

ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЛОЗИЦЬКА МАРІЯ ПЕТРІВНА

УДК 811.112.2'373.7-11:305(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ ГЕНДЕРНО
МАРКОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ**

Спеціальність 035 – Філологія

Галузь знань 03 – Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ М. П. Лозицька

Науковий керівник: Зубач Оксана Адамівна, кандидат філологічних наук, доцент

Луцьк – 2021

АНОТАЦІЯ

Лозицька М. П. Лінгвокультурний та прагматичний аспекти гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 – Філологія. – Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2021.

Дисертацію присвячено дослідженню гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. На матеріалі корпусу з 828 гендерно маркованих одиниць, який сформовано на основі фразеологічних словників, текстів художньої літератури й корпусу німецької мови DWDS, проаналізовано специфіку гендерного маркування фразеологізмів, їхній лінгвокультурний та прагматичний аспекти.

У роботі висвітлено інтегрованість сучасної лінгвістичної науки, яка використовує в дослідженнях здобутки інших наукових дисциплін з метою комплексного аналізу мовних явищ. Результати теоретичного аналізу дають підставу стверджувати, що гендерні дослідження фразеології займають чільне місце в лінгвістиці, яка на сучасному етапі розвитку характеризується яскраво вираженим антропоцентризмом. Значна частина досліджень спрямована на специфіку відображення гендерних стереотипів у фразеології та виявленні мовної репрезентації культурного виміру «маскулінність/фемінінність» у певній лінгвокультурі. Дослідження семантики гендерно маркованих фразеологізмів націлене на виявлення соціальної вагомості й значимості статей в суспільстві. Синтезуючи тлумачення гендеру й фразеології, гендерно марковані одиниці визначаються як такі, що містять семи значення та/або гендерно маркований компонент, який експліцитно чи імпліцитно вказує на приналежність до певної статі. При цьому гендерний маркер може бути семантичним чи структурним. Різноманітність сем значення дозволяє класифікувати гендерно марковані фразеологізми за семантичними та конотативними сферами або у вигляді лексико-семантичного поля.

Комплексний підхід до дослідження гендерно маркованих фразеологізмів зумовив використання цілого ряду методів. Окрім класичних лінгвістичних підходів і методів (лінгвістичний опис та спостереження, аналіз словникових дефініцій, компонентний аналіз, структурні методи, контекстологічний, варіаційний, комлекативний методи, метод кореляції мовних та позамовних явищ), достовірність одержаних результатів уможлиблюють інші методи й методики, що релевантні саме для дослідження лінгвокультурного та прагматичного аспектів гендерно маркованих фразеологізмів, що відповідає основній меті наукової розвідки, а саме: лінгвокультурологічний та кількісний аналіз, корпуснобазовані та корпуснокеровані методи.

Проведене дослідження уможливило визначення ступеня гендерної чутливості німецької мови на рівні фразеології. Зокрема, приходимо до висновку, що фразеологізми та сталі вирази характеризуються гендерними асиметріями, які обумовлені фаллоцентризмом німецької мови. Ці асиметрії проявляються через використання чоловічого референта на позначення жіночої статі, численних сексистських пейоративних фразеологізмів, які характеризують жінку. Однак аналіз словників та корпусу німецької мови дає підставу стверджувати, що вона володіє достатнім арсеналом засобів, щоб однаковою мірою виражати обидві статі. Зокрема, у дисертації пропонуються чотири ключових способи утворення гендерно симетричних фразеологізмів: заміна компонента *Mann* на *Frau*, використання субстантивованих прикметників та антропонімів, додавання жіночого суфікса *-in* до чоловічого роду. Враховуючи той факт, що в німецькому суспільстві на офіційному рівні визнано існування так званої третьої статі, що вживається стосовно осіб, які біологічно не вписуються в бінарну систему розуміння статі або вказують на свою приналежність до іншої статі, то виникає необхідність нейтралізації гендеру як такого. Проведені дослідження підтверджують той факт, що фразеологізми теж можуть бути гендерно нейтральними. Такі компоненти як *Person*, *Mensch*, *Nummer* є найбільш продуктивними у творенні таких гендерно нейтральних фразеологізмів. Їх семантика націлена на характеристику особи загалом без експлікації рис, притаманних певній статі.

Лінгвокультурні підходи до статі виражаються у гендерних стереотипах, що репрезентують культурну специфіку у фразеології. Гендерно марковані фразеологізми є як джерелом, так і втіленням гендерних стереотипів. Аналіз фактичного матеріалу підтверджує, що гендерно марковані фразеологізми експлікують впевненого, навіть агресивного чоловіка, націленого на професійну зайнятість за межами дому та такого, що вирізняється фізичними даними. Жінка ж постає слабкою домогосподаркою, яка вирізняється привабливою чи непривабливою зовнішністю.

Значне різноманіття структурних гендерних маркерів дало змогу виокремити лінгвокультурні групи гендерно маркованих фразеологізмів в залежності від ключового структурного компонента. Чільне місце поміж них займають гендерно марковані антропометричні фразеологізми. Встановлено, що семантика гендерно маркованих фразеологізмів з фемінінними антропометричними компонентами із загальним значенням «Frau» зводиться до чотирьох основних сем: іменування особи чи предмета, означення виду діяльності, характеристики ситуації, процесу чи особи. Гендерна векторність таких фразеологізмів може бути спрямована на всі статі, у тому числі й на третю. Гендерно марковані фразеологізми з маскулінними антропонімами *Bube, Kerl, Knabe, Bursche, Junge, Herr, Typ/Type* вказують переважно на чоловіка за такими основними критеріями: характеристика особи, ситуація чи процес, професія або рід занять, влада й домінування або їх відсутність, звертання до особи чоловічої статі.

Потужний фразеотворчий потенціал мають номени на позначення родинних відносин. Зважаючи на те, що вони вказують на осіб чоловічої чи жіночої статі з певним ступенем спорідненості, у таких фразеологізмах втілюється як лінгвокультурний, так і прагматичний аспекти. Аналіз корпусу таких фразеологічних одиниць засвідчив, що *Vater/Mutter* як компоненти фразеологізмів слугують передусім для характеристики їх нащадків та підкреслення важливості того, що вони називають. Що стосується правового та соціального батьківства та материнства, то такі номени (*Stiefmutter, Stiefvater, Adoptivmutter, Adoptivvater*) не є широко представленими у ФО. *Bruder* як компонент ФО найчастіше семантизує

наступні поняття: сексуальну орієнтацію; людину (чоловіка), яка (який) вирізняється певними негативними рисами чи вдачею; рівноправ'я та довіру. ФО з компонентом *Schwester* зустрічаються значно рідше. ФО з компонентами *Tochter* та *Sohn* експлікують нащадків або слугують втіленням гендерного про шарку населення (Deutschlands Söhne). Фразеологізми з компонентами *Opa* та *Oma* семантизують лінгвокультурні уявлення про дідуся та бабусю, підкреслюють різницю між різними поколіннями та символізують давно минулі дні, забуті та неактуальні на сьогодні технології тощо. Компонент *Tante* передає особу чи предмет, що виражений жіночим родом або вказує на жінку, а *Onkel* часто використовують у розмові з дітьми для вираження особи, яка може нести для них потенційну небезпеку. Номени на позначення родинних стосунків, що виникли внаслідок одруження, рідко стають компонентами ФО. Відмітним є номен *Schwiegermutter*, що має негативну конотацію й входить до складу фразеологізмів, що містять елементи чорного гумору.

Чоловічі та жіночі антропоніми у фразеологізмах втілюють як гендерну, так і лінгвокультурну специфіку німецької мови. На основі аналізу таких фразеологічних одиниць очевидно, що чоловічі антропоніми значно частіше стають компонентами сталих виразів. У них вживаються як найдавніші імена, властиві німецькому народові, так і імена історичних постатей та біблійних героїв. Фразеологізми з маскулініними антропонімами позначають переважно осіб, притаманну їм вдачу, можуть персоніфікувати певні явища природи тощо. Жіночі власні імена не часто виступають компонентами фразеологізмів, більшість з них є крилатими фразами.

Аналіз фразеологічних одиниць, які слугують для позначення професій, дає підставу стверджувати, що професійна діяльність є прерогативою чоловічої статі. Це пояснюється нерівноправ'ям статей, що існувало свого часу та подекуди має місце й у сучасному суспільстві.

Яскрава національно-культурна специфіка притаманна гендерно маркованим фразеологізмам з компонентом-зоонімом. Такі фразеологізми в німецькій мові вказують на осіб чоловічої чи жіночої статі та імплікують певну характеристику

останніх, яка залежить від поглядів культури на тварину, що входить до компонентного складу вислову. Виявлено, що гендерно марковані фразеологізми з компонентом-зоонімом характеризують чоловіка та жінку за трьома основними категоріями: зовнішність, розумові здібності та риси характеру. Встановлено, що для характеристики привабливої жіночої зовнішності найчастіше використовуються компоненти-зооніми, що належать до класу комах. При означенні зовнішності чоловіка за допомогою фразеологічних одиниць із компонентом-зоонімом використовуються тварини з класу ссавців. Для оцінки розумових здібностей обох статей у німецькій фразеології використовуються, зазвичай, домашні тварини. Компонентами, які називають окремі риси характеру чоловіків та жінок, слугують як дикі, так і домашні тварини.

Прагматичний аспект гендерно маркованих фразеологізмів втілюється передусім у так званих вигуківих фразеологізмах, що утворюють порівняно нечисленну групу та характеризуються переважно маскулінними маркерами. Майже всі фразеологізми такого типу передають певне емоційне переживання мовця. Вони є фразеологізмами-реченнями та дуже прив'язані до контексту. Одиничну представленість фемінінних маркерів у складі вигуківих гендерно маркованих фразеологізмів пояснюємо ототожненням поняття «чоловік» та «людина».

На основі аналізу культурної конотації в прислів'ях з фемінінним та маскулінним компонентом прагматизується роль жінки та чоловіка в німецькому суспільстві. Такі прислів'я втілюють різні погляди на жінку й чоловіка: загальне уявлення про жінку/чоловіка та їх роль в суспільстві, особливості характеру й поведінки, стосунки між статями, відносини між собою (жінка–жінка; чоловік–чоловік), зовнішність, розумові здібності, роль в шлюбі тощо. Відповідно до результатів дослідження, жінка постає як особа залежна від чоловіка, однак така, що відіграє важливу роль у збереженні сімейного благополуччя. Місце жінки – в домі, де вона повинна створити приємну для чоловіка атмосферу. При цьому краса не є жіночою перевагою в подружньому житті, а розглядається радше як недолік. Що стосується оцінки жіночого характеру, то в проаналізованих прислів'ях

представлені переважно негативні риси, як-от: нетерплячість, марнотратство, хитрість та ін. На протигагу жіночому образу, чоловічий постає у більш привабливому плані, наголошується його важливість та підкреслюється визначальна роль чоловіка в житті жінки. При цьому не заперечується жіноча влада над світом і чоловіком. Подружні стосунки характеризуються чоловічим домінуванням та жіночим підкоренням, однак мають ґрунтуватися на любові та повазі. Чоловіча ж зовнішність визначається як така, що практично не має значення.

Аналіз вживання симетричних гендерно маркованих фразеологізмів у публіцистичних текстах виявив, що подолання мовного сексизму в мові не означає подолання його в мовленні. Це дозволяє стверджувати, що мова й мовлення розвиваються неоднаково. Для того щоб певна мовна одиниця поширилася в узусі, необхідний певний проміжок часу. Варто наголосити й на тому, що деякі фемінінні фразеологізми використовуються в мовленні, але ще не зафіксовані в словниках.

Гендерно марковані фразеологізми широко використовуються в художній літературі. Завдяки використанню гендерно маркованих фразеологізмів, образи героїв художньої літератури набувають самобутності й унікальності. Авторські неологізми слугують додатковим джерелом збагачення словникового запасу певної мови. Кількість використовуваних фразеологічних одиниць у таких текстах залежить від багатьох чинників: тематики твору, статі автора, специфіки авторського стилю тощо.

Ключові слова: гендер, гендерно маркований фразеологізм, гендерний маркер, гендерна симетрія, гендерна асиметрія, лінгвокультурний аспект, прагматичний аспект.

SUMMARY

Lozytska M. P. Linguacultural and Pragmatic Aspects of Gender Marked Phraseological Units in Modern German Language. – The qualification scientific work published as manuscript.

Thesis for a Doctor of Philosophy Degree in Specialty 035 – Philology. Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, 2021.

The dissertation deals with the research of gender marked phraseological units in modern German language. The source material, which was examined, included 828 gender marked units. By means of this corpus, which was formed on the basis of phraseological dictionaries, fiction texts and the German language corpus DWDS, linguacultural and pragmatic aspects of gender marked phraseological units were analyzed.

The scientific work emphasizes the integration of modern linguistics, which uses the achievements of other scientific disciplines for a comprehensive analysis of linguistic phenomena. The results of theoretical analysis suggest that gender studies of phraseology take an important place in linguistics, which is characterized by anthropocentrism. A lot of researches are aimed at reflecting gender stereotypes in phraseology and identifying the linguistic representation of the cultural dimension “masculinity/ femininity” in a particular linguistic culture. The study of the semantics of gender marked phraseology is aimed at identifying the social weight and significance of sexes in society. Synthesizing gender interpretation and phraseology, gender marked units are defined as those that contain semantic markers and / or a gender marked component that explicitly or implicitly indicates gender. The gender marker can be semantic or structural. The variety of semantic meanings allows us to classify gender marked phraseologies by semantic and connotative spheres or in the form of a lexical-semantic field.

An integrated approach to the study of gender marked phraseology has led to the use of a number of methods. In addition to classical linguistic approaches and methods (linguistic description and observation, analysis of vocabulary definitions, component analysis, structural methods, contextual, variational, complex methods, method of correlation of linguistic and extralinguistic phenomena), the reliability of the obtained

results is possible by other methods, which are used to research linguacultural and pragmatic aspects of gender marked phraseology and corresponds to the main purpose of thesis: linguacultural analysis, quantitative methods, corpus-based and corpus-driven methods.

The study made it possible to determine the degree of gender sensitivity of the German language at the level of phraseology. In particular, we come to the conclusion that phraseology is characterized by gender asymmetries, which is due to the phallogentrism of the German language. These asymmetries are manifested through the use of a male referent to denote the female sex, numerous sexist pejorative phraseologies that characterize a woman. However, an analysis of the dictionaries and corpus of the German language suggests that it has a sufficient arsenal of tools to express both sexes equally. In particular, the dissertation offers four key ways to create gender-symmetrical phraseological units: replacing the component *Mann* with *Frau*, using substantivized adjectives and anthroponyms, adding the feminine suffix *-in* to the masculine gender. Given the fact that German society officially recognizes the existence of the so-called third sex, which is applied to persons who do not biologically fit into the binary system of understanding sex, or who refer to themselves as the so-called other sex, there is a need to neutralize gender as such. Studies confirm the fact that phraseology can also be gender neutral. Components such as *Person*, *Mensch*, *Nummer* are the most productive in creating such gender-neutral phraseology. Their semantics are aimed at characterizing the person in general without the explication of traits inherent in a particular sex.

Linguacultural views on gender are most clearly expressed in gender stereotypes that represent cultural specificity in phraseology. Gender marked phraseology is both a source and an embodiment of gender stereotypes. Analysis of the factual material suggests that gender marked phraseology expresses a confident, even aggressive man, aimed at professional employment outside the home and one who is distinguished by physical data. A woman appears as a weak housewife, who has an attractive or unattractive appearance.

The great variety of structural gender markers made it possible to distinguish linguistic and cultural groups of gender marked phraseology depending on the key

structural component. An important place among them is occupied by gender marked anthropometric phraseology. It is established that the semantics of gender marked phraseology with feminine anthropometric components with a common meaning “*Frau*” is reduced to four main semes: the name of a person or object, type of activity, characteristics of the situation, process or person. The gender vector of such phraseologies can include genders. Gender marked phraseologies with masculine anthroponyms *Bube, Kerl, Knabe, Bursche, Junge, Herr, Typ / Type* indicate mainly a man according to the following main criteria: personality characteristics, situation or process, occupation, power and dominance or their absence, reference to a male person.

Nouns that denote family relations have a powerful phrase-forming potential. They indicate males or females with a certain degree of kinship, so they embody linguacultural and pragmatic aspects. An analysis of the corpus of such phraseological units suggests that *Vater / Mutter* as components of phraseology serve primarily to characterize their descendants and emphasize the importance of what they denote. With regard to legal and social paternity and maternity, such nouns (*Stiefmutter, Stiefvater, Adoptivmutter, Adoptivvater*) are not widely represented in the phraseology. *Bruder* as a component of phraseological units often semantizes the following concepts: sexual orientation; a person who has certain negative traits; equality and trust. Units with the component *Schwester* are much less common. Phraseologies with *Tochter* and *Sohn* explain offsprings or serve to indicate the gender stratum of the population (*Deutschlands Söhne*). Phraseological units with *Opa* and *Oma* emphasize the difference between generations and symbolize long-gone days, forgotten and irrelevant technologies. *Tante* denotes a person or object which is feminine, and *Onkel* is often used in conversation with children to express a person who may pose a potential danger to them. Nouns, which denote family members, achieved by marriage, rarely become components of phraseological units. Special is the noun *Schwiegermutter*, which has a negative connotation and is part of the phraseological units that contains elements of black humor.

Male and female anthroponyms in phraseology indicate gender and linguacultural specifics of the German language. After analyzing such phraseological units, we conclude that male anthroponyms are much more likely to become components of permanent

expressions. The most ancient names of the German people, the names of historical figures and biblical heroes are used in these units. Phraseological units with masculine anthroponyms denote persons, their inherent temperament and can personify certain natural phenomena. Female proper names are not often components of phraseology, most of them are aphorisms.

The analysis of phraseological units that serve to denote professions, suggests that professional activity is the prerogative of the male sex. This is due to the inequality of the sexes, which existed in its time and is present in modern society.

Gender marked phraseological with a zoonym component have a special national and cultural specificity. Such phraseologies in German indicate men or women and imply a certain characteristic of them, which depends on the views of culture on the animal that is a component of the phraseological unit. It was found that gender marked phraseology with a zoonym component characterizes a man and a woman in three main categories: appearance, mental abilities and character traits. It has been established that zoonymic components belonging to the insect class are most often used to characterize an attractive female appearance. To describe the appearance of a man, animals from the class of mammals are used. In German phraseology, domestic animals are usually used to assess the mental abilities of both sexes. Both wild and domestic animals serve to indicate certain traits of men and women.

The pragmatic aspect of gender marked phraseology takes place primarily in the so-called pragmatic phraseological units, which form a relatively small group and are characterized mainly by masculine markers. Almost all phraseologies of this type convey a certain emotional experience of the speaker. They are sentences, that's why they are strongly tied to the context. The single representation of feminine markers in pragmatic gender marked phraseology is explained by the coincidence of concepts "man" and "human being".

The role of women and men in German society is pragmatized on the basis of cultural connotations in proverbs, with a feminine and masculine component. Such proverbs pragmatize different views on woman and man: the general idea of woman / man and their role in society, features of character and behavior, relations between the

sexes, relations between themselves (woman – woman; man – man), appearance, mental abilities, role in marriage, etc. According to the results of the study, a woman appears as a person dependent on a man, but one that plays an important role in family well-being. A woman's place is in the house, where she should create a pleasant atmosphere for a man. In this case, beauty is not a woman's advantage in married life, but rather seen as a disadvantage. As for the assessment of the female character, the analyzed proverbs present mostly negative traits such as impatience, extravagance, cunning, etc. In contrast to the female image, the male appears in a more approximate plan, its importance is emphasized and the decisive role of the man in a woman's life is emphasized. At the same time, women's power over the world and men is not denied. Marital relationships are characterized by male dominance and female submission but must be based on love and respect. Male appearance is defined as one that practically does not matter.

The analysis of the use of symmetrical gender marked phraseological units in publicist discourse revealed that overcoming linguistic sexism in language does not mean overcoming it in speech. This suggests that language and speech do not develop equally. In order for a certain language unit to spread in usage, a certain period of time is required. It is worth emphasizing that some feminine phraseologies are used in speech, but not yet found in dictionaries.

Gender marked phraseology is widely used in fiction. Gender marked phraseology provides the heroes of fictional texts with originality and uniqueness. Author's neologisms serve as an additional source of enrichment of the vocabulary of a certain language. The number of phraseological units used in such texts depends on many factors: the subject of the work, the sex of the author, the specifics of the author's style, and so on.

Key words: gender, gender marked phraseology, gender marker, gender symmetry, gender asymmetry, linguacultural aspect, pragmatic aspect.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях з філології, включених до переліку, затвердженого МОН України:

1. Лозицька М. П. Особливості семантики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2013. № 9(1). С. 274–279.
2. Зубач О., Лозицька М. MANN як соціокультурний конструкт у фразеологічній картині світу сучасної німецької мови. *Актуальні питання іноземної філології*. 2018. № 8. С. 99–104 (дисертантці належить збір, обробка та аналіз матеріалу).
3. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка гендерно маркованих фразеологізмів з компонентом-зоонімом у сучасній німецькій мові. *Іноземна філологія*. 2019. Вип. 132. С. 16–25.
4. Лозицька М. П. Особливості гендерно маркованих фразеологізмів із маскулінними антропометричними компонентами в німецькій мові. *Актуальні питання іноземної філології*. 2020. № 13. С. 105–110.

Стаття в зарубіжному науковому періодичному виданні, включеному до міжнародних наукометричних баз даних:

5. Lozytska M. Die Abbildung von Genderstereotypen in der deutschen Phraseologie. *Zielsprache Deutsch*. 2020. № 47 (2). S. 43–59.

Статті та тези апробаційного характеру:

6. Матейчик М. П. Оказіоналізми на позначення жіночої статі у творах сучасних німецьких авторів. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів, 14–15 трав. 2012 р. Т. 2. Луцьк: Волин. нац. ун-тет ім. Лесі Українки, 2012. С. 107–108.
7. Лозицька М. П. Особливості гендерного маркування фразеологізмів сучасної німецької мови. *Virtus: Scientific Journal/Editor-in-Chief M. A. Zhurba*. December 2016. № 10. С. 153–157.

8. Лозицька М. П. Властивості гендерно маркованих фразеологізмів у німецькій мові. *Філологія та лінгвістика у сучасному світі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 24–25 серпня 2018 р. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т, 2018. С. 42–44.

9. Лозицька М. П. Гендерно марковані фразеологізми з антропометризмами на позначення жінки у німецькій мові. *Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 24–25 січ. 2020 р. Одеса: Південноукр. орг. «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 62–65.

10. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка латентного вираження гендеру в сучасній німецькій фразеології. *International Scientific and Practical Conference «World Science»* (Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference «Scientific and Practical Results in 2016. Prospects for Their Development» (December 27–28, 2016, Abu-Dhabi, UAE)). January 2017. № 1(17). Vol. 5. С. 14–18.

11. Лозицька М. П. Синонімія гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *International Multidisciplinary Conference «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland»*, Wolomin, Republik of Poland, 19–20 October 2018. Wolomin: Baltija Publishing, 2018. С. 177–180.

12. Лозицька М. П. Лінгвокультурний аспект прислів'їв з фемінінним компонентом у німецькій мові. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2018. Т. 2. Вип. 20. С. 72–76.

13. Lozytska M. Genderasymmetrie in der deutschen Phraseologie. *Moderne Germanistik auf der Suche nach einer neuen Identität: interdisziplinär, interkulturel, international*: матеріали XXVI Міжнар. наук.-практ. конф. Асоціації українських германістів, м. Івано-Франківськ, 27–28 верес. 2019 р. Івано-Франківськ: Вид. Кушнір Г. М., 2019. С. 73–75.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	17
ВСТУП	18
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ	26
1.1. Гендерні дослідження фразеології в лінгвістиці.....	26
1.1.1. Парадигма інтерпретації <i>гендеру</i> в наукових студіях.....	27
1.1.2. Гендерний аспект у фразеології.....	33
1.2. Гендерно марковані фразеологізми в сучасній німецькій мові.....	47
1.2.1. Поняття <i>гендерно маркованої фразеологічної одиниці</i>	48
1.2.2. Властивості гендерно маркованих фразеологічних одиниць.....	53
1.2.3. Класифікації гендерно маркованих фразеологічних одиниць.....	57
1.3. Алгоритм дослідження гендерно маркованих фразеологізмів у сучасній німецькій мові.....	68
Висновки до розділу 1.....	77
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ	81
2.1. Інтралінгвальні характеристики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови.....	81
2.1.1. Гендерна асиметрія у фразеології.....	81
2.1.2. Гендерна симетрія у фразеології: маскулінність, фемінінність.....	88
2.1.3. Постгендеризм та гендерна нейтральність у фразеології.....	97
2.1.4. Гендерна стереотипність у фразеології.....	103
2.2. Екстралінгвальні характеристики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови.....	108
2.2.1. Гендерно марковані антропометричні фразеологізми.....	109
2.2.2. Гендерно марковані фразеологізми на позначення родинних відносин.....	122
2.2.3. Антропоніми як компоненти гендерно маркованих фразеологічних одиниць.....	128

2.2.4. Позначення професій за допомогою гендерно маркованих фразеологічних одиниць.....	137
2.2.5. Компонент-зоонім у складі гендерно маркованих фразеологічних одиниць.....	140
Висновки до розділу 2.....	147
РОЗДІЛ 3. ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ: ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	150
3.1. Прагматичні властивості гендерно маркованих вигуківих фразеологізмів.....	151
3.2. Прагматизація лінгвокультурного образу статей у гендерно маркованих прислів'ях та приказках.....	157
3.3. Практична репрезентація симетричних гендерно маркованих фразеологізмів у публіцистичних текстах.....	165
3.4. Специфіка вживання гендерно маркованих фразеологізмів та okazіональних фразеологічних новотворів у художніх текстах.....	179
Висновки до розділу 3.....	195
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	197
СПИСОК НАУКОВИХ ДЖЕРЕЛ.....	204
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	232
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	233
ДОДАТКИ.....	235
ДОДАТОК А. СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ	235
ДОДАТОК Б. КОРПУС ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....	237

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ФО – фразеологічна одиниця

ЛО – лексична одиниця

ГМФ – гендерно маркований фразеологізм

ОФН – okazіональний фразеологічний новотвір

ВСТУП

Фразеологізми є трансляторами мовних, культурних та суспільних змін. У них акумулюються народна мудрість, досвід поколінь, а також погляди на чоловіка й жінку. Вагомий внесок у розвиток фразеології як науки зробили Н. Амосова [2], В. Архангельський [8], Я. Баран [11], Г. Бургер [176–177], В. Виноградов [21], В. Гаврись [25], М. Гамзюк [28; 29], Г. Гізатова [33], С. Денисенко [45], Д. Добровольський [47], М. Зимомря [11], О. Зубач [59], М. Ковшова [73], К. Мізін [106–107], В. Мокієнко [109], О. Молотков [110], К. Пальм [256], К. Пільц [259], О. Пророченко [298], Л. Скрипник [142], В. Телія [147], В. Ужченко [154–155], В. Фляйшер [202], М. Шанський [165], І. Чернишова [163] та ін.

Фразеологія й гендерні дослідження відображають особливості сприйняття середовища членами соціуму в лінгвокультурному просторі задля прагматизації міжкультурної комунікації. Фразеологія обґрунтовує виникнення гендерно маркованих фразеологізмів унаслідок позамовних чинників, структурно-семантичних зрушень та прагматичної динаміки їх уживання. Питання гендеру у фразеології розглядають у наукових розвідках Н. Ареф'єва [4], О. Арсенть'єва [5], У. Билиця [14], Д. Гамулець [30], Д. Добровольський і Е. Пірайнен [189], У. Захарова [56; 297], І. Зикова [60], Ю. Капак [230], І. Коломийська [74], З. Мацюк [102], О. Мороз [111], Н. Павленко [118], І. Пахолюк [122], О. Першай [125], А. Пруднікова [131], О. Селіванова [140], Л. Топчий [152] та ін.

У контексті гендерної лінгвістики розкрито поняття статі, як біологічної, так і соціальної, мовні засоби вираження чоловічого й жіночого начал, статево зумовлені особливості використання мови, явище мовного сексизму, феміністичні погляди тощо. Статеву приналежність особи потрактовано як суттєвий чинник впливу на всі сфери її життєдіяльності, що маркує мовленнєву поведінку. Попри значну кількість робіт стосовно гендерних досліджень у лексиці та фразеології (О. Горошко [36–40], Є. Земська [57], О. Єсперсен [52], А. Кириліна [65], М. Китайгородська й Н. Розанова [68], О. Ластовкіна [82], Р. Лейкоф [241], Ю. Маслова [99], А. Мартинюк [95–96], Л. Пуш [261–262], Р. Столер [277], С. Трьоммель-Пльотц [285] та ін.), вивчення лінгвокультурних особливостей

гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови в комплексі з їхнім прагматичним потенціалом залишається певною мірою поза увагою вчених. Окрім того, гендер у фразеології розглядаємо і в межах мови як системи «чистих» відносин, і в межах мовлення. Більше того, оскільки науковці критикують так звану «чисту» лінгвістику й наголошують на мультидисциплінарності сучасної науки [15, с. 4], лінгвокультурний аспект гендерно маркованих фразеологізмів займає чільне місце в нашій науковій праці. Такий підхід сприяє комплексному аналізу гендерного аспекту в німецькій лінгвокультурі.

Актуальність роботи відповідає тенденціям сучасної лінгвістичної науки, які націлені на дослідження мовних явищ з урахуванням їхніх антропологічних, культурних та прагматичних складників. Комплексний аналіз лінгвокультурних та прагматичних аспектів гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови ще не був здійснений, що зумовлює актуальність пропонованого дослідження. Окрім того, визначенням інтра- та екстралінгвальних рис гендерно маркованих фразеологізмів сприяє визначенню особливостей мовного відображення німецького світобачення в гендерному вимірі, що є неабияким внеском у розвиток ефективної міжкультурної комунікації, яка займає чільне місце в сучасних глобалізаційних процесах.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано в межах досліджень, які проводить кафедра німецької філології факультету іноземної філології Волинського національного університету імені Лесі Українки «Семантико-прагматичні характеристики різних жанрів та дискурсів у сучасних германських мовах». Тему дисертаційної праці затверджено на засіданні вченої ради Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 17 від 29.11.2017 р.).

Мета дослідження – розкриття лінгвокультурних та прагматичних рис гендерно маркованих фразеологізмів.

Поставлена мета передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) дослідити теоретичні засади вивчення гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови, на основі яких ґрунтуються підходи до їх трактування й класифікації;
- 2) розкрити інтралінгвальні й екстралінгвальні властивості формування семантики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови з огляду на лінгвокультурний аспект;
- 3) виявити прагматичний потенціал гендерно маркованих фразеологізмів у комунікативному акті;
- 4) дослідити практичну репрезентацію гендерно симетричних фразеологізмів у публіцистичних текстах;
- 5) визначити прагматичні властивості гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови в художній літературі.

Об'єктом дослідження є гендерно марковані фразеологічні одиниці сучасної німецької мови.

Предметом аналізу слугують структурні, семантичні, прагматичні та лінгвокультурні особливості гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови.

У процесі дослідження використано такі **методи**: *метод лінгвістичного опису та спостереження* (для інвентаризації й систематизації, класифікації та інтерпретації фактів і явищ), *метод словникових дефініцій* (для визначення семної структури мовних одиниць та виявлення змістового мінімуму концепту фемінінності й маскулінності), *метод компонентного аналізу* (з метою визначення детальної семантичної структури гендерно маркованих фразеологізмів), *контекстологічний метод* (для вивчення гендерно маркованих фразеологізмів в умовах їх уживання в реченні тощо), *метод кореляції мовних та позамовних явищ* (застосовано задля виявлення взаємозв'язку й взаємозумовленості соціальної сфери життя носіїв мови і її відображення в семантичній структурі досліджуваних мовних елементів), *лінгвокультурологічний аналіз* (застосовано, щоб розкрити здатність ФО відображати сучасну культурну самосвідомість народу, яка є основою його ментальності), *метод кількісного контент-аналізу* (для підрахунків

частотності гендерно симетричних фразеологізмів у публіцистичних текстах із подальшим складанням таблиці досліджуваного матеріалу з метою визначення рівня гендерної чутливості німецької мови), *корпуснобазовані та корпуснокеровані методи* (для відстеження великих за обсягом текстів і вилучення з них релевантного матеріалу для дослідження) та ін.

Джерельну базу дослідження становить корпус із 828 гендерно маркованих фразеологізмів, котрий сформовано на основі фразеологічних словників німецької мови: Lexikon der Redensarten/Hrsg. von K. Müller [311]; Schemann H. Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext [315]; Duden. Das große Buch der Zitate und Redewendungen [305]; Німецько-український фразеологічний словник/уклад. В. Гавриць, О. Пророченко [299]; Küpper H. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache [310]; Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Band 1–5 [314]; словників фразеологізмів онлайн: www.redensarten-index.de [312], <https://www.oldphras.net/web/> [313] та ін.; художніх творів сучасних німецьких авторів У. Тімма [323–326] та Г. Лінд [318–322] та корпусу німецької мови DWDS (у тому числі корпусу газети «Zeit») [317].

Наукова новизна результатів дослідження полягає в тому, що в дисертаційній роботі вперше:

- 1) здійснено комплексний аналіз лінгвокультурної специфіки гендерно маркованих фразеологічних одиниць сучасної німецької мови;
- 2) окреслено алгоритм дослідження гендерно маркованих фразеологічних одиниць;
- 3) розкрито прагматичні властивості гендерно маркованих фразеологізмів у публіцистиці та художній літературі;
- 4) досліджено інтра- та екстралінгвальні властивості гендерно маркованих фразеологічних одиниць у сучасній німецькій мові;
- 5) сформувано корпус гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що гендерно марковані фразеологізми сучасної німецької мови відображають національно-культурну специфіку поглядів

нації крізь призму їхніх лінгвокультурних рис; мають високий прагматичний потенціал, що виражається в частоті їх уживання в художніх та публіцистичних текстах для характеристики осіб чоловічої й жіночої статей; транслюють гендерні стереотипи, що панують у суспільстві; піддаються певним трансформаціям, залежно від зміни поглядів на роль жінки й чоловіка в суспільстві.

