватися й сьогодні, співіснуючи з новітніми моделями осмислення дійсності та впливаючи на мовну картину світу сучасних носіїв мови.

Проблема визначення обсягу фразеології у сучасному мовознавстві пов'язана з розмежуванням та розумінням двох основних підходів – «вузького» та «широкого». Прихильники вузького трактування зараховують до фразеології лише ті вислови, складники яких повністю або частково

втратили своє первинне значення, утворюючи новий цілісний зміст, що не залежить від змісту кожного слова окремо. Такої позиції дотримуються, зокрема, Л. Авксентьєв (1988) та інші дослідники, які до фразеологічних одиниць зараховують здебільшого ідіоми як семантично злиті словосполучення.

У дослідженні розглянуто фразеологію у широкому розумінні. Такий погляд дає змогу зараховувати до фразеології не тільки ідіоми, а й значно ширшу сукупність мовних явищ, зокрема народну мудрість у формі прислів'їв та приказок, цитати відомих людей, афоризми, сталі порівняння, а також закріплені в мові терміни та інші готові мовленнєві конструкції.

«Широке розуміння фразеології є більш аргументованим, оскільки розширює межі дослідницької діяльності й урізноманітнює фразеологічний масив української мови. Згідно з Д. Сизоновим, саме широкий підхід до опрацювання обсягу фразеології нині домінує в європейській лінгвістиці, що об'єктивується новими стилістичними можливостями фразеології, не обмежуючи її потенціалу в форматах розмовного та/чи художнього стилів. Фразеологічний ресурс переконливо охоплює всю стильову палітру української літературної мови, а тому можемо твердити про фразеологію як певний комунікативний універсум масової свідомості українців» [82, с. 31-32]. Оскільки фразеологізми тепер активно функціюють у всіх стилях літературної мови, від офіційного до публіцистичного, фразеологічний фонд можна вважати глобальним комунікативним середовищем, у якому акумулюється та відтворюється масова мовна свідомість українського суспільства.

Дослідники фразеології застосовують комплексний підхід до систематизації стійких сполук, спираючись на значну кількість критеріїв. Серед ключових засад виокремлюють семантичну цілісність, особливості будови, граматичні властивості, походження висловів, а також їх стилістичне забарвлення та роль у комунікації. Кожен із цих аналітичних ракурсів дає

змогу вивчити певну грань фразеологічного фонду мови, а вибір конкретної класифікації зумовлена науковою метою та методологією однієї з розвідок.

Семантичний метод вважають одним із найбільш фундаментальних у фразеологічній науці. Його основи заклав Шарль Баллі, який став першим, хто систематизував стійкі вислови, спираючись на рівень змістової нерозривності їхніх частин. Лінгвіст виділив вільні, звичні та фразеологізовані сполучення, акцентуючи на поступовому переході від буквального до метафоричного сенсу. Згодом українські мовознавці поглибили ці ідеї, розробивши класифікацію на фразеологічні зрощення, єдності, сполучення та вирази, де головним критерієм виступає ступінь залежності загального значення від значень окремих слів у складі фразеологізму.

В основі структурного принципу лежить аналіз формальної побудови фразеологічних одиниць. Дослідники, зокрема Л. Булаховський, Л. Скрипник, Д. Баранник та М. Демський, групують сталі вислови, спираючись на їхні синтаксичні схеми, способи граматичного зв’язку та морфологічні особливості головного слова. Однак у сучасному мовознавстві все більшої ваги набуває структурно-семантичний метод, представники якого розглядають форму та зміст у нерозривній єдності. О. Шуленок зазначає, що лише комплексне вивчення структури разом із семантикою дає змогу повноцінно охарактеризувати процеси виникнення фразеологізмів та трансформацію їхнього значення.

Фразеологізми за своєю природою є складнішими за окремі слова, їхня граматична систематизація залишається темою для суперечок. Деякі мовознавці, як-от М. Копиленко та В. Рудов, висловлюють сумніви щодо потреби аналізувати фразеологічні одиниці з погляду граматики. Водночас В. Ужченко та Д. Ужченко дотримуються іншої позиції, пропонуючи групувати сталі вислови, спираючись на морфологічні ознаки їхнього головного слова [82, с.39].

В основі ідеографічного принципу лежить об’єднання фразеологізмів у тематичні групи, що відображають певні сегменти мовної картини світу, наприклад, побут, емоції чи взаємини між людьми. Як підкреслює О. Шуленок, такий метод є надзвичайно ефективним для дослідження оцінної ролі фразеології, адже він допомагає зрозуміти систему цінностей та пріоритетів, властивих конкретному народу.

Стилістичний критерій, який досліджували Л. Скрипник, В. Ужченко та інші дослідники базується на уналежненості фразеологізмів до певних мовних стилів та їхньому особливому забарвленні. Водночас прихильники функційного підходу аналізують, як ці одиниці функціюють у живому спілкуванні, виконуючи роль назв, засобів вираження емоцій, оцінювання дій або інструментів впливу на співрозмовника.

Психологічний ракурс вивчення зосереджений на тому, як людська свідомість зберігає та активує фразеологізми, трактуючи їх як стійкі шаблони, закарбовані в пам'яті суспільства. Натомість генетична класифікація фокусована на етимології висловів. Зокрема, В. Ужченко та Д. Ужченко зазначають, що фразеологічний запас мови формується з народної творчості, біблійних сюжетів, античної спадщини, авторських афоризмів, а також запозичень та сучасних неологізмів [74].

Нині фразеологія переживає етап інтенсивного оновлення, спираючись на класичні лінгвістичні традиції минулого століття та водночас активно взаємодіючи з когнітивістикою, лінгвокультурологією та аксіологією. Ця міждисциплінарність сприяла появі вузькоспеціалізованих відгалужень, як-от пареміологія, крилатологія та ептологія. Дослідження фразеологізмів у контексті живого дискурсу сприяють глибшому осмисленню їхніх стилістичних та жанрових особливостей, висвітлюючи нові грані їхнього практичного застосування.

«Можна вказати на два типи змін у фразеології – історичні, об'єктивні, зумовлені самою природою існування мови, та індивідуально-авторські, оказіональні, суб'єктивні, спричинені намаганням оновити образність

традиційних усталених виразів, посилити їх експресивність, припасовуючи до контексту» [74, с. 169-170].

Сьогодні науковий пошук охоплює як сучасний стан фразеосистеми, так і її історичний розвиток. Науковці вдосконалюють термінологічну базу, аналізують внутрішні зв’язки між висловами та досліджують процеси їхнього виникнення через порівняння різних мов і культур. Помітною тенденцією є перехід від суто формального аналізу до психокогнітивних методів, де фразеологія розглядається крізь призму людського мислення та сприйняття.

На сьогодні особливого значення набувають дослідження ареальної (діалектної) фразеології української мови. Фахівці вказують на важливість системного збору територіальних говірок, їх опису як цілісних структур та розроблення спеціальних методик для ареального й ідеографічного аналізу. Важливою частиною таких розвідок є вивчення джерел та механізмів створення фразеологізмів у регіональному контексті, що підтверджено появою численних дисертацій, присвячених мові конкретних областей. Поряд із цим науковий інтерес зміщується у бік жаргонних і арготичних висловів, а також детального аналізу конотації як невід’ємного елемента змісту фразеологічної одиниці [82, с. 36].

Паралельно з цим активно розвивається антропоцентричний підхід, де людина виступає центральною постаттю у творенні назв та емоційних засобів мови. Такий ракурс уможливлює трактування мови як сховища культурних цінностей та констант. Фразеологізми, що описують людину та її внутрішній світ, стали об'єктом ґрунтовних праць багатьох учених, зокрема Н. Дем’яненко (2002), Н. Грозян (2003), О. Забуранної (2003), К. Мізіна (2004; 2011), Н. Скоробагатько (2009), Т. Тоненчук (2015), І. Гарбери (2017; 2018) та В. Хмари (2018) [ 82, с. 34].

На розвиток фразеологічного складу мови помітно впливають глобальні суспільні зміни, що водночас супроводжуються прагненням до автохтонізації. Це зумовлює необхідність вивчення образної та емоційної природи фразеологізмів у межах однієї або кількох мов; аналізу того, як вони

функціюють (особливо в масмедіа); дослідження лексико-семантичних моделей та впливу позамовних чинників. Важливими завданнями залишаються розроблення ідеографічних класифікацій, виявлення активних джерел поповнення мови (зокрема комп'ютерної лексики), а також аналіз еволюційних механізмів і появи неологізмів. Особливу увагу приділено розподілу фразеологічних одиниць за їхньою функційною роллю та місцем у словниках, що виводить на перший план питання неографії та неофразеології [82, с. 34-35]. Наприклад, до дієслівних фразеологізмів можна зарахувати вислови «бити байдики», «ловити ґав», «сидіти склавши руки», «водити за ніс», тоді як субстантивні конструкції представлені одиницями на кшталт «яблуко розбрату», «кров з молоком», «манна небесна», «біла ворона», а адвербіальні – «як сніг на голову», «як кіт наплакав», «вилами по воді писано», «на сьомому небі».

Сучасні способи систематизації свідчать про багатовекторний підхід до вивчення фразеології як неоднорідної мовної системи. Оскільки жоден окремий принцип не є вичерпним, лише їхня комбінація дає змогу всебічно описати фразеологізми крізь призму їхньої будови, змісту, вживання та зв'язку з культурою. Згідно з висновками О. С. Шуленка, саме такий синтез різних методів є найбільш виправданим і найбільш перспективним для актуальних наукових розвідок. Так, до групи емоційних станів належать вислови «кисле обличчя», «серце крається», «як у воду опущений», до характеристики міжособистісних взаємин – «душа в душу», «як кіт із собакою», а побутова сфера репрезентована такими одиницями, як «моя хата скраю» або «як у Бога за пазухою».

Зважаючи на складність семантичної організації фразеологічних одиниць, проблема їх класифікації належить до найбільш дискусійних у сучасному мовознавстві. Різнорідність структур, значень і функцій фразеологізмів у мовленні зумовлює наявність різних підходів до їх упорядкування, з-поміж яких пріоритетну роль відведено семантичному принципу.

Однією з найперших спроб систематизації фразеологічного матеріалу стала концепція швейцарського мовознавця Шарля Баллі. Учений запропонував розмежовувати вільні словосполучення та фразеологічні групи, орієнтуючись на ступінь семантичної єдності їх компонентів. Такий підхід заклав основу для подальших досліджень і сприяв утвердженню фразеології як окремого напряму лінгвістики.

Поширеною є також класифікація фразеологічних одиниць за морфологічним принципом, що передбачає їх групування відповідно до частин мови. У межах цього підходу виділяють:

- субстантивно-ад'єктивні (іменниково-прикметникові): «авгієві стайні», «шкіра та кістки»;
- вербальні (дієслівні): «зарубати на носі», «викинути з голови»;
- адвербальні (прислівникові) фразеологізми: «пліч-о-пліч», «як дві краплі води».

Зазначена класифікація дає змогу аналізувати фразеологічні одиниці з позиції їх синтаксичної функції та ролі у структурі речення [10].

Традиційною у фразеології є семантична класифікація, заснована на характері взаємозв'язку між загальним значенням фразеологізму та значеннями його компонентів. Цей підхід є базовим для багатьох досліджень і передбачає виокремлення кількох основних груп фразеологічних одиниць [27].

До першої групи належать фразеологізми з усталеним значенням, у яких зв'язок між компонентами настільки тісний, що загальне значення не виводиться зі значень окремих слів. Такі одиниці функціюють як неподільні цілісні структури й відтворюються у мовленні в готовому вигляді, наприклад, «дати драла» (втекти), «замилювати очі» (обманювати), «розбити глека» (посваритися), «свиню підкласти» (нашкодити), «пекти раки» (червоніти від сорому), «бити байдики» (ледарювати).

Другу групу становлять фразеологічні єдності, загальне значення яких формується на основі образного переосмислення вільного словосполучення й частково мотивується значеннями компонентів. Прикладами можуть бути вислови «плисти за течією» (пасивно підкорятися обставинам), «тримати камінь за пазухою» (приховувати злі наміри), «виносити сміття з хати» (розголошувати сімейні проблеми), «прикусити язика» (замовкнути).

Третю групу становлять фразеологічні сполучення, у яких цілісне значення частково вмотивоване значеннями окремих компонентів, а один із них уживається у фразеологічно зв'язаному значенні. Такі одиниці характеризуються відносною семантичною стійкістю та певною варіативністю компонентного складу. Прикладами таких фразеологізмів є «брати участь», «порушити питання», «дійти висновку», «завдати шкоди», «мати значення», «плекати надію».

Підсумовуючи, можна стверджувати, що складність класифікації фразеологізмів у сучасній лінгвістиці зумовлена їхньою багатокомпонентною природою та різноманіттям функціонально-семантичних характеристик. Вибір між вузьким і широким трактуванням фразеологічного складу безпосередньо впливає на межі дослідження та принципи добору фактичного матеріалу. У цьому дослідженні за основу взято широкий підхід до розуміння фразеології, що уможливлює розгляд різних типів стійких висловів як цілісного фразеологічного масиву мови. Можна стверджувати, що класифікація фразеологізмів постає багатоаспектною системою, що відображає структурні, семантичні та лінгвокультурні особливості цих одиниць.

Попри значну кількість наукових праць, присвячених класифікації фразеологічних одиниць, у мовній системі й досі наявні лексичні утворення, які важко однозначно зарахувати до певної групи. До таких належать паремії. Наприклад, до них відносять як традиційні, усталені вислови з чіткою дидактичною настановою – «Помалу їдь – далі заїдеш», «Невчас даєш хліба густо, коли зубів пусто» – так і трансформовані або частково деформовані

варіанти, що побутують у сучасному мовленні: «Робота – не вовк, у ліс не втече», «Слово не горобець – вилетить – не спіймаєш». У лінгвістичній традиції їх інколи розглядають як різновид стійких мовних одиниць, проте питання їх включення до складу фразеології залишається відкритим і дискусійним.

На відміну від класичних фразеологізмів, паремії мають форму завершеного речення, а не словосполучення. Водночас вони виявляють подібність до фразеологічних одиниць завдяки узагальненому значенню, яке інтегрує всі компоненти вислову в єдину семантичну структуру. Саме ця структурна особливість – оформлення у вигляді речення – часто стає причиною того, що дослідники не включають паремії до лексичної системи, хоча вони можуть слугувати основою для виникнення фразеологізмів.

У мовній практиці досить поширеним є явище скороченого використання паремій, коли вживається лише частина вислову, але його загальний зміст залишається зрозумілим (наприклад, «робота не вовк», «скільки вовка не годуй», «розуму палата»).

Водночас існує й інша наукова позиція, згідно з якою паремії доцільно розглядати у межах фразеології. Прихильники цього підходу підкреслюють, що прислів’я та приказки характеризують такі ж ознаки, як і фразеологічні одиниці: стійкість, відтворюваність, фіксованість лексичного складу та цілісність значення.

У межах ширшого лінгвістичного підходу до структури фразеології додають ще одну групу — фразеологічні вирази. Сюди належать прислів’я, приказки, крилаті вислови та цитати, оскільки головною підставою для їх виокремлення є функціювання в мовленні як готових, відтворюваних конструкцій.

