УДК 811.111+811.161.2]‘373.72:305(045)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.5/30

***Мороз М. Ю.***
https://orcid.org/0009-0007-0083-6501
Київський національний лінгвістичний університет

# ГЕНДЕРНА МЕТАФОРА ЯК КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНИЙ МЕХАНІЗМ КОНСТРУЮВАННЯ ФЕМІННОСТІ ТА МАСКУЛІННОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ТА АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ, ПАРЕМІЙ І СТАЛИХ ВИРАЗІВ)

*У статті здійснено комплексний аналіз гендерної метафори як когнітивно-дискурсивного механізму конструювання фемінності та маскулінності на матеріалі українських та англійських фразеологізмів, паремій і сталих висловів. Теоретичним підґрунтям дослідження є положення концептуальної теорії метафори, гендерної лінгвістики, критичного дискурс-аналізу та теорії гендерної перформативності. Гендерну метафору визначено як механізм системного метафоричного моделювання, що через системні відповідності між доменами-джерелами й доменами-цілями формує, закріплює та нормалізує соціокультурні уявлення про жіночність і чоловічість.*

*Окреслено подвійний характер гендерної метафори: з одного боку, вона відображає культурно зумовлені уявлення про жіночі та чоловічі ролі, а з іншого – сприяє їх відтворенню, легітимації та переосмисленню в мовній традиції. Гендерну метафору розглянуто як інструмент перенесення фізичних, психологічних і соціально-маркованих характеристик, пов’язаних із фемінністю та маскулінністю, на конкретні й абстрактні об’єкти. Виокремлено гендерно немарковані, жорстко гендерно-марковані та нежорстко гендерно-марковані метафоричні одиниці.*

*Проаналізовано основні когнітивні процеси формування гендерно-маркованих значень: об’єктифікацію, зоометафору, спіритуалізацію та синтафор. Встановлено, що ці процеси відображають механізми оцінювання й категоризації представників різних гендерів, а також маркують нормативність або відхилення від суспільно закріплених моделей фемінної та маскулінної поведінки.*

*Виявлено, що метафоричне конструювання фемінності й маскулінності ґрунтується на базових концептуальних опозиціях АКТИВНІСТЬ / ПАСИВНІСТЬ, РОЗУМ / ЕМОЦІЯ, КУЛЬТУРА / ПРИРОДА, ПУБЛІЧНЕ / ПРИВАТНЕ, СУБ’ЄКТ / ОБ’ЄКТ, які систематично накладаються на дихотомію «чоловіче» / «жіноче» й організують низку репрезентативних метафоричних моделей: WOMAN IS NATURE / PLANT, WOMAN IS OBJECT OF GAZE / COMMODITY, WOMAN IS HOME / CONTAINER, WOMAN IS DANGER / TEMPTATION, MAN IS STRENGTH / SUPPORT, MAN IS WARRIOR / COMPETITION, MAN IS AUTHORITY / CONTROL. Доведено, що ці моделі формують асиметричні сценарії гендерної репрезентації: фемінність осмислюється через природу, емоційність, доглядовість, тілесність, красу та приватну сферу, тоді як маскулінність – через силу, раціональність, активність, контроль, публічність і авторитет.*

*На матеріалі українських та англійських фразеологізмів, паремій і сталих висловів продемонстровано, що гендерно-марковані метафори сприяють закріпленню традиційного розподілу соціальних ролей і професійних сфер. Жіноча праця пов’язується з домом, доглядом і репродуктивною функцією, тоді як чоловіча – з фізичною силою, матеріальним забезпеченням, управлінням і суспільною активністю. Встановлено, що закріплення таких метафор у фразеологічному та пареміологічному фонді мов сприяє їхньому сприйняттю як природних і самоочевидних, маскує історичну й культурну зумовленість гендерних стереотипів та підтримує ієрархізовані уявлення про фемінність і маскулінність.*

© Мороз М. Ю., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

***Ключові слова:*** *гендерна метафора, метафора, концептуальна метафора, фемінність, маскулінність, позитивна / негативна оцінна конотація, гендерні стереотипи, порівняльний аналіз.*

**Постановка проблеми.** У сучасній лінгвістичній парадигмі гендер розглядається як соціокогнітивний та дискурсивно-сконструйований феномен, що формується у процесі символічної репрезентації досвіду й закріплюється через мовні практики [1, с. 134–137; 2, с. 587–588]. Такий підхід узгоджується з конструктивістськими та перформативними підходами в гендерних студіях, відповідно до яких гендерні ідентичності й нормативні уявлення про «жіночність» та «чоловічість» не є апріорно заданими сутностями, а продукуються та відтворюються через повторювані соціальні, тілесні й дискурсивні практики означування [3; 4].

Особливої ваги в цьому контексті набуває когнітивна теорія метафори, за якою метафоризація є базовим механізмом концептуалізації дійсності, що структурує мислення та визначає способи інтерпретації соціальних категорій, зокрема тіла, емоцій, влади й ідентичності [5]. Гендерна метафора, отже, є не лише стилістичним засобом, а й інструментом когнітивного моделювання гендерно маркованого досвіду, залученим до формування та відтворення уявлень про фемінність і маскулінність.