Положення, що **виносяться на захист**:

1. Гендерно марковані фразеологічні одиниці – це фразеологізми, що мають семи та/або гендерно маркований компонент, які експліцитно чи імпліцитно вказують на приналежність до певної статі. Гендерно марковані фразеологізми можуть мати гендерно маркований план змісту та/або вираження, що й зумовлює підходи до їхніх семантичної та структурної класифікацій.
2. Лінгвокультурна специфіка гендерно маркованих фразеологічних одиниць сучасної німецької мови визначається національно-культурною специфікою поглядів німецького соціуму на поняття гендеру та засоби його відображення у фразеології сучасної німецької мови. Гендерно марковані фразеологізми сучасної німецької мови віддзеркалюють національно-культурну специфіку своєї семантики через інтра- й екстралінгвальні властивості. Інтралінгвальні властивості гендерно маркованих фразеологізмів експлікуються в проявах гендерної симетрії/асиметрії та нівелюванні гендерної ознаки. Екстралінгвальні властивості відображають специфіку сприйняття гендеру в німецькій мовній й позамовній дійсності.
3. Гендерно марковані фразеологізми сучасної німецької широко вживаються в художніх та публіцистичних текстах для характеристики осіб чоловічої й жіночої статей. Лінгвокультурна специфіка досліджуваних одиниць й частота їхнього уживання залежать від статі автора, тематики твору та його приналежності до певного стилю.
4. Лінгвокультурні й прагматичні аспекти гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови демонструють специфіку гендерних стереотипів, котрі панують у німецькомовному суспільстві. Гендерно марковані

фразеологізми не лише акумулюють, а й транслюють основні гендерні стереотипи. Гендерна стереотипність у фразеології виявляється в особливостях професійної діяльності, ролях, зовнішності та характеристиках статей.

5. Для німецької мови характерні гендерно марковані вигуківі фразеологізми, що містять у своєму компонентному складі маскулінні структурні гендерні маркери. Такі фразеологічні одиниці мають обмежені ситуації вживання, не семантизують явища або процеси, а прагматизують емоції здивування, страху або ж слугують звертанням до осіб чоловічої статі.

Теоретичне значення дисертації визначається тим, що вона є певним внеском у дослідження сучасної лінгвістики. Отримані результати сприятимуть розв'язанню низки актуальних питань із фразеології та лінгвокультурології, лінгвістики загалом.

Практична цінність дослідження полягає в можливості використання його результатів у курсах і спецкурсах із лексикології, стилістики, лінгвокраїнознавства, лінгвокультурології, психолінгвістики та соціолінгвістики, прагмалінгвістики, гендерної лінгвістики.

Апробацію теоретичних положень і результатів дисертації здійснено на дев'яти наукових і науково-практичних конференціях, семінарах та круглих столах, у тому числі:

- **4 міжнародних, проведених в Україні:** «Пріоритети романського і германського мовознавства» (Луцьк–Світязь, 8–10 червня 2018 р.); «Moderne Germanistik auf der Suche nach einer neuen Identität: interdisziplinär, interkulturel, international» (Івано-Франківськ, 27–28 вересня 2019 року); «Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку» (Одеса, 24–25 січня 2020 року); VI Міжнародна науково-практична конференція студентів і аспірантів «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 14–15 травня 2012 року);

- **3 всеукраїнських наукових конференціях:** «Філологія та лінгвістика у сучасному світі» (м. Запоріжжя, 24–25 серпня 2018 року); Колоквіум молодих

германістів (Львів, 24–26 квітня 2017 року); IV Науково-практичний семінар «Applied Linguistics Today: Computer-assisted Language Teaching and Learning» (Луцьк, 16 травня 2018 року);

- **2 зарубіжних міжнародних конференціях:** International Multidisciplinary Conference «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland» (Wolomin, Republik of Poland, 19–20 October 2018); International Scientific and Practical Conference «World Science» (Abu-Dhabi, UAE, December 27–28, 2016).

Публікації. Основні теоретичні положення й результати дисертаційного дослідження відображено в 13 публікаціях здобувача (одна з них – у співавторстві), у тому числі: 6 статтях, з яких 4 – у фахових виданнях України, 1 – у закордонному академічному виданні, 2 статті – у виданнях, які не внесено до списку фахових, а також у 6 тезах доповідей на наукових конференціях.

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна праця складається зі вступу, трьох розділів із висновками до них, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 274 сторінки, основний текст – 234 сторінки. Бібліографія нараховує 327 джерел, із них 297 – праці вітчизняних і зарубіжних авторів (131 – іноземними мовами), 30 позицій – джерела лексикографічного та ілюстративного матеріалу.

У вступі обґрунтовано вибір теми, її актуальність, сформульовано мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, описано методи дослідження, його теоретичне та практичне значення, висвітлено наукову новизну, сформульовано гіпотезу дослідження, а також подано інформацію про апробацію результатів дисертації.

У першому розділі окреслено теоретичні засади дослідження; розкрито підходи до трактування гендеру в лінгвістиці; з'ясовано місце фразеології в гендерній лінгвістиці; витлумачено поняття гендерно маркованої фразеологічної одиниці; визначено властивості гендерно маркованих фразеологізмів та підходи до їх класифікації; окреслено алгоритм дослідження й відбору матеріалу для дослідження.

У **другому розділі** докладно висвітлено лінгвокультурну специфіку гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови; розкрито гендерну асиметричність і симетричність у фразеології; проаналізовано особливості відображення гендерних стереотипів у фразеологічних одиницях; окреслено шляхи нейтралізації гендерної у фразеології; досліджено основні структурні гендерні маркери, що слугують для творення образів чоловіка та жінки в німецькій лінгвокультурі.

У **третьому розділі** досліджено прагматичні властивості гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови; розкрито прагматичний потенціал гендерно маркованих прислів'їв і приказок, вигуківих фразеологізмів; проаналізовано практичну реалізацію гендерної симетрії у публіцистичному дискурсі; розкрито специфіку вживання гендерно маркованих фразеологізмів та фразеологічних новотворів у художніх текстах.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Сучасна наука все більше схильна до вивчення мови у взаємозв'язку з людиною. Вектор сучасної лінгвістики спрямований на дослідження «людського фактора» в мові, що свідчить про важливе зрушення, яке в ній намітилося, – перехід від лінгвістики з її установкою розглядати мову «в собі самій і для себе» до лінгвістики антропологічної, яка вивчає мову в тісному зв'язку з людиною [83]. Складна природа когнітивно-мовних відносин відображається в концепції понятійних категорій у класиків лінгвістичної науки І. Бодуена де Куртене [169], О. Пешковського [128], О. Есперсена [52; 228], Ф. де Сосюра [269] та ін.

Фразеологія й гендерні дослідження яскраво ілюструють антропоцентризм сучасної лінгвістики: фразеологія, що розглядає сталі мовні сполучення, обґрунтовує їх виникнення різноманітними суб'єктивними факторами кожного окремого народу. У контексті вивчення фразеологізмів, ми говоримо про їх психолінгвістичний, культурологічний, лінгвокультурний, соціологічний, народознавчий, гендерний, когнітивний складники.

У парадигмі гендерної лінгвістики розкрито поняття статі, як біологічної, так і соціальної. Щодо фразеології мовні засоби вираження чоловічого й жіночого статево обумовлені особливостями використання мови, явищами мовного сексизму та фемінізму. Однак спільним для гендерної лінгвістики й фразеології є безпосередній зв'язок із людиною та культурою.

1.1. Гендерні дослідження фразеології в лінгвістиці

Гендерні дослідження фразеології в лінгвістиці, ґрунтуючись на тлумаченні гендеру з огляду на понятійний апарат мовознавства, фокусуються, передусім, на розкритті сутності фемінінності та маскулінності крізь призму фразеологічних одиниць. Окрім того, велику увагу приділено вивченню гендерних стереотипів, що, власне, й акумулюють основні уявлення про статі в мовній картині світу народу.

Особливості, частотність використання фразеологізмів чоловіками та жінками теж перебувають у полі зору науковців.

1.1.1. Парадигма інтерпретації *гендеру* в наукових студіях

Кінець ХХ ст. ознаменувався змінами в різних сферах людського життя, зокрема й переосмисленням такого поняття, як *гендер*. Термін *гендер* спочатку застосовувався для опису природних, біологічних ознак, маючи на увазі те, що розуміємо зараз як стать. Це був натуралістичний підхід, котрий виражав бінарність статі – чоловік/жінка. У такому бінарному сприйнятті гендер трактувався як такий, що є біологічно детермінованим та виражається в чоловічому чи жіночому тілі [264, с. 4].

Поняття *гендер* походить з англійської мови та означає граматичний рід – чоловічий, жіночий, середній. Згодом це поняття почало вказувати на соціальні характеристики статі з властивими їй характеристиками способу життя, поведінки, намірів і прагнень [133, с. 8]. У сучасному розумінні, гендер стосується не лише чоловіків та жінок як окремих індивідів, а й характеризує відносини між ними як соціально-демографічними групами й гендерні відносини загалом.

Гендерні наукові дебати беруть свій початок у США в контексті феміністичних рухів у 70-х рр. ХХ ст. Спочатку граматична категорія роду набуває все більшого поширення та стає ключовим терміном у громадському й науковому дискурсах. Низка публікацій із цієї проблеми в США підтвердили важливість гендеру в сучасному науковому просторі та слугують своєрідним вступом у гендерні дослідження [206, с. 52].

У книзі М. Р. Волш «Women, Men, & Gender. Ongoing Debates» [206, с. 52–53] представлено вісім тематичних блоків, у яких розкрито поляризовані погляди на релевантність гендерних досліджень: «Fundamental Questions», «Power and Influence Strategies», «Sexuality», «Violence», «Knowing and Learning», «The Workplace», «Psychotherapy», «Social Change». На їх основі сформульовано 18 запитань, які стосуються пріоритетів дослідження, біологічної зумовленості статей,

проблем расового й ін. різноманіття, стилів мовлення, особливостей невербальної поведінки, стратегій переговорів, ставлення до порнографії, статевої орієнтації, домашнього насильства, зґвалтувань, шляхів пізнання, здібностей і лідерства, дискримінації, діагностування відхилень, поведінки чоловіків та жінок тощо.

Іншим шляхом іде К. Гоулд у праці «Gender-Reader» [210], що з'явилася в збірнику «Key Concept in Critical Theory». К. Гоулд уклала ґрунтовну хрестоматію, у котрій концептуалізовано взаємозв'язки статі й гендеру на основі класичних текстів таких науковців, як С. де Бовуар [16], Л. Ірігаре [61], Ю. Батлер [179] та ін. Хрестоматія розділена на сім великих частин, заголовки яких експлікують, крізь соціальне конструювання гендеру, його філософію й функцію ідентичності:

1. Соціальне конструювання гендеру.
2. Гендер, утиск та статева ідентичність.
3. Сім'я, клас, раса й культура.
4. Гендер, наука та філософія.
5. Етика та відмінність.
6. Гендер у демократії й політиці.
7. Закон і відмінність.

До хрестоматії К. Гоулд відібрала, передусім, ті роботи, що виходять «з соціального конструювання гендеру». У питанні «Рівність чи відмінність?» науковець займає позицію відмінності та виступає проти універсальної співвіднесеності людини з чоловіком, а на практиці провокує утиски жінки. Очевидний також практичний погляд К. Гоулд у гендерному питанні. У останніх трьох частинах («Етика та відмінність»; «Гендер у демократії й політиці»; «Закон і відмінність») К. Гоулд презентує тексти, котрі етично, політично та юридично відображають ці відмінності.

Більш на академічний дискурс, ніж на політичну практику орієнтована праця «Speaking of Gender» Е. Шоволтер [270]. У цій роботі, яка поєднує в собі 14 праць відомих літературознавців, розкрито значення гендеру в літературі, мистецтві та культурі. Трактуючи гендер, Е. Шоволтер розглядає його на різних рівнях, зокрема і як граматичну категорію роду. Поряд із граматичним тлумаченням гендеру його

сутність розкрито і на соціальному, і на культурному та психологічному рівнях, які набули особливої вагомості в контексті феміністичного дискурсу в 70–80-х рр. у США. Згодом розуміння гендеру починає включати й поняття маскулінності.

Важливий внесок у розвиток гендерної дискусії не лише в США, а й у Німеччині зробила праця Дж. Батлер «Gender Trouble» [179]. У ній розкрито так звану перформативну природу гендеру: він не є вродженим, а формується в процесі соціалізації. Навіть більшість біологічних розбіжностей між чоловіком і жінкою вчена вважає соціально сконструйованими. Приналежність до певної біологічної статі імплікує певні форми поведінки, цінності тощо, які цій статі приписує суспільство. Навіть форми виховання дівчаток та хлопчиків продиктовані суспільством та відповідними статевими стереотипами.

Отже, гендер можемо визначити як «змодельовану суспільством та підтримувану соціальними інститутами систему цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі» [1, с. 11].

Із наведеного вище визначення очевидний той факт, що *гендер* відрізняється від поняття *стать*, тобто як здатність або нездатність виношувати й народжувати дітей. Біологічна стать виражає природні, біологічно задані відмінності між чоловіком і жінкою. Якщо стать задається природно, то гендер конструюється соціально та зумовлений культурою суспільства в конкретний історичний період. Н.-К. Мат'їо, антропологістка, яка займалася питаннями феміністичної лінгвістики, висловила думку про існування трьох парадигм концептуалізації гендерно-статевих відносин [250]. Перша парадигма називається гомологічною («homology»): гендер трактується як стать у суспільстві. Особа опановує «жіночі» та «чоловічі» моделі поведінки залежно від своєї біологічної статі. Згідно з цією парадигмою, гендер розглядається як утілення біологічної статі в соціальній поведінці.

Друга парадигма – аналогія («analogy»): гендер символізує стать. Гендерна ідентифікація ґрунтується на колективному соціальному досвіді про спосіб життя як члена групи «чоловіків» або «жінок». Особи відіграють певні гендерні ролі, які відповідають очікуванням суспільства. Ці очікування та ролі можуть змінюватися, навіть якщо не відбувається жодних змін у біологічній статі.

Третя парадигма Н.-К. Мат'їо – гетерогенітет («heterogeneity»): стать та гендер абсолютно різні поняття. Між ними не існує ні гомологічних, ні аналогічних відносин. Не слід розглядати світ як такий, що «природно» розділений на дві статі. Цей поділ – явище історичне, яке ґрунтується на домінуванні однієї групи над іншою. У такій парадигмі гендер формує стать, а не навпаки.

Гендер характеризує осіб і жіночої, і чоловічої статі, будучи продуктом соціалізації. У рамках гендерних досліджень феномен статі (гендеру) так само зводиться до того, що стать не є біологічно детермінованою, а визначається як соціально-культурний конструкт [49]. Сам процес конструювання гендеру дефініціюється як «doing gender». Термін уведено в науковий обіг К. Вестом та Д. Ціммерманом [291]. *Doing gender* означає процес перманентного, безперешкодного, інтерактивного обміну, взаємодії, пристосування в межах бінарного статевого поділу суспільства на чоловіків і жінок та втілення відповідних статевоїх ролей. Їх вираження відбувається через мову, дії, манери, стиль одягу, сприйняття самого себе й ставлення до інших. Ідея полягає в тому, що люди не мають статі, а самі її формують [186]. Процес конструювання гендеру спирається на стереотипи та кліше, які панують у суспільстві. Слідування їм дає нам змогу віднести себе до однієї зі статевоїх груп. Фактично поняття *doing gender* перегукується з позицією Дж. Батлер про перформативну природу гендеру.

Наведені вище факти є підставою, аби стверджувати, що гендер – досить складне поняття, а відтак у науковій літературі воно вживається в кількох значеннях [1, с. 12]:

- гендер як соціально-рольовий і культурний погляд на риси особистості та моделі поведінки статей, на відміну від їх біологічного трактування. У цьому

аспекті ґрунтуємося на гендерних стереотипах, які, зазвичай, і визначають прийнятні поведінкові моделі статей [296; 185; 191];

- гендер як процес соціалізації осіб, котрі народилися в біологічних категоріях жіночої або чоловічої статей. Тут акцентовано увагу на особливостях формування гендерної ідентичності дитини [26; 97; 166];

- гендер як політика рівних прав і можливостей осіб різних статей, а також розробка шляхів щодо їх реалізації. У цьому аспекті увагу дослідників зосереджено на шляхах формування гендерно чутливого суспільства, у якому кожна стать має рівні шанси самовираження та самореалізації [148; 116; 44].

Гендер вивчається в системі наукових гендерних розвідок. Гендерні дослідження – «напрямок наукової діяльності, що орієнтований на вивчення місця, ролі, активності, волевиявлення й самореалізації чоловіків і жінок у змінних історичних умовах соціального життя певної епохи» [1, с. 12]. Результатом гендерних розвідок є створення сучасної гендерної теорії. Вона виникла як результат пошуку збалансованих відносин між статями. У тематичному просторі сучасних гендерних досліджень найчіткіше визначилися чотири напрями: гендер як засіб соціологічного аналізу [49; 153]; розуміння гендеру в рамках жіночих досліджень [182; 219]; гендер як культурологічна інтерпретація [235]; гендер як принцип практичного реконструювання сучасного суспільства.

Важливим є те, що гендерна теорія й гендерні дослідження вже не обмежуються бінарним трактуванням статі. У 90-х рр. у США формується так звана квір-теорія (з англ. *queer-theory*), суть якої перегукується з гендерною теорією загалом [40; 187]. У квір-теорії йдеться про те, що біологічна стать не визначає соціальної та сексуальної орієнтації. Квір, на відміну від гендерної теорії, уключає вивчення сексменшин: бісексуалів, лесбійок, гомосексуалістів, а також тематизує трансвестизм, трансгендерність, інтерсекс тощо. Д. Гальперін тлумачить поле досліджень квір досить широко: усі явища, що не вписуються в загальноприйнятну норму, котра панує в суспільстві [217]. Головна мета цієї теорії в тому, щоб знайти шляхи для руйнування суспільних ідеалів і норм у поглядах на стать та гендер. Вважається, що ці норми занадто жорсткі й не відображають реального стану справ

у соціумі, не враховують існування «інших» людей, їх ідентичності. Усе, що позначається терміном «квір» не може бути описане чи обмежене рамками сталих визначень [162, с. 64]. Квір – позначення для тих, кого суспільство трактує як соціально девіантних, хто відносить себе до маргінальної частини суспільства, бо не вписується в жодну традиційну соціальну групу. Фактично феміністична та квір-теорія покликані забезпечити основу для вивчення й розв’язання таких проблем.

Не обмежившись рамками гендерної, феміністичної та квір-теорії, гендер поширився на інші сфери життя людини. Будь-які наукові знання є результатом роботи людини, а отже, перебувають під впливом гендеру. Саме тому ХХ ст. ознаменувалося більш скрупульозним вивченням ролі фемінності й маскуліності в різних наукових галузях, зокрема й у лінгвістиці [151; 203; 205; 218; 234].

У межах структуралістського підходу розглядаємо, передусім, взаємозв’язок між статтю та граматичним родом [271; 226; 170]. Стать визначається як природний чи біологічний феномен. Рід слугує для поділу іменників на класи. При цьому число родів може варіюватися залежно від мови. Немає прямої залежності між цими двома категоріями. У німецькій мові, зокрема, розрізняють три роди: чоловічий, жіночий та середній. У термінології знаходимо натяк на біологічну стать. В англійській мові для позначення граматичного роду використовують поняття *гендер*, яке перетинається не лише з мовною категорією роду, біологічною статтю, але й уживається для позначення статі як соціального феномену.

Результати цих досліджень виявили наявність асиметрії у взаємозв’язках між статтю та граматичним родом. Генеративна форма іменників у багатьох мовах збігається з формою чоловічого роду, що свідчить про нерівні шанси чоловіків і жінок бути названими. Більше того, чоловіча форма постулюється як нормативна, у той час як жіноча є відхиленням від цієї норми. Виявлення цих мовних особливостей призвело до спроб їх подолання у мові й розробки шляхів рівноправного називання представників обох статей. Цей процес названо подоланням мовного сексизму. Поняття *сексизм* утворилося за аналогією до поняття *расизм* та означає дискримінацію певної групи людей за статевою ознакою.

В андроцентричному суспільстві ця дискримінація стосується осіб жіночої статі. Тобто практично сексизм – це приниження, придушення чи зневага по відношенню до жінок [204].

Окрім того, гендерний аспект яскраво представлений і в мовленнєвому акті [101; 172; 180; 193; 208; 209; 237; 281; 288; 292]. Предметом дослідження тут є особливості мовленнєвої поведінки чоловіків та жінок. Лексичні переваги й деякі інші особливості вживання мови залежно від статі того, хто говорить, мають умовну назву чоловічої та жіночої мови. Частіше розбіжності виявляються в лексиці, але можуть поширюватись і на інші явища. Зокрема, дослідження в цій самій галузі, проведені О. Горошко [37; 39], із враховуванням спеціальних параметрів, що включають певні характеристики мовлення: зв'язаність, динамізм, якісність, предметність, складність та інше, використовувані під час лінгвостатистичного аналізу тексту, виявило, що чоловічій писемній мові, порівнянні з жіночою, властиві певні особливості.

Отже, поняття гендеру багатогранне та охоплює всі сфери життєдіяльності людини. Гендер є невід'ємною частиною суспільного життя. Вивчення гендеру відбувається як у межах гендерної теорії, так і з опорою на інші дисципліни. Гендер є також об'єктом лінгвістичних досліджень та розглядається в межах мови як системи (граматична категорія роду) і як процесу (гендерні відмінності між мовою чоловіка та жінки).

1.1.2. Гендерний аспект у фразеології

У словнику «Brockhaus» фразеологію потрактовано як сукупність типових словосполучень, характерних висловів певної мови, а також як процес укладання збірок таких висловів [302, с. 135]. Фразеологізм розглянуто як сталий мовний вислів, загальне значення якого не впливає зі значень окремих компонентів, а містить певний ступінь переосмисленості. Мотиви такого переосмислення не завжди відомі. Компоненти фразеологізму є незмінними або частково змінними [302, с. 135].

У лексиконі з мовознавства фразеологія трактується як процес систематизації, опису, класифікації сукупності фразем певної мови. Залежно від теоретичного підґрунтя, яке ґрунтується на таких критеріях, як граматична структура, рухливість компонентів, сталість значення, походження тощо, виділяються різні підходи до класифікації [303, с. 532].

У словнику використано термін *фразема (Phrasem)*, однак наведено ще цілий понятійний ряд: *festes Syntagma, Idiom, idiomatische Wendung, Makrosemem, Phraseologismus, Redewendung*. Фразему визначено як «стале, багатоконпонентне словосполучення чи лексичну єдність, якій властиві такі ознаки» [303, с. 530]. У цьому словнику, з опорою на дослідження С. Кіспаль, указано ознаки фразеологізму:

А) загальне значення ФО не впливає зі значень окремих компонентів;
 Б) заміщення окремих компонентів не веде до систематичної зміни значення;
 В) за буквального прочитання ФО виникає нефразеологічне сполучення, якому невластиві ознаки А) і Б), хоча між фразеологічним і буквальним значенням часто простежуємо певний взаємозв'язок [303, с. 530]. У разі відокремлення фразеологічних сполучень від нефразеологічних і тим самим визначення предмету дослідження цієї дисципліни виникають труднощі, які пов'язані з вибором критерію, котрий покладено в основу поділу. Спираючись на неоднорідність фразеологічних сполучень, С. Ожегов [114] розглядає фразеологію у «вузькому» та «широкому» сенсі. Однак таку диференціацію спочатку трактували як ненаукову. До складу фразеологізмів зараховують усі мовні єдності, якщо за якісними показниками їх можна визначити як фразеологічну одиницю. Поділу за категоріальною сутністю робити не слід [110]. Якщо як основну ознаку фразеологізму брати ідіоматичність, як це робить О. Смирницький [143], то доведеться вилучити з фразеологічного складу мови значну частину сталих словосполучень. Однак поняття ідіоматичності не має чіткого й однозначного трактування. Існувала думка, що словосполучення, яке не піддається буквальному трактуванню, потрібно вважати ідіоматичним [75, с. 154]. Ідіоматичність полягає у нестачі мотивації з погляду тих, для кого ця мова є рідною [75, с. 155]. Однак існує

декілька підходів до трактування цього поняття. Так, можна тлумачити його, ґрунтуючись на ідеях традиційного та когнітивного підходів до ідіоматики [72], уживати в широкому й вузькому розумінні. У «вузькому» розумінні, ідіома – стала, семантична чи метафорична одиниця, значення якої не впливає зі значення її компонентів. У «широкому» розумінні – це термін для багатьох видів полілексемних одиниць, незалежно від того, чи вони є семантично немотивованими [113, с. 70]. Ч. Фернандо та Р. Флауелл визначають ідіому як «морфосинтаксичний феномен, ключовою властивістю якого є асиметрія між значенням та синтаксичною будовою» [199, с. 33].

Складність об'єктивного визначення критерію ідіоматичності призводить до того, що його замінюють іншими критеріями на кшталт цільності значення чи цілісності номінації: як номінативна одиниця фразеологізм є еквівалентним одному слову. Отже, цілісність номінації домінує над нормативною структурою словосполучення, яке зазвичай об'єднує декілька лексем [9]. Доповнюючи цю думку, О. Бабкін робить висновок, що ознаками фразеологізму є сталий склад його лексичних компонентів та втрата їхньої самостійної номінативної функції [10].

Слова, які виступають складовими частинами (компонентами) фразеологізму, що виключаються з лексично-семантичної парадигми й мають структурну функцію, яка відрізняє їх від окремого слова, розглядаються як єдності лексично-семантичної системи [147]. У цьому плані О. Молотков висловлює доволі радикальну думку: фразеологізм не ідентифікується ні з окремим словом, ні зі словосполученням, а є новою єдністю з лексичним значенням, багатоконпонентною структурою та відповідними граматичними категоріями. Фразеологічні конструкції-речення не беруться ним до уваги взагалі [110].

Важливим критерієм для визначення суті фразеологічної одиниці є контекстологічний метод Н. Амосової. За Н. Амосовою, єдності зі сталим контекстом розуміємо як такі, що мають «нетиповий» характер значення принаймні одного лексичного компонента; це означає, що цей лексичний компонент має це значення лише у сполученні з певними конкретними одиницями [2].

М. Тагієв розвинув так званий дистрибутивний метод. Словосполучення потрібно вважати фразеологічним, якщо воно має оточення, що не визначається валентністю компонентів. Фразеологізм як ядро та елементи, що його супроводжують, разом утворюють структуру [145]. Р. Екерт розрізняє «лексичну цілісність» і «фразеологічну цілісність», яка розуміється як здатність фразеологізму поєднуватися з іншими елементами в реченні [196]. В. Архангельський спирається у своєму дослідженні на метод варіативності, котрий стосується чотирьох мовних рівнів: лексичного, семантичного, синтаксичного та морфологічного. Фразеологізми – це автономні структури, утворені сталими елементами цих чотирьох рівнів. Отже, виникає особливий фразеологічний рівень, що замикає ієрархію мовних єдностей [8]. Поняття фразеологічного рівня використовується також О. Куніним. На його думку, неможливість моделювання фразеологізмів спричиняється нетиповим характером їхнього значення [81]. Він розкриває метод фразеологічної ідентифікації на основі формальних індикаторів стабільності та особливої будови фразеологізмів з огляду на переосмислення лексичних компонентів і взаємозв'язків між окремими складовими частинами та цілим сполученням. Погляди О. Куніна ведуть до широкого тлумачення поняття предмету фразеології. Він намагається детальніше розкрити поняття стабільності й розрізняє сталість у вживанні (як єдність мови); структурно-семантичну стабільність (відсутність моделей); морфологічну сталість (не повна парадигма компонентів речення); синтаксична сталість (незначна рухливість компонентів); сталість значення та лексичного складу (обмежена синонімія).

Що стосується вивчення саме німецької фразеології, то остання спирається на досягнення радянських науковців й розглядається в контексті лексикології. Перше самостійне дослідження німецької фразеології здійснила І. Чернишова [163]. Зокрема, вона розрізняє фразеологічні єдності (із переосмисленням значення принаймні одного компонента) та сталі словосполучення нефразеологічного характеру (без переосмислення компонентів). До фразеологічних єдностей І. Чернишова відносить фразеологічні вислови

(предикативні конструкції) і фразеологічні сполучення (передусім іменникові фразеологізми). Структурно особливими групами вчена визначає компаративні фразеологізми та словопари. Серед нефразеологічних сталих сполучень вона розрізняє лексичні єдності, фразеологічні утворення й модельовані утворення тощо. Окрім наведених типів фразеологічних одиниць, І. Чернишова виокремлює й інші, що вчергове доводить складність дефініції фразеологізму та їх класифікації.

Перші ґрунтовні дослідження стосуються вивчення предмету фразеології й способів класифікації фразеологізмів (роботи У. Фікс [201] та А. Роткегель [266]). У. Фікс під час визначення поняття фразеологічної одиниці спирається на поведінку словосполучення в реченні: фразеологічне значення пов'язане з певним лексичним наповненням синтаксичної структури. А. Роткегель теж здійснює спробу структурного опису та класифікації фразеологізмів, яка спирається в основному на фразеологічні частини мови. Учена визначає, який елемент (іменник, прикметник, прислівник, дієслово тощо) домінує у фразеологічній одиниці. Проте ніхто з них не розглядає цілі речення з фразеологічним значенням і неідіоматичні словосполучення.

Уявлення про фразеологію Г. Бургера відрізняються від досліджень У. Фікс та А. Роткегель. Г. Бургер [176–177] визначає фразеологічним таке сполучення двох або більше слів, коли, по-перше, вони на основі їх семантичного й синтаксичного злиття утворюють не повністю зрозумілу єдність і, по-друге, уживаються в мові подібно до звичайних лексем. Причому обидва критерії перебувають у такому відношенні: якщо перший пункт реалізується, тоді справедливий і другий, але не навпаки [177, с. 2]. Базові терміни, котрі використовує Бургер, – *Phraseologismus*, *feste Wortverbindung* і *phraseologische Wortverbindung* – фразеологізм, стале словосполучення та фразеологічне словосполучення відповідно [177]. Причому перші два терміни розглянуто в контексті фразеології у вузькому сенсі, а третій – у ширшому. Лексичні складові частини фразеологізму він визначає як компоненти, а лінгвістичну науку, що займається вивченням сталих словосполучень, – як фразеологію. Потрібно відзначити, що вищенаведеними термінами поняття ФО в німецькій лінгвістиці не

обмежується. Для означення деяких висловлювань використовується поняття *Redensart*, яке Г. Бургер не трактує як науковий термін, оскільки воно охоплює в розмовній мові дуже багато неоднорідних феноменів. Водночас поняття *Sprichwort* – прислів'я – є повноправним мовознавчим терміном [176, с. 12]. Фразеологізми, незважаючи на їхні спільні ознаки, мають чимало відмінностей [176, с. 12–15]:

- вони різні за структурою. Найменша ФО складається з двох компонентів, найдовша – навіть із десяти: *ein feines Aas – франт* [299, с. 11]; *Der Mensch denkt, der Gott lenkt – Людина планує, а Бог керує* [299, с. 51];

- вони мають різну синтаксичну функцію (та внутрішню структуру). ФО можуть виражатися цілим реченням, номінальною фразою тощо: *Also warst du doch pleite, du kleines Luder, und hast's mir verschwiegen* [317]. Так, *du kleines Luder* виступає в реченні звертанням і водночас характеристикою. А от наступний приклад є номінальною фразою: *So könnte ein Richter, ein eingefleischter Junggeselle und Weiberfeind, dieselben Verkehrsvergehen bei Frauen schärfer bestrafen als bei Männern* [317];

- морфологічно ФО теж різняться: одні – відмінювані, інші завжди вживаються в тій самій формі. Так, прислів'я та приказки зберігають свою морфологічну оформленість, оскільки є еквівалентними реченню, яке без змін відтворюється в мовленнєвому акті: *Besser heiraten als flirten – Краще женитись, ніж волочитись* [299, с. 320]. Однак більшість фразеологізмів, зокрема й гендерно маркованих, є відмінюваними, бо структурно вони співвідносяться зі словосполученням, а тому узгоджуються з іншими компонентами речення. Наприклад, початкова форма *der verlorene Sohn – блудний син* [312] у реченні синтаксично узгоджується з іншими членами: *Und nun die Ankunft – die Einfahrt durch das Tor, das Halten vor der Schloßbrücke, wo die ganze Familie versammelt war – nun, es ist ja schon aus der Bibel bekannt, wie die Rückkehr des verlorenen Sohnes gefeiert zu werden pflegt* [317];

- чимало фразеологізмів мають так звані унікальні компоненти, які вживаються лише в цій ФО. Так, у ФО *Meister Urian – чорт, дідько* [299, с. 275] компонент *Urian* уживається лише в цьому фразеологізмі;

- значення деяких висловів впливає зі значень їхніх компонентів, водночас є чимало ФО, загальне значення яких не впливає зі значень компонентів. Окрім того, розрізняються поняття прямого та переносного (фразеологічного) значень. Більшість фразеологізмів мають обидва типи значення. Так, ФО *Daniel in der Löwengrube* [305, с. 150] походить з Біблії та ілюструє історію Давида зі Старого Завіту. Як покарання за проступок його помістили в клітку з левами, але Бог захистив його. Пряме значення фразеологізму з часом набуло переносного та тепер використовується стосовно людей, які протистоять своїм ворогам;

- сталі словосполучення зазвичай характеризують осіб, предмети, обставини, світові процеси. Крізь призму гендерного маркування можна характеризувати не лише чоловіка чи жінку, але й інші явища: *120 kleine Mädchen – їхати зі швидкістю 120 км/год* [313]. *Kleine Mädchen* натякає на скорочення «км»;

- компонентний склад ФО може бути сталим або частково змінним. У ФО *mit den Augendeckeln klimpern – кокетувати* [312] компонент *Augendeckel* можна замінити на *Wimpern* без зміни семантичного значення звороту;

- деякі сталі словосполучення утворюються за певними зразками (рима, словопари тощо), інші мають довільну структуру. Так, ФО *arm wie Lasarus – бідний як церковна миша* [299, с. 13] та *frech wie Oskar – нахаба з нахаб* [299, с. 93] є компаративними фразеологізмами й мають однакову структуру;

- походження деяких ФО нам відоме, вони мають свого автора або джерело (крилаті вислови, цитати тощо), інші сталі словосполучення не зберегли до нашого часу таку інформацію. Наприклад, *Den Dank, Dame, begehrt ich nicht* [305, с. 150] уживається в жартівливому тоні для відхилення чиєїсь подяки. Цитата взята з балади Ф. Шіллера та належить головному героєві, який спускається в клітку з хижакми, щоб дістати рукавичку фрейліни Кунігунде, котру та спеціально впустила, щоб випробувати сміливість і почуття лицаря. Однак, діставши рукавичку, той відмовляється від подяки.