Водночас структурні особливості паремій зумовлюють можливість їх аналізу на синтаксичному рівні, що відрізняє їх від типових фразеологізмів. Крім того, їх номінативна функція не є вирішальним аргументом для

включення до фразеології, оскільки вона властива також і вільним словосполученням.

Суттєва відмінність паремій полягає в тому, що вони мають форму завершеного висловлювання і передають не окреме поняття, а цілісне судження. На відміну від фразеологізмів, значення яких часто можна передати одним словом або словосполученням, паремії характеризуються більш розгорнутою семантичною структурою.

Важливою ознакою прислів'їв є їх двоплановість: вони можуть інтерпретуватися як у прямому, так і в переносному значенні. Буквальний рівень відображає безпосередній зміст вислову, тоді як переносний – узагальнений життєвий досвід або оцінку певної ситуації. Наприклад, у прислів'ї «За деревами лісу не видно» прямий зміст пов'язаний із фізичним сприйняттям, тоді як переносний передає ідею нездатності охопити явище в цілому.

Приказки, на відміну від прислів'їв, здебільшого реалізують значення у прямому плані та меншою мірою характеризуються образністю. Водночас у науковій практиці до їх складу інколи відносять і узагальнені вислови, що мають певний повчальний або констатувальний характер.

На сучасному етапі лінгвістичних розвідок питання ідентифікації та визначення параметрів прислів'їв і приказок залишається дискусійним. Така ситуація зумовлена специфічною природою цих одиниць, які поєднують у собі кілька рівнів організації. З одного боку, вони споріднені з фразеологізмами завдяки своїй стійкості, а з іншого – реалізовуються як граматично завершені речення. Крім того, паремії можна розглядати як лаконічні художні твори, що акумулюють та ретранслюють життєвий досвід.

Саме через таку структурну складність паремій науковці досі не розробили універсальної класифікації. Дискусії тривають і навколо їхнього статусу у фразеосистемі: на відміну від слів-еквівалентів, ці одиниці передають цілісне судження. З огляду на це у мовознавстві виникла теорія про доцільність виокремлення пареміологічного рівня мови. Хоча теоретичне

розмежування мови як системи та мовлення як її практичної реалізації є складним через їхнє постійне перетинання, у межах лексикологічного підходу можна виділити логічну ієрархію: лексичний, фразеологічний та пареміологічний рівні. Базовий лексичний рівень відповідає за вираження понять, фразеологічний додає висловлюванням експресії, а пареміологічний, що охоплює прислів'я, афоризми та приказки, фіксує колективну мудрість і типові життєві сценарії [10].

Розмежування прислів'їв і приказок вважають однією з найбільш трудомістких проблем пареміології. У повсякденному спілкуванні ці категорії часто ототожнюють, а термін «прислів'я та приказки» зазвичай використовують як загальну назву для всього масиву народної мудрості.

Прислів'я зазвичай визначають як стислі, образні та дидактичні вислови, що містять узагальнене повчання і спираються на переносне значення. Вони втілюють багатовіковий досвід соціуму та застосовуються в мовленні за принципом алегоричної відповідності. Наприклад, у висловах «Чоловік – голова, а жінка – шия» або «Жінка без волі – як пташка в неволі» в образній формі закріплені традиційні гендерні та соціальні установки.

Натомість приказки є влучними висловами, що виконують переважно оцінну роль і характеризують конкретні обставини. Їм не властивий глибокий повчальний підтекст чи складна алегоричність, їхній зміст тісно прив'язаний до поточної ситуації мовлення. Прикладами можуть бути вирази «Баба з воза – кобилі легше» або «Не будь як дівка на виданні», де чітко простежується емоційне забарвлення та стереотипні уявлення про статі.

Головним критерієм для поділу цих одиниць вважають ступінь метафоричності: прислів'я завжди містять переносне значення, тоді як приказки побутують переважно у прямому або напівобразному плані. Окреме місце займають афоризми, які часто зливаються з народними висловами, коли авторство з часом стирається. Такі фрази, як «Місце жінки там, де вона сама обере», спочатку можуть виникати як індивідуальні думки, але згодом набувають статусу загальноприйнятих істин.

На відміну від власне фразеологізмів, крилаті вислови й афоризми часто мають конкретне авторське або текстове джерело походження, що є однією з їх визначальних ознак: «Усі міркування чоловіків не варті жодного почуття жінки» (Вольтер), «Жінки творять історію, хоча історія запам'ятовує лише імена чоловіків» (Г. Гейне). Це особливий мовний феномен, що поєднує ознаки стійких мовних одиниць і культурних знаків. Вони становлять важливий об’єкт лінгвістичних досліджень, оскільки в концентрованій формі передають значний смисловий, історичний і культурний потенціал. Їхнє значення часто розкривається не лише через мовну структуру, а й через урахування контексту, джерела походження та ширших культурних асоціацій [21, с. 201].

Отже, у процесі аналізу й синтезу наукових праць з’ясовано, що проблема класифікації фразеологічних одиниць є складною та багатовекторною, оскільки ґрунтується на різних підходах – семантичному, граматичному, ідеографічному, стилістичному та генетичному. Кожен із них висвітлює окремі аспекти фразеологізмів – їхнє значення, будову, походження та функціювання в мовленні. Водночас поєднання цих підходів дає змогу найбільш повно й об’єктивно схарактеризувати фразеологічну систему мови.

## Висновки до розділу 1

Підсумовуючи результати теоретичного аналізу, здійсненого в межах першого розділу, можна сформулювати такі висновки.

Фразеологія в сучасному українському мовознавстві постає як динамічна галузь лінгвістики, що перебуває у процесі активного переосмислення своїх ключових понять у контексті антропоцентричного підходу. З’ясовано, що фразеологізм, або ж фразеологічна одиниця, є складним мовним утворенням, якому притаманна сукупність визначальних ознак, зокрема семантична цілісність, структурно-лексична стійкість і відтворюваність у готовому вигляді.

Його значення не зводиться до простої сукупності значень окремих компонентів, а функціює як єдина номінативна одиниця, нерідко виступаючи експресивно-оцінним відповідником слова або навіть цілого висловлення.

У процесі дослідження встановлено відсутність єдиного підходу до визначення меж фразеологічного складу мови. У роботі обґрунтовано доцільність використання широкого трактування фразеології, що передбачає долучення до об’єкта аналізу не лише ідіом, а й паремій – прислів’їв і приказок, а також крилатих висловів та афоризмів. Такий підхід є методологічно виправданим у дослідженні культурних і соціальних стереотипів, оскільки саме пареміологічний фонд найбільш повно відображає колективний досвід, моральні норми та поведінкові моделі народу.

Аналіз класифікацій засвідчив провідну роль семантичного принципу, який передбачає поділ фразеологічних одиниць за ступенем вмотивованості значення на зрощення, єдності та сполучення. Водночас ураховано й граматичний підхід, що дає змогу визначити їхню синтаксичну функцію в структурі речення. Установлено, що фразеологічна система займає проміжне місце між лексичним і синтаксичним рівнями мови, поєднуючи риси слова та словосполучення або речення.

Фразеологічні одиниці є не лише засобами вторинної номінації та образного мовлення, а й важливими носіями культурної пам’яті, у яких закріплено суспільні уявлення, оцінки й стереотипні моделі сприйняття дійсності. Саме тому фразеологія становить продуктивний матеріал для дослідження гендерних і соціальних стереотипів, оскільки відображає традиційні уявлення про соціальні ролі, норми поведінки та ціннісні орієнтири, сформовані в мовній картині світу.

Отже, опрацьований та узагальнений теоретичний матеріал слугує підґрунтям для подальшого практичного дослідження українських фразеологізмів як засобів репрезентації внутрішнього світу людини та носіїв гендерно маркованих стереотипів, що репрезентує зміст другого розділу роботи.

# РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ

## 2.1. Фразеологізми як відображення традиційних уявлень народу.

Фразеологічний склад мови науковці різних поколінь розглядають як один із найбільш яскравих репрезентантів національної ментальності, оскільки саме в цих одиницях акумульовано багатовіковий соціальний досвід, етичні норми, духовні домінанти та специфіка побутового укладу народу. На відміну від лексичного чи граматичного рівнів, фразеологія володіє винятковим потенціалом образності та експресії. Це дає змогу мовцям не просто констатувати факти навколишньої дійсності, а й здійснювати їх глибоку інтерпретацію, пропускаючи крізь фільтр колективної пам’яті та ціннісних пріоритетів.

Фундаментальною теоретичною базою для розуміння функцій фразеосистеми слугує концепція мовної картини світу. Під цим терміном зазвичай розуміють особливий інструмент структурування та концептуалізації знань про навколишнє середовище, що виникає в процесі когнітивної та практичної життєдіяльності етносу. Вона постає як цілісна мережа уявлень про буття, зафіксована в мовних одиницях, і відіграє роль активного посередника в діалозі людини з реальністю. Кожна етнічна спільнота вибудовує власний когнітивний простір, що визначає оригінальність її мислення та національну своєрідність. Важливо, що така картина світу спирається на «наївне» світосприйняття – повсякденний досвід, який може не відповідати строгим науковим постулатам, проте є ключовим для ідентифікації носіїв мови. У такому ракурсі мова перетворюється на справжній «код культури», де віддзеркалюються психологічні настанови та звичаєва обрядовість народу [62].

У загальній архітектоніці мовної картини світу фразеологізми посідають чільне місце як репозиторії колективного інтелекту. Фразеологічний фонд нерідко іменують «генетичним кодом» мови, адже він

максимально повно демонструє як метафізичну, так і побутову культуру нації. Фраземи виконують важливу накопичувальну місію, забезпечуючи збирання, консервацію та трансляцію соціально значущих відомостей. Вони діють як «стиснуті наративи» або когнітивні сценарії типових обставин, у яких зашифровано підсумки розумової праці пращурів. Завдяки цьому індивід через засвоєння фразеології переймає апробовані поколіннями еталони оцінювання світу, емоційні патерни та стратегії поведінки, що з часом стають частиною його власної ідеології. Тому фразеологічні одиниці доцільно розглядати не просто як знаки мови, а форму втілення етнокультурної свідомості в семантичному полі.

Нерозривним є зв’язок сталих сполук із хронологією історичних подій, культурним розвитком та господарським життям. У площині фразеологізмів відображаються соціальні зрушення та віхи еволюції соціуму. Зокрема, у пам’яті мови закарбовані відгомони героїчного козацтва, періоди збройних конфліктів та інші доленосні для України часи. Велика кількість висловів бере свій початок у традиційних промислах – землеробстві, ткацькому ремеслі, ковальстві чи рибальстві. Це зумовлює наявність у їхньому змісті різноманітних культурних кодів (зооморфних, соматичних, рослинних), які формують метафоричний фундамент фразем. Внутрішня форма фразеологізму часто приховує релікти стародавніх міфів, магічних вірувань та народної символіки, що відкриває простір для багатошарового тлумачення цих мовних артефактів.

Незмінність і регулярність функціювання фразеосистеми тримаються на фундаменті традиції. На відміну від вільних синтаксичних сполук, фразеологізми не створюються мовцем «тут і зараз», а відтворюються з пам’яті як готові блоки, що мають стійкий лексичний склад. Саме чинник традиції гарантує життєздатність цих одиниць навіть тоді, коли предмети чи звичаї, що їх породили, давно зникли з ужитку. Обов’язковою характеристикою фразеологізму є непорушність його структури, що оберігає цілісність змісту від випадкових деформацій. У цьому контексті сталі

вислови можна вважати «культурними константами», які регулюють мовленнєву діяльність та етикетні норми спільноти. Постійне відтворення таких моделей сприяє консолідації національної ідентичності та забезпечує спадкоємність світоглядних ідеалів від предків до нащадків.

Патріархальний суспільний уклад знаходить своє безпосереднє відображення у фразеосистемі мови, фіксуючи традиційні канони соціальної ієрархії та розподіл владних повноважень між статями. У науковому полі патріархат розглядається як сукупність соціальних механізмів, де ключові важелі управління та ресурси сконцентровані в руках чоловіків, що автоматично відводить жінкам субординовану роль. Мовна картина світу цементує цю конфігурацію через стійкі ідіоми, у яких чоловічий життєвий шлях позиціонується як загальноприйнятий стандарт, тоді як жіночий досвід маркується як локальний або допоміжний [29].

У цій системі координат фразеологізми виступають інструментами трансляції панівної ідеології, підтверджуючи ексклюзивне право чоловіків на публічні сфери: політичне лідерство, мілітарну діяльність та економічне керування. Такий спосіб мовної репрезентації вибудовує андроцентричний всесвіт, де чоловік є динамічним суб'єктом, наділеним раціональністю та силою, а жінка – переважно об’єктом, чия активність обмежена приватним, домашнім простором.

Важливим напрямом сучасних лінгвістичних студій є дослідження андроцентризму – одного з ключових принципів організації мовної системи, що передбачає орієнтацію на чоловіка як універсальну норму людського буття. У межах такого підходу чоловічий досвід осмислюється як базовий і нейтральний, тоді як жіночий репрезентується як маркований, специфічний або вторинний. Подібна модель не є випадковою, а має глибоке підґрунтя в історично сформованій патріархальній структурі суспільства, де соціальні ролі, цінності та норми тривалий час вибудовувалися навколо чоловічого центру.

В українській мові андроцентризм реалізується на різних рівнях мовної системи. Зокрема, на граматичному рівні чоловічий рід традиційно виконує функцію узагальненого, виступаючи засобом позначення осіб незалежно від їхньої статі. Це особливо помітно у сфері назв професій, посад і соціальних статусів, більшість яких історично закріпилася у формах чоловічого роду (лікар, професор, директор). Навіть у випадках, коли йдеться про жінок, такі номінації тривалий час зберігали універсальний характер. На словотвірному рівні ця тенденція виявляється у вторинності фемінітивів, які утворюються від маскулінних основ (учень – учениця, письменник – письменниця), що опосередковано вказує на похідний статус жіночих назв у мовній системі.

Найбільш виразно андроцентризм репрезентується у фразеологічному фонді та пареміології, які акумулюють колективний досвід і відображають усталені культурні моделі. У цих мовних пластах закріплюється ієрархічне бачення соціальних ролей: чоловік постає як активний суб’єкт діяльності, носій сили, розуму, авторитету, тоді як жінка частіше пов’язується з приватною сферою, побутом або оцінюється через зовнішні характеристики та емоційність. У фразеології також чітко простежується аксіологічна асиметрія: позитивні якості нерідко співвідносяться з маскулінністю (наприклад, схвальні характеристики типу «як козак», «по-чоловічому розумний»), тоді як жіночі риси можуть набувати зниженого або іронічного забарвлення, а інколи використовуються для негативної характеристики чоловіка («ниєш, як баба», «обабитися», «сидіти під пантофлем»). Така мовна практика не лише відображає, а й відтворює стереотипні уявлення про гендерні ролі.

Ознаки андроцентризму виявлено також у функціюванні займенникової системи та узагальнювальних назв осіб. Форми чоловічого роду часто використовують як універсальні, зокрема в офіційно-діловому чи науковому стилях («кожен студент», «кожен дослідник»), що формально охоплює обидві статі, але фактично робить жіночий компонент менш

помітним. У таких випадках жінка ніби «вбудовується» в чоловічу норму, не отримуючи окремої мовної репрезентації.