Дискурсивно-конструктивістський і критично-дискурсивний підходи увиразнюють ідеологічний потенціал таких моделей: метафори можуть не лише репрезентувати усталені уявлення про гендерні ролі, а й натуралізувати асиметричні відносини влади, легітимувати ієрархії та приховувати їхню історичну й соціокультурну зумовленість. Тому гендерні метафори є важливою площиною перетину когнітивних, дискурсивних та ідеологічних процесів.

Попри ґрунтовне опрацювання метафори, гендеру й дискурсу в сучасній лінгвістиці, недостатньо висвітленим залишається комплексний зіставний аналіз гендерної метафори як механізму конструювання фемінності та маскулінності на матеріалі українського й англійського фразеологічного та пареміологічного фонду. Актуальність такого дослідження зумовлена потребою з'ясувати, як усталені метафоричні моделі структурують мовну репрезентацію гендеру, які оцінні та стереотипні смисли вони актуалізують і якою мірою відображають трансформацію сучасних гендерних ролей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних працях гендерна метафора розглядається як важливий засіб мовного моделювання фемінності та маскулінності: систематизуються метафоричні моделі та окреслюють чинники їхньої відтворюваності й закріплення в мовній картині світу [5; 6]; виявляються кореляції між метафоричними доменами (WAR, COMPETITION, JOURNEY, PLANT, BODY, HOME) і соціокультурними стереотипами, що увиразнюють та підтримують ієрархізовані уявлення про жіноче й чоловіче [7; 8]; розкриваються механізми впливу повторюваних гендерних метафор на формування уявлень про гендерні ролі та на легітимацію патріархальних норм у ЗМІ [9; 10]; формулюються критерії ідентифікації та параметри типологізації гендерних метафор на матеріалі різних мов і жанрових різновидів медіатекстів [11]; обґрунтовується потенціал феміністичного й небінарного дискурсів для критичного переосмислення та деконструкції стереотипних метафоричних моделей [12; 13]; а також з'ясовується зумовленість оцінного потенціалу гендерних метафор контекстуальними параметрами публічної комунікації – жанром, адресатною спрямованістю та комунікативною метою [14].

Водночас наявні дослідження переважно зосереджені на окремих тематичних доменах, медійних текстах або специфічних мовних реалізаціях гендерної метафори. Недостатньо системно описано функціонування таких моделей у зіставному українсько-англійському фразеологічному та пареміологічному матеріалі. Саме тому в нашому дослідженні гендерну метафору розглянуто як комплексний когнітивно-дискурсивний механізм конструювання фемінності та маскулінності.

Запропонований підхід дає змогу встановити, як метафоричні моделі структурують мовні уявлення про «жіноче» й «чоловіче»; як взаємодіють експліцитне та імпліцитне гендерне маркування; а також які оцінні й стереотипні компоненти актуалізуються в семантиці досліджуваних одиниць.

**Постановка завдання.** Метою статті є комплексний когнітивно-дискурсивний і зіставний аналіз гендерної метафори в українській та англійській мовах, спрямований на виявлення основних метафоричних моделей фемінності й маскулінності, їхнього оцінного потенціалу та ролі у відтворенні гендерних стереотипів.

Матеріалом дослідження є українські та англійські гендерно-марковані метафоричні оди-

ниці, представлені фразеологізмами, пареміями, сталими словосполученнями й образними номінаціями на позначення фемінності та маскулінності. До аналізу залучено одиниці, дібрані зі *Словника фразеологізмів української мови*, *Фразеологічного словника української мови*, збірника *Українські народні прислів'я та приказки*, а також із *Cambridge Dictionary*, *Cambridge Idioms Dictionary*, *Cambridge Dictionary of American Idioms* і *Merriam-Webster Dictionary*. Матеріал добирався за критеріями наявності метафоричного перенесення, гендерної співвіднесеності та оцінного потенціалу. До вибірки увійшли мовні одиниці, у яких фемінність або маскулінність постає доменом-ціллю чи доменом-джерелом метафоричного моделювання.

**Виклад основного матеріалу.** У межах сучасної гендерної лінгвістики гендерна метафора постає як один із ключових когнітивно-дискурсивних механізмів, через які мова не лише відображає, а й кодифікує та відтворює соціально сконструйовані уявлення про «жіночність» і «чоловічість». Стійкі метафоричні моделі, закріплені в мовленні, формують специфічні когнітивні схеми інтерпретації соціальної реальності, які задають нормативні сценарії поведінки жінок і чоловіків, водночас ієрархізуючи ці сценарії та закріплюючи асиметрію гендерних ролей [15, с. 123–127].

Теоретичним підґрунтям осмислення гендерної метафори (gendered metaphor / gender metaphor) є теорія концептуальної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона, відповідно до якої метафора розглядається як базовий когнітивний механізм концептуалізації, що забезпечує структурування одного домену досвіду через інший на основі системних відповідностей між доменом-джерелом і доменом-ціллю [5]. У цьому контексті гендер постає не лише як соціокультурна категорія, але і як когнітивно організована сфера досвіду, знання про яку формуються через мережу метафоричних моделей, що задають рамки інтерпретації, оцінювання та нормалізації фемінності й маскулінності.

