

УДК 811.111:81'373.7

ББК 81.2 Англ.

ГЕНДЕРНА РЕЛЕВАНТНІСТЬ КОМПАРАТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ НОМІНАЦІЙ ЛЮДИНИ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

У. Я. Билиця

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;
кафедра англійської філології; м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57;
тел. 380 (342)59-60-69; e-mail: bylytsia@mail.ru*

Статтю присвячено гендерному аналізу семантики компаративних фразеологізмів на позначення осіб жіночої та чоловічої статі в англомовній картині світу. У статті визначено форми та рівні вираження гендерної маркованості досліджуваних одиниць, окреслено коло позитивних та негативних гендерних стереотипів, які приписує жінкам і чоловікам англомовне суспільство засобами компаративної фразеології. Стаття порушує також питання джерел, з яких запозичуються еталонні образи для їх подальшої гендерної стереотипізації у семантиці компаративних фразеологічних одиниць.

Ключові слова: *гендер, гендерний стереотип, компаративна фразеологічна одиниця, маскулінність, фемінність, англомовна картина світу.*

В лінгвістичних дослідженнях останніх десятиліть чільне місце набуло використання антропоцентричного принципу, відповідно до якого людина стала центральним об'єктом мовознавчих студій. А оскільки людина представляє собою дві статі – чоловічу та жіночу, то цей принцип зумовлює необхідність врахування серед усіх її антропоморфних параметрів, що відображаються в мові, також і гендерних ознак [1].

Спроби врахування гендерного фактору, відображеного в мові, привело до появи такого напрямку в мовознавстві, як *гендерна лінгвістика*, яка сьогодні визнана особливою соціолінгвістичною та соціокультурною дисципліною і яка вивчає прояв гендерного чинника в одиницях мови. У центрі уваги гендерних досліджень – мовні фактори, що визначають ставлення суспільства до чоловіків і жінок, їх поведінку у зв'язку з належністю до певної статі, а також стереотипні уявлення про чоловічі та жіночі якості тощо.

На даний час розвиток цього наукового напрямку протікає бурливо і про це свідчить велика кількість праць не тільки зарубіжних, але й вітчизняних лінгвістів. На теренах України цей напрям досліджень став також популярним, про що свідчать праці таких науковців, як

О. Л. Бессонова [2], О. С. Бондаренко [3], О. Горошко [4], А. Л. Кисельова [5], Л. О. Ставицька [6], Т. М. Сукаленко [7] та інші.

Як відзначається представниками гендерної лінгвістики, гендерний чинник – одна із найсуттєвіших характеристик людини, що зумовлено природнім поділом людства на жіночу і чоловічу статі. Такий поділ зумовлює відмінності у світорозумінні, поглядах, поведінці, діяльності чоловіків та жінок, що відповідно знаходить своє відображення на усіх рівнях мови і в кінцевому рахунку приводить до формування гендерно маркованої мовної картини світу (далі – МКС), яка і є об'єктом дослідження гендерної лінгвістики. Виявленню гендерних ознак англомовної картини світу (далі – АМКС) на матеріалі компаративних фразеологічних одиниць (далі КФО) і присвячено дане дослідження.

В цілому, аналіз визначень самого терміну «гендер» не виявляє в лінгвістичній науці якогось особливого різнобою, а вони тільки доповнюють одне одного. Так, А. В. Кириліна зазначає, що «гендер розуміється як культурно обумовлений і соціально відтворюваний феномен» [1]. Подібно трактує поняття «гендер» і Л. О. Ставицька: «Гендер – це соціальна стать на відміну від біологічної, і продукується вона у процесі соціальної, культурної і мовної практики» [6]. О. Л. Бессоновою «гендер розглядається як один із параметрів людської особистості, що включає в себе не тільки стать як біологічну субстанцію, але і як культурно зумовлений розумовий конструкт» [2, с. 5]. У дослідженні О. С. Бондаренко гендер визначається також «як соціальна стать, що синтезує культурне й біологічне в людині» [3, с. 7]. За словами Т. М. Сукаленко, поняття гендеру акумулює у собі уявлення про те, що означає бути чоловіком або жінкою в тій чи іншій культурі [7, с. 3].