Роль фразеологізмів в тексті досліджує В. Коллер [236]. Зокрема, він розглядає публіцистичні тексти та робить спробу визначення ролі фразеологізму для передачі політичних висловлювань. В. Коллер розрізняє стилістичні й

прагматичні аспекти та розкриває текстоутворювальний потенціал фразеологічних одиниць.

Науково-історичне тлумачення розвитку фразеологічних досліджень дають Д. Хеллер [220], К. Даніелс [184] і К. Пільц [259]. Робота останнього вирізняється детальним дослідженням розвитку фразеології та містить розширений список бібліографічних джерел із теми.

К. Пальм визначає фразеологію як науку чи вчення про стійкі словосполучення мови, які в системі мови й реченні виконують функцію та набувають значення окремих слів (лексем) [256, с. 4]. Отже, учена вбачає у фразеологізмах засіб розширення словника, осмислення світу й найменування речей у людській мовленнєвій діяльності. Передусім, за допомогою фразеологізмів виражаються ментальні величини: емоції, ставлення, форми (негативні) поведінки. Фразеологія являє собою складову частину ментального лексикону. Звідси очевидно, що фразеологія – унікальне явище в кожній мові, що ґрунтується на досвіді, історичних умовах, стереотипах та цінностях кожної окремо взятої нації. К. Пальм, подібно до Г. Бургера, розглядає фразеологію у вузькому й широкому сенсі. Ідіоми, або фраземи, вона відносить до центральної групи фразеологічних єдностей і визначає їх як поєднання слів різної синтаксичної структури з більш чи менш вираженим переосмисленням компонентів. У широкому розумінні, К. Пальм називає такі феномени, які належать до фразеологізмів: прислів'я, веллеризми, запозичені фрази (зокрема з латині), крилаті вислови тощо.

В. Фляйшер у своїх працях спирається на термінологію К. Пільца [259] та колишніх радянських науковців. Фразеологія він визначає як, по-перше, мовознавчу дисципліну, що займається вивченням фразеологізмів, по-друге – як склад фразеологічних одиниць в окремо взятій мові. У першому випадку застосовують поняття фразеологічних досліджень, а в другому – фразеолексикону [202, с. 4].

Спроби чітко виокремити предмет фразеології все ще залишають відкритими два питання:

- про віднесення прислів'їв, крилатих висловів, термінологічних словосполучень і власних назв до складу фразеології;
- трактування неідіоматичних сталих словосполучень як фразеологічних одиниць.

Такими є класичні погляди на фразеологію як науку та фразеологічну одиницю як її предмет, які, власне, і сформували основи цього напрямку мовознавства. Однак сучасна інтегрована наука відкриває все новіші підходи до тлумачення певних понять, досліджуючи їх під різними кутами зору та застосовуючи більш нові методи дослідження. Саме в цьому контексті фразеологізми розглядаються в гендерній лінгвістиці. Науковці намагаються розкрити гендерний концепт, який знаходить вираження у фразеологічному складі кожної конкретної мови та, отже, варіюється, залежно від культури, котра цю мову породила.

У більшості робіт стосовно дослідження гендеру у фразеології розкрито гендерні стереотипи у фразеологічних одиницях на матеріалі різних мов: української (І. Гапеева [31–32], Н. Тернова [149]); порівняльної характеристики з опорою на декілька мов (О. Пономарьова [129], Ф. Тарасова та А. Кормільцева [282], М. Майнуш-Стаднік [249]); англійської мови (Г. Висоцька [22], Н. Павленко [118], Я. Павліщева [119]); іспанської мови (Р. Гутьєрес [216]). Зокрема, Я. Павліщева вивчає явище фразеології та її вплив на формування картини світу людини, а також трактує фразеологію як основне джерело стереотипних образів. Гендерний стереотип може мати як міжнаціональний, загальнолюдський характер, так і перебувати в межах конкретної нації, висловлювати особливості менталітету лише цієї культури в аспекті статі. На матеріалі англійських прислів'їв Я. Павліщева демонструє такі основні гендерні стереотипи, як андроцентризм, тенденція домінування чоловічого над жіночим, протиставлення жіночої хитрості й підступності чоловічій силі та прямоті, переважання жінки над чоловіком унаслідок хитрощів, загроза з боку жінки через її схильність до емоцій, а отже, страх чоловіка втратити контроль над своїм життям у цілому. Водночас у деяких фразеологізмах простежуємо тенденцію до нівелювання опозиційної подвійності

чоловіка та жінки. Фактично фразеологія приписує кожній статі певні стереотипи, які формувалися протягом усієї історії становлення й розвитку мови. Поширеними стереотипами є зображення чоловіків активними, серйозними, жінок – пасивними, імпульсивними, нераціональними. Незважаючи на те, що ці риси притаманні індивідуумам, а не конкретній статі загалом, такі стереотипи застосовуються досить часто стосовно чоловіків і жінок як демографічних груп [30].

Гендер створюється суспільством як соціальна модель жінки та чоловіка, що визначає їхні положення й поведінкові ролі. Гендерні системи відрізняються в різних суспільствах, однак у кожному з них вони асиметричні таким чином, що все чоловіче вважається первинним, а жіноче – вторинним, похідним. Як стверджує М. Сулаймонова, така сама ситуація і в системі німецької мови, зокрема у фразеології, де жінка представлена як представниця прекрасної половини людства, а чоловік – як сильна стать. Мова жінки теж відрізняється від чоловічої: чоловіки більшою мірою послуговуються ФО для характеристики жінок, а жінки – для характеристики протилежної статі. Щодо особливостей ФО, то серед тих, котрі характеризують слабку стать, 2/3 мають негативну конотацію. Окрім цього, граматичний рід не завжди виконує смислорозрізнявальну функцію: він не завжди збігається з біологічною статтю, а також може належати до одного з трьох граматичних родів й характеризувати осіб як жіночої, так і чоловічої статі [144].

Злам ХХ–ХХІ століття характеризується початком розвитку нової науки – лінгвокультурології [104–105; 190]. У лінгвістичних наукових колах стає зрозуміло, що за науковими концепціями, гіпотезами, категоріями, моделями зникає творець та носій мови – людина. Новий напрям у сучасному мовознавстві – лінгвокультурологія – розглядає мову у взаємозв'язку з нацією, котра є носієм як цієї мови, так і особливого типу культури й мислення; лінгвокогнітивний підхід до дослідження мовних і культурних явищ стає провідним; виникає лінгвістична антропологія; мова виступає як транслятор культурних цінностей; із погляду лінгвокультурології вивчають як цілісні тексти, так і окремі шари лексичного складу мови (зокрема фразеологізми). Увагу мовознавців зосереджено на дослідженні мовної картини світу, її характеру й структури, її співвідношення з

іншими картинами світу [86]. Загалом, палітра мовних картин світу, представлена в сучасних філологічних дослідженнях, надзвичайно різноманітна. «Крім власне мовної (або національної) та концептуальної, згадуються фольклорна й індивідуально-художня картина світу, індивідуально-мовна й поетична мовна картина світу, визначається їх зв'язок з національно-мовною картиною світу» [86, с. 4].

Мова та культура є двома ідентифікаційними характеристиками етносу. А фразеологізми виступають як знаки культурної ідентичності, які характерні для всіх мов. Фразеологічний склад мови – це той пласт лексики, у котрому лінгвокультурна спільнота визначає свою національну самобутність. У будь-якій мові вони мають свої особливі форми вираження. Саме фразеологізми найвиразніше розкривають характер етнічної спільноти, відображають культурну ідентичність його представників. Фразеологічні одиниці як «знаки мови», культури відображають та утворюють культурну самосвідомість етносів, формують фразеологічну картину світу [138; 159; 50]. Тому цілком логічно, що багато вчених звертаються до історії й етимології фразеологізмів як до цінного джерела [150; 126].

З огляду на це зростає інтерес науковців до лінгвокультурної специфіки ГМФ [56; 84; 156; 233; 263; 297]. Суть роботи У. Захароваї [56] полягає у виявленні мовної репрезентації культурного виміру «маскулінність/фемінінність». Матеріалом для її дослідження слугували фразеологічні одиниці англійської й російської мов, які в компонентному складі (структурний принцип) чи дефініції (семантичний принцип) містять компоненти на позначення статі, передають людину метафорично (через найменування тварин тощо).

ГМФ не лише відображають, а й акумулюють культурні цінності, бо мова є не лише засобом комунікації, але й має кумулятивну функцію, оскільки в ній накопичується колективний досвід. Завдяки цьому в мовних одиницях відображаються умови життєдіяльності етнічного колективу, його принципи, звичаї та традиції тощо. Тобто мовні одиниці є носіями етнокультурних реалій. Їхня семантика містить інформацію культурологічного характеру. Проте ця інформація

по-різному відображається в різних одиницях мови. Найбільш яскраво вона втілюється у фразеологізмах [30].

Питання гендеру у фразеології розкрито з огляду на семантику ГМФ. Зокрема, О. Першай [124] стверджує, що семантика фразеологізму відображає соціальну вагомість та значимість статі, а також розкриває можливості для їх здобуття. Щодо цього фразеологізм визначає можливості досягнення певних соціальних позицій, що співвідносяться зі статтю. Вони можуть бути як нормативними, так і ненормативними, однак чітко окресленими фразеологічною одиницею. Кожен фразеологізм – це мініправило, яке вказує, чого слід прагнути, а чого – уникати. Використання, присвоєння певної гендерної поведінки або ж її відторгнення – це шлях до здобуття певної соціальної позиції статі, що маркує гендерну ідентичність індивіда. Саме фразеологізми дають відповідь на питання про те, яким має бути представник певної статі з погляду гендерних характеристик. Досліджуючи гендер у фразеології на матеріалі російської, польської, англійської й білоруської мов, О. Першай наголошує на необхідності виокремлення так званих «гендерних» критеріїв. Науковець стверджує, що надання фразеологізму гендерної ознаки передбачає певний рівень суб'єктивізму, чого, звісно, слід уникати. Під час класифікації гендерних фразеологізмів О. Першай пропонує застосовувати польову структуру з ядром та периферією, залежно від ступеня експліцитності вираження гендерного маркеру.

Значна частина наукових розвідок у царині гендерної фразеології націлена не на їх функціонування в мові, а на вживання в різних типах дискурсу [224]. Зокрема, аналізуючи фразеологічний фонд німецької мови, часто вивчають гендерні аспекти вживання ФО у німецькомовному газетному тексті [74]. Так, І. Коломийська стверджує, що результати дослідження гендерного аспекту вживання ФО на матеріалі електронних версій найпопулярніших німецьких газет «Die Zeit» і «Süddeutsche Zeitung» дають змогу зробити висновок, що вони майже з однаковою частотністю послуговуються ФО. Це може свідчити про певні загальні тенденції вживання ФО в німецькомовному газетному дискурсі. Проаналізовані статті вчена поділяє на «одногендерні» та «різногендерні», залежно від автора, колективу

авторів чи інших комунікантів (інтерв'ю). Відмінності спостерігають переважно в «одногендерних» статтях [74].

Представники різних статей по-різному послуговуються ФО під час створення публіцистичних текстів. На основі проаналізованого матеріалу, І. Коломийська робить висновок, що чоловіки більше використовують низькочастотні ФО, а жінки – середньочастотні. Серед гіперчастотних ФО вона виокремлює «абсолютно чоловічі», «абсолютно жіночі», «відносно чоловічі», «відносно жіночі» та «гендерно індиферентні». У «різногендерному мовленні» переважають «гендерно індиферентні» ФО, що свідчить про прагнення до рівноправ'я [74].

Проаналізувавши лексико-семантичні та ідеографічні особливості вживаних чоловіками та жінками фразеологізмів, виявилось, що як в «одногендерному», так і в «різногендерному» мовленні найчастіше трапляється фразеотематична група «Людина», що пояснюється передусім суспільною спрямованістю періодичних видань. На основі психолінгвістичного експерименту вчена доводить, що гіперчастотні фразеологізми, якими однаковою мірою послуговуються як чоловіки, так і жінки, належать до загальновідомих фразеологічних висловів [74].

Окрім того, І. Коломийська досліджує способи модифікації фразеологічних одиниць у «чоловічому» та «жіночому» мовленні, гендерні особливості вживання запозичених фразеологічних одиниць, з'ясовує вплив гендеру на використання цитатно-афористичних зворотів. Що стосується модифікацій, то тут переважають субституція й експансія. Значущим виявився прийом еліптування фразеологічних одиниць у «жіночому мовленні», що співвідноситься із вченням про специфіку синтаксису в жіночому мовленні. Важливе місце в публіцистичному дискурсі займають запозичені фразеологізми з англійської, французької, латинської, італійської мов, які трапляються у «одногендерному» та «різногендерному» мовленні. Крім запозичених фразеологізмів, у газетних статтях зафіксовані випадки цитування, уживання ептонімів, афоризмів, паремій. Найбільш популярними в чоловічому мовленні є цитати та вислови прецедентних осіб, в «одногендерній» комунікації жінок переважають гасла. Типовими як для чоловіків,

так і для жінок у «різногендерних» статтях виявилися цитати відомих особистостей [74].

Отже, І. Коломийська робить спробу окреслити особливості жіночої та чоловічої комунікації в публіцистичному дискурсі, акцентуючи свою увагу на вживанні фразеологізмів, способів їх модифікацій, використанні цитат тощо. Однак зазначимо, що сучасна журналістика націлена на так звану «гендерну чуйність», рівноправ'я їй покликана прозоро висвітлювати події. Але гендерний чинник все одно присутній під час вибору лексичного наповнення та синтаксису газетних статей.

Особливості актуалізації гендерно маркованих фразеологізмів у сучасному німецькому дискурсі досліджує Ю. Капак. Спираючись на антропоцентризм сучасної науки, вона наголошує на нерозривній єдності трьох факторів: людина, мова, культура. Унаслідок суспільних змін на передній план виступають роботи, пов'язані з гендерною проблематикою. Найбільшу увагу в рамках гендерних досліджень приділено культурним, соціальним і мовним факторам, які виражають як ставлення суспільства до чоловіків та жінок, так і поведінку індивідів з огляду на їх статеvu приналежність та стереотипні уявлення про фемінінні й маскуліні риси. Поняття статі переходить із біологічної в соціальну та культурну площину [230]. З огляду на те, що фразеологізми – це мовні знаки вторинної номінації, вони містять чимало інформації про маскуліність і фемінінність.

Із дослідження Ю. Капак випливає, що чоловічий рід превалує в німецькій мові з огляду на те, що в системі родових кореляцій він є немаркованим. Компонент *Mann* дуже часто вживається в загальному значенні *Mensch*. Для позначення осіб чоловічої статі фразеологічна система послуговується одиницями з компонентами (*Bube, Kerl, Junge*), натомість особи жіночої статі виражаються описово, метафорично (*blondes Gift, dumme Gans*) [230]. Окрім того, дослідниця вказує на взаємозв'язок граматичної категорії роду під час номінації особи. Ідіоми на позначення чоловічої статі співвідносяться з граматичною категорією чоловічого роду (*alter Bursche/ein alter Fuchs*) і навпаки, позначаючи жіночу стать, мовна система послуговується жіночим родом (*fesche Katze/alte Jungfer*). Ю. Капак

звертає нашу увагу на те, що сучасні фразеологізми, котрі передусім називали осіб чоловічої статі, використовуються для характеристик жінки. При цьому позитивна конотація ФО зберігається стосовно як чоловіка, так і жінки: *eine ehrliche/gute Haut, ein toller Hecht, ein richtiger/guter Kerl* тощо. У разі перенесення ФО з характеристики жінки на чоловіків їх конотація стає негативною: *ein hässliches Entlein, Unschuld vom Lande*. Звідси можна припустити, що набуття жіночих рис чоловіками оцінюється негативно, а іноді й іронічно [230].

Ю. Капак піддає критиці лексикографічні джерела, які, на її думку, не достовірно описують особливості вживання деяких ФО. Зокрема, частина таких, що зазначені в словниках як застарілі, активно використовується в сучасному дискурсі, зокрема в текстових корпусах. Окрім того, словники демонструють жорсткий поділ ФО за гендерною ознакою на маскулінні та фемінінні, хоча дискурс спростовує такий поділ і свідчить про універсалізацію вживання певних фразеологізмів стосовно обох статей, що зумовлено, передусім, еволюцією суспільної свідомості. Роль жінки зростає в різних сферах діяльності. Вона перестає бути пасивним учасником дій, а стає їх ініціатором не лише в суспільному, але й у мовному просторі [230].

Підсумовуючи сказане, зазначимо, що гендерний аспект у фразеології вивчаємо під різними кутами зору, втілюється в стереотипах, стилях мовленнєвої поведінки, частотності вживання ФО різними статями тощо. Це підтверджує позицію щодо проникнення гендерних досліджень у всі сфери життя.

1.2. Гендерно марковані фразеологізми в сучасній німецькій мові

Фразеологія – це наука, яка виникла відносно недавно, однак, напевно, найповніше розкриває взаємозв'язки інтралінгвальних та екстралінгвальних факторів у мові. Фразеологічні одиниці є витвором певної мови й певного конкретного народу. Саме тому вони є носіями культурних, етнічних, національних рис. Безперечно, фразеологічний склад кожної мови, німецької зокрема, слугує базою для розкриття гендерних особливостей певного суспільства. На основі оцінки фразеологічного фонду науковці можуть визначити ступінь

андроцентризму такого суспільства. У ФО відбиваються цінності нації, її пріоритети, а також сталість та зміни поглядів на світ у цілому. В. Телія свого часу зазначала, що фразеологічний склад мови – це найбільш унікальна й самобутня в культурно-мовленнєвому плані частина номінального запасу певної мови [147, с. 13]. Отже, ми можемо стверджувати, що саме у фразеології знаходимо «мовно-матеріальне» відображення культурних цінностей і постулатів.

Погляди на співвідношення маскулінності та фемінінності – це також частина культурних уявлень про уклад певного суспільства, які відображаються у ФО, котрі маркують ці риси. Гендерний розподіл у суспільстві завжди був предметом інтересів науковців та дослідників. Це, власне, і сприяло виникненню гендерних досліджень. Однак вони не можуть розглядатись окремо від мови, бо мова, на нашу думку, слугує віддзеркаленням усіх гендерних процесів у суспільстві. Звісно, не кожна ФО виражає антиномію фемінінність/маскулінність, а відтак важливим видається окреслення групи саме тих ФО, які ми можемо трактувати як гендерно марковані. Для цього, передусім, потрібно розібратися, які саме ФО визначаються як гендерно марковані, що слугує критерієм для віднесення їх до цієї групи та якими властивостями вони володіють. Розкриття відповідей на ці питання дасть нам змогу наблизитися до поняття гендерно маркованої ФО.

1.2.1. Поняття *гендерно маркованої фразеологічної одиниці*

Виходячи з окреслених вище тлумачень гендеру та фразеологічної одиниці, гендерно марковані фразеологізми в німецькій мові – це фразеологічні одиниці, що містять семи значення та/або гендерно маркований компонент, які експліцитно чи імпліцитно вказують на приналежність до певної статі [94]. Важливим є те, що гендерно маркованим може бути як план вираження, так і план змісту [91]. У якості гендерних маркерів виступають компоненти, що формують зміст фразеологізму або його семантичне значення, що стосується чоловіка чи жінки. Виходячи з цього, фразеологічний матеріал для дослідження гендерного фактора відбирається за двома можливими критеріями [55]:

- за гендерними маркерами семантики (фразеологізми, у дефініції яких є елементи, що вказують на особу чоловічої чи жіночої статі) – семантичний принцип: *ein Weib nehmen* – одружитися [312]; *die Cour machen* – залицятися (заст.) [312]; *hinter jedem Kittel herlaufen* – бігати за кожною спідницею [312]; *auf Brautschau gehen* – підшуковувати наречену [299, с. 120]. Знаковим для вищезазначених фразеологізмів є їх указівка саме на особу чоловічої статі. У цьому випадку, передусім, спрацьовує гендерний стереотип, який утілюється в семантиці та характеризує чоловіка як головного ініціатора любовних стосунків, спокусника.

Якщо ж розглянути фразеологічні одиниці із семантичним значенням «одруження», то тут, безперечно, простежуємо вказівку одночасно на обидві, оскільки під час створення шлюбного союзу традиційно вимагається згода обох статей: *sich das Jawort geben, die Ringe tauschen/wechseln, den Bund fürs Leben schließen, in den Ehehafen/Hafen der Ehe einlaufen, in den heiligen Stand der Ehe treten, jemandem die Hand fürs Leben reichen/geben* – одружуватися [312].

Потрібно виокремити також ряд фразеологізмів, що виражають певну характеристику особи без прямої вказівки на стать. Унаслідок нашого суспільного досвіду ми розуміємо, про яку стать ідеться: *ein Heimchen am Herd* – домогосподарка (*Redensarten*), *ein Pantoffelheld sein* – бути жіночим догідником [312], *ein Weiberknecht sein* – бути під черевиком у дружини [299, с. 309], *das zarte Geschlecht* – ніжна стать (жінки) [299, с. 337], *ein Schürzenjäger sein* – бігати за кожною спідницею [312]. Характеристика особи впливає з гендерних уявлень, що трактують жінку як домогосподарку, а чоловіка – як особу більш схильну до полігамії;

- за гендерними маркерами структури (фразеологізми, у структурі яких є компоненти на позначення жінки чи чоловіка) – структурний принцип: *die angetraute Frau* – законна дружина [299, с. 222], *die Dame seines Herzens/der Mann ihres Herzens* – дама його серця/чоловік її серця [312], *die Frau im Hause* – господиня дому [299, с. 222]. Особливістю цієї групи ГМФ є експліцитна вказівка на стать, оскільки вони володіють як гендерно маркованим планом вираження, так і змісту.

Головним структурним елементом зазначених фразеологічних одиниць є саме гендерний компонент.

I. Зикова виокремлює групи ФО з гендерно маркованим планом вираження, спираючись на головний статево забарвлений компонент [60]:

1) антропометричні компоненти (такі, що називають людей за ознаками статі). У німецькій мові – це цілий ряд ЛО, починаючи від найстаріших найменувань жінки та чоловіка: *Weib, Magd, Frau, Fräulein, Luder, Amme, Nonne, Dame, Mädchen, Mann, Kerl, Junge, Knabe, Bube* й ін. [192]. З огляду на те, що всі ці найменування формують найстаріший пласт німецької лексики, можемо припустити, що відповідні ФО мають яскраво виражене гендерне маркування: *Frau auf Abruf* [310] – дружина, чоловік якої приїздить додому лише на вихідні, *die weise Frau* – чаклунка, відьма [299, с. 222], *die Weiße Frau* – привид [299, с. 222], *Frau Base* – кумася [299, с. 222], *Frau auf Zeit* [310] – легковажна жінка, *heiße Frau* [310] – красуня, *zweigleisige Frau* [310] – заміжня жінка, в якій є коханець, *ein Mädchen ohne Anhang* – дівчина без жениха [299, с. 34] *mannbares Mädchen* – дівчина на виданні [299 с. 38], *ein ausgekochter Junge* – бувалий хлопчина, пройда [299, с. 363], *alter Junge* – друг, товариш (при звертанні) [299, с. 362], *ein gemachter Mann* – успішний чоловік [312], *ein geschlagener Mann* – невдаха (про чоловіка) [312], *ein schwerer Junge* – карний злочинець [312]. Основна частина ФО з антропометричними компонентами означають саме ту стать, яку вони, власне, називають. Однак потрібно виокремити гендерно марковані ФО, що містять у своїй структурі вказівку на одну стать, а семантично характеризують іншу (*Fräulein Meier* – гомосексуаліст [313]), та ті, що вказують одночасно на обидві статі, називаючи лише одну (*der böse Bube sein* – людина, котра винна у всьому [312], *alle Mann* – усі разом [312]);

2) компоненти, що позначають родинні відносини: *Mutter, Tochter, Oma, Tante, Onkel, Bruder, Sohn, Vater* тощо: *wie die Mutter, so die Tochter* – яка мати, така й дочка [312], *wie der Vater, so der Sohn* – який батько, такий син [299, с. 276], *Bruder Leichtfuß* – легковажна, безтурботна людина [299, с. 126], *ein warmer*

Bruder – гомосексуаліст [312], *Dafür muss eine Oma/alte Frau lange stricken!* – *Це дуже дорого коштує!* [312];

3) антропонімічні компоненти (власні імена): *Venus von Kilo – товста жінка* [299, с. 276], *er ist nicht gerade ein Adonis – красивим його не назвеш* [299, с. 23], *die Büchse der Pandora – вислів, що походить з античності і означає «щось, що приносить нещастя»* [312], *nach Adam Riese – цей вислів походить від «майстра підрахунків» Адама Різе, який створив чимало німецькомовних підручників, котрі користувалися у свій час чималою популярністю, означає «у зв'язку з даними, правильно пораховано»* [312];

4) агентивні компоненти (позначають назви професій і посад, військових звань тощо): *Meister Fips – кравець (презирливо)* [299, с. 50], *Meister Hans – кам* [299, с. 50], *Meister Pfriem – швець* [299, с. 50].

Як бачимо з наведених прикладів, ГМФ за структурним принципом можуть і не нести в собі статево забарвленої семантики, а означають абстрактні поняття, певні характеристики тощо.

I. Зикова вважає доречним враховувати й інші структурні маркери: найменування одягу, дії, притаманні певній статі, тощо. У цьому випадку йдеться про так зване приховане вираження гендеру без прямої вказівки на стать [92]. Тут спрацьовують як гендерні стереотипи, що дають змогу безпомилково визначити, про кого конкретно йдеться, так і біологічні властивості статей. Латентне вираження гендеру можливе крізь призму біологічних властивостей статей, бо обидві статі мають свої, лише їм властиві природні характеристики, які виражаються у будові тіла, певних здатностях, котрі, власне, і слугують найпершими статево розрізнявальними елементами. Так, відмінності в будові тіла дають незаперечну вказівку на біологічну стать, а ФО, що мають у своїй структурі статево розрізнявальні частини тіла, автоматично набувають гендерного маркування без прямого називання жінки чи чоловіка. Яскравими прикладами таких ФО є: *keine Eier in der Hose haben – бути боязким* [312], де «Eier» означає чоловічі статеві органи; *dicke Eier haben – бути похитливим* (про чоловіка відповідно) [312]. *Kein Schwanz ist so hart wie das Leben – життя – важке/кропітке.*

У цій ФО спостерігаємо гру слів з огляду на двоякість значення слів «hart» (1) твердий; 2) кропіткий) та «Schwanz» (1) хвіст; 2) чоловічий пеніс) [312]. *Eine Schlange/Natter am Busen nähren* – пригріти змію на грудях (буквально – годувати змію біля грудей). Натяк на жіночі груди виник не одразу, а пізніше у взаємозв'язку із забобоном, що змії охоче п'ють молоко [312].

Біологічну здатність жінки вагітніти та народжувати дітей виражено у ряді ФО, що, характеризуються гендерним маркуванням: *gesegneten Leibes sein* – завагітніти [312]; *Mutterfreuden genießen* – насолоджуватися радістю материнства [299, с. 65]; *ein Kind unter dem Herzen tragen, in anderen/gesegneten Umständen sein, vom Storch gebissen worden sein/der Storch hat sie ins Bein gebissen, Mutterfreuden entgegensehen* [312] й ін.

Предметне вираження сексуального бажання чоловіка вбачаємо в наступному фразеологізмі: *Stangenfieber haben* – відчувати статеве збудження (лише щодо чоловіка, натяк на ерекцію) [312]. У буквальному прочитанні ФО натякає на ерегований чоловічий пеніс (*Stange* – пеніс (розм.)) та гарячку (*Fieber* – гарячка) й означає «стан сексуальної гарячки (збудження)» [312].

Як бачимо, біологічний фактор висвітлення статевої приналежності дає змогу точно розпізнати приховані гендерні маркери маскулінності/фемінінності, незалежно від того, чи знаходять вони своє вираження в семантиці або структурі ФО.

Латентне вираження гендеру реалізовується крізь призму елементів побуту та зовнішності. Важливим статево розрізнявальним елементом завжди слугував одяг. Традиційним одягом німецьких жінок (та й жінок узагалі), що відображається у фразеологічних зворотах, є спідниця (*Rock*), фартух (*Schürze*), халат (*Kittel*). Отже, наявність цих компонентів у складі фразеологізму свідчить про приховану вказівку на стать.

Вибивається з цього ряду ФО *den bunten Rock anziehen* – іти в армію [299, с. 138]. Фразеологізм є дещо застарілим. Під *Rock* до XIX ст. мався на увазі як чоловічий, так і жіночий верхній одяг. Так називалась також уніформа солдата, колір якої відображено в сталому словосполученні. На сьогодні за нагоди

вживається ФО *grauen Rock* у такому самому значенні. Отже, виходячи з національно-культурної специфіки, чисто жіночий предмет одягу може вказувати на чоловіка. Однак потрібно зазначити, що в сучасному суспільстві жінки в армії не рідкість. З огляду на наші реалії не можна повністю відкинути можливість перенесення значення ФО й на особу жіночої статі.

Неодмінним предметом чоловічого одягу є штани (*Hose*), які шляхом метонімічного перенесення вказують на особу чоловічої статі: *kurze Hose, Holzgewehr* – почуватись маленьким хлопчиком, бути невідготовленим, погано проінформованим [312]; *die Hose herunterlassen/runterlassen* – говорити правду [312].

Що стосується зовнішнього вигляду, то традиційно для характеристики жіночої привабливості використовується компонент *süß*: *eine süße/schnuckelige Puppe* – приваблива жінка/дівчина [312]. ФО з компонентом *Puppe* (лялька) має додаткове маркування, бо містить у своєму складі назву типової для дівчаток іграшки.

Отже, гендерно марковані фразеологізми характеризуються спрямованістю на чоловіка чи жінку. При цьому вони не лише слугують для прямого називання статей через яскраво виражений гендерний компонент у семантиці чи структурі, але й ідентифікують їх через називання інших елементів, котрі асоціюються з певною статтю. Отже, ГМФ займають чільне місце у фразеологічному складі мови.

1.2.2. Властивості гендерно маркованих одиниць

Виходячи з того, що гендерно марковані одиниці, які ми розглядаємо, – це, передусім, фразеологічні одиниці, то їм властиві ті самі риси, що й іншим класам фразеологізмів [87]. Відтак, аби розкрити основні закономірності гендерно маркованих одиниць, потрібно зрозуміти закономірності фразеологічних одиниць як специфічних мовних знаків чи номінативних одиниць.

З огляду на те, що для фразеології загалом властиві три ключові ознаки, які, власне, і формують зміст поняття фразеологізму – полілексичність, стійкість та,

частково, ідіоматичність, – це твердження справедливе й для класу гендерно маркованих одиниць.

Поняття стійкості фразеологічної одиниці є одним із визначальних питань теорії фразеології [11, с. 49]. Однак фразеологи по-різному трактують це поняття, що призвело до того, що лексема *стійкість* не набула загального визначення як термін. Найчастіше трапляється тлумачення стійкості фразеологізмів у їх здатності відтворюватись у готовому вигляді. На цю рису фразеологізмів указували О. Потебня [130], Ф. де Сосюр [269], В. Виноградов [21] та ін. Г. Бургер указує на різні типи прояву фразеологічної стійкості, зокрема, вживаність, психолінгвістична, структурна, прагматична стійкість тощо. Науковець розкриває різні аспекти прояву усталеності фразеологічних одиниць, які, однак, не завжди справедливі [176, с. 16–20]. Відтак Г. Бургер указує на два основних обмеження, які характерні для структурної усталеності фразеологічних одиниць – варіації та модифікації.

Для багатьох фразеологізмів характерні два або більше дуже подібних варіантів. Ця варіативність у ГМФ проявляється таким чином [176, с. 25–27]:

- 1) граматичними варіантами в компонентах фразеологічної одиниці: *Einen Hampelmann aus jemandem machen (jemanden zu einem Hampelmann machen)* – робити когось залежним від себе, безпорадним [305, с. 326]; *Meister Nadel/Meister von der Nadel* – кравець [313];
- 2) один із компонентів може виражатися різним лексичним наповненням: *eine Schnecke angraben/anbaggern* – залицятися до дівчини [312]; *mit jemandem anbändeln/anbandeln* – починати несерйозний любовний зв'язок [312]; *um die Hand einer Frau anhalten/bitten* – просити руки [312];
- 3) є довші й коротші форми фразеологізму: *Jesus, Maria [und Josef]* – застарілий вислів для вираження переляку, здивування [305, с. 432].

Якщо при варіативності фразеологізму, йдеться про узуальні явища, то модифікації – це okazionalні процеси, котрі спостерігаються в конкретних текстах із певною метою [176, с. 27]. На відміну від варіантів, модифіковані фразеологізми не зафіксовані в словнику і є креативною переробкою відомих сталих висловів

[157]. Однак інколи такі модифікації стають закріпленими в узусі фразеологізмами. Яскравим прикладом слугує гендерно маркований вислів *der brave Mann denkt an sich selbst zuletzt* [305, с. 131]. Слова взяті з вистави Ф. Шіллера «Вільгельм Тель». Головний герой сам промовляє їх у першій сцені першого акту та тим самим визначає головну думку п'єси. «Der brave Mann» у цьому значенні – це людина, яка вирізняється справедливістю й чесністю. Така особа спроможна пожертвувати своїми інтересами задля добра інших. Ця цитата часто використовувалась у такому трактуванні як тема для шкільних творів. На сьогодні вона вживається в іронічному плані та дещо зміненому вигляді: *Der brave Mann denkt an sich selbst zuerst* [305, с. 131]. Однак це швидше виняток, ніж правило. Модифікації – це своєрідний авторський прийом, який доречний і влучний саме в певному тексті та був створений із певною метою.