Саме тому підкреслюється подвійна функція гендерної метафори, адже з одного боку, вона відображає вже наявні соціокультурні уявлення про гендерні ролі, а з іншого – виступає інструментом їхнього відтворення, легітимації та натуралізації в мовній свідомості й культурно зумовлених практиках номінації [16, с. 367–368]. У сучасній лінгвістиці термін «гендерна метафора» інтерпретується у двох взаємопов'язаних вимірах: як інструмент конструювання гендеру та як вияв гендерної стереотипізації доменів-джерел.

Як **інструмент конструювання гендеру** гендерна метафора постає механізмом перенесення фізичних, психологічних і соціально маркованих характеристик, асоційованих із «жіночністю» та «мужністю», на об'єкти, явища або абстрактні концепти, безпосередньо не пов'язані зі статтю. Доменом-джерелом у такому випадку виступають як реальні чоловіки й жінки, так і культурно усталені уявлення про них, тоді як доменом-ціллю можуть бути як конкретні, так і абстрактні сутності. Показовими є приклади «*Сира-Земля Мати*», «*батько нації*», «*virgin territory*», де гендерна атрибуція виконує не лише номінативну, а й аксіологічну функцію, задаючи певний спосіб інтерпретації відповідних концептів [6, с. 42–44]. Так, у межах цього підходу розрізняємо:

– Гендерно немарковані метафори, у яких переносне значення не залежить від статі денотата (наприклад, «*pig*» у значенні «*неприємна людина*»);

– Жорстко гендерно-марковані метафори, що застосовуються виключно щодо представників однієї статі («*cow*» – «*неприємна жінка*»; «*stag*» – «*холостяцька гулянка напередодні весілля*»);

– Нежорстко гендерно-марковані метафори, які можуть співвідноситися з обома статями, але в конкретному контексті актуалізують гендерно специфічні конотації («*angel*» як «*добра людина*» або «*angel*» як «*красива дівчина*»).

Як **вияв гендерної стереотипізації доменів-джерел** у межах когнітивно-дискурсивного підходу розглядаємо закріплення гендерно-маркованих значень за певними концептуальними сферами, коли фокус зміщується з окремих мовних одиниць на ширші концептуальні структури. У цьому контексті доцільно розмежовувати гендерні та гендеровані одиниці: перші відображають соціокультурно закріплені уявлення про «жіноче» та «чоловіче», тоді як другі набувають маскулінних або фемінних конотацій у процесі мовного вживання та внаслідок культурно закріплених асоціативних зв'язків. Відповідно, гендерованими можуть бути не лише метафоричні номінації осіб, а й самі домени-джерела концептуальних метафор.

Так, експериментальне дослідження К. Аренс засвідчує, що домени WAR («*war*», «*army*», «*assault*», «*battle*», «*combat*», «*enemy*», «*military*», «*warrior*») та COMPETITION («*competition*», «*championship*», «*contest*», «*sport*», «*rivalry*», «*tournament*», «*medalist*», «*team*»), сприймаються респондентами як виразно маскулінні, тоді як домен PLANT («*plant*», «*blossom*», «*fertilize*»,

«*sprout*», «*seed*», «*harvest*», «*cultivate*», «*reap*») і частково JOURNEY («*journey*», «*travel*», «*trip*», «*way*», «*path*») – як фемінні [7, с. 715–718]. Така асиметрія має важливе значення для мовної категоризації гендеру, оскільки однакові дії або характеристики можуть отримувати різну оцінку залежно від того, чи співвідносяться вони з чоловіком або жінкою, що свідчить про глибинну інкорпорацію гендерних стереотипів у когнітивні моделі інтерпретації реальності.

У сучасних дослідженнях метафоризації гендеру окреслюються щонайменше два провідні підходи до аналізу гендерної метафори: фігуративно-конструктивний і когнітивно-дискурсивний. У межах фігуративно-конструктивного підходу особливо продуктивною є класифікаційна модель Б. Бєрвячонека, який, спираючись на англійськомовний матеріал, виокремлює чотири базові когнітивні процеси формування гендерно маркованих значень: об'єктифікацію, зоометафору, спіритуалізацію та синтафор [16].

Об'єктифікація (objectification) передбачає метафоричне осмислення людини як неживого предмета, що редукує її до функції або фізичних характеристик [16, с. 246]. До гендерно нейтральних належать, зокрема, «*shit*» у значенні «*неприємна / огидна людина*» та «*big gun*» у значенні «*важлива персона*», тоді як «*battle axe*» («козирбаба»), «*wallflower*» («сором'язлива дівчина»), «*tart*» («жінка легкої поведінки») демонструють виразну гендерну маркованість і вбудовану оцінність щодо жінок. Зоометафора (zoometaphor), репрезентована моделлю HUMAN BEING IS AN ANIMAL, зазвичай підпорядковується умові «природної відповідності гендеру» (Natural Gender Fit Condition), коли граматичний чи культурно закріплений «рід» тварини збігається зі статтю референта («*cow*» – «*жінка*», «*stallion*» – «*чоловік*»). Порушення цієї умови («*bitch*» стосовно чоловіка у значенні «*прихвостень / прислужник*»; «*dog*» стосовно жінки у значенні «*неприваблива*») породжує трансгендерні метафори, які сигналізують відхилення від нормативної маскулінності чи фемінності та маркують «аномальність» гендерної поведінки. Спіритуалізація (spiritualization) охоплює випадки концептуалізації людини як міфічної чи духовної істоти («*goddess*», «*angel*», «*fairy*», «*відьма*»), що фіксує амбівалентне коливання між ідеалізацією та демонізацією, особливо щодо жінок. Натомість синтафор (syntaphor) описує метафоричні перенесення всередині самої категорії «людина» і пов'язаний із перерозподілом ознак між субкатегоріями цієї категорії («*mother*» – «*турботлива жінка*», «*жінкоподібний чоловік*»; «*queen*» – «*гомосексуаліст*» або «*жінкоподібний чоловік*», «*tomboy*» – «*дівчина з чоловічою поведінкою*», «*дівчинка-пацанка*», «*лесбійка*»), демонструючи, як мова фіксує та оцінює порушення усталених гендерних очікувань.