Таким чином, у вищенаведених визначеннях поняття «гендер» явно фігурує його розгляд як вербалізованого в мові явища культури, що зумовлює можливість та необхідність його розгляду в рамках лінгвокультурології. І це небезпідставно, оскільки «чоловік – жінка» або ж «чоловіче – жіноче» («маскулінне» – фемінінне) – це онтологічна опозиція, яка є однією з фундаментальних опозицій людської культури. І кожна культура чітко диференціює поведінку людини залежно від статі – чоловічої / жіночої, пропонуючи їй певні соціальні ролі, норми, правила, манери поведінки тощо.

Як це слідує із положень гендерної лінгвістики, різні рівні мовної системи володіють різною гендерною маркованістю: найбільш регулярно вона проявляється в морфології, в лексиці, зокрема в словотворі, менш чітко – в синтаксисі. Особливе місце при дослідженні мовної репрезентації гендера займає фразеологія, одиниці якої виражають установлені у мові традиційні оцінки рис, ознак чоловіків та жінок, їхніх соціальних ролей та стосунків між ними. Саме тому дослідники все частіше звертають увагу на гендерну маркованість фразеологічних номінацій чоловіків і жінок, на здатність цих номінацій виконувати роль стереоти-

пів культурного світобачення, на проблему відображення категорії гендера у фразеографії тощо. Проте таких досліджень, виконаних на матеріалі фразеологічних одиниць, поки-що не так уже й багато.

Щодо КФО англійської мови, то вони у ракурсі гендерної лінгвістики не розглядалися. Тому звернення у нашому дослідженні до одиниць КФ як джерела гендерної інформації, закодованої в їх семантиці, є на наш погляд, небезпідставним. Гадаємо, що наш подальший аналіз цих одиниць крізь призму «фемінінності» та «маскуліності» дозволить нам з'ясувати форми і рівні прояву гендерної маркованості цих одиниць, їх участі у формуванні гендерних стереотипів в англійській лінгвокультурі, а також дасть нам змогу розкрити хоча б певні елементи національного світобачення англійського етносу.

Отже, об'єктом нашого лінгвокультурологічного аналізу будуть гендерно марковані КФО, що позначають осіб чоловічої / жіночої статі в англійській мові, під якими ми розуміємо ті одиниці, у семантиці яких виокремлюється компонент *стать, гендерно марковані семи*, а також відображаються соціальні й культурні гендерні образи, стереотипи, оцінки тощо.

Як відомо, фразеологічні компаративи – це стійкі сполучення слів ад'єктивного або ж вербального характеру, в яких характеристика якості, ознаки або дії людини здійснюється через об'єкт порівняння – так званий образ-еталон, зіставлення з яким демонструє, як і в якій мірі представлена та чи інша ознака, властивість або ж дія. Наприклад: *(as) tall as a lamp-post, (as) fat as a porpoise, to laugh like a hyena, to roar like a bull* тощо. Кожне з таких порівнянь є результатом багатовікового досвіду народу, передається з покоління в покоління і є відомим кожному члену англійського етносу.

У складі КФО для вербалізації концептів «чоловік» – «жінка» та експлікації певних гендерних стереотипів часто вживаються і паремійні висловлювання компаративного характеру. Останні – це, як правило, непрямі директиви, які імплікують у своїй семантиці певні дидактичні настанови щодо необхідності дотримання статтю певної моделі поведінки у відповідності до норм і еталонів в англійському суспільстві, наприклад: *A good name is better than riches.* – Добре ім'я є краще ніж багатство. *As the call, so the echo.* – Як гукнеш, так і відгукнешся.