З огляду на те, що фразеологізми, зокрема й гендерно марковані, функціонують у мові не ізольовано, а органічно вписуються в мовну систему, виконуючи номінативну функцію, вони утворюють системні відношення, що є аналогічними лексичним одиницям: полісемія, омонімія, синонімія, антонімія [11]. Синонімія фразеологічних одиниць часто опинялась у центрі досліджень [11]. Однак загальноприйнятого визначення синоніма для фразеологічної одиниці не існує й досі. Я. Баран, М. Зимомря, О. Білоус, І. Зимомря стверджують, що сутність визначення синонімів спрямована на виокремлення ознак ототожнення та диференціації. Ототожнення синонімів відбувається, передусім, за лінією значення [11, с. 123]. Що стосується гендерно маркованих фразеологізмів, то в цьому класі простежуємо низку синонімічних одиниць. Безперечно, під час аналізу таких ФО очевидно, що синонімія проявляється найбільшою мірою в тих гендерних аспектах, яким людина надає особливого, навіть сакрального значення [93]:

- одруження: *die Ehe schließen* [299, с. 163], *eine Familie gründen* [299, с. 195], *eine Heirat schließen* [299, с. 320];
- вагітність та народження дітей: *einem Kind das Leben schenken* [312], *ein Baby/Kind in die Welt setzen/zur Welt bringen* [312];

- подружня зрада: *Ehebruch treiben* [299, с. 163], *eine Ehe brechen* [299, с. 163], *mit Hörnern krönen* [314, с. 738].

Наявність такої кількості синонімічних ФО вказує на зацікавленість цими сферами людської діяльності, що, зі свого боку, засвідчує орієнтацію цієї лінгвокультури на міжособистісні відносини. Однак зазначимо, що повних синонімів не так уже й багато. Синонімам властиві деякі відмінності в певних семах значення. Порівняємо семну структуру двох синонімічних ФО: *die Cour machen – einer Frau den Hof machen; eine Liebesbeziehung mit jemandem anstreben; flirten; einer Frau einen Heiratsantrag machen; um eine Dame werben; jemandem schmeicheln* [312]; *zarte Fäden spinnen – eine Liebesbeziehung beginnen; flirten* [312]. У першому випадку значення фразеологізму значно ширше й багатогранніше, але стосується дій чоловіка стосовно жінки; у другому випадку значення є вузьким, але стосується як дій чоловіка в ставленні до жінки, так і навпаки.

Серед гендерно маркованих фразеологізмів знаходимо антонімічні одиниці: *einen Korb geben* (дати відкоша) [299, с. 404] – *den Korb bekommen* (отримати відмову) [312]. Наведені ФО передбачають зміну головної дійової особи: у першому випадку – це жінка, у другому – чоловік. ФО, що семантизують одруження, вирізняються не лише довгим синонімічним рядом, але й характеризуються наявністю антонімів: *die Ehe eingehen* (одружитися, побратися) [299, с. 163] – *die Ehe scheiden* (розірвати шлюб) [299, с. 163]. У характеристиці зовнішності чоловіка за допомогою фразеологізмів теж знаходимо протилежні за значенням ФО: *einen Waschbärbauch haben* (мати велике черево) – *einen Waschbrettbauch haben* (мати добре розвинуті м'язи преса) [312]. Наявність алітерації в цих конструкціях додає їм іронічного відтінку значення.

Гендерно маркованим фразеологізмам властивий також особливий тип антонімії, що ґрунтуються на антиномії чоловік/жінка. Незважаючи на спільність усіх сем значення, крім однієї, ми розглядаємо такі ФО як протилежні, оскільки вони, хоч і виражають одне й те саме, стосуються чоловіка та жінки відповідно. Виникнення таких антонімічних гендерно маркованих фразеологізмів тісно пов'язано зі зміною суспільної думки, боротьбою за рівноправ'я чоловіків і жінок

та антисексистськими рухами в мові. До фразеологізмів подібного штибу належать пари типу *eine Mann/eine Frau der ersten Stunde* – чоловік/жінка, що із самого початку все вирішував/вирішувала [312]; *eine Frau ein Mann von Welt* – світська особа [312] та ін. У цьому випадку вибір фразеологізмів в узусі залежить від статі мовця й характеризує особу відповідної статі. Ці ФО вказують на носіїв діаметрально протилежних статей і, отже, мають антонімічний характер.

Отже, для гендерно маркованих фразеологізмів справедливі ті самі властивості, що й для фразеологізмів загалом. Вони характеризуються частковою варіативністю, а в дискурсі піддаються авторським модифікаціям. Системні відношення в межах гендерно маркованих фразеологізмів сприяють формуванню синонімічних та антонімічних рядів. Прикметно, що гендерно маркованим фразеологізмам притаманний особливий тип антонімії, що ґрунтується на антиномії чоловік/жінка, який виник у зв'язку з тяжінням до формування гендерно чутливої мови, у котрій однаковою мірою представлені обидві статі.

1.2.3. Класифікація гендерно маркованих одиниць

Класифікація гендерно маркованих фразеологічних одиниць здійснюється з огляду на специфіку гендерних маркерів. У зв'язку з тим, що гендерні маркери умовно поділяються на семантичні та структурні, підходи до класифікації теж ґрунтуватимуться на семантичному й структурному підходах.

Гендерні маркери семантики можна класифікувати зважаючи на семантичні сфери ФО. Зокрема, І. Фісяк [158] виокремлює такі сфери міжособистісних відносин: залицяння, одруження, відносини в шлюбі. На нашу думку, цей перелік можна доповнити. Розглядаючи більш детально семантичні сфери гендерно маркованих фразеологізмів, виокремлюємо такі, які найбільшою мірою представлені в гендерно маркованій фразеології:

1. Залицяння та заручини. Сюди належать ФО, що виражають дошлюбні стосунки статей, зокрема зацікавленість чоловіка жінкою чи навпаки, флірт, кокетство тощо. Процес, що розпочинає романтичні відносини між статями, утілюється в таких ГМФ: *zarte Bande knüpfen* – починати любовні стосунки [312];

jemandem Avancen machen – проявляти до когось інтерес [312]; *kein Kostverächter sein* – охоче фліртувати [312]; *ein Auge auf jemanden werfen* – покласти око на когось (розм.) [312]; *sich an jemanden ranmachen* – прагнути стосунків з кимось (розм., грубо) [312]; *es auf jemanden abgesehen haben* – спокушати когось, хотіти одружитися [312]; *jemandem schöne Augen machen* – фліртувати, закохано на когось дивитись (розм.) [312].

Наполеглива чоловіча ініціативність утілюється у ФО *ein Süßholzrasppler sein* – бути жіночим догідником, фліртувати з багатьма жінками одночасно [312] та *Süßholz raspeln* – фліртувати, робити перебільшені компліменти, підлещуватися (розм.) [312]. Фразеологізми походять від рослини солодкий корінь колючий (*Glycyrrhiza echinata*), із якої раніше виготовляли наркотичні засоби й солодощі. Сьогодні загущений сік цієї рослини відомий під назвою «лакриця». Буквально вислів *Süßholz raspeln* означав «відлущувати частинки від солодкого кореня колючого», які у вигляді порошку додавались у вино чи мед, щоб зробити їх смак кращим [312]. Згодом вислів набув переносного значення та став вживатися стосовно надто «солодкомовних» чоловіків.

Полігамність чоловіків яскраво втілюється в низці ФО: *hinter jedem Kittel herlaufen* – бігати за кожною спідницею [312]; *hinter jeder Schürze herlaufen* – бігати за кожною спідницею (розм.) [312]; *hinter jedem Rock her sein* – бігати за кожною спідницею (розм.) [312]; *jedem Rockzipfel nachjagen* – бігати за кожною спідницею (рідко, розм.) [312]. У компонентному складі кожного з наведених фразеологізмів простежуємо елемент жіночого одягу (*Kittel* – халат, *Schürze* – фартух, *Rock* – спідниця, *Rockzipfel* – поділ спідниці), що метонімічно називає особу жіночої статі. Тобто семантично такі ФО вказують на чоловіка, а структурно – на жінку.

Боротьба чоловіка за жінку доволі часто набуває агресивного характеру, що відбилось в фразеології. Так, *sich an jemanden ranschmeißen/heranschmeißen/ranwerfen/heranwerfen* – добиватися когось (розм., грубо) [312]. ФО *rangehen wie Blücher* означає «грубо фліртувати» та є розмовним висловом. Блюхер – прусський генерал, який виграв важливі битви в

наполеонівських війнах. «Маршал Вперед», як його називали, виграв у 1813 р. в Лейпцигу і 1815 в Бель-Альянс. Фраза часто використовується в сенсі еротичного завоювання [312]. Фразеологізм *rangehen wie Hektor an die Buletten* означає «грубо фліртувати, швидко переходити до справи» (розм., грубо, рідко), «Гектор» – поширена кличка собаки. ФО набула поширення в Берліні наприкінці XIX ст. [312].

Стосунки, які вже виникли, позначаються ФО *etwas mit jemandem am Laufen haben, ein Verhältnis mit jemandem haben, sich/etwas jemanden anlachen* – мати з кимось любовні стосунки (розм.) [312].

Цілеспрямовані пошуки не просто стосунків із жінкою, а майбутньої дружини теж представлені в гендерно маркованій фразеології: *auf Freiersfüßen gehen/wandeln* – вирушати на пошуки нареченої [312]; *sich einen Goldfisch angeln* – шукати, дослівно – піймати на вудочку, багату наречену [312].

Якщо пошуки нареченої увінчалися успіхом, то чоловік робить жінці пропозицію одружитися та просить благословення в її батька: *um die Hand einer Frau anhalten/bitten/einer Frau einen Heiratsantrag machen* – просити руки [312]; *den Vater der Braut um Segen und Einverständnis bitten* – просити батька благословити на шлюб [312].

Здебільшого ФО з цим семантичним значенням мають негативний відтінок і є дещо некоректними стосовно жіночої статі, деякі навіть уживаються грубо. Із наведених прикладів видно, що чоловік виступає ініціатором міжособистісних стосунків, а жінка виконує пасивну роль, виступає трофеєм, який зобов'язаний завоювати чоловік. Завдання жінки зводиться до того, щоб прийняти чи відхилити залицяння: *jemandem einen Korb geben* – відмовити комусь, дослівно – вручити комусь кошик [312]. Із позиції ментальності німецького народу, ключовим словом у ФО є *der Korb* (кошик), оскільки історично склалося так, що в Німеччині на знак відмови юнаку дівчина виставляла перед вхідними дверима кошик.

Досліджуючи гендерний аспект, бачимо, що так звані ФО згоди/незгоди уживаються лише з позиції жінки. У такому співвідношенні підтверджується стереотипне уявлення чоловіка як завойовника, а жінки – як об'єкта його уваги,

проте власниці остаточного вибору у відносинах. Якщо жінка відхиляє залицяння чоловіка, то він мусить змиритися з відмовою: *den Korb einstecken* [299, с. 404].

2. Наступна сфера міжособистісних стосунків – одруження. Більшість гендерно маркованих ФО цієї семантичної групи може вживатись одночасно стосовно обох статей: *das Jawort erhalten, in den Stand der Ehe treten, jemandem die Hand fürs Leben reichen/geben, im Ehehafen landen* [312], *die Hand zum Ehebund reichen* – одружуватися [299, с. 302].

У німецькій лінгвокультурі одруження вважається важливим етапом у житті особи, що підтверджує й прислів'я: *Jung gefreit, hat nie gereut* – *Хто рано оженився, той не помилився* [312]. Люди вірять в те, що подружні пари утворюються на небесах: *Ehen werden im Himmel geschlossen* – *судженого конем не об'їдеш* [299, с. 163].

Сакральний характер шлюбу передається за допомогою ФО, що належать до високого стилю: *mit jemandem vor den Altar treten* – *повінчатися* [299, с. 28]; *die Braut zum Altar führen* – *вести наречену під вінець* [299, с. 163]; *jemanden zum Altar führen* – *вести когось під вінець* [299, с. 163].

Поряд із тим шлюб розглядають і в жартівливому плані, порівнюючи його з ярмом: *sich ins Joch der Ehe beugen* – *одягти на себе шлюбне ярмо* [299, с. 163].

Хоча чоловік та жінка одружуються, передусім, для заснування сім'ї та продовження роду, існують й інші причини, що спонукають їх до спільного подружнього життя: *auf Abbruch heiraten* – *одружитися, розраховуючи на швидку смерть багатого нареченого чи нареченої* [299, с. 12]. Незважаючи на важливість цієї події, рішення пошлюбитися не завжди зважене: *jemanden vom Fleck weg nehmen/auswählen/engagieren/heiraten* – *одружитися з кимось, довго не роздумуючи* [312].

Вдалиий шлюб семантизується за допомогою наступних ФО: *eine gute Partie machen* – *одружитися з багатим партнером; вступати в стосунки із заможною людиною* [299, с. 97]; *eine gute Ehe führen (in glücklicher Ehe leben)* – *мати щасливе подружнє життя* [299, с. 163]; *wenn Eheleut' haben einen Sinn, so tragen sie alles Unglück hin* – *нащо клад, коли в сім'ї лад* [299, с. 163]. Однак означення нерівного

чи невдалого шлюбу теж здійснюється шляхом уживання відповідних фразеологізмів: *eine Ehe zur linken Hand* – морганатичний, нерівний шлюб [299, с. 163].

Значна частина ФО, що відображають роль жінки в процесі створення сім'ї, зображають останню як пасивного учасника дійства. Головну скрипку й тут відіграє наречений чи особа, котра видає жінку заміж: *unter die Haube kommen* – одружитися (розм.) [312]; *sich eine Frau nehmen* – одружитися [299, с. 222]; *jemanden jemandem zur Frau geben* – видати заміж [299, с. 222]; *jemand hat jemanden zur Frau* – бути одруженим з кимось [299, с. 222]; *zur Ehe geben* – віддати заміж [299, с. 163]. Отже, ФО, що характеризують семантичну сферу одруження, імплікують провідну роль чоловіка в цьому питанні та зображають жінку як об'єкт матримоніальних планів протилежної статі. ФО відображають усталені в суспільстві гендерні стереотипи, що відображають чоловіків ініціаторами шлюбу.

3. Наступна семантична сфера гендерно маркованих фразеологізмів – відносини в шлюбі. Виходячи з гендерних стереотипів, тут можна виокремити чимало аспектів міжособистісних відносин, що реалізуються саме в сім'ї. Важливим елементом подружнього життя є спільний побут. Чимало ФО із гендерною семантикою покликані відобразити стосунки статей на побутовому рівні. Важливе місце тут посідають ФО, що означають шлюбного партнера загалом. Так, *jemandes Olle/Oller* – чоловік/ дружина вживається в розмовній мові грубо, часто зневажливо. *Oll* означає «alt», тобто «старий», «стара» [312].

Значна частина найменувань подружнього чоловіка чи жінки має жартівливий характер: *jemandes bessere Hälfte* – чоловік, дружини [312]; *mein Gatterich* – мій чоловік (розм., рідко, жарт.) [312]; *mein Herr und Meister/Gebieter* – мій чоловік (розм., жарт.) [312].

Цікавою, на наш погляд, є ФО, що означає чоловіка/жінку, шлюбний партнер яких часто не буває вдома: *eine Strohwitwe/ein Strohwitwer sein*, що фактично означає «солом'яний вдівець/вдова» [312]. Потрібно зазначити, що компонент *Witwe* доволі часто використовується під час утворення ФО на позначення жінки, яка з якихось причин рідко бачиться з чоловіком: *eine grüne Witwe* – жінка, що

часто лишається сама в сільській місцевості, у той час як її чоловік працює в місті [312]. Слово *Witwe* походить від кореня латинського «*viduus*» – порожній, окремих. Термін *eine grüne Witwe* виник разом з феноменом розвитку міста в післявоєнний період [312]. За аналогією було утворено ще одну ФО – *eine politische Witwe*, що означає жінку, якій чоловік не приділяє достатньої уваги у зв'язку зі своєю активною політичною кар'єрою [312].

Сутність подружнього побуту яскраво розкривається у прислів'ї: *Die Frau tut es dem Manne gleich – куди голка, туди й нитка, куди чоловік, туди й жінка* [299, с. 222]. Фактично, це своєрідна аксіома подружньої пари, згідно зі стереотипними уявленнями про подібність чоловіка й дружини. Якщо подружжя живе в мирі та злагоді, то це свідчить про те, що шлюбні партнери підходять один одному: *wie Topf und Deckel zusammenpassen – обоє рябощ, один одного вартувати* [299, с. 232].

Важливим моментом подружнього життя є народження дітей. Ця сфера відображена у низці ФО: *ein Kind unter dem Herzen tragen – носити дитину під серцем* [312]; *in anderen/gesegneten Umständen ein – завагітніти*; *Mutterfreuden genießen* [299, с. 65] – *насолюджуватися радістю материнства*. Наведені ФО імплікують жінку і її біологічну здатність народжувати дитину на світ.

Однак серед ФО, що семантизують батьківство, знаходимо чимало таких, котрі стосуються як матері, так і батька: *ein Rabenvater/eine Rabenmutter sein – батько/матір, котрі не дбають про своїх дітей (розм.)* [312]. Ворони проганяють своїх дитинчат із гнізда, як тільки вони в змозі вижити самостійно. Подібність нащадків на своїх батьків передається за допомогою ФО *ganz der Vater/die Mutter sein – бути подібним на батька/матір* [312].

Важливим аспектом у шлюбі є розподіл влади. В андроцентричному суспільстві керівна роль належить чоловікові, про що свідчать наведені вище приклади. Однак німецька лінгвокультура не заперечує можливість жінки реалізовувати владу в домі. При цьому ФО, що семантизують саме такий стан речей, мають негативний контекст стосовно чоловіка, котрий у всьому підпорядковується дружині. Саме тому незмінним компонентом таких фразеологізмів виступає *der Pantoffel* (черевики). Крізь призму цього компонента

передається залежність чоловіка від жінки. Умовно такі ФО можна розділити на дві групи. До першої належать ті, що виражають підпорядкованість чоловіка дружині, тобто називають чоловічу стать: *unter dem Pantoffel stehen* – бути в жінки під черевиком [299, с. 95]; *unter den Pantoffel kommen (geraten)* – опинитися в жінки під черевиком [299, с. 95]. До другої відносять ФО, що семантизують владу жінки над чоловіком, тобто називають жіночу стать: *j-n unter dem Pantoffel haben* – тримати когось під черевиком [299, с. 95]; *j-n unter den Pantoffel bringen* – підкорити собі [299, с. 95]; *den Pantoffel führen* – верховодити, керувати в домі (про жінку) [299, с. 94].

Ідея про те, що саме чоловік є носієм влади в сім'ї, яскраво ілюструється у ФО *die Frau hat die Hosen an* – влада в домі перебуває в руках жінки [314, с. 471]. У структурі фразеологізму бачимо натяк на те, що особа, яка одягнута в штани, є головною.

4. Невід'ємною сферою міжособистісних стосунків є статеві відносини в шлюбі та поза ним, що підтверджує велика кількість ФО, котрі їх семантизують. Деякі з них мають нейтральне вживання, інші – імплікують певну конотацію. Так, *mit jemandem Verkehr haben/die Ehe vollziehen* – мати статевий контакт [312], *Liebe machen* – кохатися [312] не мають конотативного забарвлення та водночас характеризуються невисоким ступенем переосмисленості компонентів. Але більшість ФО такого характеру є конотативно забарвленими, уживаються в розмовній мові, належать до вульгаризмів тощо: *mit jemandem in die Kiste hüpfen/springen/steigen* – мати статеві зносини з кимось (розм.) [312]; *ein Schäferstündchen haben* – зустріч інтимного характеру [309, с. 189]. Деякі ФО містять пряму вказівку на верховенство чоловіка в статевих зносинах: *jemanden durch die Hecke ziehen* – мати статевий зв'язок із жінкою (розм., зневаж.) [312].

Аналіз фразеологічного фонду сучасної німецької мови дає змогу класифікувати фразеологізми не лише з огляду на семантичні сфери, а й залежно від рівня вираження гендерних сем, та висвітлюється кризь формування лексико-семантичного поля в його ядрі або периферії.

До ядра цього лексико-семантичного поля, на думку О. Першая, належать ГМФ, у значенні яких наявна пряма вказівка на стать індивіда [125]:

- наявність у дефініції фразеологізмів маркера із загальним значенням «чоловік» чи «жінка»: *die Frau im Hause* – господиня дому, хазяйка [299, с. 222]; *Frau auf Abruf* – дружина, чоловік якої приїздить додому лише на вихідні [310]; *Frau auf Zeit* – легковажна жінка [310]; *heiße Frau* – красуня [310]; *zweigleisige Frau* – заміжня жінка, у якої є коханець [310]; *Fräulein Meier* – гомосексуаліст [310]; *ein Mädchen ohne Anhang* – дівчина без жениха [299, с. 34]; *mannbares Mädchen* – дівчина на виданні [299, с. 38]; *ein ausgekochter Junge* – бувалий хлопчина, пройда [299, с. 363]; *alter Junge* – друг, товариш (під час звертання) [299, с. 362];
- фразеологізми, які вказують на вік представника однієї зі статей: *lebenslängiges Fräulein* – стара діва, матрона [310]; *wenn ein Alter ein junges Weib nimmt, so lacht der Tod* – не довго старий жениться [299, с. 28]; *der Bart war früher als der Mann* – шовкова борідка та розуму рідко [299, с. 76];
- фразеологізми, які позначають певну дію чи стан представника однієї статі й направлені на протилежну стать: *um die Hand anhalten* – просити руки [299, с. 307], *die Unschuld rauben/einem Mädchen die Dose öffnen* – позбавити цноти [312]; *einen Braten in die Röhre schieben* – зробити жіку вагітною [312]; *eine Frau dick machen* – зробити жінці дитину [312];
- фразеологічні одиниці, які характеризують як зовнішній, так і внутрішній стан представника однієї зі статей: *ein jugendlicher Brausekopf* – гаряча голова (про юнака) [299, с. 120], *Haare auf den Zähnen haben* – бути гострим на язик (про жінку) [299, с. 290], *angesäuert wie alte Jungfer* – засмучений, сердитий, невдоволений (як стара діва) [312];
- фразеологізми, що означають репродуктивну здатність певної статі: *in die Wehen kommen* – відчувати передродові перейми [299, с. 309], *in den Wehen liegen* – зазнавати родових мук [299, с. 313].

До периферії лексико-семантичного поля належать фразеологічні одиниці з імпліцитно маркованою гендерною семантикою:

- фразеологізми, які характеризують переважно представників однієї статі через найменування чоловіка чи жінки в плані вираження: *ein ganzer Mann* – ціленька натура [299, с. 41]; *der kommende Mann* – перспективна людина, майбутнє світло [299, с. 40]; *ein Mann der Feder* – людина пера, літератор [299, с. 41], *ein Mann von Bedeutung (von Einfluß)* – впливова людина [299, с. 41];
- фразеологізми, що називають дію, характерну переважно для представників однієї статі: *zum Barras müssen* – іти в армію [299, с. 120];
- фразеологічні одиниці, які характеризують представників переважно однієї статі через номінацію професії: *Meister Fips* – кравець (презирливо) [299, с. 50]; *Meister Hans* – кам [299, с. 50]; *Meister Pfriem* – швець [299, с. 50];
- фразеологізми, що характеризують представників переважно однієї статі через номінацію тварин: *fauler Hund* – ледащо [299, с. 350]; *dumme Gans* – дурна гуска [299, с. 237];
- фразеологізми, які однаковою мірою характеризують як чоловіка, так і жінку: *Mann und Weib sind ein Leib* – чоловік та жінка – одна спілка [299, с. 43], *die Frau tut es dem Manne gleich* – куди голка – туди й нитка, куди чоловік – туди й жінка [299, с. 222].

Отже, як бачимо, фразеологія являє собою вдалу квінтесенцію внутрішньої та зовнішньої лінгвістики. Фразеологічні одиниці, що, безперечно, є мовним явищем, тісно пов'язані з мовцем, який послуговується ними для вираження натяку на чоловіка й жінку. ФО, що містять у собі елементи фемінінності/маскулінності, характеризуються гендерним маркуванням, яке може втілюватися різними способами: в плані вираження (пряма вказівка), у плані змісту (непряма вказівка). ФО з гендерними маркерами у плані вираження містять у своєму складі такі компоненти: антропометричні лексеми, слова з натяком на родинні відносини, антропонімічні ЛО, агентивні іменники тощо. Однак гендерне маркування може бути і прихованим, латентним. Національно-культурна специфіка гендерного маркування німецьких фразеологізмів виражається крізь призму біологічних, психологічних та побутових особливостей статей.

Ще один підхід до класифікації фразеологізмів загалом і гендерно маркованих зокрема – конотативний. Конотація – сумарне чи тотальне значення слова, як описове, так і емоційне. У лінгвістиці використовується для опису супутнього емоційно-експресивного значення мовної одиниці, яке пов'язане з описовим значенням та яке доповнює його. Опираючись на запропоновані К. Пальм типи конотації у фразеологізмах, пропонуємо конотативну класифікацію саме групи ГМФ [256, с. 17–24]:

1. Емоційні умови вживання фразеологічної одиниці. Серед проаналізованих ФО вдалося виокремити такі види емоційної конотації:

- жартівливо: *Dafür muss eine Oma/alte Frau lange stricken!* – Це дорого коштує! [312];
- іронічно: *die Herren der Schöpfung* – сильна стаття, чоловіки [299, с. 325];
- зневажливо (негативно): *dem Kalbsfell folgen/zum Kalbsfell schwören* – ніти в солдати, надягти солдатський мундир [299, с. 365];
- приховано: *es ist nur eine Blau* – вона легковажна [314, с. 210].

2. Комунікативний рівень уживання ФО:

- розмовна мова: *Ein alter Mann/Eine alte Frau ist doch kein D-Zug!* – Людина не машина! (тобто не здатна швидко з чимось упоратися) [312];
- фамільярно-розмовний стиль (salopp): *ein flotter Dampfer* – першокласна дівчина [299, с. 138];
- вульгарно: *Arsch mit Ohren* – жахлива людина [312];
- офіційний стиль: *ein geschlagener Mann* – переможена, зломлена людина [299, с. 40];
- піднесено: *den Schleier nehmen* – прийняти постріг [312].

3. Сфера вживання. ГМФ не характеризуються різноманітністю сфер уживання. Вони належать до загальної лексики, однак серед проаналізованих

фразеологізмів є й такі, що стосуються військової сфери: *des Kaisers Rock tragen* – *служити у війську* [299, с. 364].

4. Соціальна дійсність у гендерно маркованій фразеології представлена соціальними групами, які послуговуються у своєму мовленні такими ФО. З огляду на те, що значна частина компонентів проаналізованих нами одиниць належить до молодіжної мови, можемо припустити, що і звороти, до складу яких ці компоненти входять, належатимуть до молодіжної мови. Так, компоненти *Trulla*, *Schnitte*, *Schnecke*, *Kauz*, *Barbie*, *Tussie*, *Flittchen*, *Schlampe* [280] та ін. належать до молодіжної лексики й характеризуються високим фразеотворчим потенціалом: *eine Sahneschnitte sein* – *красива дівчина/жінка* [312]; *eine Schnitte sein* – *красива дівчина/жінка* [312]; *ein alter Kauz* – *старий шкарбан* [299, с. 374]; *ein lustiger Kauz* – *веселун* [299, с. 374]; *ein reicher Kauz* – *багатий* [299, с. 374].

Ще одна соціальна дійсність, що представлена в гендерно маркованій фразеології, – це сім'я: *der Onkel Doktor* – *лікар* [312]. Компонент *Onkel* доволі часто використовується у фразеологізмах, які застосовують у розмові з дітьми.

5. Регіональність вживання фразеологізмів: Берлін, Північ, Австрія, Швейцарія, Нижня Саксонія тощо. Тут ураховують діалектні варіанти фразеологізмів. Цікаво, що діалектні ідіоми значно частіше є гендерно маркованими, порівняно з тими, що вживаються в літературній мові. Так, у мові регіону, що розміщений на північному заході федеративної землі Північний Рейн-Вестфалія (*Westmünsterland*), нараховують близько 500 гендерно маркованих фразеологізмів, більшість із яких указують на чоловіків [242, с. 221]: *männig stark*, *kräftig* [316] – *сильний як чоловік*. Вислів *He is männig genug, üm dat Wark alleenig te doon* у перекладі з діалекту означає «він достатньо сильний, щоб самому виконати цю роботу» [316], *Dat is nich männig* – *це не має значення* [316]. Подібні явища в діалектах можна обґрунтувати тим, що регіональні говірки, які склалися ще в Середньовіччі чи раніше, не піддаються трансформаціям і видозмінам, що нав'язуються розвитком суспільної думки. Так, тенденції до гендерної рівності, нейтралізації статі не відображаються в діалектах. З огляду на це, дослідження регіональних мов сприяє формуванню уявлень про мовну картину світу нації в

діахронії. На нашу думку, вивчення регіональних гендерно маркованих одиниць є надзвичайно перспективним і заслуговує на окреме дослідження.

6. Час уживання гендерно маркованих фразеологізмів розкриває їх потенціал та походження. Зокрема, деякі ФО вважаються такими, що застаріли, та рідно використовуються на сучасному етапі розвитку мови, а отже, характеризуються низьким узуальним потенціалом: *der schwarze/Schwarze Mann* – *зла людина* [312]. Окрім того, чимало гендерно маркованих фразеологізмів є крилатими висловами з історії, час їх виникнення збігається з певною подією, що відбулася в історії. Крилатий вислів *Auch du, mein Sohn Brutus?* [305, с. 53] походить із Риму та належить Ю. Цезарю. Ці слова він промовив до Брута, якого вважав другом, а той натомість підло зрадив його. Сьогодні вислів використовують у звертанні до того, хто зайняв протилежну позицію.

Отже, підходи до класифікації гендерно маркованих одиниць доволі багатогранні. Залежно від вибору критеріїв для поділу цих ФО змінюється і їх змістовна наповнюваність. Один ГМФ може задовольняти одразу декілька критеріїв та належати до декількох класів, а відтак питання класифікації гендерно маркованих одиниць усе ще вимагає подальших досліджень.

1.3. Алгоритм дослідження гендерно маркованих фразеологізмів у сучасній німецькій мові

Методологія дослідження є одним із ключових складових елементів будь-якої науки, особливо на сучасному етапі її розвитку, коли вкрай ускладнюються завдання, які ставляться перед наукою, а отже, зростає значення тих засобів, якими вона послуговується. Крім того, важливою рисою сучасної науки є її глобалізація, коли виникає потреба представлення результатів дослідження перед світовою науковою спільнотою. Із метою можливості верифікації результатів цих досліджень іншою групою вчених та повторного їх проведення потрібно представити й систему методів, якими послуговувався дослідник.

Складність і багатогранність будь-якої наукової проблеми приводить до необхідності її вивчення в системі координат, що задається різними рівнями

методології науки. Окрім того, предмет нашого дисертаційного дослідження перебуває на межі перетину кількох дисциплін, що змушує нас ще більше розширити систему методів та підходів до дослідження. Комплексний підхід до дослідження ГМФ зумовлює врахування різних аспектів, що потрібні для їх адекватного аналізу й вивчення. Зокрема, необхідним вважається застосування передусім **гендерного підходу** до дослідження ГМФ.

У ХХІ ст. стало очевидним, що гендерний складник, який раніше розглядався як вторинний параметр соціального поділу, нині претендує на роль найголовнішого та фундаментального критерію стратифікації суспільства. Стає очевидним, що звичайного антропометричного підходу недостатньо для адекватного висвітлення людинотворчих процесів, котрі відбуваються в світі. Отже, врахування гендерного аспекту в дослідженнях сприяє отриманню більш точних й об'єктивних результатів. Сучасний рівень розвитку світових гендерних досліджень дає підставу говорити про гендерний підхід «як особливий теоретичний і практичний напрям, який орієнтує на формування й утвердження політики рівних, незалежних від статі можливостей самореалізації людини в різних галузях соціальної практики» [12]. Гендерний підхід під час дослідженні мовних одиниць дає можливість виміряти та оцінити наслідки функціонування патріархальної культури, нерівності за ознакою статі, які виражені в системі мови. Фактично врахування гендерного аспекту дає реальний шанс оцінити андроцентризм мови та культури, що має важливе значення для формування гендерної рівності в суспільстві. Потрібно зазначити, що у своєму дослідженні ми не обмежуємося дуальністю в трактуванні поняття статі. Врахування так званої третьої статі сприяє більш точному та об'єктивному аналізу мовних одиниць, оскільки мова відображає всі зміни в суспільстві. Із метою одержання достовірних даних наука вимагає врахування навіть найменших змін у трактуванні об'єктивно наявного світу.

Концептуальною базою дослідження гендерної проблематики стають два основних методологічних принципи гендерної теорії: відмінність між теоріями гендеру й сексуальних ознак, відмінність між гендерними та феміністичними студіями [12]. Під час дослідженні гендерно маркованих фразеологізмів обидва

принципи є релевантними. По-перше, виокремлення з фразеологічного складу мови саме гендерно маркованих одиниць вимагає чіткого усвідомлення поняття гендеру, сукупності гендерних ознак. По-друге, вплив феміністських досліджень на теорію гендеру вимагає врахування **феміністичного підходу** до дослідження гендерно маркованих фразеологізмів.

Феміністичний підхід до досліджень відображається в теорії фемінізму, що являє собою феміністичний дискурс у науковій, філософській та художній площинах, спрямований на розуміння суті гендерної нерівності. Феміністична теорія досліджує жіночі й чоловічі соціальні ролі, їхній досвід, інтереси, обов'язки. Теорія фемінізму зосереджує свою увагу на аналізі гендерної нерівності. Зокрема, фемінізм розглядає сексизм (дискримінацію), об'єктивацію (особливо сексуальну), утиск, соціальні та психологічні гендерні стереотипи тощо.