У вітчизняній гендерній лінгвістиці метафора розглядається як один із провідних механізмів моделювання гендерних опозицій, що дає змогу реконструювати, які риси культура відносить до «жіночого» та «чоловічого» полюсів і як ці риси ієрархізуються. Аналіз українського художнього дискурсу, здійснений Х. Пірською, засвідчує, що метафоричні концепти, вербалізовані через гендерно-марковані образи, по-різному структуруються в авторів-чоловіків і авторок-жінок, що вказує на тісний зв'язок між гендерною ідентичністю мовця й вибором образних засобів [6, с. 45].

Отже, гендерну метафору доцільно визначати як когнітивно-дискурсивний механізм, який, по-перше, через систематичне відображення (mapping) між доменом-джерелом і доменом-ціллю конструює, закріплює та нормалізує соціокультурні уявлення про фемінність і маскулінність; по-друге, може бути експліцитно гендерно-маркованою (коли лексичний склад метафори безпосередньо вказує на стать) або імпліцитно гендерно-маркованою (коли гендерна конотація закладена у сприйнятті самого домену-джерела, як-от WAR як маскулінного чи PLANT як фемінного); по-третє, є динамічним інструментом, здатним як відтворювати, так і трансформувати гендерні стереотипи залежно від дискурсивного контексту, жанру та прагматичних інтенцій мовців.

У цьому контексті виокремлюємо базові концептуальні опозиції, що структурують образи фемінності та маскулінності в когнітивному просторі культури: АКТИВНІСТЬ / ПАСИВНІСТЬ, РОЗУМ / ЕМОЦІЯ, КУЛЬТУРА / ПРИРОДА, ПУБЛІЧНЕ / ПРИВАТНЕ, СУБ'ЄКТ / ОБ'ЄКТ. Саме ці опозиції послідовно накладаються на дихотомію «чоловіче» / «жіноче» й лежать в основі метафоричних схем: WOMAN IS NATURE, WOMAN IS BODY, WOMAN IS CARE, тоді як маскулінність концептуалізується через моделі MAN IS MIND, MAN IS POWER, MAN IS CONTROL. На рівні конкретних мовних реалізацій це виявляється у протиставленнях «*emotional creature*», «*slave of her feelings*» / «*cold-blooded strategist*», «*man of reason*»; «*ніжна, тендітна жінка*» / «*раціональний чоловік*», що одно-

часно задають когнітивні профілі й аксіологічну «норму» для кожного з гендерів.

У межах концептуальної теорії метафори можемо окреслити кілька репрезентативних типів моделей фемінності. Модель FEMININITY AS NATURE / PLANT (WOMAN IS A PLANT, WOMAN IS NATURE) зіставляє жінку з природними процесами, циклами та рослинністю: («*flower of womanhood*», «*to bloom into womanhood*», «*delicate flower*», «*shrinking violet*», «*розквіт жіночності*», «*зів'яла красуня*»; домен PLANT / NATURE активує семи росту, плодючості, крихкості та сезонності, підкреслюючи залежність від зовнішніх умов. Модель WOMAN IS HOME / CONTAINER репрезентує жінку як простір чи прихисток («*she is his safe haven*», «*warm nest*», «*вона – його тил*», «*домашнє вогнище в жіночих руках*»), а в радикалізованому варіанті – як «контейнер» для життя («*vessel*», «*womb*», «*колиска життя*»), що підсилює прив'язку фемінності до приватної сфери та репродуктивних функцій. Конфігурація WOMAN IS OBJECT OF GAZE / COMMODITY («*trophy wife*», «*eye candy*», «*pretty package*», «*лялька*», «*цукерочка*», «*дорогий трофей*») зводить жінку до об'єкта споглядання й оцінки, перетинаючи домени «жінка» й «товар / прикраса». Амбівалентна модель WOMAN IS DANGER / TEMPTATION («*femme fatale*», «*man-eater*», «*black widow*», «*серцеїдка*», «*жінка-вамп*», «*руйнівниця сімейного щастя*») конструює фемінність як загрозу, що порушує «нормальну» маскулінну суб'єктність.