Водночас на сучасному етапі розвитку української мови спостережено активні процеси переосмислення цих моделей. Під впливом ідей гендерної рівності та соціальних трансформацій відбувається поступове розширення сфери вживання фемінітивів, а також формування гендерно збалансованих мовних практик. Це виявляється як у нормативних рекомендаціях, так і в реальному мовленні, де все частіше фіксуються форми типу «студентка», «редакторка», «науковиця». Такі зміни сприяють подоланню мовної асиметрії та забезпечують більш повну й адекватну репрезентацію соціальної реальності [71].

Мовна репрезентація гендеру в українській мові постає як складний і динамічний процес, у якому поєднуються традиційні та інноваційні елементи. Фразеологізми фіксують усталені гендерні уявлення та відображають сформовані моделі ролей чоловіка і жінки. Водночас сучасні мовні практики, зокрема використання фемінітивів, свідчать про прагнення до їх переосмислення.

Разом із тим аналіз сучасного медіапростору показує, що гендерні стереотипи залишаються досить стійкими. Негативне ставлення до фемінітивів часто зумовлене не лише мовними звичками, а й традиційними уявленнями про роль жінки в суспільстві. У зв’язку з цим мовні зміни у сфері гендерної номінації відбуваються поступово та супроводжуються різними, подекуди суперечливими реакціями носіїв мови.

На відміну від фразеологізмів, що характеризуються відносною стабільністю, фемінітиви виступають показником змін у мовній свідомості та соціальних установках. Суперечливе ставлення до них свідчить про те, що процес трансформації гендерних стереотипів має тривалий характер.

Хоча фемінітиви не є новим явищем для української мови, саме в останні десятиліття спостережено їх інтенсивне розширення та активізація вживання. Це пов’язано з прагненням до більш точної та симетричної мовної

репрезентації жінок у суспільстві. Водночас процес їх утвердження супроводжується активними дискусіями. Обговорення доречності, нормативності та естетичності фемінітивів свідчить про те, що мовні зміни торкаються глибинних рівнів мовної свідомості.

Ставлення до фемінітивів у сучасному суспільстві є неоднорідним і відображає різні підходи до мовних інновацій. Умовно можна виділити кілька основних позицій:

- підтримка, що базується на ідеї гендерної рівності та необхідності мовної репрезентації жінок;
- нейтральне або іронічне сприйняття, за якого фемінітиви розглядають як тимчасове явище;
- критичне ставлення, пов’язане з уявленнями про порушення мовної норми або штучність таких форм.

Публічний дискурс засвідчує, що ця проблема часто набуває емоційного характеру. Так, користувачка фейсбука Ольга Шевченко зазначає: *«Я викладач. Не викладачка… Ці “-ка” роблять мову сучаснішою? Чи що? Та вони її роблять смішною. Виглядає не прогресивно, а тупо. Фемінітиви – ок, повага до жінок – ок. А оте все просто дурість, яка перетворює професії на цирк. Хочу професії називати своїми іменами. І не збираюсь підтримувати це божевілля, де сторожиха зустріла перукарку на шляху до директорки»*. Натомість Любов Ковальчук у відповіді підкреслює: *«… Фемінітиви притаманні українській мові. А те, що ви вважаєте, що жінки не заслуговують на власні назви професій і посад – це не про мову, а про ставлення»* [60].

До публічної дискусії долучаються й відомі особи. Зокрема, Андрій Кокотюха відкрито висловлює критичне ставлення до фемінітивів, що впливає на формування громадської думки. Реагуючи на допис братів Капранових у фейсбуці: *«Мовозванці – чудова назва для всіх цих редакторок ольг василівн, авраменків та інших охочих перетворювати українську на каббалістику»*, – він зазначає: *«Члкенкиня, механікиня, сантехникиня,*

*палеозоологиня, свідкиня, детективка – це мовні злочини, за які нема навіть адміністративного покарання»* [60]. Водночас Дмитро та Віталій Капранови послідовно виступають проти активного впровадження фемінітивів. Зокрема, у 2023 році на їхній сторінці з'явився допис: *«В мережі точаться бої за право називатися докторинею та науковицею. Але чомусь ніхто не бореться за право бути асенізаторкою чи сміттяркою»* [60]. Отже, реакція на фемінітиви відображає не лише мовні вподобання, а й глибші соціальні установки та трансформації гендерних стереотипів.

Суворий розподіл функцій за статтю є фундаментальним елементом патріархальної парадигми, який закріплений у мовній свідомості. Традиційно чоловічий профіль асоціюється із зовнішньою діяльністю: професійним успіхом, фінансовим забезпеченням сім'ї та захисною функцією. Суспільний престиж чоловіка у фразеології корелює з його здатністю домінувати та контролювати зовнішні обставини.

Натомість жіноче призначення у дзеркалі фразеології зосереджене навколо сімейного вогнища. Жінка постає як емоційний центр родини, відповідальний за виховання нащадків та побутовий затишок. Її статус визначається не індивідуальними здобутками, а сімейним станом та материнством. Ця дихотомія «активно-продуктивного» чоловіка та «пасивно-репродуктивної» жінки подається як природний порядок речей. При цьому феномен «подвійного навантаження», коли жінка поєднує кар'єру з побутом, у мові зазвичай не критикують, а сприймають як належне, причому домашня праця залишається невидимою у контексті соціального визнання.

Концепти влади та авторитету у фразеологічній системі мають виразне маскулінне забарвлення. Владні повноваження асоціюються з рішучістю та стратегічним мисленням – якостями, що апріорі приписуються чоловікам. Чоловіче панування базується на ідеї контролю, тоді як жінкам приписується надмірна емоційність та непередбачуваність, що нібито робить їх непридатними для високої політики чи управління. Це створює стійку стереотипну опозицію, де чоловік – це лідер, а жінка – залежна сторона, що

підкоряється. Навіть за умов сучасної емансипації ці фразеологічні моделі демонструють надзвичайну життєздатність.

Родинна структура у фразеології постає як мікромодель великого суспільства з його нерівністю. Центральною фігурою тут є батько – символ беззаперечного авторитету. Його статус очільника родини передбачає монополію на ухвалення стратегічних рішень та контроль над фінансами. У мовній свідомості влада глави сім'ї часто набуває ознак абсолютизму, що робить її незаперечною.

Постать матері, хоч і знаходиться нижче в ієрархічній драбині, має високий символічний статус. Вона репрезентована як джерело моральної підтримки та безкорисливої любові. Її роль – не управління, а гармонізація внутрішнього простору. Цікаво, що навіть прояви суворості з боку матері сприймаються традицією як менш вагомі або швидкоплинні у порівнянні з батьківським гнівом. Важливим доповненням є вікова вертикаль: авторитет старших поколінь (батьків, дідусів) є абсолютним, а молодь розглядається як об’єкт педагогічного впливу, зобов’язаний до суворої слухняності.

У мовній картині світу через фразеологічний фонд закріплюються узагальнені уявлення про «типового» чоловіка та «типову» жінку, що ґрунтуються на бінарному протиставленні їхніх характеристик. Чоловічий образ у традиційній мовній свідомості асоціюється передусім із раціональністю, професійною спроможністю та активною соціальною позицією. У фразеології чоловік постає як «голова», «господар», «захисник», тобто як носій влади та відповідальності, діяльність якого реалізується у публічній сфері – політичній, економічній чи військовій.

Водночас жіночий образ у мовній традиції значною мірою обмежується приватною сферою. Жінку репрезентують як «берегиню» родинного вогнища, «господиню дому», матір, чия основна функція пов’язана із забезпеченням сімейного добробуту та емоційної підтримки. У фразеології їй приписують такі риси, як чутливість, щирість і турботливість, однак поряд із цим підкреслюють її слабкість, залежність або потребу в захисті. Такі

узагальнені образи мають високий ступінь стандартизації та емоційної насиченості, що зумовлює їхню стійкість і консервативність у колективній свідомості.

Фразеологія виконує важливу функцію закріплення нормативних характеристик, які суспільство приписує представникам різних статей. Зокрема, рішучість, сила волі та здатність до логічного мислення традиційно інтерпретуються як ознаки маскулінності, тоді як емоційність, м'якість і вразливість – як атрибути фемінності. У мовній практиці часто простежується протиставлення «чоловічої логіки», яка сприймається як еталон раціональності, та «жіночої інтуїції» або навіть «нелогічності», що подається як відхилення від норми. Водночас характерною рисою фразеологічного фонду є певна асиметрія: негативні риси, приписувані жінкам (зокрема балакучість, примхливість чи підступність), репрезентовані значно ширше й виразніше, ніж аналогічні характеристики чоловіків. Це сприяє формуванню уявлення про їхню «природну» належність саме до жіночої поведінки.

Важливим механізмом функціонування фразеології є узагальнення та спрощення соціальної реальності. Завдяки образності й компактності фразеологічні одиниці дають змогу швидко інтерпретувати складні явища через готові мовні формули. При цьому індивідуальні особливості людини часто нівелюються, оскільки окремі риси або поведінкові моделі узагальнюються і переносяться на всю соціальну групу. Таке «згортання» інформації проявляється у стереотипних установках на кшталт «усі чоловіки…» або «кожна жінка…», що значно спрощує процес сприйняття, але водночас знижує його об'єктивність. У результаті мовлення оперує не реальними індивідами, а стандартизованими образами, які автоматично актуалізуються в типових комунікативних ситуаціях.

Систематичне відтворення подібних мовних моделей сприяє формуванню стійких упереджень, які складно піддаються корекції навіть за наявності протилежного досвіду. У лінгвістиці це явище розглядають у

межах поняття «мовного сексизму», коли мовні засоби відображають і водночас відтворюють нерівність за гендерною ознакою. Використання фразеологізмів, що містять знецінювальні або обмежувальні конотації щодо жінок, формує певні психологічні бар'єри, які можуть впливати на процес самореалізації особистості. Оскільки такі мовні установки засвоюються з раннього віку через фольклор, художні тексти та повсякденне спілкування, вони поступово набувають статусу «очевидних істин» і починають регулювати поведінку індивіда [83].

Через фразеологічні одиниці мова не лише називає реалії, а й інтерпретує їх у системі культурно зумовлених цінностей. Аксіологічний компонент, закладений у семантиці фразем, визначається їхнім місцем у системі суспільно значущих орієнтирів: оцінювання спрямоване передусім на ті явища, які мають значення для життя людини та функціювання соціуму.

У межах фразеологічної картини світу чітко простежено поділ на позитивно та негативно марковані одиниці. Позитивний сегмент репрезентує соціально схвалювані якості – справедливість, працелюбність, доброту, милосердя, здібності. Зокрема, концепт «серця» у фразеології набуває виразного позитивного забарвлення, символізуючи любов, щирість і душевну теплоту («золоте серце», «від щирого серця», «серце не камінь»). Такі фраземи формують ідеал моральної поведінки та слугують еталоном позитивної оцінки.

Водночас негативний сегмент фразеології є значно ширшим і різноманітнішим. Це пояснюється тим, що фразеологічна система часто фіксує відхилення від норми, тобто «антинорму». Унаслідок цього значна кількість фразеологізмів має негативне оцінне забарвлення та спрямована на осуд небажаних рис і вчинків. Наприклад, підступність вербалізується у вислові «каїнова душа», зарозумілість – у фраземі «мухи в носі грають», нещирість – у виразі «подвійне дно», а розумова обмеженість передається через відповідні образні характеристики. Такі одиниці не лише називають негативні явища, а й посилюють їх оцінне сприйняття.

Аксіологічна асиметрія особливо виразно виявляється у гендерному аспекті фразеології. У традиційній мовній картині світу чоловік здебільшого постає як умовна «норма», що має нейтрально-позитивне забарвлення, тоді як жіночий образ часто піддається пейоративізації, тобто наділяється негативними або зневажливими конотаціями. Це підтверджується наявністю численних фразеологізмів, які оцінюють жінок суб'єктивно негативно, наприклад, «баба з пекла родом», «бабська хвороба – язик», «у жінки волос довгий, та ум короткий». Подібні мовні моделі відображають укорінені соціальні стереотипи щодо жіночої поведінки та інтелектуальних здібностей.

Крім того, жінки, які виходять за межі традиційно визначених ролей, часто зазнають додаткової негативної або іронічної оцінки, що виявляється у використанні таких назв, як «залізна леді», «стерво», «синя панчоха». У такий спосіб мова фіксує упереджене ставлення до соціальної активності жінок, особливо в тих сферах, які традиційно вважалися «чоловічими». Навіть професійні якості жінок нерідко оцінюються крізь призму гендерних стереотипів, що є проявом мовного сексизму – дискримінації, закріпленої на рівні мовних засобів.

Фразеологічні одиниці також виступають носіями морально-етичних норм, існуючи як своєрідні «константи культури». У них акумульовано колективний досвід і уявлення про належну поведінку, які передаються від покоління до покоління. Через фразеологію вербалізуються базові принципи «наївної етики», що регулюють міжособистісні відносини. Наприклад, такі вислови, як «хліб-сіль їж, а правду ріж» або «на чужому горі щастя не збудуєш», прямо формулюють моральні настанови, закликаючи до чесності та справедливості [15].

Водночас фразеологія фіксує і порушення цих норм, використовуючи пейоративні засоби для позначення соціально несхвальних типів поведінки. Через відповідні образні характеристики осуджуються ледарство, зрада, лицемірство чи підлабузництво, що сприяє формуванню негативного ставлення до таких явищ у мовній свідомості.

Окреме місце у формуванні морально-оцінного компонента посідає біблійна фразеологія, яка має потужний дидактичний потенціал. У таких висловах закріплено універсальні цінності – віру, смирення, терпіння, а також засудження негативних рис, зокрема гордині, зради та лицемірства. Біблійні фразеологізми репрезентують базові категорії добра і зла, виконуючи важливу роль у формуванні морального виміру мовної картини світу.

На сучасному етапі трансформування українського соціуму спостережено активне протистояння консервативних лінгвістичних канонів та новітніх егалітарних прагнень. Цей конфлікт яскраво ілюструє феномен гендерної асиметрії, що виражається у диспропорційному відображенні суспільних статусів чоловіків та жінок у мовній структурі. Традиційна патріархальна парадигма, яка тяжіє до використання маскулінітивів навіть для іменування жінок у професійній сфері, дедалі гостріше дисонує з актуальним запитом на повноцінну репрезентацію жіноцтва в інформаційному та публічному просторі.

Спротив оновленню мовних норм часто набуває форми скептицизму або сарказму стосовно гендерно чутливого мовлення, зокрема щодо впровадження вищезгаданих фемінітивів. У медіадискурсі та соціальних мережах такі мовні новації нерідко стають об’єктом цькування чи засудження під гаслом «захисту чистоти традицій». Проте поступове вкорінення цінностей егалітаризму, що базуються на рівності можливостей без прив’язки до статі, неминуче стимулює лінгвістичну систему до адаптації згідно з новими соціальними реаліями.