Специфіка феміністичного підходу до досліджень полягає, передусім, у його так званій альтернативній методології, яка акцентує на почуттях, бажаннях, інтересах суб'єкта, котрий є частиною процесу пізнання [54, с. 187]. На відміну від класичного дослідження, що розглядає соціальну реальність як об'єктивну та таку, що не залежить від досвіду суб'єкта сприйняття, феміністична критика стверджує, що соціальна реальність сконструйована суб'єктом. Іншими словами, дослідник не має доступу до об'єктивно наявної дійсності, бо процес пізнання зумовлений власним і груповим досвідом [273, с. 171]. Феміністки вважають, що наука та різноманітні наукові теорії відображають досвід епохи андроцентризму, який є суто маскулініним. Саме чоловіки превалюють у сфері політики, зайнятості, науки. Суспільна сфера трактується як чоловіча навіть тоді, коли в ній беруть активну участь жінки [257]. Досвід дослідника є досвідом чоловіка. Отже, класична методологія, на думку феміністок, відображає основні ідеї патріархального дискурсу, у якому зашифровані інтереси чоловіка. Феміністичний дискурс трактує жіночий досвід як основу своєї методології. Це досвід є неоднорідним та багатоаспектним, має три виміри: специфічний жіночий досвід, досвід жінок-учасниць руху проти статевої дискримінації, досвід жінок-дослідниць [54, с. 192]. Жіночий досвід створює необхідність у формуванні нової теорії пізнання, нової

методології, оскільки класичні моделі виявилися гендерно нечутливими. У рамках феміністської теорії сформувалися чотири вектори пізнання: «феміністичний емпіризм, позиціонізм, соціальний конструкціонізм і постмодернізм. Вони змінюють один одного як когнітивні практики феміністського протесту» [54, с. 193]. Феміністичний емпіризм полягає у «включенні» жіночого досвіду у соціальне знання. Позиційний підхід спрямований на визнання «жіночої позиції»: жінка мислить у категоріях стосунків, її діяльність є чуттєвою, конкретною. «Абстрактна маскулінність» протиставляється «фемінінності, орієнтованій на стосунки» [54, с. 195]. Соціальний конструктивізм полягає в конструюванні гендеру, а «постмодерністська епістемологія визнає нероздільність знання і влади: не тільки суб'єкт, який досліджує об'єкт, сконструйований, але сконструйоване і саме „дослідницьке пізнання“» [54, с. 198]. Феміністичні дослідження спрямовані на подолання андроцентризму, урахування гендерної перспективи у всіх аспектах наукової діяльності, жіночу емансипацію тощо. Окрім того, жіночі дослідження характеризуються міждисциплінарністю.

Використання феміністичного підходу в дослідженні ГМФ слугує, по-перше, для визначення ступеня андроцентризму німецької мови та його прояву на рівні фразеології, шляхів його подолання й формування гендерно чутливої мови. По-друге, дослідження гендерних стереотипів крізь призму фразеологічних одиниць сприяє конструюванню понять фемінінності та маскулінності у німецькій лінгвокультурі. Отже, застосування феміністичного підходу до дослідження гендерно маркованих одиниць потрібне для врахування жіночого досвіду й більш детальної реконструкції фемінінного та маскулінного в німецькій мові.

Ще один підхід, який є релевантним у нашому дослідженні – **лінгвокультурний**. У процесі дослідження ГМФ ми намагаємося зрозуміти, яким чином культура народу впливає на утворення цих одиниць, які культурні смисли закладені в них, оскільки лінгвокультурологія розглядає мову як феномен культури, в якій утілюється особлива національна ментальність [53; 98]. Зважаючи на те, що фразеологія конкретної мови – явище унікальне, то ФО ми розглядаємо як своєрідні лінгвокультури, тому що вони мають беззаперечну етнокультурну

цінність. Отже, завдяки лінгвокультурному підходу до дослідження ГМФ, ми можемо дослідити роль і місце статей у мовній картині, яка в кожного народу є унікальною. Адже одним із постулатів, на яких ґрунтуються сучасні лінгвокультурні дослідження, є гіпотеза лінгвістичної відносності Сепіра–Уорфа, суть якої зводиться до того, що люди, які говорять різними мовами та належать до різних культур, по-різному сприймають світ, оскільки саме мова зумовлює тип мислення її носіїв, а спосіб пізнання світу залежить від мови, якою здійснюється мислення [53, с. 27]. Виходячи з цього, можемо стверджувати, що сприйняття статей крізь призму фразеологізмів, способи вираження гендеру у ФО німецької мови вирізняється певною специфікою, а тому для ґрунтовного дослідження ми зобов'язані це врахувати.

Із метою розкриття узуального потенціалу досліджуваних ГМФ застосовано **прагматичний підхід**. Завдання прагматики полягає в дослідженні відношення знаків до людини [46, с. 168]. Фактично, прагматика вивчає мову, виокремлюючи та вивчаючи її одиниці стосовно осіб, які цією мовою користуються. За одиницю аналізу береться текст. Суть прагматичного підходу до дослідження ГМФ полягає в аналізі їх уживання в різних типах тексту. Фактично, здійснюється своєрідне порівняння словникових дефініцій ФО з гендерними маркерами з їх прагматичною реалізацією в конкретній мовленнєвій ситуації. Окрім того, дослідження використання симетричних ГМФ дає підставу підтвердити чи спростувати думку про успішність формування не лише гендерно чутливої мови, але й мовлення. Адже наявність відповідної гендерно маркованої одиниці в мові не означає автоматичне її застосування на мовленнєвому рівні.

Методологічні положення, принципи та підходи втілюються в методах дослідження. Будь-який метод лінгвістичного дослідження зумовлений метою, завданнями й джерельною базою лінгвістичного пошуку. У процесі аналізу досліджуваних явищ ми послуговувалися комплексним підходом, який і визначив стратегію цієї наукової розвідки. Комплексний підхід виявляється найбільш ефективним, оскільки поєднує різні методи, що слугують для виконання поставлених завдань.

Розрізняємо так звані первинні методи, що використовуються задля збору інформації, вивчення та аналізу теоретичних джерел тощо, і вторинні, які застосовуються для обробки отриманих даних (кількісний та якісний аналіз, систематизація).

Щоб установити корпус аналізованих одиниць, ми послуговуємось одним із первинних методів дослідження – **методом лінгвістичного опису та спостереження**, – суть якого полягає в інвентаризації й систематизації, класифікації та інтерпретації фактів і явищ. Процес інвентаризації ГМФ за допомогою описового методу здійснюється шляхом суцільної вибірки з лексикографічних джерел.

У процесі інвентаризації корпусу гендерно маркованих фразеологізмів ми послуговуємося гендерними маркерами, що притаманні цим фразеологічним одиницям. Завдяки **аналізу словникових дефініцій**, що дає змогу визначити семну структуру мовних одиниць, виявити змістовний мінімум концепту фемінінності та маскулінності, нам удалося відібрати саме ті фразеологічні одиниці, що мають гендерний маркер семантики. Використання **методу компонентного аналізу** сприяло визначенню детальної семантичної структури гендерно маркованих фразеологізмів (розщеплення слова на складові компоненти, семи, що розміщені в певній структурній організації), виявленню семантичних змін і трансформацій тощо. Окрім того, залучення **структурних методів** дослідження фразеологізмів дало змогу вичленити серед таких одиниць саме фразеологізми зі структурними гендерними маркерами. Тобто наявність у ФО структурних компонентів, що вказують на стать, стало ще одним критерієм для формування корпусу досліджуваних одиниць. Отже, завдяки застосованим методам, нам удалося визначити корпус досліджуваних мовних одиниць, критеріями формування якого слугували гендерні маркери семантики та структури.

Отже, методика відбору ГМФ для формування корпусу досліджуваних одиниць можна представити як процедуру, що складається з таких етапів:

- 1) відбір фразеологізмів за фразеологічними словниками на основі наявності в них гендерного маркера у структурі чи семантиці;

- 2) первинна класифікація ГМФ за семантичним чи структурним критерієм;
- 3) класифікація ГМФ залежно від рівня вираження гендерних сем шляхом формування лексико-семантичного поля з ядром та периферією;
- 4) виокремлення так званих прихованих гендерних маркерів у фразеологізмах.

Окрім **загальнонаукових методів** до обробки та аналізу відібраних ФО, залучено й інші **спеціальні методи лінгвістичного пошуку**, що зорієнтовані на складніші завдання й використовуються для відстеження фразеологізмів у мові та мовленні. Особливості фразеологічних одиниць, їх відмінності від словосполучень, аналіз їхнього значення, структури, взаємозв'язку між компонентами, узуального й оказіонального вживання потребують особливих методів.

Фразеологізм – це поняття, яке значно важче розтлумачити, ніж слова. Тому особливості фразеологізмів потребують особливих методів вивчення [108]. Методи дослідження фразеологізмів стосуються насамперед засобів їх вичленування, характеристик, властивостей і диференційних ознак.

Одним із методів, який використовується в нашій науковій розвідці для аналізу ГМФ, є **контекстологічний метод вивчення фразеологізмів**, запропонований Н. Амосовою [71]. Суть методу полягає у вивченні ФО в умовах їх уживання у реченні, контекстуальної взаємодії слів, урахування специфіки мови.

Важливе місце в методології фразеологічних одиниць зайняв **варіаційний метод**, запропонований В. Архангельським [8]. Особливостями цього методу є підхід до фразеології як до системи, виокремлення фразеологічного значення як особливої лінгвістичної категорії й вивчення особливостей компонентів ФО, виділення фразеологічного рівня мовної структури.

Комплекативний метод дослідження фразеології полягає у виокремленні трьох типів спеціалізованих комплективів або сполучень слів, як-от: експресивно-образні; еліптичні; гносеологічні [58]. Розробник цього методу С. Гаврилин виділяє також змішані комплективи, які не відповідають жодній із зазначених груп. В основу методу покладено принципи функціональності та системності фразеологізмів.

Метод кореляції мовних і позамовних явищ застосовано задля виявлення взаємозв'язку та взаємообумовленості соціальної сфери життя носіїв мови і її відображення в семантичній структурі досліджуваних мовних елементів. Він дає змогу визначити причини виникнення й розвитку ФО та охарактеризувати зміст і семантику власних назв.

Лінгвокультурологічний аналіз застосовано, щоб розкрити здатність ФО відображати сучасну культурну самосвідомість народу, що є основою його ментальності [78]. Застосування цих методів сприяло виявленню способів представлення статей у межах німецької лінгвокультури, виокремленню культурно маркованих якостей фемінінності та маскуліності. Під поняттям *лінгвокультурологічний аналіз* розуміємо, слідом за К. Мізінім, «сукупність дослідницьких процедур традиційної і когнітивної лінгвістики та психолінгвістики» [104, с. 24].

Відзначимо також **метод кількісного контент-аналізу**, застосований для підрахунків частотності гендерно симетричних фразеологізмів у публіцистичних текстах із подальшим складанням таблиці досліджуваного матеріалу задля визначення рівня гендерної чутливості німецької мови.

У 60-х роках серед нових лінгвістичних методів починає виділятися так звана корпусна лінгвістика, поява якої обґрунтовується впровадженням і використанням сучасних комп'ютерних технологій для дослідження мови та мовлення. Зважаючи на те, що збір емпіричних фразеологічних даних – доволі трудомісткий процес, корпусна лінгвістика стала в нагоді й для дослідження фразеології. О. Гордій влучно зазначає, що «корпусний метод є незамінним і у дослідженнях з лінгвістичної варіантології, адже і тут некритична рецепція застарілих лексикографічних відомостей може призвести до спотворень їх реального функціонування» [34, с. 15]. О. Остапович висловлює думку про те, що зроблені на основі аналізу корпусів висновки будуть значно об'єктивнішими від тих, що почерпнуті зі словників чи фольклорних збірок [117]. К. Штаті наголошує на тому, що корпусний аналіз є дискурсивним та квантитативним, тобто в корпусі ми маємо справу не з окремими словами чи висловами, а оперуємо цілими текстами й маємо

змогу проаналізувати частотність вживання певних одиниць [274]. За М. Штабсом [278], корпусна лінгвістика уможлиблює діахронічні дослідження вживання мовних одиниць, оскільки в корпусах містяться тексти, що були створені в різний час. Так, за допомогою корпусних методів можна проводити дослідження, що спрямовані на вивчення різних аспектів слововживання в різних жанрах [181]. У дисертації застосовано **корпусні методи дослідження**, що дало змогу відстежити дуже великі за обсягом тексти та вилучити з них релевантний матеріал для аналізу, тобто ГМФ. Зокрема, нами застосовано наступні підходи до корпусних досліджень:

- корпуснобазований підхід (*corpus-based approach*), який полягає у використанні корпусу для представлення, перевіряння теорій і гіпотез, їх коригування чи верифікації [174]. За Є. Тоніні-Бонеллі, під час корпуснобазованого дослідження корпус використовують як джерело прикладів, щоб перевірити припущення дослідника чи визначити частотність лінгвістичних явищ [283]. У межах цього підходу нами використано колекцію німецькомовних текстових корпусів Берлінської Бранденбурзької академії наук (*DWDS-Korpus*). На підставі корпусних даних і шляхом застосування **методу виявлення не випадкових колокацій** нам удалося дослідити частотність, семантику та спрямованість гендерно симетричних фразеологізмів у дискурсі, а також наочно проілюструвати прагматичний і семантичний потенціали гендерно маркованих фразеологізмів загалом. Корпусний підхід уможлиблює визначення об'єктивних критеріїв для виявлення, опису колокацій та встановлення зв'язку між їх смислом й структурою мови, дає змогу точно вираховувати значення мовної одиниці [17, с. 44]. Залучення **методу конкордансу**, що полягає у врахуванні лівого та правого оточення лексеми в текстовому корпусі, так само сприяє ілюструванню значення цього слова, а в нашому випадку – фразеологізму [103];

- корпуснокерований підхід (*corpus-driven approach*), який полягає в інтерпретації корпусних даних як цілісності. Фактично висновки, які випливають із такого аналізу, повинні відображати лише те, що засвідчує корпус. Дослідник попередньо не будує гіпотез, а вже на основі самого корпусу виводить

закономірності [283]. Сформувавши власний корпус ГМФ, ми змогли виокремити певні закономірності, що властиві саме ГМФ німецької мови.

Отже, специфіка предмету дослідження – гендерно маркованих одиниць – зумовлює використання різноманітних підходів задля всебічного та ґрунтовного аналізу. Усі застосовані підходи ставлять людину, мовця в центр цього дослідження, що обґрунтовується антропоцентризмом сучасної науки. У дисертаційній роботі застосовано низку загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, які підтверджують достовірність отриманих результатів.

Висновки до розділу 1

Поняття гендеру доволі складне та багатогранне. Він охоплює всі сфери життєдіяльності людини та, у широкому сенсі, являє собою систему змодельованих суспільством поглядів на місце й роль статей у ньому. Асоціюючись із біологічною статтю, яка є своєрідним підґрунтям для формування гендеру, бачимо, що він має перформативну природу, тобто набувається в процесі соціалізації індивіда. Як соціальний конструкт гендер розглядається як елемент соціологічного аналізу, жіночих досліджень, як культурологічна інтерпретація та принцип практичного реконструювання сучасного суспільства. У межах гендерної лінгвістики він вивчається як елемент мови (граматична категорія роду), так і мовлення (чоловіча та жіноча мова).

Ураховуючи багатовимірність поняття гендеру, розглядаємо його у взаємозв'язку з фразеологічним складом мови. Вивчення гендеру у фразеології відбувається в різних напрямках. Зокрема, значна частина робіт стосується вивчення гендерних стереотипів, що відображаються у фразеологізмах. Власне, ФО і є основним джерелом цих гендерних стереотипів.

Важливе значення в наукових колах має дослідження семантики ГМФ, яка відображає соціальну вагу та значимість статі. Окрім того, ГМФ трактуються як такі, що акумулюють значимість статей для конкретної лінгвокультури. Фактично фразеологізми є одним із джерел інформації щодо уявлень певного етносу про ролі чоловіка та жінки в суспільстві. Фразеологізми, що трактуються як мовні знаки

вторинної номінації, містять чимало інформації про маскуліність і фемініність. Гендерні фразеологічні дослідження на рівні мовлення реалізуються в процесі аналізу текстів та, як результат, розкривають особливості фемінінного й маскулінного вживання фразеологізмів.

Гендерний аспект знаходить своє вираження у фразеологічному складі мови, через гендерне маркування деяких ФО. Отже, гендерно марковані фразеологічні одиниці – це фразеологізми, що експліцитно чи імпліцитно містять вказівку на стать. Статевий маркер може бути складовим елементом фразеологізму або міститись у його семантичному значенні.

ГМФ властиві варіації та модифікації. Варіанти певного ГМФ закріплені в словнику, у той час як модифікації є результатом авторського словотвору. Варіативність проявляється граматичними та лексичними засобами. Окрім того, ФО може бути поширеною або еліптизованою, видозмінювати порядок розміщення складових компонентів. Модифікації творяться з конкретною метою й покликані вплинути певним чином на слухача чи читача. Саме тому ними часто послуговуються автори художніх і публіцистичних текстів.

Із урахуванням специфіки гендерних маркерів здійснено класифікацію ГМФ. У зв'язку з тим, що гендерні маркери можуть бути семантичними та структурними, підходи до класифікації ґрунтуються на семантичному й структурному підходах. Зокрема, на основі дефініцій ГМФ, удалося виокремити такі семантичні сфери ГМФ: залицяння та заручини, одруження, відносини в шлюбі, статеві стосунки в шлюбі й поза ним. ГМФ сучасної німецької мови можна класифікувати залежно від рівня вираження гендерних сем, що висвітлюється шляхом формування лексико-семантичного поля в його ядрі або периферії. Фразеологізми з яскраво вираженими гендерними семами формують ядро цього поля. Чим слабше гендерне маркування ФО, тим далі від ядра вона розміщуватиметься. Виокремлення так званих латентних гендерних маркерів, що опосередковано вказують на чоловіка чи жінку, дає змогу виокремити ГМФ з прихованим гендерним маркуванням, що називає чоловіка чи жінку крізь призму їхніх біологічних, побутових характеристик тощо. Окрім того, ГМФ можна класифікувати залежно від їх конотації: сфера та

комунікативний рівень уживання, соціальна дійсність, час уживання, регіональність.

Складність, багатогранність і міждисциплінарний статус будь-якої наукової проблеми спричиняють необхідність її вивчення в системі координат, що задаються різними рівнями методології науки. Комплексний підхід до дослідження ГМФ зумовлює врахування різних аспектів, що потрібні для їх адекватного аналізу та вивчення. Зокрема, необхідним вважається застосування, передусім, гендерного підходу до дослідження гендерно маркованих фразеологізмів, оскільки гендерний аспект є визначальним для нашої наукової розвідки. Вплив феміністичних досліджень на теорію гендеру вимагає врахування феміністичного підходу до дослідження, який покликаний враховувати жіночий досвід у науковому просторі. Лінгвокультурний підхід дає змогу розкрити культурний складник, який прихований у ГМФ. Прагматичний підхід сприяє вивченню прагматичної реалізації досліджуваних ГМФ у публіцистичному та художньому дискурсах.

Методологічні положення, принципи й підходи втілюються в методах дослідження. Будь-який метод лінгвістичного дослідження зумовлений метою, завданнями та джерельною базою лінгвістичного пошуку.

Первинні методи використовують задля збору інформації, вивчення джерел, спостереження тощо. Вторинні методи застосовують із метою обробки та аналізу отриманих даних – кількісний і якісний аналіз отриманих даних, їх систематизація. Методи дослідження фразеологізмів стосуються, передусім, засобів їх вичленування, характеристик, диференційних ознак тощо.

Для встановлення корпусу аналізованих одиниць ми послуговуємося деякими із первинних методів дослідження: методом лінгвістичного опису та спостереження (інвентаризація, систематизація), методом аналізу словникових дефініцій (визначення семної структури), компонентного аналізу (вичленування семів значення), структурними методами (виокремлення структурних гендерних маркерів).

Із метою подальшого аналізу ГМФ використано такі методи: контекстологічний (умови вживання в реченні), варіаційний (виокремлення

фразеологічного значення), комплекативний (виділення типів комплекативів), метод кореляції мовних і позамовних явищ (взаємозв'язок соціальної сфери носія мови та її відображення в семантичній структурі досліджуваних мовних елементів), лінгвокультурологічний аналіз (зв'язок мови та культури).

Метод кількісного контент-аналізу застосовано для підрахунків частотності гендерно симетричних фразеологізмів у публіцистичних текстах.

Методи корпусної лінгвістики є інструментальними засобами, котрі дають змогу відстежити дуже великі за обсягом тексти та вилучити з них релевантний матеріал для дослідження.

Основні положення цього розділу висвітлено в таких публікаціях автора [87; 91; 92; 93; 94; 101].

РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ

Гендерно марковані фразеологічні одиниці покликані відображати погляди на стать, що притаманні певній культурі. Уявлення про жінку та чоловіка, їхні ролі в суспільстві, інтереси, вдача – усе це яскраво вербалізується у фразеологізмах, які трактуються як лінгвокультуремами. Фразеологія як мовне явище мислиться водночас і як явище культури народу, а отже, має як мовні, так і позамовні характеристики. Відтак виникає неабиякий інтерес до цих характеристик, оскільки вони сприяють розкриттю інтра- та екстралінгвальної специфік гендерно маркованої фразеології.

2.1. Інтралінгвальні характеристики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови

Інтралінгвальні характеристики ГМФ сучасної німецької втілюють специфіку цієї мови, бо кожна мовна система – явище унікальне та вирізняється особливими рисами. Так, для ГМФ сучасної німецької мови властиві як гендерна асиметричність, тобто нерівномірність представлення статей крізь призму фразеологізмів, так і потенціал та, і зважаючи на це, тяжіння до гендерної симетрії. Окрім того, фразеологія німецької мови уможлиблює нейтралізацію гендерного аспекту, що у зв'язку з легалізацією третьої статі стає особливо актуальним. Такі ФО акумулюють та прагматизують гендерні стереотипи.

2.1.1. Гендерна асиметрія у фразеології

Фаллогоцентризм (гендерна асиметрія в мові або андроцентризм мови) полягає в нерівномірній представленості в мові осіб різних статей. Гендерна асиметрія в мові розвинулася внаслідок суспільних асиметрій, що беруть свій початок з античності та тривають до сьогодні [66]. Виокремлюють такі ознаки андроцентризму мови [300, с. 198–199]:

- ототожнення понять *людина* й *чоловік*;

- іменники жіночого роду є, зазвичай, похідними від чоловічого. Застосування чоловічого позначення до жінки є припустимим і підвищує її статус. Номінація чоловіка через іменник жіночого роду принижує його та несе негативну конотацію;
- іменники чоловічого роду можуть вживатися на позначення будь-якої статі. Чоловічий рід є генеративним;
- узгодження на синтаксичному рівні відбувається, зважаючи на граматичний рід, а не стать референта.

Фемінінність та маскулінність різко розмежовані та протиставлені одне одному. Маскулінність при цьому домінує і є символом загальнолюдського, у той час як фемінінність є ознакою специфічно жіночого, що призводить до гендерних асиметрій [38]. Розкриття фаллогоцентризму відбувається в межах феміністичної критики мови. Основоположними роботами в цьому напрямі стали дослідження відомих феміністок Л. Пуш «Німецька мова – мова чоловіків» [262], С. Трьоммель-Пльотц «Жіноча мова – мова змін» [285], Р. Лакофф «Мова та місце жінки» [241]. На сьогодні можна виокремити два основних напрями у феміністичній критиці мови. Перший – досліджує дискримінацію жінки в мовній картині світу, асиметрії в мовній системі, що спрямовані проти жінки [38; 221; 246; 260; 264]. Представники цього напрямку вважають, що мова фіксує чоловічий погляд на світ, пропагує чоловічі цінності й нав'язує їх. Центральним об'єктом дослідження став мовний лексикон, оскільки саме тут знаходимо найяскравіші приклади гендерних асиметрій та дискримінацій, де референт жінка може позначатись іменником чоловічого роду або ж жіночий рід є похідним від чоловічого. Жіночі відповідники мають негативну конотацію, що особливо виражено у фразеології, де чоловік є носієм позитивних якостей, у той час як жінка характеризується з негативного боку.

Дослідниця І. Замель [268] виокремлює дев'ять сексистських гендерних асиметрій на користь чоловічої статі в словниковому складі німецької мови:

- лексеми, похідні від *Mann, Herr, Bruder* тощо, що слугують основою для творення нових слів: *Mannschaft, brüderlich, man, jedermann*;

- складносполучені назви осіб, що мають генеративне значення: *Vordermann, Bauherr, Schirmherr*;
- асиметрії через різноманітні конотації: *Junggeselle – Jungfer; Herr – Fräulein*;
- першочерговість називання чоловічої статі: *Herr und Frau Meier, Romeo und Julia*.
- пейоративні висловлювання – лайливі слова та найменування, що перетворюють жінку на сексуальний об'єкт у випадку, коли вони спираються на гендерні ролі й стосуються лише однієї статі: *Betthäschen, Weibergeschwätz*;
- визначення осіб з вказівкою на зв'язок між ними (у звертаннях): *Herr Meier und Gattin*;
- фразеологізми та сталі вирази: *Herren sind herrlich, Damen sind dämlich*;
- ігнорування жіночої статі: у звертаннях типу *lieber Leser*;
- семантична наближеність до іменника *Mann*: *Wer zahlt, der hat auch mitzureden*.

Узагальнюючи наведені вище ознаки, сексизм у мові, у тому числі й на рівні фразеології, зводиться до трьох основних особливостей:

1. Так зване «родове» вживання чоловічого роду (у граматичному сенсі), коли висловлювання побудовані за граматичними правилами, згідно з якими чоловічий рід уживається для позначення осіб чоловічої або чоловічої та жіночої статей. Водночас жіночий рід указує лише на представниць жіночої статі. Із часу жіночих рухів постало питання про виправлення цієї ситуації. Жінки виступили за введення також жіночого еквівалента або ж застосування нейтрального відповідника. Вони прагнуть рівноправ'я на рівні усного й писемного мовлення, яке б мало своє формальне вираження. Так, ФО з маскулініними компонентами дуже часто називають осіб жіночої статі: *Mann für Mann – усі* [312]. Наведений приклад ілюструє ситуацію, коли через чоловічий антропометризм втілюється означення всіх осіб без поділу на стать.

2. Принцип черговості – в німецькій мові особа жіночої вказується після особи чоловічої статі. Звертання *Damen und Herren* не є справжнім винятком, воно швидше впливає зі світських умовностей і в жодному разі не вказує на рівноправ'я жінок поруч із чоловіками. Мета полягає в тому, щоб подолати цю мовну асиметрію, щоб жінка не сприймалася як додаток до чоловіка.

3. Словниковий склад. Тут ідеться про дискримінаційні найменування жінки, які не мають на меті зневагу до останньої, однак під час детального аналізу все ж містять її, наприклад компоненти типу *Fräulein, Dame* в певному контексті (*die Damen auf der Regierungsbank*), *Puppe, Biene* також *Mädchen* під час називанні дорослих жінок аж до лайливих слів. Фразеологізми з цими компонентами зазвичай мають негативне конотативне забарвлення. З іншого боку, існує чимало висловів, які формально виражають чоловічий рід, але вказують також і на жінок: *der kluge Mann (baut vor)* [305, с. 458]. Цитата вживається у значенні «це розумно – займатися профілактикою». Походить із драми Ф. Шіллера «Вільгельм Тель». Потрібно уникати вживання таких висловів, замінювати їх нейтральними.

Зупинимося детальніше на проявах гендерної асиметрії в німецькій мові, що виражається у фразеології. На основі аналізу фразеологічних словників та особливостей прояву мовного сексизму можемо стверджувати, що фразеологічні гендерні асиметрії проявляються таким чином:

1. Використання фразеологічних одиниць із компонентом *Mann* на позначення осіб жіночої статі, ототожнення поняття *Mann* із *Mensch*. Фразеологізми такого типу позначають лише чоловіків або чоловіків і жінок, хоча в компонентному складі не мають фемінитива. Так, чоловіче начало трактується як ключове, а компонент *Mann* у фразеологізмі є гіперонімом для понять «жінка», «чоловік», «діти» тощо: *alle Mann hoch/alle wie ein Mann* [299, с. 41]/*alle Mann* [312] – усі. ФО *mit Mann und Maus* – усі разом, повністю [312] є більш експресивною, ніж попередні ФО. По-перше, вона утворена шляхом алітерації, що робить її стилістичною фігурою. По-друге, фразеологізм походить зі сфери мореплавства та спочатку містив у своєму складі ще й дієслово – *mit Mann und Maus untergehen*. У такому компонентному складі означав «піти на дно, потонути всім разом». Цей

варіант значення є менш переосмисленим, оскільки під час кораблетрощі гинули не лише люди, але й миші та пацюки, котрі були на кораблі.

Деякі ФО з компонентом *Mann* мають вигуківий характер: *Er ist unser Mann!/Sie sind/Du bist mein Mann!* – Він саме той, хто нам потрібен!/Ви/ми саме той, хто потрібен для виконання цього завдання; *Das ernährt seinen Mann!* – Це приносить достатньо грошей! [312] Як бачимо, в останньому прикладі в семантиці нейтралізується навіть вказівка на особу.

До фразеологізмів з гендерним структурним маркером, що нейтралізується в семантиці, можна віднести компаративну ФО *voll sein wie tausend Mann* – бути дуже п'яним [312].

Компонент *Mann* у фразеологізмах доволі часто вказує на пересічного громадянина: *der Mann von der Straße* – середньостатистичний громадянин [312]; *der kleine Mann (von/auf der Straße)* – середньостатистична особа без великого впливу на щось [312]. У цих ФО *Mann* є синонімом до *Mensch* (людина), що ілюструють їх приклади вживання в контексті: *Die Zeit, 05.03.2016, Nr. 11. Vieles wird widersprüchlich, wenn der kleine Mann auf der Straße von heute die alte Bundesrepublik zurückerkämpfen soll. Die Zeit, 17.09.2013, Nr. 38. Was wird zum Beispiel geredet, gedacht, wo der kleine Mann von der Straße sein kleines Bier von der Theke trinkt?* [317]. У наведених прикладах яскраво проявляється ще один тип гендерної асиметрії: узгодження на синтаксичному рівні відбувається з огляду на граматичний рід (*Mann*), а не семантичне значення звороту (прості люди).

ФО *Ein Allroundman/Allroundmann/Allround-Mann/Allrounder sein* – різностороння людина; особа, котра проявляє талант та компетентність у різних сферах; особа, яка все вміє [312] походить з англійської мови, де *man* уживається стосовно чоловіка та особи загалом. У прикладі читаємо: *Die Zeit, 12.01.2005, Nr. 2. Für einen Job bei H&M muss man Allrounder sein* [317], хоча в цій мережі магазинів одягу працюють переважно жінки.

ФО з компонентом *Mann* доволі часто вживаються для позначення процесів, явищ, ситуацій. Гендерний аспект у семантиці нейтралізується, але його присутність у структурі дає підставу стверджувати, що чоловіче начало мислиться

як головне, першочергове: *auf den alten Mann sparen* – заощаджувати на старість [299, с. 42]; *einen kleinen Mann im Ohr haben* – бути несповна розуму [299, с. 41].

Ототожнення чоловіка з людиною яскраво втілюється і в наступних ФО: *der rechte (richtige) Mann (an der rechten Stelle)* – підходяща людина [299, с. 40]; *der große Mann brauche überall viel Boden* – великій риби в глибокій воді плавати [299, с. 42]; *ein ganzer Mann* – цільна людини, цільна натура [299, с. 40]; *ein gelieferter Mann* – пропача людина [299, с. 40]; *ein Mann aus (von) grobem Schrot* – людина крем'яної вдачі [299, с. 41]; *ein Mann ist kein Mann (ein Mann allein kann das Feld nicht behaupten)* – один у полі не воїн [299, с. 43]; *ein Mann mit zugeknöpften Taschen* – 1) скупа людина; 2) нечула людина [299, с. 40]. Незважаючи на те, що семантика ФО спрямована на людину загалом, наявність маскулінного компонента в структурі сприяє формуванню саме чоловічого образу у свідомості як мовця, так і адресата.

Отже, чоловік у фразеологізмах виступає як символ цілісності, означає не лише чоловічу чи жіночу стать, але й усе, що до них належить. Чоловік постає домінантною частиною цілого, крізь призму якої шляхом метонімічного перенесення позначаються й інші складники цього цілого. Відповідно до такого трактування, жінка, діти, навіть тварини є власністю чоловіка, що може свідчити про провідну суспільну роль чоловічої статі. Водночас фразеологічні одиниці з компонентом *Frau* використовуються лише для характеристики жінок.

2. Застосування жіночого референта на позначення чоловічої статі, що імплікує зневажливе ставлення до нього: *Frau mit Stiel (Oldphras)* – гомосексуаліст [313]; *Mädchen für alles* – хлопчик на побігеньках [299, с. 38]. Уживання найменувань жіночої статі стосовно чоловіка автоматично понижує статус особи чоловічої статі та має негативну конотацію. Так, ФО *Mädchen für alles* вживається щодо обох статей і має іронічний характер: *Die Zeit, 15.06.2016 (online). Einfach gelingt der Einstieg beispielsweise über ein Praktikum als Set-Runner: Als „Mädchen für alles“ assistieren Set-Runner Aufnahmeleiter und Aufnahmeleiterassistenten bei ihrer Arbeit»* [317].

3. У фразеологізмах на позначення жінки використовують компоненти, що мають чоловічий чи середній рід. Зокрема, *ein alter Drachen* – *нелюбима холерична жінка* [312]; *ein falsches Luder* – *лицемірна/нещира жінка* [312] тощо. *Das Luder* означає, власне, шматок м'яса, яким заманювали тварин. Згодом воно було перенесене на жінок, які красою своєї плоті спокушали чоловіків. Значення ФО із цим компонентом перегукуються зі значенням самого компонента. Такі ФО мають здебільшого негативну конотацію, яка, власне, і виражається шляхом використання середнього роду, замість жіночого: *Der Antichrist, 1974 (Filmuntertitel). Ich weiß ganz genau, was das falsche Luder zu dir gesagt hat, als du bei ihr warst: Du glaubst doch nicht im Ernst, dass es weniger schlimm für mich ist, wenn wir uns trennen* [317]. Хоча фразеологізми з цим компонентом можуть означати і людину загалом: *feines Luder* – 1) *гарно вбрана компанійська людина*; 2) *хитра, підступна людина* [313].

Яскравими прикладами можуть слугувати фразеологічні одиниці з компонентом *Mädchen*, який теж належать до середнього роду. Суфікс *-chen* у німецькій мові слугує для творення зменшено-пестливих форм іменників середнього роду: *ein leichtes Mädchen* – *новія* [312]; *ein spätes Mädchen* – *немолода дівчина без сексуального досвіду* [312]; *ein gefallenes Mädchen* – *жінка, що не відповідає моральним стандартам буржуазного суспільства XIX – поч. XX ст.* [312]. Наведені фразеологізми з компонентом *Mädchen* мають негативне забарвлення не лише в плані вираження (з огляду на середній рід компонента), але й у плані змісту.