У цілому, з точки гендеру усі КФО на позначення людини в АМКС можна розділити на дві великі групи, а саме: I) одиниці, які не диференціюються за ознакою статі, тобто *не є гендерно маркованими*; II) одиниці з наявністю експліцитно чи імпліцитно вираженої *гендерної маркованості*.

Першу групу одиниць складають КФО, які можуть вживатися щодо осіб різної статі, а позначення їх гендеру може конкретизуватися тільки контекстуальним оточенням, наприклад *(as) quiet / still as a stone, (as) good as gold, (as) slick as ice* тощо. В англійській мові таких одиниць

є переважна більшість, оскільки в ній, на відміну від інших мов, відсутнє формальне вираження категорії роду.

Другу групу одиниць складають гендерно марковані КФО й експлікаторами цієї їх маскулінності / фемінінності виступають різноманітні лексичні або ж окремі морфологічні маркери, які входять у план вираження цих одиниць, як наприклад:

а) антропометричні лексеми, типу *man, woman, husband, wife, he, she*: *He who has a fair wife needs more than two eyes.* - Той, у кого гарна жінка, повинен мати більше, ніж два ока. *A woman knows a bit more than Satan.* - Жінка знає трохи більше, ніж сатана. Правда, окремі КФО із антропометричними лексемами чоловічої статі *he, man* не обов'язково і не завжди мають таку ж маскулінну маркованість, оскільки ці лексеми можуть означати людину взагалі і при цьому не бути маркером конкретної гендерної референтності, як наприклад: *As a man sows, so shall he reap.* - Що посієш, те й збереш.

б) лексеми-антропоніми, які є часто релігійними, міфологічними, літературними персонажами і які широко вживаються у складі КФО на позначення рис, ознак і властивостей осіб як чоловічої статі: – *(as) old as Adam, (as) old as Methusalem, (as) game as Ned Kelly, (as) proud as Punch, (as) wise as Solomon, (as) rich as Croesus*, так і жіночої: – *(as) old as Eve, (as) dead as Queen Ann(e), to laugh like little Audrey, to be / to look etc like a big Bertha* тощо.

Правда, часто власні імена здатні втрачати у складі окремих КФО свою гендерну референтність, як наприклад: *Better master of one than Jack of all trades.* – Краще бути майстром однієї справи ніж усіх.

в) лексеми-агентиви, які позначають осіб чоловічої / жіночої статі за родом діяльності, професій, посад, звань, занять, наприклад: *to live like a king / a lord, to work like a navy, (as) busy as a one-armed paperhanger, to swear / to talk etc like a sailor / a stevedore / a truck driver / a trooper, to shout / to talk etc like a fishwife.*

г) біо- та зооморфні лексеми-символи, що, як правило, референтно співвідносяться з чоловічою / жіночою статтю і які здатні транспонувати цю референтність на всю КФО. Так, наприклад, символічні образи цілого ряду диких, а також окремих свійських тварин, вжитих у компонентному складі КФО, забезпечують їм маскулінну референтність, наприклад: *(as) big as an elephant, (as) strong as a lion / a bull, fight like a tiger, (as) gruff as a bear, (as) greedy as a wolf, (as) burly as a beef, (as) patient as an ox, to work like a horse* тощо.

Лексичними маркерами фемінінної референтності виступають, здебільшого, образні символи а) свійських тварин або ж птахів, як наприклад: *(as) clumsy as a cow on a bicycle, (as) silly as a goose, (as) busy as a hen with one chick, to chatter like a magpie*; б) фітонімів, як наприклад: *(as) fair as a flower / a lily / a rose, (as) fresh as flowers in May, (as) fresh as a daisy* тощо.

д) афікси субстантивного образу-еталону у складі КФО, наприклад: *(as) drunk as a fiddler / a piper, to be / to look etc like a princess*.