Маскулінність, своєю чергою, репрезентується моделями MAN IS STRENGTH / SUPPORT («*pillar of strength*», «*rock*», «*strong backbone of the family*», «*кам'яна стіна*», «*опора родини*», «*міцне плече*»), MAN IS WARRIOR / MASCULINITY IS COMPETITION («*born warrior*», «*to fight like a man*», «*to be in the game*», «*to win her heart*», «*справжній боєць*», «*мужня боротьба*», «*вибороти місце під сонцем*»), MAN IS AUTHORITY / CONTROL («*to wear the pants*», «*he calls the shots*», «*strong hand*», «*голова сім'ї*», «*верхівка владної піраміди*») та MASCULINITY IS CAPITAL («*high-value man*», «*breadwinner*», «*годувальник*», «*цінний фахівець*»). У цих моделях домінують семи сили, влади, вертикалі та ресурсності; маскулінність постає як фундамент, інстанція контролю та актив, що забезпечує доступ до статусу й привілеїв. Сукупність зазначених моделей формує метафоричні сценарії, в яких фемінний суб'єкт рухається в межах циклу «квітування – зів'янення», «дому – небезпечної публічності», тоді як маскулінний – долає перешкоди, «підіймається нагору», «завойовує позиції» («*she blossomed and faded quickly in the public eye*» / «*he climbed to the top of the corporate ladder*»). У такий спосіб задаються прототипові траєкторії «успішної» та «невдалої» жіночої й чоловічої біографії.

Механізм гендерної метафори спирається на принцип антропоморфізму, тобто культурно й тілесно опосередкованого досвіду людини: база порівняння метафори відсилає реципієнта до уявлень про «реальних» чоловіків і жінок, а далі ці уявлення проєктуються назад на самих носіїв гендеру як нібито вроджені риси (активність/пасивність, інтелект/емоції тощо). Образність таких метафор дозволяє застосовувати їх до об'єктів різної природи, безпосередньо не пов'язаних зі статтю («*мужній вчинок*», «*жіноча природа*», «*чоловіча професія*», «*жіноча логіка*», «*female intuition*», «*a man's world*»), створюючи ефект натуралізації гендерних опозицій [17, с. 109–111]. У цю парадигму вписується широкий спектр українських та англійських стійких сполук, які реалізують антропоморфний механізм гендерної метафори.

Вагомим різновидом антропоморфної метафоризації є зоометафора, у межах якої характеристики тварин проєктуються на людину та використовуються для її зовнішньої, інтелектуальної, емоційної або соціальної оцінки. Зоонімічний образ активує культурно закріплений комплекс асоціацій, що переноситься на референта та набуває позитивної, негативної або нейтральної оцінної конотації. Семантичне моделювання таких номінацій може бути представлене схемою OBJECT (ZOONYM) → HUMAN / PART OF THE HUMAN BODY, за якою назва тварини або її характерна ознака є доменом-джерелом для характеристики людини чи певної частини її тіла [18, с. 390]. Такі номінації формуються внаслідок взаємодії метафори, метонімії та синекдохи: характеристика тварини або окремої частини її тіла стає підставою для узагальненого оцінювання людини [18, с. 397]. У гендерно-маркованому дискурсі зоометафоричні моделі можуть посилювати стереотипні уявлення про нормативні та девіантні вияви фемінності й маскулінності, оскільки вибір тваринного образу пов'язаний із соціально схвалюваними або знецінюваними рисами особи.

Так, модель WOMEN ARE ORNAMENTS / BODIES виявляється в українських виразах «*з гарної дівки гарна й молодиця*», «*де красна молодиця, там ясна світлиця*», «*дівчина – як у лузі калина*», «*личко дівку віддає*», «*дівка без коси не*

*має краси*», «*жінки довге волосся мають, а розум короткий*», «*дарма, що дурна, аби чорнобрива*», які редукують фемінність до краси, зовнішності й тілесності. Англійські вислови «*eye candy*», «*arm candy*», «*trophy wife*», «*just a pretty face*», «*dumb blonde*», «*wallflower*», «*a scarlet woman*», «*a fallen woman*», «*beautiful as a doll*», «*pretty as a picture*» конструюють жінку як прикрасу, приз або об'єкт сексуальної оцінки, акцентуючи її видимість, а не суб'єктність.

У моделі WOMAN AS NATURE сполуки «*жіноча природа*», образи «*мати-земля*», «*мати-природа*» концептуалізують фемінність через плодючість, циклічність і «природність», фіксуючи її прив'язаність до тілесного й репродуктивного. Їм кореспондують англійські номінації «*Mother Nature*», «*Mother Earth*», які персоніфікують природу як жіночий, материнський початок і таким чином укорінюють уявлення про жіноче як біологічно детерміноване.

Натомість модель MEN ARE POWER / TOOLS / BUILDERS / PROTECTORS реалізується в українських висловах «*чоловік – усьому голова / чоловік – усьому порядок*», «*чоловік – як ведмідь із хащі – чим могутніший, тим кращий*», «*чоловік без ремесла, що човен без весла*», «*міцний, як дуб*», які моделюють маскулінність через силу, стійкість, здатність захищати й керувати. Англійські сполуки «*as steady as a rock*», «*tough as nails*», «*tower of strength*», «*man of steel*», «*iron man*», «*a man of his word*», «*man of letters*», «*knight without fear and without reproach*» конструюють чоловіка як опору та гарантію стабільності, закріплюючи за ним домени влади, раціональності й публічної авторитетності.