У цій ситуації мова постає як гнучкий механізм, що не лише акумулює культурні коди, а й виступає потужним чинником їхньої трансформації. З одного боку, вона реалізує репродуктивну роль, консервуючи застарілі стереотипи через засоби масової комунікації та щоденне спілкування. Домінування гендерно асиметричних конструкцій призводить до

символічного «стирання» жінок із суспільної ієрархії, що на рівні підсвідомості формує сприйняття жіночої ролі як додаткової.

З іншого боку, мовний інструментарій володіє значним реформаторським потенціалом. Цілеспрямоване використання гендерно збалансованих засобів та системна протидія проявам мовного сексизму є ключовими стратегіями для деконструкції патріархальних шаблонів. Накопичення позитивного досвіду вживання фемінітивів та нейтральних лексем сприяє поступовій еволюції когнітивних схем, що зрештою веде до послаблення консервативних настанов у ментальності мовців.

Фразеологізми становлять важливий складник мовної картини світу, оскільки фіксують уявлення, що формувалися протягом тривалого історичного періоду. Вони відображають не лише культурний досвід народу, а й соціальні установки, зокрема гендерні.

Значна частина українських фразеологізмів передає оцінні характеристики, пов’язані з чоловічими та жіночими ролями. Жінка у таких одиницях часто постає як уособлення емоційності, мінливості, непослідовності або залежності, тоді як чоловік асоціюється з раціональністю, силою та активною діяльністю. Наприклад, прислів’я «жіночі уми – що татарські суми» має виразне зневажливе забарвлення, вказуючи на поверховість жіночого мислення, легковажність і непередбачуваність. Вислів «бабі дорога – від печі до порога» акцентує обмеженість жіночої діяльності сферою домашнього господарства. Водночас чоловік традиційно постає як захисник, годувальник і носій авторитету. Це ілюструє, зокрема, прислів’я «чоловік – як ведмідь із хащі – чим могутніший, тим кращий», де підкреслюються фізична сила, витривалість і здатність забезпечувати родину. Гендерні стереотипи проявляються також у ставленні до дітей: показовим є прислів’я «син родиться на поміч, а дочка на клопіт». Такі мовні одиниці не лише відображають наявні уявлення, а й сприяють їх закріпленню у свідомості мовців. Фразеологічний фонд можна розглядати як

своєрідний «архів» гендерних уявлень, що репрезентує традиційні моделі сприйняття чоловіка і жінки.

Отже, фразеологічний фонд української мови виступає не лише засобом образного відтворення дійсності, але й потужним механізмом збереження та трансляції традиційних уявлень народу, зокрема гендерних. У сталих мовних одиницях віддзеркалено історично сформовану систему цінностей, у якій закріплено патріархальні моделі соціальної організації, ієрархію ролей та відповідні оцінні стереотипи. Водночас фразеологія, попри свою консервативність, не є статичною: під впливом сучасних суспільних змін вона поступово вступає у взаємодію з новими мовними практиками, що сприяє переосмисленню усталених норм. Фразеологізми функціюють як своєрідний міст між традицією і сучасністю, одночасно репрезентуючи культурну спадщину та відображаючи динаміку трансформації мовної картини світу.

## 2.2. Фразеологізми з гендерною маркованістю.

Фразеологічний фонд української мови є не лише складником лексико-семантичної системи, а й важливим механізмом акумулювання та транслювання соціокультурного досвіду. У сталих мовних одиницях закріплено узагальнені уявлення про світ, норми поведінки, морально-етичні орієнтири, моделі соціальної взаємодії. У цьому контексті фразеологізми виступають своєрідними «мовними формулами культури», які відображають історично сформовану систему цінностей українського суспільства. Одним із ключових компонентів цієї системи є уявлення про гендер – тобто соціально зумовлені ролі, очікування та характеристики, пов’язані з чоловіком і жінкою.

Гендерна проблематика у фразеології проявляється передусім у тому, що сталі звороти фіксують нормативні моделі «жіночої» і «чоловічої» поведінки, оцінюють їх відповідність чи невідповідність традиційним

стандартам, а також ієрархізують соціальні ролі. Через фразеологізми мова не лише називає представників певної статі, а й приписує їм комплекс психологічних, моральних та соціальних ознак. Так, у фразеологічному вжитку жінка нерідко асоціюється з емоційністю, балакучістю, мінливістю, сферою побуту й родинного життя, тоді як чоловік – із силою, витривалістю, раціональністю, здатністю до дії та суспільної активності. Подібні узагальнення формують стійкі оцінні стереотипи, що відображають традиційні культурні настанови та патріархальні моделі організації суспільства.

У межах цього дослідження під фразеологізмами з гендерною маркованістю розуміємо сталі мовні одиниці, у структурі або семантиці яких експліцитно чи імпліцитно представлено ознаку статі. Такий підхід дає змогу охопити як формально виражені, так і семантично зумовлені прояви гендерної специфіки.

Основним лінгвістичним механізмом реалізації гендеру в мовленні є гендерне маркування, під яким розуміють сукупність ознак, що допомагають ідентифікувати мовну одиницю як пов’язану з чоловічою або жіночою статтю. Проблема гендерного маркування полягає у визначенні тих мовних індикаторів, які прямо або опосередковано сигналізують про наявність гендерної семантики.

У сучасному мовознавстві гендерну маркованість розглядають як відносно нове поняття, що сформувалося в межах гендерно орієнтованих досліджень мови, й характеризують як властивість мовної одиниці, яка дає змогу встановити її належність до певної статі або асоціацію з нею. Прийнято розрізняти формальну та семантичну гендерну маркованість. Формальна маркованість пов’язана з зовнішнім вираженням (морфологічними чи словотвірними показниками), тоді як семантична – із закріпленням гендерного значення на рівні змісту мовної одиниці [66].

Гендерні компоненти мовлення можуть реалізовуватися на різних рівнях мовної системи, зокрема граматичному, і водночас відображають

ширший соціокультурний контекст. Насамперед гендерний аспект мови пов’язаний із категорією роду, яка є характерною для багатьох мов, зокрема слов’янських і романських, і виступає одним із базових засобів граматичного вираження гендеру.

Гендерне маркування також розглядають як спосіб експліцитного позначення належності особи до чоловічої чи жіночої статі в мовленні, яке може здійснюватися за допомогою різних мовних засобів, зокрема через використання атрибутивних компонентів (іменників, прикметників, прикладок), які уточнюють або підкреслюють гендерну характеристику [66].

Граматична гендерна маркованість охоплює:

- іменники чоловічого й жіночого роду на позначення осіб (учитель – учителька, студент – студентка);
- форми минулого часу дієслів (писав – писала);
- прикметникові форми, що узгоджуються з іменником (розумний – розумна).

Водночас не менш важливою є лексико-семантична гендерна маркованість, коли ознака статі закладена безпосередньо у значенні слова: мати – батько, сестра – брат, дівчина – хлопець. До цієї групи належать і власні імена, які традиційно несуть інформацію про гендерну належність особи.

На лексичному рівні гендерно марковану лексику умовно поділяють на:

- нейтральні засоби (наприклад, особові займенники), що граматично розрізняють рід, але не містять додаткової оцінності;
- одиниці з виразним маскулінним або фемінінним маркуванням, які часто поєднують номінативну й оцінну функцію (господар, берегиня, кар’єристка тощо).

Окремим рівнем реалізації гендерної семантики є фразеологічна маркованість. До неї належать сталі словосполучення, значення яких корелюється з певною статтю або закріплює за нею типові характеристики.

Саме у фразеології найбільш виразно виявляється культурно зумовлена інтерпретація жіночого й чоловічого начал, адже фразеологізми акумулюють історично сформовані соціальні уявлення.

Образ жінки у фразеологічному фонді української мови формується як складний соціокультурний конструкт, у межах якого закріплюються уявлення суспільства про жіночність, поведінкові моделі та систему очікувань щодо ролі жінки. У сталих висловах жінці приписуються певні психологічні якості, риси характеру та соціальні функції, які нерідко виводяться з її біологічної статі. Такі характеристики можуть мати як позитивне, так і негативне забарвлення, що створює своєрідну полярність у мовному зображенні жіночого образу: від поетизованого оспівування краси та молодості до іронічного або зневажливого трактування інтелектуальних здібностей.

Одним із найвиразніших способів позитивної репрезентації жінки у фразеології є використання метафор, пов’язаних із рослинним світом. У традиційній українській культурі жіноча врода, молодість і чистота часто ототожнюються з природним розквітом, що знаходить відображення у відповідних образних порівняннях. Центральним символом української лінгвокультури є калина, яка у фольклорній традиції асоціюється з дівочою красою, здоров’ям, чистотою та моральною бездоганністю. Подібна символіка простежується і в інших фразеологічних зворотах та порівняннях, зокрема: «легковажній дівчині і калинова врода не в поміч», «гарна дівка, як маківка», «як польова ружа», «червона, як калина», «а в рум'янці така сила, що всі квіти погасила», «гарний цвіт не буде довго стояти при дорозі», «рожа і межи кропивою гожа». У цих висловах жіноча врода постає як природна гармонія, що викликає захоплення та естетичне милування [15].

У межах рослинної символіки образ дівчини також часто порівнюють із деревами або квітами. Так, тополя у народній традиції уособлює стрункість, витонченість і водночас очікування чи самотність, що відображено у численних художніх і фольклорних образах. Інший поширений символ –

вишня, яка асоціюється з молодістю, соковитістю та привабливістю. Завдяки таким метафорам жінка у фразеології постає як частина природного світу, як об’єкт милування та естетичного споглядання. Проте подібна модель опису часто редукує жіночий образ до зовнішніх характеристик, акцентуючи передусім на красі та молодості, тоді як інші аспекти особистості залишаються поза увагою.

Поряд із позитивною поетизацією жіночої вроди у фразеологічній системі простежується й інша тенденція – зосередження уваги на зовнішності жінки як головній або навіть визначальній її рисі. На відміну від чоловічого образу, який у мовній традиції часто пов’язують із силою, витривалістю чи гармонійною статурою (порівн.: «як із каменю витесаний», «козацької вдачі»), жіночу красу нерідко подають як самодостатню характеристику, що нібито компенсує відсутність інших якостей. Унаслідок цього формується стереотип про перевагу зовнішньої привабливості над інтелектуальними рисами жінки. Такий погляд відображено у фразеологізмах «личко біленьке, а розуму маленько», «дарма що дурна, аби чорноброва», «шия з намистом, а голова зі свистом». Подібні вислови фіксують у мовній свідомості уявлення про те, що розум для жінки не є обов’язковою або соціально очікуваною характеристикою. Наведемо деякі приклади та їх визначення, які пропонує Валентин Севернюк у своєму словнику:

- «Врода – дівоча шкода // Кожна квітка бджолу манить, та не кожна мед дає // Краса перед очима, а дідько за плечима (нерідко врода робить дівчину егоїстичною, вередливою; справжня краса захована в душі)»;
- «Гарна дівка, як горіх, так і проситься на гріх // Гарну дівку й на печі знайдуть // Краснеє личко – серцю неспокій // На красний цвіт швидше бджола летить // Як липа пахтить, то бджола летить (дівоча врода – то велика спокусниця; на красунь чоловіки швидше звертають увагу; перен. – про хорошу людину, з якою хочеться спілкуватися)»;

- «На траву дивися вдень, а на дівку в будень (вдень висихає роса і трава перестає блищати – так само й по дівчині видно, коли вона знімає прикраси, чи її врода справжня)» [64, 59-60].

Вагомим джерелом образності у змалюванні жіночого гендера в українській мові є метафори, пов’язані з тваринним світом. У таких випадках окремі риси характеру, поведінки або соціальної ролі жінки передаються через зіставлення з тваринами чи птахами, що мають усталене символічне значення в народній свідомості. Такі порівняння виконують не лише номінативну, а й оцінну функцію, формуючи стереотипні уявлення про жіночі ролі та моделі поведінки.

У фразеологічному фонді особливо поширені зооморфні образи з негативною конотацією. Наприклад, інтелектуальну обмеженість або відсутність життєвої кмітливості традиційно передають через зіставлення з образами свійських птахів і тварин: «дурна, як курка», «як корова на льоду». Подібні вислови відтворюють уявлення про жіночу наївність, незграбність або неспроможність адекватно реагувати на складні життєві обставини.

Водночас у деяких висловах зооморфні образи використовуються для характеристики жіночої поведінки крізь призму емоційності або імпульсивності. Наприклад, у паремії «Захотілось бабі раків – продала корову» ідеться про необдумані дії, спричинені надмірним бажанням, що подається як типова риса жіночої поведінки у традиційному уявленні.

Водночас у фразеології зафіксовано й нейтрально-позитивні інтерпретації жіночого образу, пов’язані передусім із материнством. Так, у вислові «корові не тяжкі свої роги, а матері – свої діти» акцентується природність і безумовність материнської турботи, яка постає як органічна складова жіночої сутності.

Крім того, окрему групу фразеологічних одиниць становлять вислови, що відображають поширений у традиційній культурі стереотип щодо надмірної балакучості жінки. У мовній свідомості така риса часто набуває іронічного або зневажливого забарвлення, формуючи узагальнений образ

жінки як носійки неконтрольованого мовлення, схильного до перебільшень і поширення чуток. Так, у фразеологізмі «Торохтить Солоха, як діжка з горохом» іронічно змальовується образ жінки-базікала, слова якої втрачають вагу та серйозність, але залишаються об’єктом поблажливого сприйняття або навіть розваги. Подібну семантику має й паремія «Дві баби – торг, а три – ярмарок», яка гіперболізує уявлення про жіночу галасливість і схильність до тривалих розмов, підкреслюючи колективний характер такої комунікативної поведінки.

Особливо показовими є вислови, пов’язані з поширенням інформації в межах спільноти: «Гапка голосить, а вітер носить», «Знає кума – знає пів села», «Кума – кумі, та й по всім селі», «Сказав кумі, а вона – всій слободі». У цих прикладах відтворюється уявлення про швидке і неконтрольоване поширення чуток, що асоціюється саме з жіночим мовленням. Побутові плітки постають як одна з найпростіших форм масової комунікації, своєрідний механізм соціальної взаємодії, який, однак, водночас набуває негативної оцінки через свою неконтрольованість і здатність спотворювати інформацію.

Зазначені мовні одиниці не лише фіксують окремі риси поведінки, а й відтворюють глибинні культурні установки, у яких жіноче мовлення оцінюється крізь призму емоційності, надмірності та схильності до пліткарства. Таким чином, подібні фразеологізми формують і закріплюють іронічно-негативний стереотип жіночого комунікативного типу, що є важливим елементом загальної гендерної картини світу, відображеної в мові.

Важливо зазначити, що у фразеологічній системі української мови чітко простежується вплив патріархальної моделі суспільства, яка відображає ієрархічні уявлення про співвідношення чоловічого та жіночого начал. У межах цієї моделі жінка нерідко постає як джерело труднощів, конфліктів або психологічного дискомфорту, що знаходить своє відображення у значній кількості фразеологізмів і паремій.

Зокрема, у висловах «Баба з воза – кобилі легше», «Баба з воза – не велика зрада: дідові легше й кобила рада», «Мала згуба – малий жаль» реалізується ідея незначущості втрати жінки або навіть її сприйняття як тягаря, позбавлення якого полегшує становище чоловіка. У таких одиницях жінка метафорично осмислюється як додаткове навантаження, що ускладнює життєву ситуацію.