Гендерно маркованими можуть бути КФО і за планом змісту, зокрема, ті, які не містять у своїй структурі якихось гендерних маркерів, проте які імплікують свою гендерну маркованість в семантиці цих одиниць за рахунок того асоціативно-значенневого образу, що лежить в основі їх внутрішньої форми, наприклад: *(as) beautiful as a (Dresden) doll* – дуже красива, вродлива дівчина / жінка (досл.: як лялька (із Дрездена)). У даному випадку образ-еталон *doll* (лялька) викликає у свідомості реципієнта тільки жіночий образ.

Якщо говорити в цілому, то визначення гендерної референтності КФО без контекстуального оточення є непростим завданням, у зв'язку із тим, що лексикографія здебільшого не фіксує їх чітку віднесеність до певної статі. Так, майже неможливо без контексту виявити гендерну референтність КФО, у яких як символічні образи використовуються артефакти, як наприклад: *(as) fine as a fiddle, (as) grand as a piano, to look like million dollars, (as) limp as a rag, (as) sharp as a knife, (as) blind as a brickbat* та інші. Як правило, подібні КФО позбавлені конкретної гендерної референтності і здобувають її уже в конкретному контекстуальному оточенні.

Більше того, у складі КФО є такі, які за внутрішньою формою можуть стосуватися чоловічої референтності, але не виключати і жіночого референта й навпаки. І взагалі, в сьогоденні умовах гендерної та сексуальної революції, в умовах розмитості таких понять як стать, гендер також і в мові, зокрема й у компаративній фразеології, немає дуже жорстких рестрикцій щодо гендерної референції, навіть якщо вона зафіксована лексикографічно, про що свідчать окремі сучасні дослідження, проведені на основі корпусного аналізу німецькомовних фразеологізмів [8]. Це питання можна скоріше віднести до перспектив даного дослідження, оскільки воно вимагає аналізу величезних за обсягом текстових масивів.

В цілому ж, аналіз семантики КФО на позначення людини в АМКС з точки зору їх гендерної референтності свідчить про те, що їх основна маса корелює із особами чоловічої статі, що говорить про так звану *андроцентричність* у цій фразеологічній мікросистемі і що співпадає із аналогічною тенденцією в інших мовах. Сутність «андроцентризму» полягає в нерівномірній, а точніше – в більшій представленості у мові осіб чоловічої статі. Така нерівномірність або, інакше кажучи, *гендерна асиметрія*, на думку представників феміністичної лінгвістики, зумовлена тим, що мова фіксує картину світу з чоловічої точки зору, тому вона не тільки антропоцентрична (орієнтована на людину), але й андроцентрична (орієнтована на чоловіка).

Необхідно відзначити, що окремі КФО, постійно вживаючись у мовленні для номінації певних ознак, рис і властивостей осіб чоловічої

чи жіночої статі, набувають в тій чи іншій лінгвокультурі характер *гендерних стереотипів*. Взагалі стереотип – це «детермінована культурою впорядкована й фіксована структура свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою, стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища» [9, с. 579]. Стереотипи містять суспільний досвід людей і дозволяють їм скласти певне схематизоване уявлення про предмети і явища навколишнього світу, а їх уживання полегшує й спрощує спілкування, заощаджуючи мовні зусилля комунікантів. Стереотипи можуть стосуватися і гендеру і представляти собою культурно й соціально обумовлені судження, думки, уявлення про фізіологічні, психоемоційні, вольові, інтелектуальні, морально-етичні якості і властивості представників обох статей, а також норми їх поведінки. Фразеологічні компаративи активно вживаються у стереотипізації образів чоловіка / жінки, чому сприяють такі ознаки цих одиниць, як відносна спрощеність і схематичність їх структури і одночасно ємність їхньої семантики, їх образність і емоційність, їх оцінність і символічність тощо. А саме такі ознаки є характерними для стереотипів як таких [9, с. 579].