4. Пейоративні фразеологічні одиниці із сексистською конотацією. Фразеологізми такого типу спрямовані, зазвичай, на жінку та трактують її як сексуальний об'єкт чи додаток до чоловіка: *auf den Weibern rumreiten* – *жити розпусним життям (про чоловіка)* [313]. Компонент *Weib* як структурна одиниця фразеологічного звороту має негативну конотацію й доволі часто є складовою частиною пейоративних фразеологізмів: *sei nicht solch altes Weib!* – *Не будь такою бабаю!* [299, с. 309]. Яскраве сексистське забарвлення має ФО *Die Frau/das Auto/Pferd hat Rasse* [312], де жінка прирівнюється за статусом до автомобіля і коня.

4. Фразеологічні одиниці з частковою або повною опозицією «чоловіче–жіноче», де перше стверджується як «правильне» або має нейтральне забарвлення, а друге інтерпретується як «негативне» [85]: *ein Mann, ein Wort, – eine Frau, ein Wörterbuch* – чоловіки говорять коротко і по суті, жінки багатослівні [313].

Отже, фразеологізми та сталі вирази також характеризуються гендерними асиметріями внаслідок фаллогоцентризму німецької мови. Спираючись на прояви гендерних асиметрій у словниковому складі німецької мови загалом, можемо виокремити їх і на фразеологічному рівні зокрема. Такі асиметрії проявляються через використання чоловічого референта, що символізує людину загалом, на позначення жіночої статі, обернена ж специфіка вживання імплікує зневагу до означуваного чоловіка, бо «чоловіче» зазвичай мислиться як «правильне, нейтральне», а «жіноче» містить негативну конотацію, що підтверджують і численні сексистські пейоративні фразеологізми на позначення особи жіночої статі. Отже, німецька мова характеризується яскраво вираженим фразеологічним фаллогоцентризмом.

2.1.2. Гендерна симетрія у фразеології: маскуліність та фемініність

Сучасне суспільство націлене на глобалізацію та прагне рівності у всіх сферах життєдіяльності. Поняття й упровадження рівності не є новим віянням чи принципом людського життя. У сучасному світі рівність стала основою різноманітних перетворень і ключовим постулатом демократичного суспільства. Звісно, поза увагою не залишилася і гендерна рівність, що передбачає рівні права та можливості осіб, незалежно від їх статі. Гендерна рівність належить до фундаментальних прав особи. Закони в будь-якій галузі повинні співвідноситись із загальними принципами права, які наголошують на гендерній рівності. Вона включає декілька аспектів: рівність прав – це законодавче наділення однаковими правами осіб чоловічої та жіночої статей; рівність можливостей – забезпечення рівних умов щодо розподілу, використання політичних, економічних, соціальних і культурних цінностей, які виключають дискримінацію чи обмеження будь-якої

статі; рівні умови для реалізації прав і можливостей; гендерна симетрія означає рівні права й можливості для жінок і чоловіків, що реалізуються на практиці [79].

Система мови, яка, хоч і постулюється як така, що, передусім, орієнтована на чоловічу домінуючу стать, має прояви сексизму та гендерних асиметрій, піддається постійним змінам, що спрямовані на досягнення гендерної рівності. Гендерна симетрія в мові проявляється у формуванні так званої гендерно чутливої мови. Гендерна чутливість – це здатність сприймати, усвідомлювати й реагувати на будь-які прояви сексизму, дискримінації за ознакою статі чи статевої сегрегації [161]. Фактично гендерно чутлива мова орієнтована на експлікацію гендеру без дискримінації однієї зі статей, що означає боротьбу з проявами сексизму в мові, які зосереджені переважно в лексиці.

На сьогоднішні вже не виникає сумнівів щодо взаємозалежності граматичного роду та статі, принаймні у сфері власних імен [178; 225]. Дослідження взаємозв'язків між категоріями статі й граматичного роду пов'язані, передусім, з іменниками й займенниками, що вказують на людей. Із лінгвістичного погляду постає питання, чи завжди рід іменника співвідносний зі статтю особи, котру він репрезентує, чи мають чоловіки та жінки рівні шанси бути названими.

Результати цих досліджень виявили наявність асиметрії у взаємозв'язках між статтю й граматичним родом. Генеративна форма іменників в багатьох мовах збігається з формою чоловічого роду, що свідчить про нерівні шанси чоловіків і жінок бути названими. Більше того, чоловіча форма постулюється як нормативна, у той час як жіноча є відхиленням від цієї норми. Виявлення цих мовних особливостей призвело до спроб подолання сексистських ознак у мові та розробки шляхів рівноправного називання представників обох статей.

Науковці розробили низку принципів, які допоможуть подолати мовний сексизм. Це питання розглядається не лише в рамках лінгвістики, але й має правовий статус. Відповідні органи державної влади та науковці працюють над правилами створення гендерно симетричних текстів, що виключають будь-яку дискримінацію за ознакою статі [3; 188; 222; 243; 272; 276; 279]. Зокрема, Р. Водак,

Г. Файштрітцер, С. Мосмюллер та У. Долешаль пропонують такі шляхи подолання мовної дискримінації жінок:

1. Якщо йдеться одночасно про дві статі, то замість чоловічого роду (який уживають відповідно до «родового» принципу) потрібно використовувати так звану розщеплену форму: *der/die Proferssor/in, die Professor/inn/en*. У розщеплених формах міститься як чоловічий рід, так і жіночий, а отже, наявна вказівка на обидві статі. Похила лінія слугує для скорочення на письмі й означає відповідно до контексту, сполучники «або», «і». Отже, читати це слід таким чином: *der Professor oder die Professorin bzw. die Professorin und der Professor, die Professorinnen und Professoren*. Відмітним також є те, що іменник може не узгоджуватися з артиклем і навпаки: *jede/r Professor/in*. Однак таке написання викликає певні труднощі, а тому передбачено написання літери «I» всередині слова: *ProfessorIn, ProfessorInnen*.

2. Якщо неможливе просте утворення похідної жіночої форми за допомогою додавання суфіксів *-in, -inn, -e, -r*, то треба писати окремо обидва роди: *des Professors/der Professorin*.

3. Зі стилістичних причин потрібно писати обидва роди, особливо там, де неможливе просте розщеплення, разом зі сполучниками: *der Koch oder die Köchin, der Köchin und (oder) des Kochs*. У композитах перша частина не повторюється: *die Schullehrerinnen und -lehrer*.

4. Якщо визначальне слово в композиті містить назву особи, то для спрощення не пропонується ніяких видозмін. У багатьох випадках виникає дуже складна словоформа. Указівка на особу здійснюється шляхом зміни другої частини слова: *die Ausländerreferentin, der Ausländerreferent*. Якщо це можливо, потрібно замінити визначальне слова нейтральним відповідником: *Lesekarte*, замість *Leserkarte*.

5. Заміна назви особи може відбуватися шляхом зіставлення останньої з виконуваною функцією: *Professur statt Professor/in, Schulleitung statt Direktor/in*

6. Якщо іменник замінюється займенником, то він теж повинен бути статево нейтральним: *Jede/r Student/in, die/der kommt.....; Er/sie hat*. У таких випадках зручно використовувати множину: *Alle Studenten, die kommen; Sie haben ...* [212].

Однак не всі науковці позитивно ставляться до таких змін у мові. Зокрема, Т. Кубелік [240] вважає, що спроба формування гендерно чутливої мови, провокує її деградацію, а подекуди й відхилення від норми. Науковець критикує феміністичні погляди на мову та формулює чотири основні тези на підтвердження своєї позиції:

- поняття статі (*Sexus*) і граматичного роду (*Genus*) нерівнозначні, з чим погоджується й феміністична лінгвістика. Тому не можна стверджувати, що іменник певного роду автоматично асоціюється зі статтю. Так, *die Wurst* не має нічого спільного з фемінінністю, а *der Käse* – із маскулінністю. Однак Т. Кубелік не заперечує, що певні аналогії все ж існують, зокрема, у сфері номенів на позначення родинних відносин. Він також наголошує на тому, що граматичний рід доволі часто визначається морфологічно: певному суфіксу властивий певний граматичний рід (- *chen* – середній рід, -*ling* – чоловічий рід);
- генеративний чоловічий рід, що особливо критикується феміністками, насправді є нейтральним, хоча прихильники феміністичної критики мови наполягають на тому, що його вживання вказує, передусім, на чоловічу стать, а жіноча стать згадується як додаток. Насправді ж і чоловіки, і жінки однаковою мірою позначаються такими поняттями, оскільки немає жодних наукових підтверджень того, що генеративний чоловічий рід указує лише на чоловічу стать;
- сам процес формування гендерно чутливої мови (*gendern*) доволі часто є нелогічним, неестетичним, причиняє плутанину та порушує граматичні норми мови. Так, велика «I» у середині слова не відповідає нормам правопису німецької мови;
- постійна вказівка на біологічну стать засобами мови веде до її сексуалізації, що є ще більшою дискримінацією, ніж використання чоловічого роду як генеративного.

Т. Кубелік підкреслює негативні сторони повної нейтралізації гендеру, що існують у зв'язку із запереченням бінарності статі та введенням поняття третя стать, трансгендер тощо. Спроба замінити всі гендерно марковані одиниці веде до непорозумінь (*Anwenderorientiert/Praxisorientiert* не є тотожними поняттями) та

абстрагування мови (заміна назв осіб означальними реченнями). А тому він вважає, що всі зміни, котрі відбуваються в мові, повинні проходити автоматично, еволюційно, а не бути нав'язаними якимось політичними організаціями чи установами. Він підкреслює, що мова є доволі консервативним явищем, демократичним надбанням, яке не можна змінити за бажанням, видавши відповідне розпорядження [240].

Звісно, фразеологія є важливим елементом лексичного складу мови, а тому тенденції до гендерної рівності торкнулись і її. Однак фразеологія є своєрідним мовним рівнем, а тому рекомендації щодо подолання сексизму на рівні лексики не можна автоматично перенести й на фразеологію. Складність полягає в тому, що ФО складаються принаймні з двох слів, а жіночий відповідник не можна утворити шляхом простої деривації. Незважаючи на це, гендерна симетрія у фразеології теж має здатність проявлятися у рівноправному найменуванні статей шляхом використання ФО. Найменування чоловіка чи жінки відбувається шляхом використання ФО з фемінінними чи маскулінними компонентами. Фактично заміна маскулінного компонента фемінінним веде до утворення гендерно протилежної ФО, що, зі свого боку, є важливим внеском у формування гендерно чутливої мови. Однак потрібно зазначити, що «оригінальним» є зазвичай фразеологізм із маскулінним компонентом. Утворення нових ФО для рівноправного називання статей характерне не для всіх фразеологізмів. Можна припустити, що еквіваленти отримали лише ФО, що користуються найбільшою вживаністю в мовленні. Так, завдяки прагненню до гендерної рівності в німецькій мові з'явився ряд фразеологічних одиниць, котрі вказують на жінку з позначення останньої через фемінінний компонент, замість генеративного маскулінного. Гендерно симетричні ФО можна умовно розділити на чотири групи, залежно від способу їх утворення:

1. Гендерно протилежні фразеологізми-еквіваленти з компонентами *Mann* та *Frau* відповідно. Загальногерманська ЛО «man» (*Mann*) походить від давньоіндійського «manu», що означало людину загалом (без огляду на стать). Оскільки в давньогерманській період лише чоловік був наділений усіма правами, то *Mann* стало співвідноситися з чоловічою статтю як домінантною. Відголоски

цього явища приховані в неозначено-особовому займеннику «man», який так само був статево нейтральним. Однак із часу розквіту феміністичної лінгвістики, компоненти *Mann* та *man* стосовно обох статей піддалися нищівній критиці. Як альтернатива запропоноване вживання компонентів *Frau* та *frau* у тих випадках, коли йдеться про жіночу стать. Це й сприяло виникненню низки гендерно протилежних фразеологізмів-еквівалентів: *seinen Mann/ihre Frau stehen* – *стояти на своєму, доводити на ділі, добре справлятися з поставленими задачами* [312]. Раніше вживаним був лише варіант з компонентом *Mann*, що, окрім генеративності чоловічого роду, можна пояснити і суспільними стереотипами, де чоловік уявляється як такий, що здатен настояти на своєму, а жінки – як особа зі слабкою волею. Яскравою ілюстрацією проникнення гендерної рівності в мову може слугувати таке речення: *Der Koch oder die Köchin sollte in jeder Zubereitungssparte sicher und eigenständig arbeiten können und an jeder Station seinen Mann/ihre Frau stehen* [312]. У наведеному прикладі бачимо гендерно симетричне вживання як ФО, так і професії. Такі тексти сприяють формуванню гендерно чутливої мови та однаковою мірою вказують на обидві статі.

Ще одним прикладом гендерно симетричних фразеологізмів є *ein Mann/eine Frau der Tat* – *людина діла; той, хто довго не вагається, а діє* [312].

ФО *eine Frau/ein Mann von Welt* – *світська особа; космополіт; різностороння особистість* [312]. В узусі ці ФО теж диференціюються, чітко вказуючи на жінку: *Die Zeit, 30.12.2017, Nr. 01. Nach den gewalttätigen Protesten in Virginia im Sommer zeigte die New York Times in ihrer Stilbeilage im November, was die Frau von Welt trägt, um vorbereitet zu sein: schwarze Arbeiter- oder Militärstiefel, Hosen, Skimasken, Handschuhe und Jacke, etwa vom Sportausstatter The North Face.* [317] та на чоловіка: *Die Zeit, 15.02.2016, Nr. 08. Ich hatte ihn in Japan kennengelernt, er war anders als die sehr traditionsbewussten Manager dort, hatte in Amerika gelebt, sprach ausgezeichnet Englisch, ein Mann von Welt* [317].

ФО *der Mann/die Frau meiner Träume* – *чоловік/жінка моїх мрій; бажаний чоловік/жінка* [312]. Виникнення такої симетрії теж видається логічним, оскільки фразеологізм не дає якоїсь специфічної характеристики, а просто констатує потяг

до певної особи. При цьому чітке статеве розрізнення є релевантним і не може бути узагальнене через компонент *Mann*, бо це може призвести до непорозуміння. Немає також чіткого семантичного наповнення цієї одиниці, бо кожен укладає свій зміст у поняття *чоловіка/жінки мрії*. Подібну семантику має й інша ФО *die Dame (Frau) seines Herzens/der Mann ihres Herzens* – *кохана/коханий* [312].

ФО *Selbst ist der Mann/die Frau!* – *Сам/сама впораюся!* [312] є результатом боротьби з мовним сексизмом. Однак він набув досить широкого вжитку. Цей зворот є своєрідним девізом сучасного жіноцтва, яке більше не залежить від чоловічої статі. ФО підкреслює жіночу самостійність та здатність досягати бажаного, визначивши для себе цілі й пріоритети: *Berliner Tageblatt (Sonntags-Ausgabe), 05.02.1933. Selbst ist die Frau, d.h. die schicksalhaft alleinstehende Frau ist auf dem rechten Weg, wenn sie dem natürlichen Verlangen nach Mannesliebe nicht ihre hohen Wirkungsmöglichkeiten opfert, sondern es in geistig-seelische Mütterlichkeit verwandelt; die Lösung heisst auch: der Weg zur Ehe sei mit erlittener Liebe besät und mit Läuterungen schwer betaut* [317].

Зрілість і реалізованість у житті втілюється в гендерно симетричному фразеологізмі *ein gestandener Mann/eine gestandene Frau sein* – *бути дорослим, зрілим, досвідченим* [312]. Сформована особистість, що семантизується у ФО, протиставляється наївності та покірності ще незрілої особи: *Die Zeit, 16.11.1979, Nr. 47. Sie mag dem inneren Befehl, sich Jahre wegzuschminken, nachgeben, wenn sie diese gestandene Frau, die sie gewesen ist, nun durch ein ahnungsloses Töchterchen ersetzt, durch einen Ausbund an Naivität und Folgsamkeit* [317].

ФО *etwas an den Mann (oder die Frau) bringen* не семантизує гендерні ознаки, а означає «щось успішно продавати, передавати, поширювати серед людей» [312]. Якраз у цій одиниці доволі часто під компонентом *Mann* узагальнюється поняття «людина»: *Die Zeit, 19.09.1946, Nr. 31. So alte urkomische „Filmklamotten“ wie eiernde Fahrräder werden aus der Kiste geholt, daß ein Lustspielautor bei uns sich lächerlich machen würde bei dem Versuch, solche Ideen an den Mann zu bringen* [317].

ФО *Ein alter Mann/Eine alte Frau ist doch kein D-Zug!* – *старші люди не надто швидкі* [312]. У цьому випадку, на нашу думку, вибір фемінінного чи маскулінного

елемента не має принципового значення, оскільки фразеологізм не виражає якоїсь специфічної гендерної семантики, а вживається старшими людьми, які не завжди встигають за молодими. Припускаємо, що вибір компонента залежатиме від статі мовця, який послуговується зворотом. Так, чоловіки, найімовірніше, оберуть варіант із *Mann*, а жінки – із *Frau*, ніби натякаючи на самих себе.

Фразеологізм *jemand fürs Grobe sein; der Mann/die Frau fürs Grobe sein* – особа, котра вирізняється жорстким підходом до дій; особа, яка бере на себе вирішення неприсмних задач [312], завдяки використанню гендерно нейтрального компонента (*jemand*), тяжіє до нейтралізації статі. Однак компоненти *Frau* та *Mann* зазвичай замінюють компонент *jemand* у мовленні з метою конкретизації особи. Цікавий варіант уживання ФО знаходимо в корпусі: *Die Zeit, 03.01.1975, Nr. 02. Arbeitsbedingungen, bei denen jede Haushaltshilfe oder Kinderpflegerin auf dem Absatz kehrt machen würde, sind da gerade richtig – nach dem Motto: die Oma fürs Grobe; Der Pritschenwagen, neudeutsch Pick-up, ist mit seiner offenen Ladefläche das Auto fürs Grobe* [317]. Насправді варіант з *Oma* спочатку був більш поширений, особливо в 1960-х рр. Під компонентом *grob* малася на увазі груба, не надто кваліфікована праця типу прибирання тощо. Згодом у тому самому значенні фразеологізм перенісся на чоловіків, що виконували непрестижну роботу – прибирання вулиць, вивіз сміття, допомога на будівництві. На сьогодні семантика ФО ще більше модифікувалася та не має нічого спільного з «грубими» професіями [312]. Так, можна стверджувати, що варіанти з *Frau/Mann* є закріпленими в узусі модифікаціями першого варіанта, які вже й не вважаються такими.

Наведені приклади ілюструють ефективність та симетричність уживання як чоловічих, так і жіночих відповідників ФО у мовленні, що свідчить про ефективність такого підходу до подолання сексизму у фразеології. Потрібно зазначити, що варіанти з *Mann* трапляється значно частіше, що можна обґрунтувати генеративністю чоловічого роду, яку до кінця не вдасться викоринити.

2. Субстантивовані прикметники чоловічого й жіночого роду як компоненти фразеологізмів. Використання субстантивованих прикметників для називання осіб різних статей є одним з ефективних способів подолання мовного

сексизму. Такі компоненти є повністю гендерно нейтральними внаслідок того, що утворені від прикметника. Лише вибір граматичного роду (артикля) таких одиниць надає їм гендерного маркування. Отже, ФО із субстантивованим прикметником чоловічого та жіночого роду утворюють пари з протилежним гендерним маркуванням.

Розглянемо детальніше деякі з них. ФО *jemandes Angebeteter/Angebetete sein* – чоловік/жінка, якого/яку кохають [312]. Такі ФО цікаві в тому плані, що в множині володіють абсолютною гендерною нейтральністю. Ще одним прикладом ФО із субстантивованим компонентом є *jemandes Verfllossene/Verflossener sein* – колишній чоловік, друг, коханий; колишня жінка, подруга, кохана [312].

3. ФО з чоловічими та жіночими антропонімами. Антропоніми володіють яскравими гендерними ознаками. Чоловічі чи жіночі власні імена слугують для характеристики тієї статі, яку вони називають. Однак доволі складно знайти жіночий відповідник до чоловічого антропоніма з однаковим семантичним значенням, але різною гендерною спрямованістю, а тому таких є небагато. Напевно, найвідомішою та найпоширенішою є пара ФО *der deutsche Michel* (середньостатистична людина) – *Lieschen Müller* (середньостатистична особа жіночої статі) [312]. Структура таких ФО є різною, однак обидві означають середньостатистичного громадянина й громадянку відповідно: *Berliner Zeitung*, 24.05.2003. *Doch der Präsident will mehr, viel mehr, er gratuliert, „die Arme auf die Oberschenkel gestützt“, die präsidentialen natürlich, zum CDU-günstigen Ausgang der Hessen-Wahl, und lässt sich die obstinate Haltung des deutschen Michel in der Irak-Frage vom hessischen Roland auseinander klamüsern* [317]. Однак чоловічий відповідник, що доводить наведений вище приклад уживання, може вказувати й на жінку. Жіночий варіант спрямований лише на особу жіночої статі: *Berliner Zeitung*, 11.10.1994. *Claudia Schiffer werden für Anprobe und Präsentation fünfstellige Summen gezahlt – Lieschen Müller muß hingegen für ein Prêt-à-porter-Kleid vierstellige Beträge hinblättern* [317]. Із метою створення гендерно чутливих текстів потрібно вживати ці ФО паралельно.

4. ФО, утворені додаванням суфікса *-in* до компонента чоловічого роду. Цей принцип творення гендерно протилежних найменувань особливо поширений під час утворення жіночих відповідників професій. Однак його не можна назвати несексистським, оскільки за основу взято чоловічу форму як початкову, що натякає на жіночу як похідну. Незважаючи на це, такий спосіб можна вважати ефективним у плані фразеологічної гендерної симетрії: *ein Meister seines Fachs sein/eine Meisterin ihres Fachs sein* – бути майстром своєї справи, фахівцем [312]. Обидві форми є вживаними: *Die Zeit, 17.07.1947, Nr. 29. Ich habe kürzlich in einer großen, deutschen Zeitung unserer Tage ein kleines, exquisites Zeitdokument entdeckt; Der Schreiber, ein Meister seines Faches, besucht ein Kino, in dem ein amerikanischer Film gegeben wird. Die Zeit, 10.06.2011 (online). Seehofer lobte die 60-Jährige als eine „Ikone des deutschen Fernsehens“ und Meisterin ihres Fachs* [317].

Отже, прагнення до гендерної рівності у всіх сферах людської життєдіяльності знаходить своє вираження й у фразеології, навіть незважаючи на андроцентризм німецької мови. Мова володіє достатнім арсеналом засобів, щоб однаковою мірою виражати обидві статі. Зокрема, для творення гендерно симетричних ФО застосовують чотири способи: заміна компонента *Mann* на *Frau*, використання субстантивованих прикметників та антропонімів, додавання жіночого суфікса *-in* до чоловічого роду. Звісно, ці способи не є вичерпними й універсальними, але слугують для творення однакових за значенням, але різних за гендерною спрямованістю фразеологізмів.

2.1.3. Постгендеризм та гендерна нейтральність у фразеології

Бінарність біологічної статі людини визначила для неї межі сприйняття навколишньої дійсності. Опозиція чоловік/жінка стала мірилом усіх суспільних перетворень: у тому числі й тих, що відбуваються в лінгвістиці. Однак поява терміна *гендер*, антиномії біологічної статі та гендеру дала поштовх розширити погляди на чоловіка й жінку. А прагнення до подолання мовного сексизму, гендеризму та бінаризму й інших, пов'язаних зі статтю розрізень, призвело до

виникнення поняття гендерної нейтральності. Гендерна нейтральність – це ідея про те, що політика, мова та інші соціальні інститути не повинні розрізняти осіб за статтю чи гендером із метою уникнення дискримінації. Поява гендерної нейтральності спричинена так званими сірими зонами в гендері, суть яких зводиться до того, що важко законодавчо визначити гендер людей, які відносять себе до третьої статі, трансгендерів тощо [194]. Якщо фемінізм наголошує на рівності чоловіків і жінок у всіх сферах діяльності та в мові, то гендерна нейтральність акцентує на подоланні гендерної проблематики загалом, не концентруючись на правах окремих статей. *Гендерна нейтральність, або гендерна трансцендентність*, є частиною трансгуманістичної концепції постгендеризму. Постгендеризм – це філософська концепція суспільства, яке позбавлене гендерних ролей та влади соціальних інститутів [76]. Теоретики постгендеризму стверджують, що наявність гендерних ролей, соціальної стратифікації, і псевдофізичні нерівності та відмінності йдуть на шкоду інтересам особи та суспільства [194]. Постгендеризм у мові являє собою гендерно нейтральну мову, позбавлену як гендерних симетрій, так і асиметрій.

З огляду на те, що із січня 2019 р. в Німеччині на законодавчому рівні визначено третю стать, питання гендерного нейтралітету в мові є надзвичайно актуальним. Динамічна мовна система влаштована таким чином, що спроможна пристосуватися до мінливих умов суспільного життя. Тому можна припустити, що потенціалу мовних одиниць достатньо, щоб нейтралізувати гендерну опозицію чоловік/жінка. Залежно від мови, набір цих одиниць може відрізнятись. Так, у 2012 р. у Швеції запропоновано гендерно нейтральний займенник «hen». Шведська була першою мовою, що офіційно додала третій нейтральний займенник. «Hen» може використовуватися для опису будь-кого, незалежно від їх статі чи гендерної ідентичності [215]. Були спроби введення нейтральних займенників і в інших мовах, однак вони не набули широкого вжитку [289]. Уживання гендерно нейтрального чоловічого роду є ще однією спробою досягнення гендерної трансцендентності. Гендерно нейтральний чоловічий рід – це лінгвістичне явище, яке полягає у вживанні іменника або займенника чоловічого роду, що вказує на

особу невідомої статі у випадку, якщо стать особи не має значення [62]. На нашу думку, ця методика нейтралізації гендеру не надто ефективна в німецькій мові, у якій відсутнє поняття так званого спільного роду. Тому, уживаючи іменник у чоловічому роді, ми насамперед натякаємо на осіб чоловічої статі.

Г. Блашковска [171] у своєму дослідженні про найменування жінки в німецькій мові називає такі способи нейтралізації гендеру:

1. Гендерне абстрагування на лексичному рівні: використання лексем, які не вказують ні на біологічну, ні на соціальну стать та можуть бути виражені різним граматичним родом (сер. рід: *Kind, Individuum, Mitglied, Opfer, Geschöpf, Wesen, Genie*; жін. рід: *Person, Persönlichkeit, Figur, Geisel, Waise*; чол. рід: *Mensch, Gast, Vormund, Fan, Star*).

2. Гендерне абстрагування на граматичному рівні: використання субстантивованих прикметників і дієприкметників у множині (*der/die Auszubildende* → *die Auszubildenden*) [171, с. 98–111].

Фразеологія як проміжний структурний рівень мовної системи теж перебуває в динамічному русі. Різноманіття фразеологічних одиниць дає можливість вибору серед них гендерно нейтральних, які ні в плані змісту, ні в плані вираження не вказують на чоловіка чи жінку, а характеризуються так званою гендерною сліпотою: тобто ігнорують бінарну опозицію статі й називають людину як таку. Для гендерної нейтральності у фразеологічних одиницях потрібно уникати прямої чи опосередкованої вказівки на стать, яку позначає фразеологізм. Отже, із метою формування гендерної сліпоти у фразеології в компонентному складі фразеологізму не повинно бути гендерно забарвленого компонента, а його семантика повинна вказувати на людину загалом.

Як гендерно нейтральні компоненти можна розглядати *Mensch* та *Person*. Зважаючи на це, фразеологічні одиниці з цими компонентами будуть гендерно нейтральними й однаковою мірою стосуватимуться всіх статей. Зокрема, фразеологізми з компонентом *Person* зазвичай вербалізують певну характеристику особи, яка втілюється через прикметниковий компонент: *eine windige Person* – *ненадійна, легковажна людина, котрій не можна довіряти* [312]; *die fragliche*

Person – згадана особа [299, с. 100]; *die lustige Person* – паяц, блазень [299, с. 100]. ФО, що семантично дещо вибивається з наведеного ряду структурно однотипних гендерно нейтральних ФО – *die stumme Person* – статист [299, с. 100]. У цьому фразеологізмі шляхом перенесення особливостей поведінки, що характерні для певної професії, відбувається називання цього виду діяльності. Цікавою видається також ФО *etwas in Person sein* – володіти певною рисою, бути втіленням чогось [312], де, замість «etwas», указується риса, що притаманна особі: Schuder, Rosemarie: «*Agrippa und Das Schiff der Zufriedenen, Berlin u. a.: Aufbau-Verl. 1987 [1977], S. 186. Silvius jedoch braucht keinen Famulus und braucht keinen Widerspruch neben sich, da er die Selbstzufriedenheit in Person ist* [317].

Компонент *Mensch* є найбільш продуктивним у творенні гендерно нейтральних ФО, що, власне, не викликає здивування, адже *Mensch* означає особу загалом. Такі ФО можна умовно розділити на декілька груп, залежно від ключового аспекту характеристики людини, що вони вербалізують:

- фізичний стан особи: *kein Mensch mehr sein* – бути виснаженим [299, с. 51]; *wieder ein Mensch sein* – бути здоровим/ситим [299, с. 51]; *nur noch ein halber Mensch sein* – бути безсилим [299, с. 51];
- називання середньостатистичної людини, що не відрізняється від інших їй подібних: *ein Mensch wie du und ich* – звичайна людина [312]; *Ich bin auch nur ein Mensch!* – Я лише людина! (вибуковий фразеологізм, уживається в певній ситуації, щоб наголосити на тому, що кожен може припуститися помилки) [299, с. 51];
- загальна характеристика особи, її соціального стану: *eine Seele von einem Menschen sein* – хороша, добродушна, комунікабельна людина [299, с. 186]; *ein Mensch zweiter Klasse sein* – людина другого сорту/дискримінована особа/особа, позбавлена прав [312]; *ein Mensch aus Fleisch und Blut* – людина з плоті та крові (людина, яка тілесно існує) [299, с. 51]; *Wie der erste Mensch; wie die ersten Menschen* – 1. Безпорадний, недосвідчений; 2. Позбавлений манер, грубий, невічливий, нетактовний [312];

- народні «істини» та «аксіоми» узагальнювального характеру: *Der Mensch denkt und Gott lenkt* – людина планує, а Бог керує [299, с. 51]; *Der Mensch lebt nicht vom Brot allein* – не хлібом єдиним [299, с. 51]; *es geht den Menschen wie den Leuten* – нічого, усі ми люди [299, с. 51].

Для нейтралізації гендеру в пригоді стають ФО з компонентом *Seele*, який *pars pro toto* називає людину. Прикметник у складі фразеологізму надає особі певну характеристику: *eine dankbare Seele* – вдячна людина [299, с. 186]; *eine treue Seele* – віддана людина [299, с. 186]; *eine kleine Seele* – нікчема [299, с. 186]. Цікавою видається семантика останнього фразеологізму, з якої випливає, що величина душі визначає велич людини: особи з маленькою душею не вирізняються чеснотами.

За тим самим принципом, тобто заміна цілого його частиною, твориться гендерно нейтральний фразеологізм-вульгаризм: *ein Arsch mit Ohren* – жахлива людина [312].

Цікавим у плані нейтралізації гендеру є використання компонента *Blut* – кров: *junges Blut* – молодий юнак чи дівчина [299, с. 111], *ein unschuldiges Blut* – нерозбещена особа [299, с. 111]. Ці звороти теж ґрунтуються на метонімії.

Розглянуті вище фразеологізми вказують на людину в плані як вираження, так і змісту. Однак існує цілий ряд ФО, що у своєму складі не містять антропоморфного компонента взагалі, але характеризують особу. Іменники чоловічого, жіночого та середнього граматичного роду, що не називають людей, досить часто використовуються в гендерно нейтральних фразеологізмах. Найбільшою продуктивністю серед них користується компонент *Nummer*. Він слугує для творення фразеологізмів, котрі характеризують осіб різних статей, дають їм певну оцінку чи визначають рівень їх впливу: *eine besondere Nummer* – особлива людина [299, с. 82]; *eine große Nummer* – впливова людина [299, с. 82]; *(nur) eine Nummer unter vielen sein* – 1. Бути рядовою, звичайною людиною; 2. Бути одним з багатьох [299, с. 82–83]; *jemand ist eine schöne Nummer* – ненадійна людина [299, с. 83]; *jemand ist eine tolle Nummer* – веселун, потішник [299, с. 83]; *eine (gute, große, hohe, dicke) Nummer bei jemandem haben* – мати великий авторитет, успіх у кого-небудь [299, с. 83]; *jemand ist keine Nummer* – не бог зна якам цяця [299, с. 83].

Уживання цього компонента в складі фразеологізмів для оцінки особи не викликає здивування, оскільки нумерація певних явищ, подій допомагає узагальнити та категоризувати їх. Перенесення такої категоризації на людину сприяє формуванню уявлень про роль особи, що позначається відповідною ФО, серед ряду їй подібних. Припускаємо, що це може свідчити про тяжіння німецької лінгвокультури до впорядкування.

Іменник середнього роду *Stück* як компонент структури фразеологізму теж повністю нейтралізує його гендерну спрямованість: *jemandes bestes Stück* – *краща половина, дорога людина* [299, с. 231]; *ein faules Stück* – *ледащо* [299, с. 231]; *so ein freches Stück* – *нахаба* [299, с. 231]. Із наведених прикладів очевидно, що компонент *Stück*, який означає «шматок», указує на незавершеність особи або якусь одиничну рису її характеру чи вдачі.

Подібну семантику імплікують й інші ФО з гендерно аморфними компонентами: *eine halbe Portion* – *слабка/маленька/лінива/худа людина* [312]; *eine Schlafmütze sein* – 1. *Повільна, нудна, неуважна людина*; 2. *Сонько* [312]; *die Krönung/Krone der Schöpfung* – *вінець природи (людина)* [312]; *ein Teufel in Menschengestalt* – *зла людина* [312]; *ein fauler Sack* *ледача людина* [312]; *eine treulose Tomate* – *ненадійна людина* [299, с. 231].