Подібну оцінну семантику мають і вислови, що відображають напруженість сімейних стосунків: «Жонатому – як собаці кудлатому: чи обідав, не обідав, а вже лайки відвідав», «І без жінки зле, і з жінкою недобре». У цих прикладах акцентується уявлення про неминучість конфліктів у подружньому житті, де жінка часто постає як ініціаторка сварок або носійка надмірної емоційності.

Особливо виразно негативний образ жінки репрезентований у пареміях, що прямо характеризують її як «лиху» або небезпечну. До таких належать: «Відпусти, Боже, гріха, в кого жінка лиха», «Доти жінка люба, поки не візьметься за чуба», «Злої жінки й чорт боїться», «Ліпше залізо варити, ніж з лихою жінкою жити», «Ліпше камінь довбати, ніж лиху жінку мати (розуму навчати)», «Як жінка зла, то й борщ недобрий». У цих висловах жінка постає як джерело постійної небезпеки, агресії або руйнування гармонії в родині, що відображає стійкий стереотип її «проблемності».

Водночас у фразеології простежено й амбівалентне ставлення до ролі жінки в житті чоловіка. Наприклад, у вислові «Хороша жінка – чоловікові слава, а лиха – згуба» підкреслено визначальний вплив жінки на долю чоловіка: вона може виступати як джерело соціального успіху або навпаки – причиною життєвих невдач. Відтак жіночий образ тут набуває подвійної оцінки, що залежить від її поведінкових характеристик.

Окрему групу становлять вислови, у яких підкреслено необхідність збереження чоловічого домінування в сімейних стосунках. Наприклад, паремія «Хоч ти мені й люба, та зась тобі до мого чуба» відображає небажання чоловіка поступатися владою чи авторитетом, навіть за наявності

позитивного ставлення до жінки. У цьому випадку мовна одиниця закріплює норму пріоритету чоловічого начала в ієрархії сімейних ролей.

Окрему групу становлять паремії та фразеологізми, у яких через образні засоби, зокрема зооморфні, репрезентовано ідею порушення традиційного розподілу гендерних ролей. Так, у вислові «Зле там буває, де півень мовчить, а курка співає» закріплюється уявлення про небажаність жіночого домінування в родині. Подібний зміст має й паремія «Лихо тобі, воле, як тебе корова коле», що іронічно підкреслює негативне сприйняття ситуації, коли жінка бере на себе провідну роль, витісняючи чоловіка з позиції глави сім'ї. Такі мовні одиниці відображають патріархальні уявлення про ієрархію в родині та соціумі, де активна роль традиційно відводиться чоловікові. У сукупності такі фразеологізми не лише фіксують мовні особливості, а й репрезентують усталені гендерні стереотипи, закріплюючи уявлення про «нормативний» розподіл ролей між чоловіком і жінкою.

Окрему увагу привертають деякі фразеологічні одиниці, зафіксовані у виданні «Популярні українські прислів'я та приказки. Тематичний коментований словник», які демонструють виразно застарілі та гендерно стереотипізовані уявлення про сімейні відносини. Так, прислів'я «Жінка не бита – що коса не клепана» та «Як миша кота не чує, то по хаті ґаздує» репрезентують модель сімейної взаємодії, у якій нормалізується і навіть імпліцитно виправдовується застосування фізичної сили як засобу «регулювання» поведінки жінки.

У тлумаченні зазначених прислів'їв автор підкреслює, що «життя різних сімей має свої особливості, залежно від індивідуальних характерів подружжя. Деяким жінкам подобається відчувати присутність жорсткої чоловічої волі, що може сприяти спокою в родині» [64, ст. 65]. Такий коментар є доволі дискусійним, оскільки фактично нормалізує модель стосунків, у якій «жорстка чоловіча воля» та насилля подається як прийнятний або навіть бажаний чинник гармонізації сімейного життя.

З одного боку, подібне пояснення може розглядатися як спроба інтерпретувати фольклор у межах історико-культурного контексту. З іншого – воно викликає критичне зауваження, оскільки не проблематизує насильницький компонент змісту цих висловів і не відмежовується від застарілих гендерних уявлень. Тобто виникає враження певної легітимізації патріархальної моделі сім'ї, де контроль і фізичний примус інтерпретують як чинники «спокою» та стабільності.

Однак гендерна специфіка фразеологічного фонду не вичерпується лише жіночими образами. Не менш важливим є аналіз фразеологізмів, що репрезентують чоловічу поведінку, оскільки саме вони дають змогу простежити особливості мовного моделювання маскулінності та способи їх формування.

У фразеологічному фонді української мови образ чоловіка посідає важливе місце, оскільки саме через сталі мовні одиниці відображаються традиційні уявлення про соціальну роль, статус і поведінкові моделі представників чоловічої статі. Українська фразеологія функціює як своєрідний культурний архів, у якому закріплені архаїчні патріархальні моделі суспільного устрою. У межах таких моделей чоловік постає передусім як активний суб'єкт соціальної дії, носій влади, сили, авторитету та відповідальності.

Однією з характерних рис «чоловічих» фразеологізмів є акцент на спадковості роду та безперервності поколінь, що у традиційному суспільстві пов'язувалося переважно з чоловічою лінією. Це віддзеркалено у вислові «з діда-прадіда», який підкреслює тяглість традицій і родову спадковість. У подібному значенні функціює й вислів «чий батько старший», що використовують для визначення авторитету чи переваги, відображаючи уявлення про соціальну ієрархію.

Важливе місце у фразеологічній системі посідає образ батька як символу захисту, підтримки та морального авторитету. У традиційній культурі батька розглядали як главу родини, вихователя й носія життєвої

мудрості, що знаходить відображення у численних пареміях. Зокрема, у висловах «Батькові – шана, а голові – розум», «Будь батьків син, а розум май свій» підкреслюють необхідність поєднання поваги до батьків із особистою відповідальністю та самостійністю в ухваленні рішень. Такі одиниці репрезентують баланс між традиційною авторитетністю старшого покоління і потребою індивідуального життєвого вибору.

Ідея спадковості та наслідування родинних якостей відображена у вислові «Який дуб, такий тин; який батько, такий син», що акцентує увагу на передачі моральних, поведінкових або соціальних характеристик від батька до дитини. Водночас у паремії «Батько не той, хто породив, а той, що в життя спорядив» наголошується на пріоритетності виховної функції над біологічним батьківством, що розширює традиційне розуміння ролі чоловіка в родині.

Образ сина у фразеології також має важливе символічне значення. Зокрема, у вислові «Син батька розумніший – радість, а брат брата розумніший – заздрість» відображено складність внутрішньородинних стосунків, де успіхи дітей можуть викликати як гордість, так і суперництво між родичами. Подібні одиниці демонструють не лише позитивні аспекти родинної спадковості, а й психологічні напруження, що виникають у межах сім'ї.

Поряд із цим у фразеології широко представлені мовні одиниці, що відображають родинні зв'язки та соціальну солідарність. Так, вислів «свій брат» означає близьку за духом або соціальним становищем людину, тоді як «ні сват ні брат» підкреслює відсутність будь-яких зв'язків. Образ сина реалізується і в ширшому культурному контексті, зокрема у вислові «блудний син», який символізує повернення до правильного життєвого шляху після помилок.

Отже, фразеологічні одиниці, пов'язані з образом чоловіка, відображають ключові для традиційної культури цінності: спадковість, авторитет батька, відповідальність за родину та соціальну ієрархію. Вони

репрезентують чоловіка як центральну постать родинного й суспільного життя, закріплюючи відповідні гендерні моделі у мовній картині світу.

Водночас фразеологія фіксує і певні критичні або іронічні оцінки чоловічої поведінки. Наприклад, вислів «мамин синок» використовують для характеристики інфантильної людини, надмірно залежної від матері. Такий фразеологізм демонструє соціальне очікування, що чоловік повинен бути самостійним, рішучим та здатним до відповідальних рішень.

Окрему групу становлять фразеологізми, які відображають соціальний статус і домінантне становище чоловіка в традиційному суспільстві. У таких мовних одиницях чоловік постає як господар, керівник і носій основної відповідальності за родину. Це безпосередньо репрезентує патріархальну модель сімейної організації, у межах якої саме чоловікові належить провідна роль.

Так, у прислів'ї «Чоловік у домі – голова» вербалізується уявлення про чоловіка як центральну постать родини, яка ухвалює ключові рішення та визначає загальний напрям сімейного життя. Подібний зміст має й вислів «Чоловік за один кут хату держить, а жінка за три», що відображає традиційний розподіл обов'язків: чоловік відповідає за стратегічні, зовнішні аспекти існування родини, тоді як жінка забезпечує внутрішній побут і підтримання домашнього порядку.

Чітке розмежування гендерних ролей простежується і в паремії «Від господаря має пахнути вітром, а від господині – димом». У цьому вислові метафорично закріплюється уявлення про те, що чоловік повинен бути пов'язаний із зовнішнім світом, працею поза домом, активною діяльністю, тоді як жінка асоціюється з домашнім простором, господарством і побутовими обов'язками. Така опозиція «зовнішнє – внутрішнє» є однією з ключових у традиційній гендерній картині світу.

Водночас у фразеології простежено і взаємозалежність ролей чоловіка й жінки в межах родини. Наприклад, у вислові «За добрим чоловіком і свинка господинька» підкреслюється, що ефективність і гармонійність

сімейного життя значною мірою залежать від чоловіка як організатора та прикладу для наслідування. У цьому випадку чоловік постає як рушійна сила, яка стимулює позитивні зміни в поведінці інших членів родини.

Символ влади у фразеології часто пов'язаний із маскулінними образами правителя або воїна. Так, фразеологізм «без царя в голові» означає нерозсудливу, легковажну людину і водночас апелює до символічної ролі «царя» як уособлення порядку та влади. Подібне значення має зворот *«Терпи, козаче, отаманом будеш»*, який закликає до мужності, витривалості та терпіння заради майбутнього авторитету й лідерства. Інший поширений фразеологізм – «Козацькому роду нема переводу» – підкреслює незнищенність і силу українського народу через маскулінний образ козака, що традиційно асоціюється з мужністю, свободолюбством і військовою доблестю.

Важливу роль у формуванні образу чоловіка відіграють зооморфні метафори, у яких чоловічі риси передаються через порівняння з представниками тваринного світу. Найчастіше для цього використовуються образи сильних тварин або хижих птахів, що символізують фізичну силу, витривалість і сміливість. В українській традиції подібні асоціації реалізуються через образи хижих птахів: «дужий як орел», «мій орел сизокрилий», «вродливий як сокіл». У цих фразеологізмах орел або сокіл виступають символами сили, відваги та привабливості.

Фразеологічний фонд української мови відображає не лише соціальні ролі чоловіка, а й усталені уявлення про його зовнішність, фізичні дані та поведінкові характеристики. Зокрема, через сталі мовні звороти закріплюється традиційний ідеал чоловічої сили, статури та зрілості. Так, вислів «як із каменю витесаний» репрезентує образ фізично досконалого, міцного чоловіка, що відповідає культурному уявленню про мужність і витривалість. Подібні фразеологізми підкреслюють значущість зовнішньої сили як однієї з провідних рис маскулінності.

Водночас у фразеології простежується іронічне або критичне осмислення невідповідності між зовнішніми ознаками дорослості та внутрішнім розвитком особистості. Наприклад, ідіома «Борода виросла, а розуму не принесла» акцентує на тому, що фізичне змужніння не завжди супроводжується інтелектуальною чи моральною зрілістю. Аналогічний зміст передають і вислови «Вуси – честь, а борода й у цапа єсть», де підкреслюється, що самі по собі атрибути дорослості (вуса, борода) не є показником гідності чи розуму.

Окрему групу становлять фразеологізми, що іронізують над фізичними параметрами чоловіка, зокрема його зростом або зовнішньою привабливістю. Так, вислови «Вбився у ріст, як заєць у хвіст» і «Виріс, як кіт навсидячки» використовуються для характеристики низького зросту, що в традиційній культурі могло сприйматися як відхилення від бажаного ідеалу. Подібну оцінну функцію виконує і фразеологізм «Гляньте на його вроду, чого він варт: сім гривень – таких сотня», який знижує цінність зовнішніх даних чоловіка, підкреслюючи його пересічність або непривабливість.

Іронічно осмислюється і така зовнішня риса, як відсутність волосся. Наприклад, вислів «Лисий, бо йому голова від розуму облізла» має жартівливий характер і водночас демонструє народну схильність до переосмислення фізичних ознак крізь призму гумору та оцінки.

Стереотип про фізичну силу як основну ознаку маскулінності відображений у вислові «Чоловікова сила – в кулаці», де фізична міць розглядається як важливий інструмент утвердження авторитету. Подібну ідею передає і фразеологізм «Сказав, як сокирою одрубав», який характеризує твердість, рішучість і категоричність чоловічого слова. У народній традиції також підкреслювалося раннє формування соціальної ролі чоловіка-господаря, що відображено у вислові «Хлопець уже в шістнадцять літ у домі господар».

Цікавим прикладом побутового стереотипу є твердження «Шлях до серця чоловіка пролягає через шлунок», який відображає традиційні

уявлення про пріоритети чоловічих потреб і водночас демонструє певний розподіл ролей у сімейному житті.

Фразеологічний корпус української мови не обмежується відтворенням уявлень про зовнішні характеристики чоловіка, а водночас фіксує оцінні параметри його поведінки, морально-етичних якостей і функцій у сімейному та суспільному просторі. У межах цих мовних одиниць виразно проступає ієрархія народних цінностей, згідно з якою фізична привабливість поступається інтелектуальній зрілості та життєвій мудрості. Це чітко ілюструє вислів «На красивого чоловіка дивитись гарно, а з умним жити легко», де акцент перенесено з зовнішнього на внутрішній зміст особистості.

Водночас значний масив фразеологізмів репрезентує чоловіка як ключову постать, від якої залежить емоційний і соціальний стан родини. Так, у прислів'ї «За ледачим чоловіком жінка марніє, за хорошим – молодіє» відображено уявлення про визначальну роль чоловічої поведінки у формуванні добробуту та психологічного комфорту сім'ї. Подібний смисловий вектор реалізується і у вислові «Коли п'яниця в шинку скаче, то жінка дома плаче», який акцентує на руйнівних наслідках асоціальної поведінки чоловіка.

Окремий сегмент становлять паремійні одиниці з чітко вираженою дидактичною функцією, що формують нормативну модель чоловічої поведінки. Зокрема, у вислові «Пий пиво – та не лий, люби жінку – та не бий» вербалізується вимога стриманості та засудження агресії в подружніх взаєминах. Натомість фразеологізм «В людях Ілля, а вдома свиня» виконує функцію соціальної критики, викриваючи контраст між публічною репрезентацією чоловіка та його реальною поведінкою у приватному просторі.

Вагоме місце у фразеологічній системі посідають вислови, що концептуалізують батьківство й родинні цінності. Так, паремія «Один син – не син, два сини – півсина, три сини – ото тільки син!» віддзеркалює традиційне уявлення про значущість продовження роду через чоловічу лінію. У свою чергу, вислів «Не збирай синові худоби – збери йому розум» актуалізує ідею

пріоритетності виховання, освіти й особистісного розвитку над матеріальними благами.