Отже, з огляду на проаналізований матеріал можна виокремити КФО, які поряд з іншими мовними засобами формують такі позитивні стереотипи *жінки* в англомовному суспільстві:

- «краса, привабливість, елегантність, вишуканість», які як в англійській, так і в інших лінгвокультурах часто мають для жінки визначальне значення, як наприклад: *(as) beautiful as a (Dresden) doll*, *(as) beautiful as a fairy*, *(as) beautiful as a princess*, *(as) beautiful as a butterfly* та інші. При цьому красу жінки в АМКС часто порівнюють з такими квітами, як троянда – *(as) fair as a rose*, як маргаритка – *(as) fresh as a daisy*, як лілія – *(as) fair as a lily* тощо.

Краса жінки створює, на жаль, певну потенційну небезпеку для чоловіка, а тому: *He who has a fair wife needs more than two eyes*. – Той, у кого гарна жінка, повинен мати більше, ніж два ока.

- «всесильність, всюдисущність жінки»: *A woman knows a bit more than Satan*. – Жінка знає трохи більше ніж сатана (диявол).;

- «жінка – берегиня домашнього вогнища»: *The grey mare is better than a horse*. – Жінка в домі голова (досл.: Сіра кобила є кращою ніж кінь).;

- «працьовитість жінки, постійна зайнятість роботою»: *(as) busy as a bee, to work like an ant; The fingers of a housewife do more than a yoke of oxen*. – Пальці (руки) жінки в домі зроблять більше, ніж воли у ярмі.;

- «терплячість, особливо в сімейних стосунках»: *A blow from a lover is as sweet as eating raisins*. – Кого люблю, того й терплю.

В умовах прагнення до гендерної рівності жінка перебирає на себе навіть таку маскулінну рису характеру, як «мужність, твердість харак-

теру» *to be / to behave etc like an iron lady* – досл.: бути / поводитися як залізна леді.

І все ж таки, аналіз фактичного матеріалу свідчить про те, що засобами КФО англійської мови у більшій мірі формується негативний, ніж позитивний образ жінки, що демонструють такі негативні стереотипи:

- «потворність, непривабливість» (*as ugly as a witch* – страшна як відьма, *to look like a wet hen / a hog on ice* – виглядати як мокра курка/як свиня на льоду;

- «надмірна балакучість»: *to chatter like a magpie* – торохтіти як сорока; *A woman's hair is long, but her tongue is longer.* – У жінки довге волосся, але язик ще довший. *The North Sea will sooner be found wanting in water than a woman at a loss for a word.* – Північне море швидше висохне, ніж жінка не скаже слова.;

- «надмірна емоційність, нестриманість»: *There is no fury like a woman's fury.* – Немає більшої люті, ніж лють жінки. *Hell hath no fury like a woman scorned.* – Фурія в пеклі – ніщо у порівнянні з покинутою жінкою.;

- «надмірна метушливість»: (*as busy as a bee (with two tails) / a hen on a hot girdle / a hen with one chicken* – без причин метушлива, клопітна як бджола (із двома хвостами)) / як курка на сковороді / як курка з курчатами;

- «нерозумність, розумова обмеженість»: (*as silly as a goose* – дурна як гуска, *to be / to look etc like a dumb Dora* – бути / виглядати як дурна Дора;

- «підлеглість чоловікові, вторинність стосовно чоловіка»: *A young woman married to an old man must behave like an old woman.* – Молода жінка, що одружується зі старим чоловіком, повинна поводитися як стара жінка.;

- «марнотратність»: *A woman can throw out the window more than a man can bring in at the door.* – Жінка може викинути через вікно більше, ніж чоловік може занести через двері.;

- «плаксивість»: *It is as great pity to see a woman weep as to see a goose go barefoot.* – Жінці плакати, що гусакові босоніж ходити.