Вибивається із ряду наведених вище ФО *eine massive Erscheinung* – *товстун/товстуха* [299, с. 186]. Компонент *Erscheinung* є абстрактним та не має жодної асоціації з людиною, однак слугує для означення особи з надлишковою вагою безвідносно до її статі.

Узагальнюючи проаналізовані фразеологізми, результати можемо представити у вигляді діаграми (рис. 1):

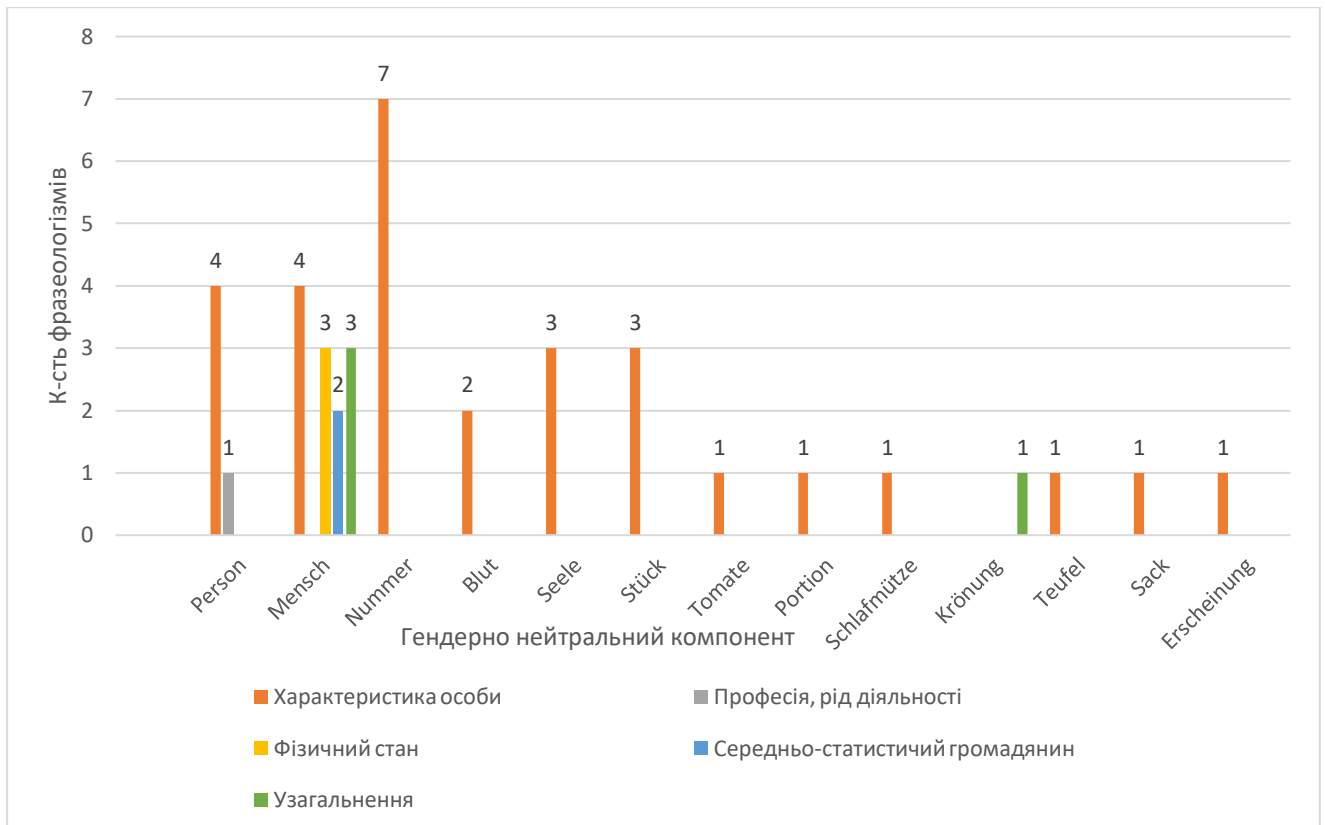


Рис. 1. Узагальнена семантика гендерно нейтральних фразеологізмів

Із діаграми видно, що компоненти *Person*, *Mensch*, *Nummer* є найбільш продуктивними у творенні гендерно нейтральних фразеологізмів. Семантика гендерно нейтральних фразеологізмів спрямована зазвичай на характеристику особи. ФО з *Mensch* мають узагальнювальний характер та покликані називати людину загалом, не експлікуючи якісь конкретні її риси. Більшість гендерно нейтральних ФО утворені шляхом метонімії, де крізь призму частини тіла вказується особа.

Отже, на фразеологічному рівні теж достатньо засобів для нейтралізації гендеру, досягнення якої допоможе втілити ідеї рівноправ'я статей і на цьому рівні мови.

2.1.4. Гендерна стереотипність у фразеології

Предметом нашого дослідження виступають фразеологічні одиниці, що репрезентують культурно-специфічні гендерні стереотипи в німецькій мові. При цьому важливо розібратися, що треба розуміти під поняттям гендерного стереотипу. Гендерні стереотипи – це когнітивні структури, що включають

соціально спільні уявлення про характерні ознаки чоловіків та жінок [197, с. 171]. Гендерні стереотипи містять дескриптивні й прескриптивні складники [197]. До дескриптивних компонентів належать типово чоловічі чи жіночі риси, прескриптивні – відповідають на питання про те, яким чином повинні поводитися чоловіки та жінки в суспільстві, чого можна від них очікувати. Гендерні ролі спираються на поведінку статей, а гендерні стереотипи на уявлення про маскуліність і фемініність. Гендерні стереотипи володіють надзвичайним впливом; вони визначають сприйняття жінки чи чоловіка суспільством.

Поняття стереотипізації має негативну конотацію, однак деякі вчені [248] концентруються на зручності такого типу категоризаційного когнітивного процесу, а інші стверджують, що стереотипізація має як позитивні, так і негативні риси [197]. Гендерна стереотипізація як когнітивний процес слугує для простішого осмислення зовнішнього світу, формування елементарних уявлень про гендер та стать тощо.

У культурно-історичному процесі традиційно розглядають чотири найважливіші фактори, що роблять гендерну диференціацію можливою:

1. Особисті якості статей. Т. Екес [197] узагальнює типово жіночі риси в концептах «тепло» та «експресивність», а типово чоловічі – розглядаються в межах концептів «компетентність» й «інструментальність». Г. Елсен [198] зазначає: «Жінки – пасивні, боязкі, несамостійні, суспільноорієнтовані, емоційні, теплі, експресивні, дбають про дітей, заробляють мало грошей. Чоловіки – активні, сильні, агресивні, незалежні, компетентні та заробляють гроші для сім'ї» [198, с. 47]. Ця група стереотипів спирається на психологічні характеристики, які приписуються певній статі, риси характеру, що є типово жіночими чи чоловічими.

Для вираження типово чоловічих рис у німецькій мові слугують такі ФО: *Manns genug sein, etwas zu tun* – мати досить сили та мужності, щоб зробити щось (неприємне) [307]. Зворот виражає чоловічу впевненість у собі на шляху до мети, яка може перерости навіть в агресію. Подібну семантику має й наступна ФО – *sich als Mann bewähren (zeigen)* – показати себе мужчиною, виявити мужність [299, с. 41].

Успішність чоловіків у професійній сфері, завдяки їхній наполегливості та цілеспрямованості, утілюється у ФО *ein gemachter Mann sein* – економічно успішний чоловік [311, с 397]. Це знову ж таки дає підставу стверджувати, що стереотипно такі риси, як агресивність і наполегливість, мисляться як суто чоловічі.

Наступні фразеологічні одиниці теж зображають чоловіка як сильнішу статтю, котра схильна до перебільшення власних заслуг та розбою: *den großen/starken/wilden Mann spielen/markieren* – гнути кирпу; скандалити, бешкетувати [311, с 397]; *den großen Herrn spielen* – удавати із себе великого пана [299, с 326].

Яскравим прикладом лінощів, які традиційно приписуються чоловічій статі, є зворот *sich ein drittes Ei wachsen lassen* – ледарювати; *sich die Eier schaukeln lassen* – ледарювати [312]. «Еі» уживається у розмовній мові у значенні чоловічих сім'яників (яєчок). Із цього випливає, що лінощі більш притаманні чоловікам, ніж жінкам.

2. Щоденна поведінка. Гендерні ролі міцно пов'язані з рисами, що приписуються статям. Зокрема, Т. Екес стверджує, що гендерні ролі зумовлюються моделями поведінки статей, які їм нав'язує суспільство [197, с. 178]. Сучасні стереотипи, особливо щодо жінки, відображають уявлення, що виникли ще за часів Вікторіанської епохи [245]. До XIX ст. і чоловіки, і жінки працювали разом на фермі, виконуючи однакову роботу. Із початком індустріальної революції чоловіки починають працювати поза домом, у той час як жінки ведуть домашнє господарство. Такий поділ праці спровокував виникнення понять *the Doctrine of Two Spheres* та *the Cult of True Womanhood* [290]. Доктрина двох сфер – уявлення про те, що інтереси та сфери впливу чоловіків і жінок різняться. Сфера впливу жінки обмежується домом та дітьми, у той час як чоловік зорієнтований на заробляння грошей і зовнішній світ. Ця доктрина стала підґрунтям для виникнення гендерних стереотипів фемінінності/маскулінності та формування гендерних ролей.

Культ справжньої жіночності опирався на чотири основні характеристики, якими мусила володіти жінка у Вікторіанську епоху: набожність, чистота, покора й хазяйновитість [290].

Чоловікові приписувалися риси, що були протилежними до жіночих: сила, владність, зайнятість поза домом тощо. Зважаючи на це, жінки повинні куховарити, займатися домашнім господарством. Жінкам краще вдається виховувати дітей. Матері, які лишаються вдома, кращі за тих, котрі працюють. З іншого боку, чоловіки вправніші, коли потрібно щось відремонтувати, але не вміють куховарити, шити, доглядати за дітьми. Чоловіки вказують своїм дружинам, що треба робити.

Отже, у фразеологічному складі німецької мови щоденне життя жінки зосереджене в домі. Вислів *Kinder, Küche, Kirche (auch genannt die drei Ks)* найкраще описує соціальну роль жінки згідно з консервативними уявленнями: вона повинна піклуватися про нащадків, господарство та збереження моральних цінностей. Перші згадки про цю алітерацію знаходимо в німецькому й міжнародному феміністському дискурсі близько 1900 р. Спочатку ця рима уживалася в іронічному контексті та доповнювалася іншими варіантами, як-от: *Konversation, Kleider, Kuchen, Kaiser*. Згодом вона стала символом домашнього побуту, який у рамках міжнародних жіночих рухів вважався типово німецьким явищем [255]. Фразеологізм *ein Heimchen am Herd* – домогосподарка; жінка, яка визнає, що її життя обмежується домашнім господарством [312] уживається зневажливо стосовно жінки. З одного боку, від неї очікують утримання домашнього господарства, з іншого – ця праця не цінується.

3. Професійне життя. Гендерні ролі виражаються не лише в побуті, а й у професійному житті. Згідно з теорією соціальних ролей Е. Іглі [195; 197], риси, які приписуються чоловікам та жінкам, визначають і професійну діяльність статей. Так, тепло/експресивність як ключовий елемент фемінінних стереотипів призводить до того, що жінки надають перевагу ролі домогосподарки або ж професіям із низьким статусом (учителька, медсестра, секретарка, бібліотекарка). Компетентність та інструментальність, котрі превалюють у маскулінних

стереотипах, призводять до того, що чоловіки відіграють роль годувальника родини або обирають професії з високим статусом (менеджер, адвокат тощо). Як уже зазначено вище, більшу частину часу жінки проводили вдома, а чоловіки здобували професію та працювали, тому у фразеологічних зворотах трапляються професії переважно в чоловічому роді, які, відповідно, указують на чоловічу стать: *ein Meister seines Fachs sein* – бути фахівцем [312]; *Meister Fips* – кравець [299, с. 50]; *Meister Pfriem* – швець [299, с. 50]; *der Onkel Doktor* – лікар [312]. Секретарка є типово жіночою професією. У фразеологічному складі німецької мови знаходимо синоніми на позначення цієї професії, які, однак, уживаються зі зневажливою конотацією в розмовній мові: *eine Tippmamsell sein, eine Tippse* [312].

4. Зовнішній вигляд. Уявлення про зовнішність статей дуже часто нав'язується ЗМІ. Загалом жінки повинні бути стрункі та низькі, чоловіки – високі, із широкими плечима. Жінки – слабші, не схильні до змагання, менш схильні пристосовуватися. Однак уявлення про зовнішній вигляд відрізняються залежно від культури.

У німецькій фразеології більшість фразеологізмів, що позначають фізичну силу, стосуються чоловічої статі: *ein Mann wie ein Baum, ein Kerl wie ein Schrank, ein Bulle von Kerl, ein Muskelprotz sein, ein langes Laban sein* [312]. Тому можна стверджувати, що в цьому випадку, гендерний стереотип знайшов своє відображення у фразеології. Частина фразеологізмів описує жіночу красу: *ein steiler Zahn, eine Schnitte sein, eine Femme fatale, eine flotte/süße Biene, eine Sahneschnitte sein, ein flotter Käfer, eine süße/schnuckelige Puppe, eine süße Maus* [312] й ін. Більшість уживається в розмовній мові з грубим підтекстом.

Потрібно зазначити, що стереотипи здатні змінюватися. Боротьба проти сексизму в мові спровокувала виникнення нових зворотів, які вказують як на жінку, так і на чоловіка. Відома алітерація *Kinder Küche Kirche* уже втратила свою актуальність. Діти, кухня та церква перестали бути покликанням і стилем життя німецької жінки. Але *die drei Ks* не зникли зовсім. Для сучасної жінки вони можуть звучати таким чином: *Klamotten, Kohle und Karriere; Karriere, Kinder, Kompetenz; Körper, Kosmetika und Kauf; Karriere, Krönung, BundesKANZELAMT* тощо. Зміни у

фразеології є незаперечним доказом того, що мова відображає всі процеси в людському житті. Руйнування старих і виникнення нових стереотипів в умовах глобалізації неможливо уникнути. Однак це не означає, що всі вони будуть виражатись у фразеології. На нашу думку, лише ті стереотипи, які більшість сприймає як такі, що відповідають дійсності, переосмислюються й отримують друге життя у фразеологічному складі німецької мови.

Узагальнюючи сказане, відзначимо, що фразеологізми німецької мови доволі чітко репрезентують гендерні стереотипи. Гендерні стереотипи вказують на чоловіка чи жінку та виражаються в чотирьох важливих аспектах, які роблять статеву диференціацію можливою: особисті якості, щоденна поведінка, професійне життя й зовнішність. Перша група стереотипів ґрунтується на психологічних характеристиках, які приписуються статям. Друга група стереотипів спирається на типові для статей форми щоденної поведінки. Уявлення про професійне життя чоловіка та жінки теж стереотипізується й ґрунтується на здібностях статей. Що стосується зовнішності, то ця сфера теж спирається на стереотипи, які, відповідно, відображаються у фразеологізмах.

Отже, гендерні стереотипи яскраво представлені у фразеології, що пояснюється тісним зв'язком між фразеологією та мовцем, який також є творцем стереотипів. Однак гендерні стереотипи можуть змінюватися так само, як і ролі жінки та чоловіка в німецькому суспільстві, що, зі свого боку, провокує зміни у відповідних фразеологічних одиницях.

2.2. Екстралінгвальні характеристики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови

Гендерно марковані фразеологізми – явище лінгвокультурне. Вони виникають, видозмінюються та трансформуються під впливом мови та суспільства, мають зв'язок із позамовними процесами, які є віддзеркаленням певної культури. Фразеологія загалом і ГМФ зокрема творяться мовними засобами, хоча дуже часто містять у собі позамовні елементи та відображають екстралінгвальну дійсність.

Фразеологізми з антропометричними лексемами слугують для називання осіб. Кожна нація має свої особливості, що стосується найменувань чоловіка й жінки. Ці найменування, певна річ, не обмежуються лексемами чоловік/жінка, а містять цілий спектр різноманітних найменувань, що вказують на представників обох статей. Ці імена є результатом культурного й суспільного розвитку народу, у них відображаються ролі, статуси чоловіка та жінки.

Дослідження власних імен, які часто є компонентами ГМФ, дає ще повніше уявлення про те, які принципи називання осіб існують у певній лінгвокультурі. Аналіз таких фразеологізмів сприяє виокремленню типових для цієї культури антропонімів, оскільки лише поширені в народі імена стають компонентами ФО та можуть уживатися як загальні назви для позначення цілої групи людей або ж узагальнювати представників однієї зі статей. Дослідження лексем на позначення родинних відносин у компонентному складі фразеологізму сприяє розкриттю уявлень народу про спорідненість та її роль у стосунках між людьми.

Уявлення про професійну діяльність статей знаходимо у фразеологізмах з указівкою на професію. Тут яскраво відображено втілення гендерних ролей у суспільстві.

Більш детальна характеристики особи, котра належить до певної статі, відображена за допомогою фразеологізмів із компонентом-зоонімом. Риси, вдача, зовнішній вигляд тварин переносяться на людей.

Усі ці елементи називають чи характеризують осіб, однак належать до позамовної дійсності, яка виражається за допомогою мовних засобів. Отже, інтралінгвальне та екстралінгвальне слугує для відображення елементів гендерної культури й ментальності певного народу.

2.2.1. Гендерно марковані антропометричні фразеологізми

Оскільки в лінгвістичних дослідженнях останніх років чільне місце набуло використання антропоцентричного принципу, зріс науковий інтерес стосовно мовних одиниць, котрі слугують для позначення людини. А оскільки людина являє собою дві статі – чоловічу та жіночу, – то виникає необхідність урахування серед

усіх її антропоморфних параметрів, що відображаються в мові, також і гендерних ознак [65]. Саме гендерні ознаки перебувають у центрі нашого дослідження. Що ж стосується фразеологізмів, то їхньою загальною рисою є те, що вони володіють антропометричною природою, оскільки характеристика об'єкта дійсності, яке позначається ФО, завжди співвідноситься з властивостями людини. Відтак «більшість фразеологізмів зосереджені на характеристиці особи, на подіях, пов'язаних із національним виявленням цих властивостей у поведінці, у ментальності, почуттях, соціальному стані тощо» [135, с. 122].

Кожна лінгвокультура володіє своїм набором антропометричних лексем, за допомогою яких здійснюється позначення осіб різних статей, хоча, певна річ, є цілий ряд одиниць, котрі тією чи іншою мірою притаманні всім мовам: передусім це власне поняття *чоловік/жінка* та лексичні одиниці, що позначають родинні відносини (мати, батько, дочка, син та ін.). Ці одиниці можна охарактеризувати як базові. Вони називають осіб і є в кожній мові, бо відображають традиційний суспільний устрій.

Німецька лінгвокультура володіє також й унікальними засобами номінації осіб обох статей, які є складовими компонентами гендерно маркованих фразеологізмів, що слугують не лише для ідентифікації осіб, але й для їхньої характеристики. Антропометричні лексеми із загальним значенням «Mann/Frau» постійно змінювалися залежно від процесів, що відбувалися в суспільстві. Однак, як стверджує Д. Нюблінг, ці зміни не однаковою мірою відбувались у цих лексемах. Так, у середньовіснійнімецькій мові аналогічно утворені композити *junc-herre – junger Herr, Edelknabe* та *junc-vrouwe – junge Herrin, Edelfräulein* мали однакове значення, указуючи на чоловіка та жінку відповідно. Із часом ці дві лексеми почали мати діаметрально протилежні значення: *Junker* позначає сьогодні представника вищого класу, а *Jungfer* – сексуально недосвідчену жінку та вживається зневажливо [253]. Таке пояснення жінки імплікує, що вона, по-перше, відмовилася від виконання своєї біологічної функції, по-друге – через свій вік уже й не цікава протилежній статі. Вчена зазначає, що в обох випадках жінка оцінюється з погляду чоловіка. Назви ж чоловіків не біологізуються, бо чоловік, на відміну від жінки,

мислиться у взаємозв'язку зі світом, суспільством чи богами. Референтом щодо жінки виступають діти, сім'я та чоловік. Асиметричний розвиток названих вище композит підтверджує цю позицію [253]. Д. Ньюблінг говорить про те, що лексеми на позначення жінки в багатьох випадках розвинулися до пейоративів, які можна розділити на такі групи:

1. Соціальна деградація: *Weib, Frau, Fräulein*.
2. Функціоналізація: *Magd, Mamsell, mhd. dierne*.
3. Біологізація/сексуалізація: *Dirne*.

Наголошено на тому, що пейоративні звороти відображають історично низький статус жінки в суспільстві, її меншовартість і, отже, є «дзеркалом культури» [253, с. 6].

Розглянемо детальніше найменування жінки в німецькій мові із загальним значенням «Frau», що не є похідними, або вже перестали вважатися такими [308]. *Magd, Maid, Jungfer, Braut, Nonne, Amme, Zofe, Frau, Dame, Witwe, Hure, Dirne, Jungfrau, Nutte*, а також лайливе слово *Zicke* відносять до жіночого роду. Ці найменування жінки належать до найстаріших у німецькій мові. Не всі стали складовими частинами фразеологічних одиниць, що можна обґрунтувати приналежністю частини з них до архаїзмів, які фактично зникли з ужитку. Однак ті, що актуальні по сьогодні, стали компонентами сталих висловів і надалі називають та характеризують жінку [88]. Частину з них ми розглянули в попередніх пунктах.

Dame запозичено з французької та означає «Herrin», тобто «пані», походить із латині від «domina», тобто «господиня дому». На сьогоднішні – це ввічливе звертання до жінки, хоча свого часу означало дворянський титул. ФО з цим компонентом дуже часто використовуються на позначення жінки легкої поведінки. Такі фразеологізми є евфемізмами, а компонент *Dame* трактується іронічно: *Dame vom Dienst/öffentliche Dame/Dame des leichten Gewerbes/käufliche Dame/Dame vom ambulanten Gewerbe/vorübergehende Dame/eindeutig zweideutige Dame/Dame der zehnten Muse/tippelnde Dame/Dame minderen Gewichts/Dame vom Strich/Dame mit*

dem unaussprechlichen Namen/Dame des öffentlichen Dienstes/professionelle Dame/Dame von der flotten Zunft/schräge Dame/leichte Dame – новія [313].

ФО можуть вказувати на іншу професію особи жіночої статі: *Dame in Schwarz/schwarze Dame – третейський суддя (про жінку) [313]; Dame der Lüfte/fliegende Dame – стюардеса [313]; Damen der Halle – продавчиня на базарі [313].*

З огляду на високий стиль цього компонента він може вживатися на позначення матері, що підтверджує повагу до неї в німецькій лінгвокультурі: *meine alte Dame – мама [313].*

Безперечно, існує низка фразеологізмів, які крізь призму компонента *Dame* характеризують жінку загалом: *Dame von der Stange – жінка зі стандартною зовнішністю без ознак індивідуальності [313]; späte Dame – стара діва [313]; möblierte Dame – мешканка вмебльованої кімнати [313]; Dame ohne Alter – жінка, котра розміняла четвертий десяток [313].*

Важливо те, що цей компонент прагматизує третю стать у складі фразеологізму: *synthetische Dame – трансвестит [313]; Dame spielen – бути трансвеститом [313].*

Цікавим з огляду на процес фразеотворення є вислів *weiße Dame [313]*, що первинно означав «привид замку», який лякав його жителів. Згодом ФО почала називати свекруху чи тещу. Таке перенесення значення дає підставу стверджувати про відсутність великої прихильності до цих родичок.

Особливої уваги заслуговує фразеологізм з компонентом *Dame*, що може вказувати на чоловіка без зниження його статусу: *die große alte Dame des... – досвідчена у певній галузі особа*. Аналіз уживання ФОву дискурсі підтверджує можливість її застосування, коли йдеться про чоловіка: ***Die große alte Dame des deutschen Fußballs will nicht mehr: Andreas Möller hängt die Fußballschuhe an den Nagel [317].*** Це єдиний випадок, коли фемінінний компонент указує на чоловіка, не принижуючи його.

Braut – щойно одружена молода жінка, наречена. У середньовіснійнімецьких діалектах словом *brut* називали не лише наречену, але

й просто молоду жінку. Загалом етимологія цього слова достеменно невідома. У ФО *Braut* указує на жіночу стать. Прикметники в складі ФО експлікують характеристику особи: *feste Braut* – наречена [313]; *ewige Braut* – багаторічна наречена (коли заручини тривають роками) [313]; *offene Braut* – жінка, яка виходить заміж вагітною або вже має дитину [313]; *klamme Braut* – несимпатична дівчина [313]; *verkaufte Braut* – дівчина, яку залишив наречений [313].

Випадає з наведеного вище ряду вислів *zerlegbare Braut* – зброя [313], що імплікує чоловіка, якому зброя замінила наречену.

Nutte – молода дівчина, шльондра. Бере свої витоки від давньоверхньонімецького *niot* – розріз, щілина, жолоб, яке, в свою чергу, походить від дієслова *nioen*, що означає «вставляти», «прилаштувати». Фразеологізми з цим компонентом мають пейоративну конотацію: *schiefe Nutte* – шльондра, яка обкрадає своїх клієнтів [313]; *wie eine Nutte in Feuerstellung liegen* – лежати на спині з розкинутими ногами (говорять чоловіки) [313]; *stinken wie eine Nutte* – пахнути дешевими парфумами [313].

ФО з компонентом *Zicke* також мають негативну конотацію та часто вживаються як лайливі звороти: *eine Zicke sein* – неприємна жінка, капризна дівчина [313]; *eine (alte) Zimtziege/Zimtziecke* – стара коза (лайливе слово по відношенню до жінки) [313].

Jungfer уживається для означення молодої жінки і являє собою скорочення від *eine junge Frau*. Слово *Frau* редукувалось у зв'язку з динамічним наголосом, що у складному слові зазвичай падає на перший компонент. З XIV століття відомий варіант *juncfer*, що побутував у Нижньому Рейні. Компонент *Jungfer/Jungfrau* в силу свого негативного конотативного забарвлення слугує для творення, зокрема, негативно маркованих компаративних фразеологізмів, що описують певну ситуацію: *sich zieren wie wie die Jungfer im Bett* – церемонитися, соромитися [313]; *sich wie eine Jungfrau mit Kind vorkommen* – бути безпорадним [313]; *sich anstellen wie eine Jungfrau, die plötzlich merkt, daß sie keine mehr ist* – поводитися награно, театралью [313]; *wie die Jungfrau zum Kind kommen (gelangen)* – незаслужено отримати щось; пережити неочікувану невдачу [313].

Прикметним є те, що ФО з компонентом *Jungfrau* можуть уживатися для характеристики осіб різних статей: *Jungfrau der Arbeit* – ледар [313]. Окрім того, можливе використання таких ФО для позначення чоловіка, що, звісно ж, знижує його статус: *alte Jungfrau* – манірний чоловік [313].

Компонент *Amte* теж може бути складовою частиною ФО, семантика якої тісно пов'язана з лексичним значенням цього структурного елемента: *Amte spielen* – панькатися, няньчитися [299, с. 29].

До антропометричних лексем на позначення жінки, які належать до середнього роду та є компонентами ГМФ, відносять: *Weib, Mädchen, Fräulein*. Середній рід цих слів зумовлений тим, що вони виникли шляхом перенесення на них ознак з іншого предмета, тобто за допомогою метонімії (*Weib*), або ж унаслідок морфологічних чинників (*Mädchen, Fräulein*).

Weib отримало свій рід ще за часів давніх германців. Це слово з'явилося шляхом перенесення назви статевого органа жінки (*weibe*) на неї саму. Як компонент фразеологічної одиниці *Weib* імплікує негативну конотацію та грубо натякає на статеві стосунки, що можна пояснити походженням самого слова: *Weib fassen* – шукати відносин з дівчиною [313]; *auf die Weiberleute gehen* – переслідувати дівчат [313].

Mädchen та інші форми на *-chen* і *-lein* – це перенесення, за допомогою яких передається як позитивне, так і негативне ставлення до молодої жінки. Подібне значення має пестливе звертання *Mein Schatz!*. Фразеологізми з компонентом *Mädchen* можна розділити на три групи:

- ФО, що вживаються стосовно жінок: *ein spätes Mädchen* – стара дівка [299, с. 38]; *Langes Fädchen – faules Mädchen, kurzes Fädchen – fleißiges Mädchen* – коротка нитка – роботяща дівка, довга нитка – ледача дівка [313]; *maßvolles Mädchen* – жінка, яка демонструє модне вбрання [313]; *frisches Mädchen* – 1. нова подружка; 2. незаймана дівчина [313]; *hartes Mädchen* – молода дівчина, котра цінує компанію хлопців [313]; *halbschweres Mädchen* – досить легковажна дівчина [313]; *abgelaufenes Mädchen* – дівчина, яку покинули [313]; *mannbares Mädchen* – дівчина на виданні [312]. Значна частина ФО з компонентом *Mädchen* семантизує

жінку легкої поведінки: *Mädchen der Liebe/ambulantes Mädchen/horizontales Mädchen* [313] тощо. Як бачимо, такі ФО утворюють за тим самим алгоритмом, що й ФО з компонентом *Dame* на позначення повії.

- ФО, що вказують на обидві статі: *Mädchen für alles* (див. пункт 2, ст. 86).
- ФО, котрі не мають гендерного маркера в семантиці та не називають і не характеризують осіб: *für kleine Mädchen müssen – хотіти в туалет* [313]; *120 kleine Mädchen – їхати зі швидкістю 120 км/год* [313].

Антропометрична лексема *Fräulein* майже зникла зі вжитку, оскільки піддалася жорсткій критиці з боку феміністок. Однак вона використовується як компонент у деяких фразеологізмах на позначення жінки: *Fräulein Nummer – жінка, яка оголошує програму на сцені* [313]; *Fräulein Flügel – вулична повія* [313]; *lebenslängliches Fräulein – стара дива* [313].

Особливості вживання ГМФ з фемінініним антропометричним компонентом можемо узагальнити у вигляді діаграми (рис. 2):

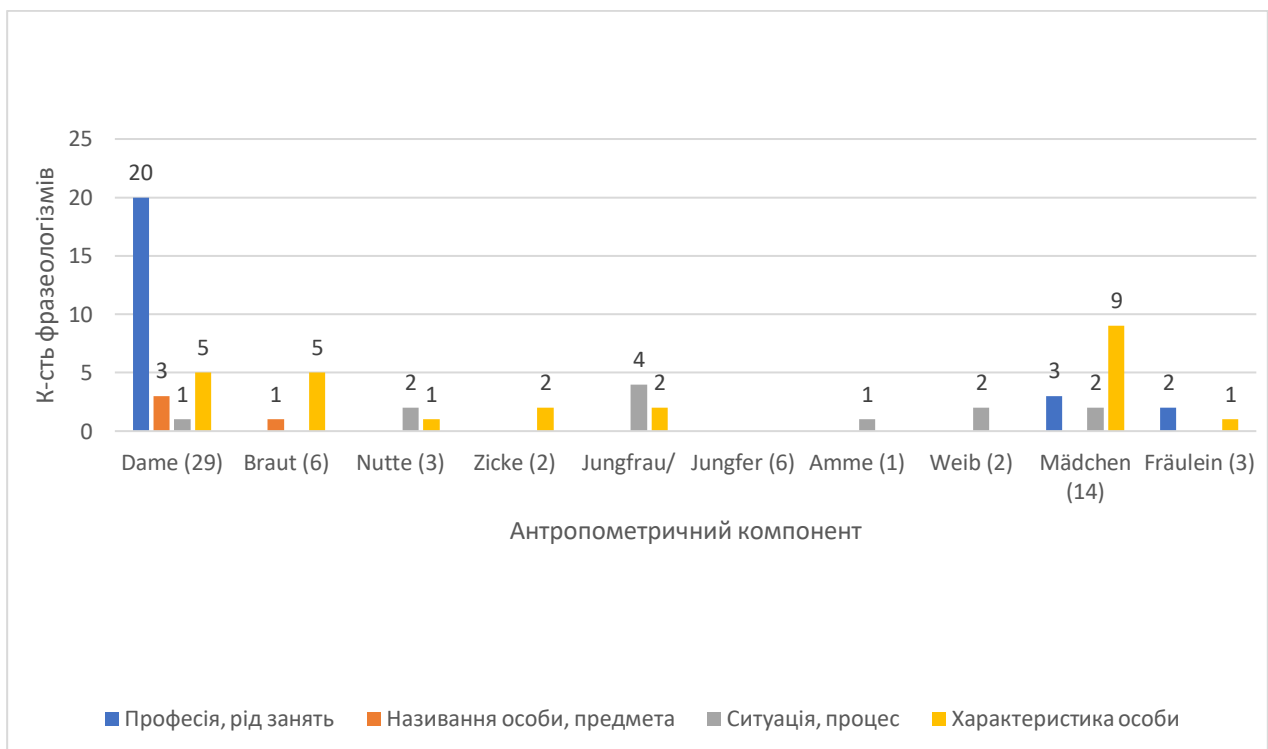


Рис. 2. Семантика ГМФ з фемінініним антропометричним компонентом

Із діаграми (рис. 2) очевидно, що семантика ГМФ із фемінінними антропометричними компонентами із загальним значенням «Frau» зводиться до чотирьох основних сем значення: професійна та інша діяльність, називання особи або предмета, характеристика ситуації чи процесу (так звані процесуальні фразеологізми), характеристика особи. У кількісному відношенні компонент *Dame* має найбільший фразеотворчий потенціал та входить до складу близько 44 % проаналізованих фразеологізмів. Компоненти *Jungfrau/Jungfer*, *Amme*, *Weib* семантизують переважно ситуації, що може бути обґрунтовано застарілістю відповідних лексем, які на сьогодні майже не вживаються для позначення осіб.