Крім того, фразеологія відображає складну систему родинних відносин та їх оцінне осмислення. Зокрема, вислів «По дочці і зять милий, по невістці і син чужий» демонструє варіативність ставлення до членів родини залежно від їхньої ролі та ступеня включеності в сімейну структуру.

Отже, фразеологічні одиниці з гендерною маркованістю в українській мові репрезентують цілісну систему усталених уявлень про «жіноче» і «чоловіче», закріплюючи як нормативні моделі поведінки, так і оцінні стереотипи, сформовані в межах традиційної культури. Вони відображають патріархальну ієрархію соціальних ролей, у якій чоловік постає як активний суб'єкт дії, носій влади й авторитету, тоді як жінка частіше осмислюється через призму зовнішності, емоційності та побутових функцій. Водночас фразеологічний фонд демонструє амбівалентність цих образів, поєднуючи як позитивні, так і негативні характеристики обох гендерів, що свідчить про складність і багатовимірність народних уявлень. Відтак гендерно марковані фразеологізми не лише фіксують мовні особливості, але й виконують важливу культурно-трансляційну функцію, відтворюючи й підтримуючи соціальні норми, цінності та стереотипи, притаманні українській мовній картині світу.

Для більш повного розкриття механізмів мовної репрезентації гендерних стереотипів доцільним є залучення зіставного матеріалу. Зокрема, аналіз польської фразеології дає змогу простежити спільні та відмінні риси у формуванні гендерно маркованих уявлень у межах близькоспоріднених культур.

## 2.3. Зіставний аналіз гендерно маркованих фразеологізмів української та польської мов.

Польська фразеологія становить цінний матеріал для зіставного аналізу, оскільки, з одного боку, вона формувалася в межах спільного

слов’янського культурно-мовного простору, а з іншого – зазнала впливу специфічних історичних, релігійних і соціальних чинників. Це зумовлює як наявність спільних смислових моделей, так і відмінності у способах мовної репрезентації дійсності. Звернення до польського фразеологічного фонду дає змогу не лише розширити інтерпретаційне поле дослідження, а й чіткіше окреслити національно марковані особливості відображення гендерних і соціальних стереотипів у мові.

Особливий інтерес становить зіставлення українських і польських фразеологізмів, зокрема тих, що відображають антропоцентричні та гендерно марковані уявлення. Антропологічні фразеологічні одиниці фіксують різні аспекти людського буття – риси характеру, звички, поведінкові моделі та особливості міжособистісної взаємодії, будучи результатом осмислення людиною власного досвіду та навколишньої дійсності.

Хоча українські та польські антропологічні фразеологізми часто збігаються за змістом, вони можуть відрізнятися за формою та відтінками значення. Так, польський вислів «mam dużo na głowie» (буквально: мати багато чогось на голові) співвідноситься з українським «у мене багато клопотів на плечах». Обидві одиниці передають стан перевантаженості справами чи обов’язками.

Попри змістову близькість українських і польських фразеологізмів, їхня формальна організація та контекстуальні особливості зумовлені різними мовними традиціями. Українська фразеологія значною мірою спирається на фольклор, народний побут і історичну пам’ять, тоді як польська відображає вплив католицької та єврейської культурних традицій і вирізняється ширшим лексичним діапазоном. Такі відмінності є наслідком тривалого розвитку кожної мови в специфічних соціокультурних умовах.

Зіставний аналіз української та польської фразеології дає можливість визначити як спільні риси, так і відмінності у системі цінностей та способах самовираження. Дослідження антропоцентризму сприяє глибшому розумінню взаємозв’язку мови, культури та суспільства. Більшість

фразеологічних одиниць безпосередньо пов’язана з людиною. За спостереженнями дослідників, найчастіше вони стосуються сфери почуттів, мовлення та смерті, а серед людських якостей особливо активно оцінюються розум і глупота.

Зіставлення гендерно маркованої фразеології української та польської мов свідчить про стійку наявність патріархальних уявлень у мовній картині світу обох народів. Фразеологічні одиниці виконують не лише номінативну функцію, а й виступають носіями певних ідеологічних установок, транслюючи традиційні соціальні норми та моделі поведінки. У цьому контексті логічно стверджувати, що сталі вислови здатні транслювати закріплені в культурі погляди на психологічні особливості та суспільні ролі представників різних статей, у такий спосіб цементуючи відповідні гендерні стереотипи у свідомості мовців.

Однією з ключових спільних рис є сприйняття маскулінності як своєрідної норми. У польській фразеології чоловік асоціюється передусім із фізичною силою та активністю («chłop jak dąb» – «міцний як дуб», «silny jak tur» – «сильний як бик»), що має аналогії і в українській традиції, де образ «козака» та «сильної статі» символізує мужність. В обох мовах чоловікові приписується провідна соціальна роль, пов’язана з владою та ієрархією. Польський вислів «Pan i władca» співвідноситься з українським «чоловік у домі – голова», що відображає патріархальну модель родинних відносин. Показовим є й вислів «Mąż – głowa rodziny» («Чоловік – голова родини»), який прямо фіксує ієрархічний статус чоловіка як керівної фігури сім’ї.

Позитивний образ чоловіка також часто пов’язують з його поведінкою у сфері міжстатевих взаємин. У польській мові це реалізується через одиниці «zdobywca» (завойовник), «pogromca serc» (ловелас), які підкреслюють роль «завойовника». В українській мовній традиції подібна модель поведінки також не зазнає осуду, а нерідко сприймається як прояв привабливості та харизми. Водночас у польській фразеології закріплюється і функція чоловіка як захисника, що відображено у вислові «Żeby chłop był jak wrona, zawsze

żonie obrona» («хоч чоловік як ворона, а все ж дружині оборона»), який має семантичні паралелі з українськими уявленнями про чоловіка як «опору» родини.

Натомість жіночий образ у фразеології обох мов переважно обмежується приватною сферою. Польський вислів «strażniczka domowego ogniska» є концептуально близьким до українського образу «жінки-берегині». З давніх часів ведення домашнього господарства та виховання дітей входило до обов'язків жіночої статі, що відобразилося у фразеологічному фонді. Цю ж ідею підсилює польська паремія «Każda Zosia dobra gosposia» («Кожна Зося – хороша господиня»), у якій жіноче ім'я узагальнюється й перетворюється на символ ідеальної господині. В українській традиції подібне значення реалізується через образ «хорошої хазяйки», що виступає одним із головних критеріїв позитивної оцінки жінки.

Разом із тим цю роль оцінюють неоднозначно: поряд із позитивним простежено іронічне або навіть зневажливе ставлення. Польський вислів «kura domowa» («домашня курка») подібний з українським уявленням про обмеженість життєвого простору жінки «від печі до порога». Помітною є і асиметрія в оцінюванні інтелектуальних якостей. Обидві мови відтворюють стереотипне протиставлення зовнішності та розуму. Польський вислів «U kobiety włos długi, a rozum krótki» («Волосся довге, а розум короткий») має відповідник і в українській мові. Крім того, у польській фразеології вживаються пейоративні одиниці, як-от «słodka idiotka» – миленька дурепа, чи «patentowana idiotka» – справжня дурепа, що підсилюють негативне уявлення про жіночий інтелект; в українській мовній картині це часто передається через поняття «жіноча логіка», «блондинка».

Водночас чоловічі інтелектуальні вади не отримують такого системного й емоційно забарвленого осуду, що вказує на наявність аксіологічної нерівності. Негативні характеристики жіночої поведінки часто пов'язані зі стереотипами про надмірну емоційність і балакучість. Польський вислів «Gadatliwy jak baba (przekupka)» («Як баба базарна») та близький за

значенням варіант «Mele językiem jak baba» («Меле язиком, як баба») мають відповідники в українських порівняннях на кшталт «У баби язик як лопата». Крім того, жіночий образ нерідко пов'язується з ірраціональним або навіть демонічним началом: польські вислови «baba jędza», «sabat czarownic» співвідносяться з українськими «Баба з пекла родом» чи «Баба та чорт – то собі рідня», «Баба Яга», «відьма». У цьому ж семантичному полі використовується і вислів «Z babą czart nie poradzi» («З бабою і чорт не впорається»), який акцентує уявлення про складність і непередбачуваність жіночого характеру.

Стереотипізація жіночого образу охоплює й сферу зовнішності та міжособистісних стосунків. Польський вислів «Żona ładna, zawsze zdradna» («Гарна жінка – завжди невірна») відображає упередження щодо вродливих жінок, тоді як «Mąż lubi (kocha) żonę zdrową, a brat siostrę bogatą» («Чоловік любить жінку здорову, а брат сестру багату») демонструє утилітарний підхід до оцінки жінки як джерела фізичного або матеріального добробуту. В українській традиції ці уявлення також наявні, хоч і не завжди фіксуються в настільки прямій формі. Своєрідним відображенням уявлення про мінливість жіночої натури є польська паремія «Przed ślubem aniołek, po ślubie diabełek» («До шлюбу – янголятко, після – дияволятко»), яка має відповідники в українських жартівливих висловах про зміну поведінки жінки після одруження.

Біблійна символіка також відіграє важливу роль у формуванні гендерних образів. Вислів «Żebro Adama» («Адамове ребро») іронічно позначає жінку як похідну від чоловіка істоту, апелюючи до біблійного сюжету про створення Єви. Українська традиція, хоча й рідше використовує цей образ безпосередньо, загалом підтримує подібну ієрархічну модель.

Фразеологія регламентує і шлюбно-родинні стосунки та моделі взаємодії. Наприклад, польський вислів «Nie widziałeś matki, nie żeń się z córką» («Не бачив матері — не одружуйся з дочкою») відображає уявлення про спадковість жіночих рис, що має аналогії в українській культурі.

Водночас позитивний образ матері представлений у висловах «U swojej matki każdy gładki» («У своєї матері кожен гарний») та «Dla każdej matki miłe jej dziatki» («Для кожної матері її діти милі»), які відповідають українським уявленням про безумовну материнську любов.

Окрему групу становлять фразеологізми, що відображають соціальну ієрархію та нерівність. Польські вислови «Baran wilkowi nie towarzysz» («Баран вовкові не товариш») і «Czapka za kapelusz nie stanie» («Шапка не зрівняється з капелюхом») підкреслюють неможливість рівноправних відносин між представниками різних соціальних груп і мають українські відповідники «Вовк вівці не товариш», «рівний рівному». Нестабільність соціального становища передає вислів «Pańska łaska na pstrym koniu jeździ» («Панська ласка мінлива»), що співвідноситься з українським «Панська ласка літом гріє». Соціальний статус позначається також через вислів «gruba ryba» («велика риба» – «велике цабе»), що відповідає українському «велика шишка», тоді як «Goły się rozboju nie boi» («Голий розбою не боїться») має аналог «Голому нічого втрачати».

Можна простежити, що українська та польська фразеологічні системи демонструють значний рівень консерватизму. Мова характеризується більше сталістю, ніж динамічністю, накопичений поколіннями досвід старанно зберігається, що пояснює тривале існування подібних стереотипів навіть у сучасному суспільстві. У фразеології чоловік і надалі постає як домінантний і раціональний суб’єкт, тоді як жінка частіше репрезентується як емоційний об’єкт, що оцінюється передусім через зовнішність і виконання побутових ролей.

Переходячи від загального аналізу гендерно маркованої фразеології до конкретніших параметрів її семантичної організації, доцільно звернути увагу на віковий компонент як один із ключових чинників формування оцінних характеристик жіночого та чоловічого образів. Якщо попередньо розглянуті одиниці репрезентують узагальнені уявлення про соціальні ролі та поведінкові моделі, то вікова диференціація дає змогу простежити, як саме

змінюється аксіологічне навантаження цих образів залежно від етапу життєвого циклу. Такий підхід дає змогу глибше виявити внутрішню ієрархію цінностей, закріплену у фразеологічному фонді, а також уточнити механізми стереотипізації ідентичності в обох мовних культурах.

У корпусі польських та українських паремій чітко простежується диференціація номінацій на позначення осіб жіночої статі залежно від вікової ознаки, що дає підстави виокремити дві основні семантичні групи. До першої належать лексеми й словосполуки, що репрезентують молодість, зокрема: dziewka (дівка), dziewica (дівиця), dziewczyna (дівчина), panna (панна), młoda (żona / wdowa) (молода дружина/вдова), wnuczka (внучка), які вживаються в обох мовах. Паремійний матеріал засвідчує, що молодий вік жінки в обох культурах асоціюється з привабливістю, життєвою активністю та соціальною цінністю. Це, зокрема, ілюструють приклади: «Za dziewką krowy rycą, a za babą dzieci kryczą» («За дівчиною корови мичать, а за бабою діти кричать»), де протиставляється бажаність молодої дівчини й утилітарна функція старшої жінки; в українській традиції аналогічні смисли реалізуються у висловах «На чужій стороні і жук м’ясо, і стару бабу молодицею звуть».

Другу групу формують номінації, що маркують зрілість і старість: у польській мові це «babuleńka» (бабуся), stara (żona) (стара), białogłowa (сивоголова), в українській – бабця, бабка, бабуся, вдова, стара, стара баба. У цій групі паремії значно частіше мають негативну або іронічну конотацію, пов’язану з втратою фізичної привабливості, соціальної значущості чи активності. Наприклад, польський вислів «Przypomniała babuleńka, kiedy młodą była» акцентує на ностальгійному осмисленні втраченої молодості та має прямий український відповідник – «Згадала баба, як дівкою була», тоді як «Chceszli być pewnym młodej żony, odpędzaj stare matrony» («Якщо хочеш бути впевненим у молодій дружині, жени геть старих матрон») відображає недовіру до досвіду старших жінок і їхній потенційний негативний вплив. Побутував стійкий стереотип, що саме літні жінки є головним джерелом «псування» молодих дружин. Вважалося, що вони можуть навчити молоду

хитрощам, способам приховування зрад або ж просто передати їй знання про те, як маніпулювати чоловіком, використовуючи його слабкості. Українська паремія «Ну, пий, стара: гості будуть та поїдуть, а ми з тобою вік зжили» підкреслює тривалість спільного життя, але водночас імпліцитно маркує завершеність активної життєвої фази.

Окрему групу становлять лексеми з нейтральною або контекстуально варійованою віковою семантикою: польські baba, babka, białogłowa, gospodyni, niewiasta та українські баба, господиня, дружина, жінка, кума, хазяйка. Їхня семантика є синкретичною й залежить від конкретного контексту вживання. Так, у паремії «U dobrego męża żoneczka jak róża, a u draba we trzy lata baba» («У доброго чоловіка дружинонька як троянда, а в негідника за три роки баба») протиставлення «róża (троянда) – baba (баба)» репрезентує процес старіння через зміну оцінної характеристики: доглянута жінка асоціюється з квіткою, тоді як занедбана – зі старістю. Ця фразеологічна одиниця цікава тим, що вона, з одного боку, накладає на чоловіка повну відповідальність за добробут родини, а з іншого – знову об’єктивує жінку, розглядаючи її як пасивне відображення чоловічих зусиль. Жінка тут постає як «дзеркало» хазяїна: якщо вона виглядає погано, це насамперед тавро на репутації чоловіка, свідчення його неспроможності як годувальника та захисника. В українському фольклорі ми знаходимо подібні інтенції у висловах на кшталт «За доброго мужа жона, як ружа, а за лихого драба, за рік, за два – баба». Отже, лексема baba (баба) у цьому випадку набуває не лише вікового, а й оцінного значення, сигналізуючи про фізичне та соціальне «зношення» жінки.