- «невміння одягатися відповідно до свого віку»: *to be like mutton dressed (up) as a lamb* – досл.: вівця, одягнена як ягня, *to be / to look etc like a scarlet woman* – досл.: бути / виглядати яскраво-червоною жінкою.

У складі КФО є й цілий ряд інших одиниць паремійного характеру, що зображують жінку також у негативному світлі, наприклад: *Better the devil's than a woman's slave.* – Краще бути рабом чорта, ніж жінки. *The fewer the women, the less the trouble.* – Чим менше жінок, тим менше турбот.

Подібні негативні стереотипи щодо жінок, виражені засобами компаративної фразеології, як виявляється, все-таки присутні в АМКС, що

є, на нашу думку, наслідком тривалого існування патріархального суспільства.

І навпаки, аналіз цілого ряду гендерно маркованих КФО свідчать про приписування чоловікам в АМКС таких, як правило, позитивно маркованих стереотипів:

- «володіння фізичною силою»: *(as) strong as a bull / lion / an ox* – дуже сильний, міцний як бик / лев / як віл, *to be built like a castle / a tank* – досл.: бути міцним, бути збудованим як замок / як танк;

- «сила волі, твердість, непохитність, непорушність характеру»: *(as) hard as a flint / a nut / a rock* – твердий як кремій / як горіх / як скала, *to be / to look etc like a stone wall* – бути / виглядати стійким, твердим як кам'яна стіна;

- «сміливість, хоробрість, мужність, відвага»: *(as) bold / brave as a lion* – відважний, хоробрий як лев, *(as) game as a cockerel* – відважний, хоробрий як бійцівський півень, *to fight like a tiger* – боротися хоробро, мужньо як тигр, *(as) game as Ned Kelly* – австрал. сміливий як розбійник Нед Келлі;

- «впертість, наполегливість, настирливість»: *(as) obstinate / stubborn as a mule / an ox / the devil* – дуже впертий, настирливий як мул / як буйвол / як диявол, *to be as firm / steady as a rock* – бути твердим, непорушним як скеля;

- «велика працездатність, працелюбність, постійна зайнятість працею»: *(as) busy as a beaver* – працюючий як бобер, *to work like the a horse / a navy / a (galley) slave* – дуже багато працювати як кінь / як моряк / як раб (на галері);

- «стриманість, рівноваженість»: *(as) cold as ice / iceberg / stone* – спокійний, незворушний, холонокровний як лід / як крига, як камінь;

- «розумність»: *(as) clever as the devil* – кмітливий, тямущий – (досл.: розумний як чорт), *(as) wise as a serpent* – дуже мудрий, розумний як змія [етим. бібл.], *(as) wise as Solomon* – мудрий як Соломон [етим. бібл.];

- «надійність, вірність чоловічій дружбі»: *A faithful friend is better than gold.* – Вірний друг – кращий за золото. *Better lose a jest than a friend.* – Краще не пожартувати з другом, ніж втратити його. *No doctor like a true friend.* – Немає лікаря кращого за вірного друга та інші.

Як бачимо, англomовне суспільство бачить чоловіка фізично сильним і з твердим характером, сміливим і хоробрим, витриманим й урівноваженим, наполегливим і працелюбним, розумним і надійним.

Негативні характеристики образу чоловіка в АМКС, виражені засобами КФО, пов'язані із такими стереотипами, як:

- «підлеглість жінці, залежність від неї»: *to be / to behave / to look etc like a mother's boy* – бути / вести себе / виглядати як мамин синочок, *to live like under the cat's foot* – бути у жінки під каблуком (досл.: як під ногою кота);

- «схильність до п'янства»: (*as drunk as a beggar / a fiddler / a lord* – п'яний як жебрак / як скрипаль / як лорд, *to drink like a fish / a horse* – пиячити, пити як риба (воду) / як кінь, *Sailors get their money like horses, but spend it like asses*. – Моряки заробляють гроші, працюючи як воли, а витрачають їх як віслюки;

- «грубість, нетактовність»: (*as gruff as a bear* – дуже грубий, брутальний, неприв'ітний (досл.: як ведмідь), *to be / to behave etc like a bull at a gate / a bear with a sore head* – поводитися нахабно, грубо, як бик біля воріт / як ведмідь з хворою головою тощо.