Окремий вимір становить опозиція WOMEN'S WORK / A MAN'S JOB, яка задає гендерно поділену карту професій. Концепти «*жіноча робота*» (хатня, доглядова, легка) та «*чоловіча робота*» (фізично важка, престижна, публічна) кодують водія фури, будівельника чи військового як «чоловічі» професії, тоді як секретарка, вихователька, домогосподарка інтерпретуються як «жіночі». В англійській мові аналогічну функцію виконують вирази «*a man's job*», «*blue-collar jobs*» як «справжньо чоловічі» на противагу «*pink-collar jobs*» (nursing, teaching, secretarial work), де навіть колір слугує маркером фемінізованої сфери [19]. Цю ж опозицію закріплюють прислів'я та кліше «*бабі дорога од печі до порога*», «*од господаря повинно пахнути вітром, а од господині – димом*», «*дім держиться не на землі, а на жінці*», «*чоловік за поріг, а жінка за пиріг*», «*де хата не метена, там дівка не плетена*», «*a woman's place is in the home*», «*women belong in the kitchen*», що прямо фіксують дім і кухню як «природний» простір жіночої праці. Вислів «*a woman's work is never done*» [20] підкреслює нескінченність хатньої та доглядової праці, яка не визнається «справжньою роботою», тоді як чоловік постає як «*man of the house*», «*head of the household*», той, хто «*brings home the bacon*» і «*does the heavy lifting*».

Модель WOMEN ARE TALK / EMOTION репрезентується українськими висловами «*жіночі балачки*», «*жіноче базікання*», «*в баби язик, як лопата*», «*сільський вісник*», «*баба Триндичиха*», «*бабина мова – чортове помело*», «*чи не чекає баба попиту, сама все скаже*», «*баба бабі каже на вухо, а все село чує*» [21], які представляють жіноче мовлення як надмірне, неконтрольоване й несуттєве. Англійські вислови «*girl talk*», «*women's talk*», «*a woman's tongue wags like a lamb's tail*», «*old wives' tale / old wives' gossip / old wives' chatter*», «*to gossip like an old woman*», «*women's magazines talk*» [22] маркують жіночий дискурс як емоційний і неавторитетний порівняно з «*man-to-man talk*», що позиціонується як серйозне, раціональне й вагоме мовлення.

Окремої уваги потребує поляризація фемінної та маскулінної аксіології в межах описаних моделей. Фемінність систематично концептуалізується через семантику крихкості, залежності, турботи, тілесності й емоційної відкритості («*fragile beauty*», «*tender soul*», «*жіноча слабкість*», «*ніжна / слабка половина людства*»), тоді як маскулінність – через семи сили, контролю, дії, раціональності та домінування («*pillar of strength*», «*rock of the family*», «*strong hand*», «*тверда рука*»). У межах однакових концептуальних полів (СИЛА, ЗАХИСТ, ЕМОЦІЙНІСТЬ, РИЗИК) різним гендерам приписуються різні, часто протилежні ціннісні ознаки, що підкреслює асиметричний характер гендерної категоризації. Показовою є амбівалентність кодування фемінності: образи «*angel in the house*», «*домашній янгол*», «*берегиня роду*» романтизують жіночу турботу й самопожертву, водночас нормалізуючи її прив'язаність до приватного простору, тоді як «*femme fatale*», «*black widow*», «*жінка-вамп*» репрезентують сексуалізовану й небезпечну фемінність як загрозу чоловічому суб'єктові. У такий спосіб метафоричні моделі не лише фіксують ідеалізовані образи «правильної» жінки, а й конструюють фігури «надмірної» або «девіантної» фемінності. Маскулінне поле також ієрархізоване: вирази «*to man up*», «*real man*», «*tough guy*», «*справжній*

*чоловік*», «*кремінь*», «*кам'яна стіна*» формують образ нормативної маскулінності, орієнтованої на контроль, емоційну стриманість і готовність до ризику, тоді як позначення «*soft*», «*sissy*», «*mama's boy*», «*безхребетний*», «*маменькин синок*», «*ганчірка*» маркують відхилення від цієї моделі як соціально неприйнятне. Опозиція «справжнього» та «несправжнього» чоловіка, закріплена в таких метафорах, кодифікує ієрархію всередині маскулінних ідентичностей і санкціонує «правильні» сценарії гендерної поведінки.

Наведені моделі переконливо демонструють, що антропоморфний механізм гендерної метафори систематично закріплює за жінкою домени краси, тілесності, природи та емоційного мовлення, а за чоловіком – силу, дію, захист і контроль над «серйозною» працею й дискурсом. Важливо, що метафоричність цих номінацій не завжди усвідомлюється носіями мови, що сприяє ототожненню якостей, приписуваних мужності й жіночності, з якостями реальних чоловіків і жінок. Закріпленість відповідних висловів у фразеологічному, пареміологічному та загальномовному фонді сприяє сприйняттю стереотипних уявлень як «очевидних істин», маскуючи їхній історично та культурно зумовлений характер.