Паралельно з образом господині та об’єктом підозр у фразеологічному просторі обох мов простежується усталена тенденція до ідеалізації молодої жінки як об’єкта естетичної насолоди, що фактично перетворює її на символ престижу та гедонізму. У польських пареміях цей мотив часто набуває характеру гри чи полювання, де жінка розглядається крізь призму задоволення, яке вона здатна дати чоловікові. Вислів «Młodsza – słodsza»

(«Молодша – солодша») використовує гастрономічну метафору, зводячи цінність жінки до «смакових» якостей, де молодість є головним «інгредієнтом» привабливості. Ще більш виразним є польське прислів'я «Dla szklanki i dziewczyny nie rachuje się godziny» («Для чарки і дівчини не рахують години»), яке ставить спілкування з жінкою в один ряд із вживанням алкоголю – як форму дозвілля, що дозволяє забути про час і обов'язки, розслабитися та гарно провести час. Тут дівчина виступає як атрибут «солодкого життя», позбавлений власної суб'єктності. Особливо цікавим є вираз «Tobie zając i sarna, a mnie sobol i panna» («Тобі заєць і сарна, а мені соболь і панна»), де дівчина прямо прирівнюється до коштовного хутра соболя та загалом не розглядається як особистість, а як трофей, володіння яким маркує високий соціальний стан чоловіка.

В українській мовній традиції цей мотив ідеалізації також є наскрізним, проте він має дещо інший вектор, адже значно частіше конкретизується через гіперболізований опис фізичної досконалості та задоволення від побаченого. Якщо польські вислови акцентують на втісі від володіння, то українські – на спогляданні краси та естетичній насолоді, часто прирівнюючи жіночу красу до краси природи. Образи «ясної зорі», «рум'янцю, що гасить квіти» чи «маку в полі» зводять вроду в абсолют, проте водночас підкреслюють її ефемерність. Краса сприймається як короткочасний дар, що «при дорозі довго не стоятиме». Вираз «Дівчина, як кров з молоком» є одним із найбільш репрезентативних для української культури, оскільки він поєднує естетику з біологічною повноцінністю: білизна шкіри та рум'янець на щоках тут виступають маркерами здоров'я, необхідного для майбутнього материнства. Метафори «Дівчина як сметана» чи «Гарна молодиця, хоч води напиться» теж звертаються до гастрономічного коду, але в українському контексті вони підкреслюють м'якість, свіжість та чистоту жіночого образу.

Як у польській, так і в українській паремійній традиції чітко простежено негативне ставлення до стосунків жінки та чоловіка із значною різницею у віці, що відображає усталені соціальні норми та очікування щодо

«гармонійного» шлюбу. Особливо критично оцінюють союзи, у яких чоловік є значно старшим за жінку. У польських прислів'ях такі стосунки метафорично осмислюють як несумісні й конфліктні: «Jak ogień różni się z wodą, tak i stary z żoną młodą» («Як вогонь відрізняється від води, так і старий чоловік від молодої дружини»), «Kiedy się stary z młodą ożeni, jakoby w stary wóz szalone konie założył» («Коли старий одружується з молодою, це ніби до старого воза запрягти скажених коней»). Подібні уявлення побутують і в українській мовній картині світу: «Старий чоловік – молода жінка: недовга радість». У цих висловах підкреслюється ідея внутрішньої дисгармонії такого шлюбу, який асоціюється з постійними конфліктами, психологічною несумісністю та нестабільністю. Фактично йдеться про порушення традиційного уявлення про «вікову симетрію» як запоруку соціального порядку.

Водночас з'являються й амбівалентні оцінки: «Młoda żona staremu trucizna» («Молода дружина для старого – отрута»), «Młodsza żona prowadzi do śmierci» («Молодша дружина веде до смерті»).

Окрему групу становлять паремії, що відображають страх перед подібними шлюбами з обох сторін. Український вислів «Коли не година молодця, то не хочу голубця» та польські «Pies od jeża, kobieta od siwej głowy uciekają» («Собака тікає від їжака, а жінка – від сивої голови»). Тут важливо, що страх має не лише емоційний, а й соціально зумовлений характер: він пов'язаний із ризиком втрати статусу, гармонії та особистої свободи.

Водночас у польській традиції фіксуються й альтернативні оцінки, які частково реабілітують образ старшого чоловіка як більш надійного партнера: «Lepiej być kochaną przez starego, niż zwodzoną przez młodego («Краще бути коханою старим, ніж ошуканою молодим»), «Lepiej u starego pod brodą, niż u młodego pod kijem» («Краще під бородою у старого, ніж під кийком у молодого»). У таких випадках старість асоціюється з досвідом, стабільністю та меншою агресивністю, що протиставляється імпульсивності молодості. Це свідчить про наявність у культурі прагматичного підходу до шлюбу як

соціального інституту, де емоційний компонент може поступатися безпеці й передбачуваності.

Натомість значно рідше представлені паремії, у яких негативно оцінюється союз молодого чоловіка зі значно старшою жінкою. Проте й такі приклади засвідчують порушення соціальної норми: «Zachciało się starej babie młodego galanta («Захотілося старій бабі молодого залицяльника»), «Коли молодий зі старою жениться, то так, якби молоді неуки-коні до старого воза запряг», «Оце тобі, бабусю, наука: не ходи заміж за внука». У цих висловах простежується іронічне, а подекуди й саркастичне ставлення до інверсії вікових ролей.

Якщо ж зосередитися саме на українському культурному просторі, то варто відзначити, що подібні уявлення мають глибоке соціально-економічне й морально-етичне підґрунтя. Традиційне українське суспільство, особливо в сільському середовищі, було як чітко структурована система, де шлюб виконував не лише особистісну, а передусім господарську та родову функцію. У цьому контексті вікова «відповідність» подружжя розглядалася як запорука ефективного ведення господарства, продовження роду та гармонійного розподілу ролей. Саме тому такий союз сприймався як потенційно дисфункційний: старший чоловік часто вже не відповідав фізичним і соціальним очікуванням активного господаря, натомість молода жінка асоціювалася з життєвою енергією, репродуктивністю та потребою в активному партнері.

У народній свідомості така невідповідність нерідко інтерпретувалася як загроза не лише внутрішньосімейній гармонії, а й соціальному порядку загалом. Звідси – частотність образів конфлікту, дисбалансу й навіть «неприродності» таких стосунків. Українські паремії, як-от «Нащо тому жінка молода, кого і стара за чуприну водить», акцентують на неспроможності чоловіка виконувати роль голови родини, що в патріархальній моделі сприймалося як відхилення від норми. Водночас вислови типу «Страх мені не хочеться зі старим дідом морочитися»

відображають і жіночу перспективу – небажання пов’язувати життя з партнером, який не відповідає очікуванням емоційної та фізичної взаємності.

Важливим є й морально-оцінний аспект: у традиційній українській культурі значна різниця у віці могла сприйматися як результат нещирих мотивів, наприклад, матеріального розрахунку, соціального примусу або прагнення «вигідного» шлюбу. Це частково пояснює іронічно-критичний або навіть саркастичний тон багатьох висловів. У такий спосіб паремійний фонд виконував регулятивну функцію, формуючи суспільне уявлення про «правильний» шлюб і водночас засуджуючи відхилення від нього [80].

Отже, зіставний аналіз українських і польських гендерно маркованих фразеологізмів засвідчує значну спільність у відтворенні патріархальних моделей світу, що проявляється у домінуванні маскулінного начала, обмеженні жіночого образу приватною сферою та асиметрії оцінних характеристик. Водночас виявлені відмінності у формальній організації та семантичних акцентах зумовлені специфікою культурно-історичного розвитку обох мов. Особливо показовою є роль вікового чинника, який виступає важливим механізмом аксіологічної диференціації: молодість послідовно маркується позитивно, тоді як старість переважно набуває негативного або іронічного забарвлення. Таким чином, фразеологічний фонд обох мов не лише відображає усталені гендерно-вікові стереотипи, а й виконує нормативно-регулятивну функцію, закріплюючи в мовній свідомості відповідні соціокультурні моделі.

## Висновки до розділу 2

Отже, проведений у другому розділі аналіз дає підстави стверджувати, що фразеологічний фонд української мови є складною багаторівневою системою, у якій відображено колективний досвід народу, його історичну пам’ять, морально-етичні орієнтири та соціокультурні установки. Фразеологізми виступають не лише мовними одиницями, а й носіями

етнокультурної інформації, що акумулюють уявлення про світ, людину та її місце в суспільстві. Завдяки своїй образності, експресивності та стійкості вони забезпечують передачу узагальнених моделей поведінки й оцінювання, формуючи своєрідну «наївну картину світу», яка ґрунтується на повсякденному досвіді та традиційному світосприйнятті.

У межах фразеологічної картини світу чітко простежується взаємозв'язок мови з історичним розвитком, господарською діяльністю та духовною культурою українського народу. Фразеологічні одиниці відображають реалії традиційного способу життя, закріплюють результати соціальної практики та репрезентують систему культурних кодів, що формують ментальність етносу. Водночас вони виконують важливу аксіологічну функцію, оскільки містять оцінні компоненти, спрямовані на утвердження соціально схвалюваних норм і засудження відхилень від них.

Особливу увагу у розділі приділено аналізу гендерного аспекту фразеології, що дозволило виявити виразну асиметрію у репрезентації чоловічих і жіночих образів. Встановлено, що значна частина фразеологізмів відтворює патріархальну модель суспільства, у якій чоловік постає як активний суб'єкт, носій влади, сили та раціональності, тоді як жінка здебільшого репрезентується як об'єкт оцінювання, пов'язаний із приватною сферою, емоційністю та залежністю. Така модель відображає андроцентричний характер мовної системи, у межах якого чоловічий досві є універсальним і нормативним, а жіночий – маркованим і вторинним.

Водночас у роботі підкреслено, що мовна система не є статичною, а перебуває у стані постійної динаміки. Сучасні суспільні трансформації, пов'язані з утвердженням принципів гендерної рівності, зумовлюють поступове переосмислення традиційних мовних моделей. Зокрема, активізація вживання фемінітивів та формування гендерно збалансованих мовних практик свідчать про прагнення до подолання мовної асиметрії та більш повної репрезентації жінок у публічному просторі. Однак цей процес

має поступовий і суперечливий характер, що зумовлено стійкістю мовних традицій і глибинними соціокультурними установками.

Важливим доповненням у роботі став зіставний аналіз польських та українських гендерно маркованих фразеологізмів, який засвідчив як значний рівень структурно-семантичної подібності, так і наявність національно зумовлених відмінностей. Водночас польський матеріал демонструє дещо ширше залучення соціально-оцінної та іронічної семантики щодо гендерних ролей, тоді як українська фразеологія частіше спирається на фольклорно-образну, метафорично-символічну систему репрезентації. Спільною для обох мов є також аксіологічна асиметрія в оцінюванні вікових і поведінкових характеристик, де молодість переважно маркується позитивно, а старість набуває нейтрального або негативного забарвлення.

Отже, фразеологічний фонд української мови постає як одночасно консервативний і динамічний компонент мовної системи: з одного боку, він зберігає традиційні уявлення та стереотипи, а з іншого – реагує на зміни в суспільстві, відображаючи нові тенденції у мовній свідомості. Це дає змогу розглядати фразеологію як важливий інструмент дослідження взаємодії мови, культури та соціальних процесів, а також як ефективний засіб виявлення і трансформування гендерних стереотипів у сучасному українському мовному просторі.

# ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі проведеного дослідження мовних засобів репрезентації гендерних і соціальних стереотипів в українській фразеології було зреалізовано поставлену мету та розв’язано окреслені завдання.

Опрацювання теоретичної бази засвідчило, що фразеологія в сучасному мовознавстві постає як складна, багаторівнева система, яка реалізовується на перетині лексико-семантичного та синтаксичного рівнів мови. Фразеологічні одиниці схарактеризовано як семантично цілісні, структурно стабільні та відтворювані мовні утворення, значення яких не є простою сукупністю значень їх складників. Узагальнення наукових концепцій дало підстави обґрунтувати доцільність широкого трактування фразеології, що передбачає долучення не лише ідіом, а й паремій, афоризмів і крилатих висловів як носіїв колективного досвіду та культурної пам’яті.

Систематизація класифікацій фразеологічних одиниць підтвердила пріоритетність семантичного принципу їх розподілу, а також засвідчила значущість граматичного підходу для визначення функційної ролі фразеологізмів у структурі висловлення. Окремо розглянуто проблему статусу паремій, які поєднують риси фразеологічних одиниць і завершених речень, посідаючи проміжне місце в мовній системі. Встановлено, що їхня специфіка зумовлює наукові дискусії щодо їх належності до фразеології, однак їхній семантичний і культурний потенціал робить їх вагомим об’єктом дослідження.

У межах роботи розкрито сутність гендерного маркування як одного з ключових механізмів мовної репрезентації статі та визначено основні способи його реалізації на різних рівнях мовної системи – граматичному, лексичному та семантичному. З’ясовано, що мова відображає соціокультурні уявлення про гендерні ролі, сформовані в умовах історично зумовленої патріархальної організації суспільства.

Аналіз фактичного матеріалу показав, що українська фразеологія виступає важливим сховищем гендерних стереотипів. Виявлено, що в її межах чітко зреалізовано андроцентричну модель, відповідно до якої чоловіка інтерпретують як універсального суб'єкта, носія сили, активності, влади та соціального авторитету. Водночас жіночий образ у фразеологічній системі здебільшого пов'язують із приватною сферою, побутом і емоційністю.

Установлено, що гендерні стереотипи вербалізуються через різні образні моделі, зокрема зооморфні метафори, оцінні характеристики та паремійні конструкції, які закріплюють уявлення про нормативну поведінку чоловіків і жінок. Особливо репрезентативними є фразеологізми, що відображають негативні характеристики жіночої поведінки (балакучість, емоційність, схильність до домінування), а також вислови, що відтворюють традиційний розподіл ролей у родині. Водночас у фразеологізмах, пов'язаних із образом чоловіка, акцентовано на спадковості, відповідальності, соціальному статусі та авторитеті.

Залучення елементів порівняльного аналізу (з урахуванням іншомовного фразеологічного матеріалу) дало змогу встановити, що, попри спільність базових когнітивних моделей, національно-культурна специфіка визначає відмінності у способах мовної репрезентації гендерних стереотипів.

Окрему увагу в роботі приділено аналізу вікового компонента гендерно маркованих фразеологізмів, який виявився важливим чинником аксіологічної диференціації. У дослідженні встановлено, що молодість у більшості випадків асоціюється з позитивними характеристиками (привабливість, соціальна цінність, життєва активність), тоді як старість частіше набуває негативного або іронічного забарвлення. Така опозиція є спільною як для української, так і для польської фразеологічної традиції та відображає глибинні культурні уявлення про життєвий цикл людини.