Підводячи короткі підсумки вищевикладеному, слід відзначити, що переважна більшість КФО на позначення людини в АМКС є маскулінно маркованою і значно менша – має фемінінну референтність, що засвідчує про андроцентризм, тобто домінування чоловічого як загальнолюдського у мікросистемі компаративної фразеології англійської мови.

Значна частина гендерно релевантних КФО бере активну участь у стереотипізації чоловічого та жіночого образів в АМКС. При цьому, маскулінно марковані одиниці, здебільшого, формують позитивний образ чоловіка, а фемінінно марковані – в основному, негативний портрет жінки.

Література

1. Кирилина А. В. Возможности гендерного похода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации [Электронный ресурс] / А. В. Кирилина. – Режим доступа: <http://www/gender-ryazan.ru/school/lectures/htm#kirilina>.
2. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти / О. Л. Бессонова. – Донецьк, 2002. – 361 с.
3. Бондаренко О. С. Концепти „чоловік” і „жінка” в українській та англійській мовній картині світу: автореф дис. ... канд. філол наук: спец.: 10.02.17 / О. С. Бондаренко. – Донецьк, 2005. – 19 с.
4. Горощко Е. Гендерные исследования в лингвистике сегодня / Е. Горощко, А. Кирилина // Гендерные исследования. – Харьков, 1999. – №2. – С. 234-242.
5. Кисельова А. Л. Концепт “жіночість” у вікторіанській лінгвокультурі : автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец.: 10.02.04 / А. Л. Кисельова. – К., 2007. – 20 с.
6. Ставицька Л. О. Актуальні проблеми сучасної української гендерної лінгвістики [Електронний ресурс] / Л. О. Ставицька. – Режим доступу: <http://linguistics.kiev.ua/1.html>.
7. Сукаленко Т. М. Метафоричне вираження концепту „жінка” в українській мові: Автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.01 / Т. М. Сукаленко. – К., 2009. – 23 с.

8. Капак Ю. М. Актуалізація гендерного компонента семантики фразеологічних одиниць у німецькому публіцистичному тексті: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Ю. М. Капак. – Львів, 2015. – 20 с.
9. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля - К., 2006. – 716 с.
10. Англо-український фразеологічний словник / [уклад. К. Т. Баранцев]. – К.: Знання, 2005. – 1056 с.
11. Англо-український словник компаративної фразеології / К. І. Мізін. – Кременчук: Щербатих О.В., 2010. – 120 с.
12. Longman Dictionary of English Idioms. – Lnd: Longman, 1980. – 387 p.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 06.05.2016 р.
Рекомендовано до друку к.ф.н., доцентом Ткачівським В.В.,
к.ф.н., доцентом Сокол Г.М.*

THE GENDER RELEVANCE OF COMPARATIVE PHRASEOLOGICAL NOMINATIONS OF A HUMAN BEING IN THE ENGLISH LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

U. Ya. Bylytsia

*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University;
Department of English Philology;
76018, Ivano-Frankivsk, Shevchenko Str., 57*

The article deals with the gender analysis of the semantics of comparative phraseological units which denote the representatives of male and female sexes in the English language picture of the world. The article highlights the forms and levels of expressing the gender marking of the units under the study, outlines positive and negative gender stereotypes which are ascribed to women and men by the English society with the help of the means of comparative phraseology. The work raises the problem of the sources, where reference images originate from for their future gender stereotyping in the semantics of comparative phraseological units.

Key words: *gender, gender stereotype, comparative phraseological units, masculinity, femininity, the English language picture of the world.*