**Висновки.** Отже, гендерну метафору визначаємо як когнітивно-дискурсивний механізм формування, закріплення та переосмислення соціокультурних уявлень про фемінність і маскулінність. У межах концептуальної теорії метафори вона ґрунтується на стійких відповідностях між доменами-джерелами й доменами-цілями, через які гендерно-марковані ознаки переносяться на людину, соціальну роль, явище або абстрактний концепт. Відтак метафора не лише відображає наявні уявлення про «жіноче» і «чоловіче», а й бере участь у їхньому дискурсивному відтворенні та нормалізації.

У дослідженні виокремлено три типи метафор за характером гендерного маркування: гендерно немарковані, жорстко гендерно-марковані та нежорстко гендерно-марковані. Перші мають універсальне переносне значення й можуть характеризувати людину незалежно від її статі; другі характеризуються усталеною гендерною референцією; треті набувають фемінного або маскулінного забарвлення залежно від контексту вживання.

Аналіз засвідчив, що гендерно-марковані метафори в українській та англійській мовах формують взаємопов'язану систему концептуальних моделей. Фемінність переважно осмислюється через семантику природи, тілесності, краси, домашнього простору, турботи, емоційності, а також спокуси й небезпеки. Маскулінність репрезентується через значення сили, витривалості, активності, боротьби, захисту, влади, професійної спроможності, матеріальної відповідальності та контролю.

Установлено, що метафоричне конструювання гендеру спирається на базові концептуальні опозиції АКТИВНІСТЬ / ПАСИВНІСТЬ, РОЗУМ / ЕМОЦІЯ, КУЛЬТУРА / ПРИРОДА, ПУБЛІЧНЕ / ПРИВАТНЕ та СУБ'ЄКТ / ОБ'ЄКТ. У традиційних мовних моделях маскулінність пов'язується з активністю, раціональністю, суб'єктністю, публічним авторитетом і соціальною владою, тоді як фемінність – з емоційністю, тілесністю, природою, об'єктністю та приватною сферою, що зумовлює асиметричну гендерну категоризацію, у межах якої якості, соціальні ролі й моделі поведінки отримують різну оцінку залежно від їх співвіднесеності з жіночим або чоловічим суб'єктом.

Продуктивними механізмами формування гендерно-маркованих значень є об'єктифікація, зоометафора, спіритуалізація та синтафор. Через них мова не лише номінує гендерні характеристики, а й оцінює ступінь відповідності особи нормативним моделям фемінності та маскулінності, поєднуючи ідеалізацію, демонізацію, схвалення або соціальне несхвалення.

Таким чином, гендерні метафори в українському й англійському дискурсах є засобом закріплення культурно сформованих уявлень про жіночність і чоловічість. Водночас вони не є статичними: їхня семантика, оцінність і прагматичний потенціал змінюються залежно від соціокультурного контексту та конкретних умов дискурсивного використання. Перспективним напрямом подальших досліджень є компаративний корпусний аналіз гендерно-маркованих метафор у різних жанрах, медіа- та політичному дискурсі, а також вивчення їх трансформації під впливом інклюзивних мовних практик і критичного феміністського дискурсу.

**Список літератури:**

1. West C., Zimmerman D. H. Doing Gender. *Gender and Society*. 1987. Vol. 1, № 2. P. 125–151. https://doi.org/10.1177/0891243287001002002.

2. Bucholtz M., Hall K. Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach. *Discourse Studies*. 2005. Vol. 7, № 4–5. P. 585–614. https://doi.org/10.1177/1461445605054407.

3. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York : Routledge, 2006. https://doi.org/10.4324/9780203824979.

4. Cameron D. The Feminist Critique of Language: A Reader. London : Routledge, 1998. 258 p.

5. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.

6. Пірська Х. Соціокультурні аспекти впливу гендеру на метафору. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Філологічні науки*. 2014. № 5. С. 43–47.

7. Metaphor and gender: are words associated with source domains perceived in a gendered way? / K. Ahrens et al. *Linguistics Vanguard*. 2024. Vol. 1, № 10. P. 711–720. https://doi.org/10.1515/lingvan-2024-0021.

8. Сукаленко Т., Шпетна С. Трансформація жанру репортажу в цифровому медіапросторі. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2025. № 2. С. 202–207. https://doi.org/10.32782/apv/2025.2.28.

9. Маслова Ю. Концептосфера гендерного дискурсу ЗМІ. *Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні* : матеріали Другої всеукр. конф. студентів та молодих уч., м. Острог, 26 січ. 2012 р. 2012. С. 57–68.

10. Sunderland J. Gendered Discourses. New York : Palgrave Macmillan, 2004. 248 p.

11. Koller V. Metaphor and Gender in Business Media Discourse: A Critical Cognitive Study. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2004. 244 p.

12. Lazar M. M. Politicizing Gender in Discourse: Feminist Critical Discourse Analysis as Political Perspective and Praxis. *Feminist Critical Discourse Analysis*. London, 2005. P. 1–28. https://doi.org/10.1057/9780230599901_1.

13. Jaffee S., Hyde J. S. Gender Differences in Moral Orientation: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*. 2000. Vol. 126, №. 5. P. 703–726. https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.5.703.