Зіставний аналіз української та польської фразеології засвідчив значну типологічну подібність у відтворенні гендерних стереотипів, що зумовлено

спільною слов’янською культурною основою та історично близькими соціальними моделями. Водночас виявлено й національно специфічні особливості: польська фразеологія демонструє дещо більшу варіативність оцінних і соціально-іронічних інтерпретацій, тоді як українська вирізняється глибшою опорою на фольклорно-міфологічну образність. Загалом обидві мовні системи репрезентують патріархальну модель світобачення, у якій гендерні ролі мають чітко закріплену ієрархічну організацію.

Отже, фразеологічна система української мови не лише відображає, а й відтворює усталені соціальні уявлення про гендер, виступаючи важливим інструментом формування мовної картини світу.

# СПИСОК ВИКОРИСАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ


1. Ahieieva-Karkashadze V. O., Lymar M. Y. STEREOTYPES: DEFINITION OF THE PHENOMENON AND ITS IMPLEMENTATION IN TRANSLATION. "Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University", Series: "Philology. Journalism". 2023. Vol. 1, no. 2. P. 168–172. URL: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.1/30 (date of access: 08.04.2026).
2. Danilina S. Idioms in academic writing: A Ukrainian university case. Revista Amazonia Investiga. 2025. Vol. 14, no. 85. P. 35–44. URL: https://doi.org/10.34069/ai/2025.85.01.3 (date of access: 08.04.2026).
3. Młynarczyk E. Frazeologizmy i przysłowia rzemieślnicze z komponentem animalistycznym. Životinje u frazeološkom ruhu. 2017. S. 293–301. DOI: https://doi.org/10.17234/9789531755139.20.
4. Mycan D. M. Podstawowe problemy polskiej i ukraińskiej frazeologii. Актуальні проблеми слов'янської філології. 2010. Вип. 23, ч. 4. С. 334-340.
5. Połowniak-Wawrzonek D. Związki frazeologiczne, skrzydlate słowa i ich modyfikacje powstałe pod wpływem komedii Juliusza Machulskiego (na wybranych przykładach). Scripta Neophilologica Posnaniensia. 2022. T. 22. S. 149–162. DOI: https://doi.org/10.25951/13388.
6. Węgrzynek K. Gabriela Dziamska-Lenart, Frazeografia polska. Teoria i praktyka : [recenzja]. Język Polski. 2019. XCIX, z. 4. S. 123–127. DOI: http://dx.doi.org/10.31286/JP.99.4.11.
7. Авдєєв Я. І. Фразеологізми на тлі суміжних понять та джерела їхньої лінгвокультурологічної мотивації. Вісник КНЛУ. Серія Філологія. 2025. Т. 28, № 1. С. 9–24.
8. Акімова Л. Гендерні стереотипи і гендерна ідентичність особистості. Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології". 2019. № 15. С. 28–38.

9. Арефьєва Н. Фразеологія в категоріях культури. Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. 2024. № 39. С. 76–89.
10. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології : навч. посіб. Ужгород, 1999. С. 176.
11. Бікезіна А. Мовна картина світу: лінгвоісторіографічний аспект. Актуальні питання гуманітарних наук. 2022. Т. 1, № 48. С. 149–156.
12. Блинова О. Є. Роль соціальних стереотипів у регуляції поведінки особистості. Збірник наукових праць. Психологічні науки. 2013. Т. 2, вип. 10 (91). С. 37–41.
13. Василенко О. Вплив гендерних стереотипів на професійний вибір чоловічої молоді. Академічні візії. 2022. № 49. С. 1–7. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.19101453.
14. Ведмеденко А. Особливості реалізації гендерної ідентичності у французькому та українському масмедійному дискурсі: компаративний аналіз : Дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра. Київ, 2020. 74 с.
15. Венжинович Н. Фраземіка української літературної мови: когнітивний та лінгвокультурологічний аспекти : Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук. Київ, 2018. 503 с.
16. Голянич М. І., Стефурак Р. І., Бабій І. О. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за ред. М. І. Голянич. Івано-Франківськ : Сімик, 2011. 272 с.
17. Ґендерні стетеотипи та ставлення громадськості до ґендерних проблем в українському суспільстві : колект. монографія / ред. Ю. Саєнко. Київ, 2007. 143 с.
18. Демиденко Г. Г. Паралінгвальні фразеологізми в українській етнокультурі : монографія. 2-ге вид. Кривий Ріг : НПП АСТЕРІКС, 2016. 175 с.

19. Дніпрова О., Єрмолаєва Т., Черняк Н. Гендерні стереотипи та вибір професії. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія. 2018. № 2(16). С. 46–51.
20. Дроботенко В. Ю. Фразеологічні утворення в різноструктурних мовах (на матеріалі української, англійської та іспанської мов). Філологічні студії : зб. наук. пр. 2017. Вип. 8. С. 36–41.
21. Дубчук М. Крилаті вислови як об’єкт дослідження та особливості трактування концепту “щастя” в крилатих одиницях латинської мови. Наукові записки. Серія “Філологічна”. 2010. С. 200–204.
22. Дудик П. С. Синтаксис сучасного українського розмовного літературного мовлення : (просте речення; еквіваленти речення) : монографія / відп. ред. М. А. Жовтобрюх. Київ : Наукова думка, 1973. 286 с.
23. Єрмолаєва Т., Шваб К. Гендерні стереотипи у сучасному українському суспільстві. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія. 2017. № 1. С. 92–96.
24. Жуйкова М. В. Динамічні процеси у фразеологічній системі східнослов’янських мов : монографія / наук. ред. В. Ю. Франчук. Луцьк : Вежа, 2007. 416 с.
25. Журенко Я. Поняття «гендерні стереотипи» як метамовна одиниця в теорії сучасної гендерної лінгвістики. Термінологічний вісник. 2023. № 7. С. 92–99.
26. Іванова Т., Карч М. Гендерна ідентичність як мультиваріативний феномен. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія. 2020. Т. 31(70), № 4. С. 28–33.
27. Караман С.О. Сучасна українська літературна мова : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / С.О. Караман, О.В. Караман, М.Я. Плющ [та ін.]; за ред. С.О.Карамана. – Київ : Літера ЛТД, 2011. – 560 с.

28. Ковальчук М., Алексєєв В. Мовне вираження гендерних стереотипів в українських фразеологізмах та пареміях. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2019. Т. 1, № 38. С. 24–27.
29. Коломієць Т. Подолання гендерної асиметрії як механізм регулювання соціальних конфліктів українського суспільства. Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право. 2019. Т. 43, № 3. С. 74–79.
30. Коляда Н., Кочубей Т., Левченко Н., Войтовська А. Вплив гендерних стереотипів на виникнення насильства щодо жінок: аналіз сучасних тенденцій. Social Work and Education. 2025. Вип 12, № 2. С. 202–214.
31. Комар Л. Фразеологія як наука та її предмет дослідження. Молодь і ринок. 2011. № 3 (74). С. 128–131.
32. Космеда Т. А., Осіпова Т. Ф. Фразеологічні одиниці в тексті щоденника Т. Шевченка (до 155-річчя від часу написання «Журналу»). Лінгвістика. 2012. № 2 (26). С. 142–151.
33. Космеда Т., Гоменюк О., Осіпова Т. Короткий українсько-польський словник усталених виразів: еквіваленти слова, фразеологізми, прислів’я та приказки / за заг. ред. Т. А. Космеди. Познань–Харків : Коло, 2017. 408 с.
34. Костіна Т. Упередження та стереотипи як передумова для розгортання гендерної дискримінації. Габітус. 2020. № 16. С. 145–150.
35. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підруч. для студ. філол. спец. ВНЗ. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 463 с.
36. Кузнєцова Т. Фразеологізми у сімейному спілкуванні двомовних родин: кейси з України : Колект. монографія. Краків, 2024. URL: https://books.akademicka.pl/publishing/catalog/book/657.
37. Купчишина В. Ч., Сердюк Ю. І. Теоретичний аналіз соціальних уявлень сучасної молоді про ґендерні стереотипи. Габітус. 2025. Вип. 78, т. 1. С. 142–146.

38. Куран О., Пустовіт Т. Фразеологія як предмет дослідження українського мовознавства. 2022.
39. Липкань Е. В. Фразеологія української мови як ідентифікатор нації / наук. кер. М. Ю. Лухіна. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С. 408–409.
40. Лисенко О. Ґендерні стереотипи як шаблон ґендерної ролі. Актуальні проблеми юриспруденції та психології: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Дніпро, 30 верес. 2021 р. Дніпро, 2021. С. 134–139. URL: http://info.dgu.edu.ua/jspui/handle/123456789/374.
41. Літні наукові читання - 2022 : Зб. наук. матеріалів XCI міжнар. науково-практ. інтернет - конференції, м. Рівне. 2022. С. 546.
42. Ліщенко В. О. Фразеологізми та особливості їх класифікації. Житомир : Житомирський державний університет імені І. Франка. С. 1–4.
43. Лозицька М. Національно-культурна специфіка гендерно маркованих фразеологізмів з компонентом-зоонімом у сучасній німецькій мові. Іноземна філологія. 2019. № 132. С. 16–25.
44. Луб М., Уханова А. Гендерні стереотипи у професійній діяльності в україні. Гендерна конструкція соціуму: історія і сучасність : зб. матеріалів міжнар. наук.-практич. конф., м. Одеса, 20 трав. 2020 р. Одеса, 2020. С. 118–124.
45. Макланов Д. Фразеологія української мови. С. 409–411.
46. Маковійчук Л. В. Гендерні стереотипи та їх вплив на мовну ідентичність. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2025. Вип. 1 (212). С. 180-185
47. Мариненко І. О. Лексикологія української мови: практикум : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ, 2017. 172 с.
48. Меленко С. Арістотель про соціальні основи держави. Держава і право. 2012. № 56. С. 60–66.
49. Мельник Л. А. Еквівалентність перекладу польських фразеологізмів українською мовою (на матеріалі української та польської мов) : магістерська робота : 035 Філологія / Мельник Людмила Анатоліївна ;

Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2024. 70 с.

50. Мирошніченко І. Обсяг термінопоняття “фразеологія” в кореляції “сукупність мовних одиниць”. Термінологічний вісник. 2011. № 1. С. 120–123.
51. Мовчан Л. Українські фразеологізми як засіб експлікації внутрішнього світу людини : Дипломна робота. Вінниця, 2006. 93 с.
52. Мунтян О. Фразеологія офіційно-ділового стилю української мови. Актуальні питання гуманітарних наук. 2024. Вип. 74, т. 2. С. 178–183.
53. Пінькевич А. Особливості перекладу українською мовою ідіом у мас-медійному дискурсі : Курсова робота. Київ, 2023. 57 с.
54. Полторак В. А., Зоська Я. В., Стадник А. Г. Соціальні стереотипи і громадська думка: проблеми взаємозв’язку та взаємовпливу. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2020. Вип. 27. С. 115–122
55. Прібиткова Н. Гендерні стереотипи та поширення дискримінації. С. 837–842.
56. Професійні стереотипи та їх вплив на успішність діяльності рятувальників : монографія / К. Крещук та ін. Харків, 2023. 204 с. URL: http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/18024.
57. Професіоналізм педагога в умовах європейських цифрових інновацій : матеріали Міжнар. онлайн-конф. / ред. О. Хващевська. Слов'янськ-Дніпро, 2023. 234 с.
58. Прядко А. Психологічні особливості виникнення професійних стереотипів у вихователів та способи їх подолання. Педагогічна освіта: Теорія і практика. Психологія. Педагогіка. 2020. № 34(2). С. 112–115.
59. Резнік А. Гендерні стереотипи та патріархальний дискурс у фразеології української мови. Молодий дослідник. 2025. № 7. С. 112–118.
60. Резнік А. Мовна репрезентація гендеру: від фразеологічних стереотипів до сучасних фемінітивів. Модернізація та сучасні українські і світові

наукові дослідження : X Міжнар. студент. наук. конф., м. Кропивницький, 3 квіт. 2026 р. С. 117–119.

61. Розгон В. В. Фразеологізми сучасної української мови: проблемні аспекти. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2015. Вип. 9. С. 148–153.
62. Саєвич І. Теорія картини світу: ключові поняття. Лінгвістика. № 2. С. 18–28.
63. Самкова О. М. Соціальні стереотипи і стереотипізація: аналіз сучасних теоретичних підходів. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки. 2013. Вип. 1. С. 68–71.
64. Северинюк В. М. Популярні українські прислів'я та приказки : тематичний коментований словник. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2019. 176 с.
65. Семашко Т. До питання щодо істинності/хибності соціальних стереотипів крізь призму індивіда та суспільства. Міжнародний філологічний часопис. 2023. Т. 14, № 1. С. 25–33.
66. Серединська А. Гендерні маркери при перекладі публічних промов : Дипломна робота. Київ, 2021. 97 с.
67. Словник фразеологізмів української мови / уклад.: В. Білоноженко та ін. Київ : Наук. думка, 2003. 786 с.
68. Соболевська О. Українські фраземи й особливості їх творення. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 45 с.
69. Соціологія : підручник. Акад., 2008. 544 с.
70. Стишов О. Основні джерела поповнення фразеологічного складу української мови кінця XX – початку XXI століть. Мовознавство. 2015. № 1. С. 33–46.
71. Тараненко О. О. Андроцентризм у системі мовних координат і сучасний гендерний рух : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 112 с.

72. Тепляков І. Про деякі парадокси фразеології. Проблеми слов'янознавства. 2012. Вип. 61. С. 237–243.
73. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. Київ : Освіта, 1998. 224 с. URL: https://archive.org/details/slov556
74. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови : посібник / М-во освіти і науки України, Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка. Луганськ : Альма-матер, 2005. 399 с.
75. Українець К. Лексичне відображення мовної гендерної асиметрії в сучасних журналах моди : Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «магістр». Одеса, 2023. 75 с.
76. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця : Зб. матеріалів Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., м. Ломжа-Ірпінь, 21 лют. 2024 р. С. 280.
77. Федоров В. Психологія народної мудрості. Пареміологічний довідник . — Тернопіль: Підручники та посібники, 2009. — 352 с. — ISBN 978-966-07-1280-5.
78. Фісяк І. Є. Гендерний аспект у семантиці фразеологізмів, що означають міжособистісні відносини. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2011. № 58. С. 213–216.
79. Шанідзе О. Ґендерна нерівність в умовах військового стану : Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Харків, 2025. 264 с.
80. Шкіцька І. Репрезентація концепту «вік» у польських і українських пареміях про жінок. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 75, т. 3. С. 210–217. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/75-3-30.
81. Шленьова М. Мовна репрезентація простору через фразеологізми: функціонально-семантичний підхід. Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки». 2025. № 1. С. 17–22.

82. Шуленок О. Фразеологізми з компонентом-орнітономеном у сучасній українській мові: структурно-семантичні і етнолінгвістичні особливості : Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Київ, 2023. 257 с.
83. Як навчати школярів долати ґендерні стереотипи: конспекти занять. Київ, 2011. 804 с.