14. Gill R. Gender and the Media. Cambridge : Polity Press, 2006. 296 p.

15. Juraxolova B. Characteristics of the Manifestation of Gender Stereotypes in Conceptual Metaphors. *American Journal of Language, Literacy and Learning in STEM Education*. 2025. Vol. 1, №. 3. P. 123–127. URL: https://grnjournal.us/index.php/STEM/article/view/6600.

16. Bierwiaczonek B. On Figuration of Gender In English. *Linguistica Silesiana*. 2023. №. 43. https://doi.org/10.24425/linsi.2022.141231.

17. Humeniuk I. Gender Markers in the English Picture of the World. *WISDOM*. 2021. Vol. 19, №. 3. P. 100–113. https://doi.org/10.24234/wisdom.v19i3.506.

18. Idiomatic Space of Anthroposemic Substantival Bahuvrihi with a Zoonym Component and its Semantic Modelling in Modern English / M. Shutova et al. *English Studies at NBU*. 2024. Vol. 10, №. 2. P. 387–401. https://doi.org/10.33919/esnbu.24.2.10.

19. Liben L. S., Bigler R. S., Krogh H. R. Pink and Blue Collar Jobs: Children's Judgments of Job Status and Job Aspirations in Relation to Sex of Worker. *Journal of Experimental Child Psychology*. 2001. Vol. 79, №. 4. P. 346–363. https://doi.org/10.1006/jecp.2000.2611.

20. Borck L. A woman's work is never done: a history of women's working lives in Europe. *Common European data space for cultural heritage*. URL: https://www.europeana.eu/en/stories/a-womans-work-is-never-done-womens-working-history-in-europe.

21. Gendergid. Прислів'я і приказки. *Gendergid*. URL: https://gendergid.org.ua/pryslivya-i-prykazky/.

22. Massar K., Buunk A. P., Rempt S. Age differences in women's tendency to gossip are mediated by their mate value. *Personality and Individual Differences*. 2012. Vol. 52, №. 1. P. 106–109. https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.09.013.

**Moroz. M. Yu. GENDER METAPHOR AS A COGNITIVE-DISCURSIVE MECHANISM FOR CONSTRUCTING FEMININITY AND MASCULINITY: A STUDY OF UKRAINIAN AND ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS, PROVERBS AND SET EXPRESSIONS**

*This article offers a comprehensive analysis of gender metaphor as a cognitive-discursive mechanism for constructing femininity and masculinity, drawing on Ukrainian and English phraseological units, proverbs, and conventionalized expressions. The study is grounded in conceptual metaphor theory, gender linguistics, critical discourse analysis, and the theory of gender performativity. Gender metaphor is defined as a mechanism of systematic metaphorical modelling which, through systematic correspondences between source and target domains, constructs, reinforces, and normalizes sociocultural conceptions of femininity and masculinity.*

*The study outlines the dual nature of gender metaphor. On the one hand, it reflects culturally conditioned conceptions of female and male roles; on the other, it contributes to their reproduction, legitimization, and reinterpretation within linguistic tradition. Gender metaphor is approached as a means of transferring physical, psychological, and socially marked characteristics associated with femininity and masculinity onto*

*concrete and abstract entities. The analysis distinguishes between gender-unmarked, strongly gender-marked, and weakly gender-marked metaphorical units.*

*The principal cognitive processes underlying the formation of gender-marked meanings are examined, namely objectification, zoometaphor, spiritualization, and synaphor. These processes are shown to reflect mechanisms of evaluating and categorizing representatives of different genders, while also marking conformity to, or deviation from, socially established models of feminine and masculine behaviour.*

*The findings indicate that the metaphorical construction of femininity and masculinity is grounded in the fundamental conceptual oppositions of ACTIVITY / PASSIVITY, REASON / EMOTION, CULTURE / NATURE, PUBLIC / PRIVATE, and SUBJECT / OBJECT. These oppositions are systematically mapped onto the masculine/feminine binary and organize a range of recurrent metaphorical models, including WOMAN IS NATURE / A PLANT, WOMAN IS AN OBJECT OF GAZE / A COMMODITY, WOMAN IS HOME / A CONTAINER, WOMAN IS DANGER / TEMPTATION, MAN IS STRENGTH / SUPPORT, MAN IS A WARRIOR / COMPETITION, and MAN IS AUTHORITY / CONTROL. It is demonstrated that these models generate asymmetric patterns of gender representation: femininity is conceptualized in terms of nature, emotionality, caregiving, embodiment, beauty, and the private sphere, whereas masculinity is associated with strength, rationality, activity, control, public visibility, and authority.*

*An analysis of Ukrainian and English phraseological units, proverbs, and fixed expressions demonstrates that gender-marked metaphors contribute to the reinforcement of traditional divisions of social roles and occupational domains. Women's work is associated with the home, care work, and reproductive functions, whereas men's work is linked to physical strength, material provision, leadership, and public engagement. The study establishes that the entrenchment of such metaphors in the phraseological and paremiological repertoires of the two languages facilitates their perception as natural and self-evident, obscures the historical and cultural contingency of gender stereotypes, and sustains hierarchical conceptions of femininity and masculinity.*

***Keywords:*** *gender metaphor, metaphor, conceptual metaphor, femininity, masculinity, positive/negative evaluative connotation, gender stereotypes, comparative analysis.*

Дата першого надходження статті до видання: 04.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 23.09.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 16.11.2026