Особливості гендерної спрямованості фразеологізмів із фемінінним антропометричним компонентом можна представити у вигляді діаграми 3 (рис. 3), із якої очевидно, що такі ФО не вказують лише на жіночу стать, а можуть позначати всі статі, у тому числі й третю:

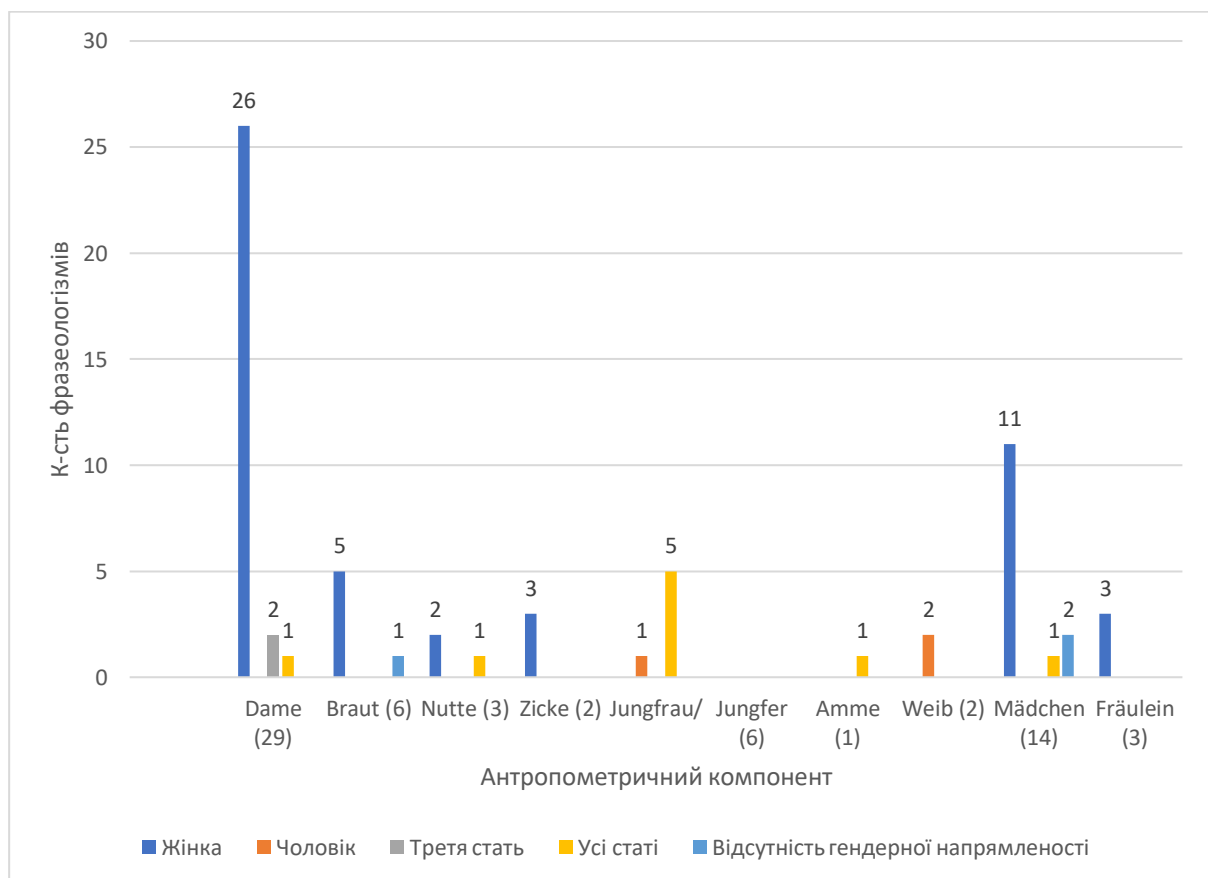


Рис. 3. Гендерна спрямованість фразеологізмів з фемінінним антропометричним компонентом

До антропометризмів, що традиційно слугують на позначення осіб чоловічої статі та стали компонентами ГМФ, відносимо такі одиниці: *Kerl, Bube, Junge, Bursche, Knabe, Herr, Тур*.

Bube – хлопчик, слуга (середньовісньонімецьке *buobe*). У фразеологізмах цей компонент указує на осіб чоловічої статі: *nasser Bube* – дурнуваний, недосвідчений юнак [313]. Компонент *nass* натякає на те, що в нього ще «молоко на губах не висохло». Чимало ФО з цим компонентом стосуються карточних ігор, оскільки *Bube* може означати гральну карту – валета: *einen bösen Buben verhaften* – побити валета більшою картою [313]; *die bösen Buben locken* – підсунути гравцеві в гранд великі карти, щоб спонукати його бити валетом [313]. Окрім того, деякі ФО вказують одночасно на обидві статі: *der böse Bube sein* – особа, що у всьому винна [312].

Kerl – чоловік, хлопець. ФО з цим компонентом називають особу чоловічої статі: *ein hergelaufener Kerl* – зайда, чужинець [299, с. 377]. Уживаються в розмовній мові та характеризують вдачу чоловіка: *ein ausgepichteter Kerl* – пройдисвіт [299, с. 377]; *Das ist ein Kerl!* – Оце хлопець! Хоч куди козак! [299, с. 377]; *ein fixer Kerl* – молодець, хлопець хоч куди [299, с. 377]; *ein geriebener (gerissener, durchtriebener) Kerl* – пройдисвіт, бита голова, бувалий хлопець [299, с. 377]; *ein ganzer Kerl* – вправний/сміливий/у повній бойовій готовності чоловік [312]; *ein Kerl wie ein Stück Strumpf* – незграбний, ні на що непридатний чоловік [313]; *verfluchter Kerl* – 1) аморальний чоловік; 2) досвідчений, але безсовісний чоловік; 3) відчайдушний, мужній чоловік; 4) задирака [313]; *klarer Kerl* – хороший, вправний чоловік [313]; *ein Kerl wie ein Pfund (ein Viertel) Wurst* – неенергійний чоловік [313]. Деякі фразеологізми описують чоловічу зовнішність: *schnatzer Kerl* – молодий чоловік, який гарно виглядає [313].

ФО можуть стосуватися військової сфери та вказувати на військовослужбовця: *alter Kerl* – солдат, котрий давно на службі [313]. Із наведених прикладів стає очевидним, що крізь призму цього компонента маємо лише характеристику чоловіка, яка може бути як позитивною, так і негативною.

Унаслідок того, що ЛО *Junge* вказує винятково на чоловіків, то й ФО з цим компонентом характеризують чоловічу стать: *ein schwerer Junge* – карний злочинець [299, с. 363]; *ein strammer Junge* – здоровий, міцний хлопець [312]; *gesunder Junge* – прагматик [312]; *fauler Junge* – ненадійний чоловік, зрадник [313]; *diesjähriger Junge* – дурна недосвідчена людина [313]; *dufter Junge* – 1) кмітлива особа чоловічої статі [313]; 2) хитрий злодій; 3) чоловік-повія, якому можна довіряти [313]; *heißer Junge* – підозрюваний [313].

Такі ФО можуть називати професію чи рід занять: *grüner Junge* – 1) учень лісника; 2) поліцейський; 3) недосвідчений зухвалий молодик [313]; *feuchter Junge* – рекрут, новобранець, молодий солдат [313]. У словнику знаходимо ФО, що називає чоловіка нетрадиційної сексуальної орієнтації: *süßer Junge* – гомосексуаліст [313]. Цікаво, що фразеологізм з цим компонентом може називати особу жіночої статі, котра поводиться як хлопчисько, зокрема маленьку дівчинку: *ein halber Junge sein* – пустувати, поводитися як хлопчисько (уживається стосовно маленьких дівчаток) [313].

Аналіз словникової дефініції ФО *ein fixer Junge* у різних словниках дав підставу виокремити два аспекти значення: *молодець* [299, с. 363]; *досвідчений чоловік, ділок із переважно обманними намірами* [313]. Дані корпусу підтверджують, що в дискурсі ФО вживається переважно в значенні «кмітливий, швидкий хлопчина»: *Der Tagesspiegel, 09.11.1999. Der Eisschnellläufer sucht neue Wege im Sponsoring 1999 Ernst Podeswa navigation / meta. gif]. Christian Breuer ist ein fixer Junge. Mit den Beinen wie mit dem Köpfchen* [317].

Bursche є синонімом до *Junge*, а тому деякі ФО з цим компонентом мають подібне значення до тих, що утворені з *Junge*: *schwerer Bursche* – тяжкий злочинець, неодноразово засуджений [313]; *ein sauberer (netter) Bursche* – нічого собі молодчик! [299, с. 132]; *ein starker Bursche (ein Baum von einem Burschen)* – здоровенний парубійко [299, с. 132]; *alter Bursche* – друзяка [299, с. 131]; *trockener Bursche* – 1) чоловік з вродженою кмітливістю; 2) флегматик [313]. ФО з цим компонентом можуть означати не особу, а предмет чи елементи озброєння: *dicker Bursche* – важка бойова броньована машина [313]; *hartnäckiger Bursche* – зуб, який

може бути видалений оперативно [313]. Можуть імплікувати рід діяльності: *bemooster Bursche* – студент старшого курсу [313], а також нейтралізувати гендерний аспект у семантиці: *Bursche von der anderen Feldpostnummer* – воєнний супротивний [313].

Knabe – синонім до хлопчика, чоловіка. У ФО теж називає чоловіка різного віку: *betagter Knabe* – старший чоловік [313]; *ein reifer Knabe* – старий подружній чоловік [313]; *ein halbwüchsiger Knabe* – підліток [299, с. 388]; *nasser Knabe* – 1) інедосвідчений молодий чоловік, що вдає з себе дорослого; 2) пияк [313].

До вікової характеристики чоловіка може додаватись оцінка чи риса, якою він вирізняється: *kesser Knabe* – старий чуттєвий чоловік [313]; *ein komischer Knabe* – дивак [299, с. 388]; *besonders weiser Knabe* – всезнайка [313]; *bedienter Knabe* – хороший, кмітливий, надійний одноліток підлітка [313]; *munterer Knabe* – шибеник [313].

ФО з компонентом *Knabe* може слугувати звертанням до особи чоловічої статі: *ein alter Knabe* – старий, старина [299, с. 388] та навіть називати особу жіночої статі: *weiblicher Knabe* – дівчина в чоловічому вбранні [313].

Herr – чоловік, пан, уживається під час звертання до особи чоловічої статі. *Herr* походить від *her*, що мало значення «високий» та позначало особу, вищу за рангом, яка має владу наказувати, повелівати. Слово також співвідносилося з божественною владою (*Herrgott*). Перенесення значення лише на чоловічу стать є наслідком німецьких патріархальних традицій. У широкому сенсі поняття почали згодом використовувати стосовно господаря в домі. У сучасному значенні в ролі ввічливого звертання до чоловіка слово стали застосовувати лише з XVII ст. Здатність тримати ситуацію під контролем, володіти нею передається за допомогою ФО з компонентом *Herr*, що є підставою для висновку про те, що чоловік трактується як володар: *einer Sache Herr werden* – отримати контроль над чимось, подолати труднощі [312]; *der Herr seiner Gefühle sein* – тримати почуття під контролем [312]; *der Herr im Haus/Hause sein* – бути господарем у домі, реалізувати владу [299, с. 325].

Подібні ФО, але із заперечною часткою вказують на втрату влади та впливу особи: *nicht mehr der Herr im eigenen Haus sein* – бути позбавленим влади [299, с. 42]; *nicht mehr Herr seiner selbst sein* – діяти нерозсудливо [312]; *nicht mehr Herr seiner Sinne sein* – бути розгубленим [299, с. 325]; *nicht mehr Herr seines Kopfes sein* – несповна розуму [299, с. 325].

Herr слугує для творення ФО, що вказують на професію чи рід занять чоловіка: *die Herren von Ar und Halm* – хлібороби [299, с. 44]; *Herr Justiz* – нібито ввічливе звертання до працівника суду [313]; *Herr in Schwarz* – третейський суддя [313]. В останньому прикладі чорний колір указує на традиційне вбрання третейського судді. Важлива роль батька як особи, котра стоїть на чолі родини, утілюється у ФО *mein alter Herr* – батько [313]. Чоловіка, який усе забороняє своїй дружині, влучно семантизує ФО *Herr und Verbieter* [313]. Цей фразеологізм є модифікацією застарілого звертання до подружнього чоловіка – *mein Herr und Gebieter* [312]. Окрім того, ФО з компонентом *Herr* можуть вживатися для оцінки особи чоловічої статі. При цьому, якщо ця характеристика є негативною, *Herr* набуває іронічного змісту з огляду на первинну семантику цього компонента (пан, повелитель): *fester Herr* – майбутній наречений [313]; *später Herr* – старий холостяк [313]; *Herr von und zu* – фантазер, особа, що гне курпу [313]; *möblierter Herr* – мешканець вмебльованої кімнати [313]; *Herr von Habenichts* – збіднілий чоловік із благородними манерами [313]; *Herr Arschloch persönlich* – неприємний чоловік [313].

Як бачимо, компонент *Herr*, що є типовим звертанням до чоловіка, утілює у ФО чоловічу владу, домінування, а із заперечним елементом – відсутність чи втрату цього домінування над ситуацією та самим собою; може називати чоловіків за родом їхньої діяльності чи характеризувати їх загалом.

Typ – молодий чоловік, що вирізняється певними рисами. Слово належить до розмовної мови та володіє великим потенціалом у творенні ФО. Такі фразеологізми позначають особу чоловічої статі або особу загалом: *ein mieser Typ/eine miese Type* – несимпатична/безхарактерна/підла людина [312]; *ein kaputter Typ/eine kaputte Type sein* – асоціальний, душевно хворий [312]; *eine schräge Type/ein schräger Typ*

sein – капризна/підозріла людина [312]; *drollige Type* – веселун [313]; *billige Type* – дешевий тип, дешева людина [313]. ФО такого плану може виражати ставлення до особи: *jemandes Typ sein* – подобатися кому-небудь [312].

Специфіку ГМФ із маскулініним антропометричним компонентом можемо узагальнити у вигляді діаграми 4 (рис. 4):

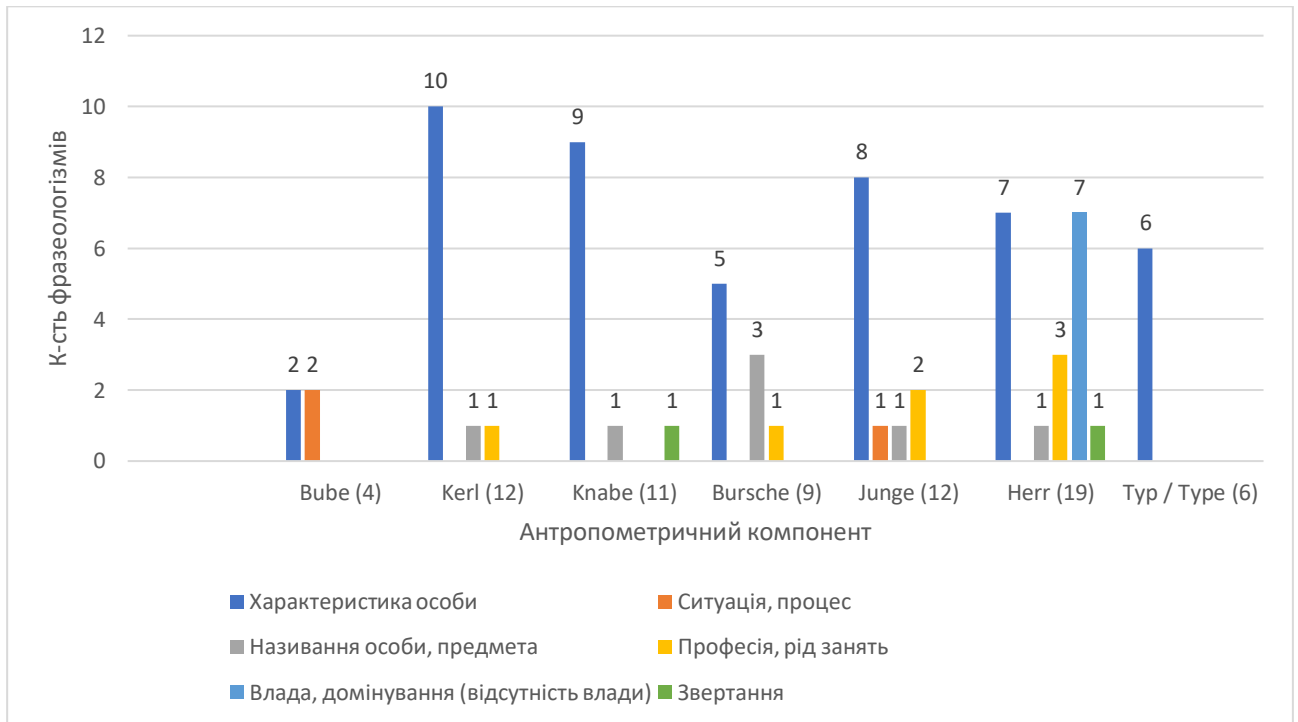


Рис. 4. Семантика ГМФ з маскулініним антропометричним компонентом

Із діаграми очевидно, що ГМФ із «чоловічими» антропонімами вказують переважно на чоловіка за такими основними критеріями, як характеристика особи, ситуація чи процес, професія або рід занять, влада та домінування чи їх відсутність, звертання до особи чоловічої статі. Прогнозовано, що саме компонент *Herr* є найбільш продуктивним під час творення ФО, бо він є чоловічим відповідником до компонента *Dame*, який серед фемінінних антропометризмів теж є найпродуктивнішим.

Неочікувано, що чоловічі антропометризи лише двічі вказують на жінку та один раз на всі статі, тобто в середньому із такою самою частотою, як і жіночі на чоловіка (див. рис. 5). Це вказує на те, що лише компонент *Mann* може співвідноситись із людиною загалом, усі інші антропоніми, хоч і імплікують

загальне значення «чоловік», мають однозначну гендерну векторність, що наочно ілюструє діаграма 5 (рис. 5):

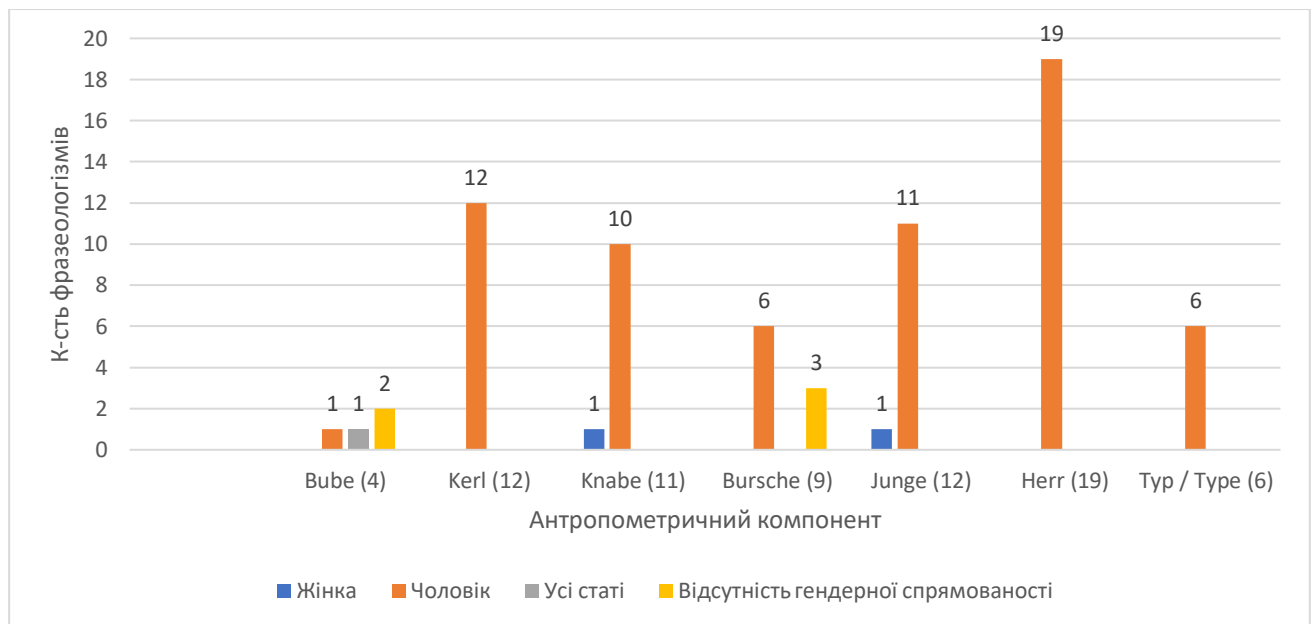


Рис. 5. Гендерна спрямованість фразеологізмів із маскулінним антропометричним компонентом

Отже, фемінінні та маскулінні антропометричні компоненти із загальним значенням «Mann/Frau» активно залучені до творення ГМФ. Зазвичай вони семантизують професію, загальну характеристику особи та вказують саме на ту стать, яку називають, однак існують винятки: ГМФ з антропометричними компонентами можуть бути спрямовані на протилежну стать або ж нейтралізувати гендерний аспект. ФО з цими компонентами часто належать до застарілих, однак є й такі, що активно використовуються в узусі.

2.2.2. Гендерно марковані фразеологізми на позначення родинних відносин

Яскравим прикладом поєднання лінгвістичного та антропологічного факторів у мові є лексичні одиниці на позначення родинних відносин. О. Нахапетова під час дослідження термінів спорідненості в мові вважає доцільним визначати ці лексеми як номен на позначення родинних стосунків [112]. Т. Кияк визначає номен як «відносно довільний «ярлик» предмета, «прикріплений» представниками відповідної галузі знання, що не потребує «розкриття» або хоча б

часткового тлумачення його у формі лексичного значення» [69, с. 78]. На нашу думку, це визначення цілком справедливе стосовно одиниць, що позначають родинні відносини. Це, напевно, найперші номени, із якими знайомиться новонароджена дитина: мати, батько, брат й ін. Вона не потребує додаткового тлумачення цих понять, однак розуміє, про кого йдеться. Дослідження номенів на позначення родинних стосунків надзвичайно актуальне в умовах глобалізаційних процесів, що відбуваються у світі, і пояснюється прагненням осмислити родинні зв'язки та витоки родоводу, що, зі свого боку, сприяє розумінню лінгвокультури певного народу [267].

М. Вагнер і І. Шютце визначають спорідненість як форму соціальних стосунків між людьми, яка варіюється залежно від статі, покоління, кровної та некровної спорідненості [287]. Так, розрізняють спорідненість, котра виражає взаємини між особами, які зв'язані кров'ю, і свояцтво, або некровна спорідненість, що виражає стосунки між особами, які виникли внаслідок шлюбу. Назви осіб за родинними відносинами належать до традиційного шару лексики. Вони пройшли довгий і складний шлях розвитку, що тісно пов'язано з розвитком форм сім'ї, які відобразилися в системах спорідненості. Число та точність номенів на позначення родинних стосунків відрізняється залежно від культури. Німецька система номенів на позначення родинних відносин організована білінеарно: спорідненість зі сторони матері та батька має однакову вагомість. Так, *Onkel* – брат батька або матері. Однак раніше (середина XVI ст.) брат і сестра батька позначалися номенами *Base* та *Vetter*, а брат і сестра матері – *Muhme* та *Oheim* [287].

Оскільки сфера родинних відносин завжди була одним із ключових факторів суспільного життя, номени на позначення родинних стосунків виражаються й у фразеології. Безперечно, такі ФО є гендерно маркованими, бо містять у своєму складі компонент, котрий імплікує маскуліність чи фемініність унаслідок того, що завжди прямо вказує на особу. Потрібно також зазначити, що граматичний рід лексем на позначення спорідненості завжди збігається зі статтю особи, яку вони називають.

Перша лінія кровної спорідненості – це мати й батько. При цьому розрізняють біологічне (*biologische Elternschaft*), правове (*rechtliche Elternschaft*) та соціальне (*soziale Elternchaft*) батьківство й материнство. Біологічні батьки передають дитині свої гени. У німецькій мові існують такі номени на позначення матері та батька: *Mutter, Mutti, Mueti, Mutsch, Mama, Mami, Ma, tum* (з англійської), *mom* (з американської англійської); *Vater, Vati, Papa, Papi, Paps, Pa, Date* (Тіроль), *Tata* (Південний Тіроль), *Däta* (Форальберг), *dad, daddy* (з англійської). Чимало з цих найменувань є компонентами ФО. Фразеологізми з компонентом *Mutter* слугують для характеристики особи (дитини) та називають процеси, явища, предмети чи дії, які вирізняються важливістю або є першопричиною чогось. Потрібно зазначити, що залежність чоловіка від матері семантизується у фразеологізмах із негативною конотацією: *er wohnt bei Mutter unterm Rock* – він боязкий, несміливий [313]. Матір трактується як основа всього, першопричина, тому в багатьох фразеологізмах цей компонент уживається, щоб показати важливість того, на що вказує фразеологізм, семантика якого зазвичай утрачає своє гендерне забарвлення: *die Mutter aller Schlachten* – найважливіша, вирішальна битва [313]; *Vorsicht ist die Mutter der Porzellankiste* – натяк на те, що потрібно бути обережним [313].

Аби показати ключову роль старшого за званням в армії, використовують ФО *Mutter der Kompanie* – ротний старшина [313].

Природа теж порівнюється з матір'ю: *bei Mutter Natur* – на природі [313]; *bei Mutter Grün* – надворі [313].

Зменшено-пестливий варіант *Mutti* у ФО слугує для вираження характеристики малолітніх осіб: *Muttis Liebling* – бездоганно вбраний підліток; *kleine Mutti* – 1) маленька дівчинка, котра одягнута як доросла; 2) дівчинка-підліток із поведінкою дорослої [313].

Батько так само як і мати є важливою особою, із якої все почалося, тому ФО з компонентом *Vater* також уживаються, щоб підкреслити важливість того, що вони семантизують: *Vater Staat* – держава [313]; *das Land der Väter* – батьківщина [299, с. 8]; *der Heilige Vater* – Папа Римський [312]; *der Vater vom Ganzen* – засновник,

власник фірми [313]. Можемо зробити висновок, що мама є втіленням природи, у той час як батько семантизує владу й право.

Генетична подібність чи схожа з батьком вдача теж передається за допомогою ФО: *Er schlägt ganz nach seinem Vater* – Він такий же, як і батько; *einen doofen Vater haben* – бути несповна розуму [313]; *ganz der Vater/die Mutter sein* – бути подібним до батька/матері [313]. Яскраво ілюструє подібність між батьками та їх нащадками прислів'я *wie der Acker, so die Rüben, wie der Vater, so die Buben* – який мельник – такий млин, який батько – такий син [299, с. 22].

Як бачимо, *Vater/Mutter* як компоненти фразеологізмів слугують переважно для характеристики їхніх нащадків та підкреслення важливості того, що вони називають. Що стосується правового й соціального батьківства та материнства, то такі номени (*Stiefmutter, Stiefvater, Adoptivmutter, Adoptivvater*) не є широко представленими у ФО. Це пояснюється тим, що такі батьки не мають кровної спорідненості з дітьми. Зокрема, *Stiefmutter* як компонент ФО має негативне забарвлення та не вказує на осіб, а характеризує вдачу чи ставлення: *jemand ist seinem Leibe (seinem Magen) keine Stiefmutter* – хтось любить добре попоїсти [299, с. 222]; *stiefmütterlich behandeln* – погано ставитися [299, с. 222].

Нерозривно з батьками пов'язані їхні нащадки – донька та син (*Tochter/Sohn*). Фразеологізми з компонентом *Tochter* позначають лише осіб жіночої статі загалом або дають додаткову конкретизуючу характеристику цьому номену: *Töchter des Landes* – молоді міські дівчата [313]; *überreife Töchter* – незрілі дочки; незважаючи на намагання, усе ще неодружені жінки [313]; *die höheren Töchter* – учениці гімназії, ліцею [313]; *goldene Tochter* – донька мільйонера [313].

Через компонент *Tochter* може евфемістично передаватися повішання – *mit des Seilers Tochter Hochzeit haben* [299, с. 189].

Компонент *Sohn* указує на чоловічу частину населення країни: *das ist kein Plan für Deutschlands Söhne* – не можливо здійснити; це не припустимо [313].

Широко застосовується у ФО номен *Bruder*. *Bruder* як компонент ФО найчастіше семантизує такі поняття:

- сексуальну орієнтацію: *lauer/lauwarmer Bruder* – бісексуал [313]; *schwuler/süßer/warmer/kesser Bruder* – гомосексуалізм [313]; *kalter Bruder* – чоловік з традиційною сексуальною орієнтацією, натурал [313];
- людину (чоловіка), яка (який) вирізняється певними негативними рисами чи вдачею. Такі ФО зазвичай поєднують компонент *Bruder*, що асоціюється в людини з рідною особою, та негативно забарвлений прикметник: *linker Bruder* – ненадійний чоловік, зрадник [313]; *gefährlicher Bruder* – підступний, підозрілий чоловік [313]; *falscher Bruder* – ненадійний чоловік [313]; *nasser Bruder* – а) пияк; б) людина, котра не варта довіри [299, с. 126]; *Bruder Liederlich* – розпустник [299, с. 126]; *ein leichter Bruder* – вітрогон [299, с. 126]; *Bruder Lustig* – веселун [299, с. 126]; *Bruder Hitzig* – запальна, гаряча людина [299, с. 126];
- рівноправ'я, довіру: *Gleiche Brüder, gleiche Karren* – однакові права та обов'язки для осіб кожного класу [313]; *Unter Brüdern* – по-чесному, без обману [313].

ФО з компонентом *Schwester* не набули такого широкого вживання. Цей номен застосовується у фразеологізмі для евфемічного вираження жінки легкої поведінки: *Haus der barmherzigen Schwestern* – бордель [313].

Фразеологізми з компонентами *Opa* й *Oma* семантизують лінгвокультурні уявлення про дідуся та бабусю й підкреслюють різницю між різними поколіннями. Дід і баба символізують давно минулі дні, забуті та неактуальні на сьогодні технології тощо: *mit dieser Masche haben schon Oma und Opa gehäkelt* – цей спосіб дії уже давно не актуальний [313]; *Opas Kino* – фільмографія до 1945 року [313]; *Opas Tankstelle* – заправка без самообслуговування [313]; *Opa im Quadrat* – щось дуже старомодне [313]; *Opas Protokoll* – застарілі дипломатичні формальності [313]; *als der Großvater die Großmutter nahm* – давним-давно [299, с. 283].

Бабуся в німецькій лінгвокультурі асоціюється з довірливістю та інтересом до рукоділля, що виражається у таких фразеологізмах: *Das kannst du deiner Großmutter/deiner Oma erzählen!* – Я тобі не вірю!; *Dafür muss eine Oma/alte Frau lange stricken!* – Це дорого коштує!

Іншими важливими номенами на позначення спорідненості є дядько та тітка. *Tante/Onkel* доволі часто вживаються у ФО. *Tante* передає особу чи предмет, що виражений жіночим родом або вказує на жінку. Так, *Tante Klärchen* – сонце; *Tante Klara* – 1) сонце; 2) прибиральниця [313]. ФО називає сонце, сонячну погоду, що виражається в німецькій мові жіночим родом (*die Sonne*). Ім'я *Klara/Klärchen* походить від німецького «klar» – світлий, сонячний.

Газета є незамінним атрибутом німецької родини, яку завжди читають під час сніданку, а тому порівняння її зі старою доброю тітонькою не викликає здивування: *gute alte Tante* – улюблена газета [313]. Подібну етимологію має ФО *Tante-Emma-Laden* [312], що позначає магазин роздрібної торгівлі, який був поширений у Німеччині в минулому столітті. Поява великих супермаркетів негативно відбилася на долі таких магазинів, що призвело до їх зникнення. ФО тепер є німецькою реалією.

ФО з *Tante* слугують також як евфемізми для вираження менструації: *rote Tante/Tante Rosa/Tante aus Amerika Tante* [313].

ФО з компонентом *Onkel* часто використовуються в розмові з дітьми для вираження особи, яка може становити для них потенційну небезпеку. Уживання номена, що виражає близьку, приналежну до родити особу, дає змогу пояснити ситуацію, не налякавши дитину: *böser Onkel* – чоловік, котрий наближається до дітей з аморальними намірами [313]; *süßer Onkel* – чоловік, який заманює дітей солодощами, щоб потім посягнути на них [313]; *grauer Onkel* – чоловік, котрий заманює дітей дружелюбністю, щоб потім посягнути на них [313]; *falscher Onkel* – педофіл [313].

Для позначення багатенького дядечка слугує ФО *der Onkel aus Amerika* [299, с. 92]. Етимологія фразеологізму пов'язана з хвилею еміграції в США задля накопичення багатства.

Що стосується некровної спорідненості, то, як уже зазначено вище, вона виникає внаслідок одруження. Серед номенів, котрі позначають такі родинні відносини, на увагу заслуговує теща/свекруха (*Schwiegermutter*), яка є компонентом ФО, що доволі яскраво ілюструють її роль у житті родини: *auf in den (auf zum)*

Kampf, die Schwiegermutter naht! – Уперед! Готуйся до чварів! [313]. Тут бачимо натяк на те, що теща/свекруха доволі часто втручається в справи новоствореної сім'ї, що зазвичай призводить до суперечок. Інші ФО теж імплікують не завжди позитивне ставлення до тещі/свекрухи: *in Senf kann man seine Schwiegermutter essen – із гірчицею можна й свекруху з'їсти* [313]. Тут бачимо натяк на те, що свекруха настільки неприємна «несмачна» особа, що її треба приправляти гірчицею. Елементи чорного гумору та оксюморон форми й значення віднаходимо у ФО *Es war mir ein Schwiegermutterbegräbnis – це була велика радість* [313].

Отже, номени на позначення родинних відносин дуже часто стають компонентами гендерно маркованих фразеологізмів. Зазвичай такі фразеологізми позначають осіб і гендерно співвідносяться з номеном, що входить до їх складу. Однак такі фразеологізми можуть виражати, процеси, явища та предмети зовнішнього світу, які відіграють важливу роль у житті людини. Дуже часто номен на позначення спорідненості у фразеологізмі має кардинально протилежне значення, використовується як евфемізм.

2.2.3. Антропоніми як компоненти гендерно маркованих фразеологічних одиниць

Як стверджують Г. Котхофф та Д. Ньюблінг, навряд чи яка-небудь мовна одиниця настільки сильно асоціюється зі статтю, як власні імена, і навряд чи якась із мовних одиниць була настільки проігнорована гендерною лінгвістикою [238]. Ономастика – лінгвістична дисципліна, що вивчає власні імена, їх функціонування, закономірності утворення, розвитку й постійних змін. Предметом ономастики є географічні назви та антропоніми. Антропоніми – це власні імена людей. Хоча дослідження власних імен людей здійснювалось у рамках лінгвістики, ніхто не ставив гендерну проблематику в центр цих студій. Із часу появи праці Ю. Герхардса «Geschlechtsklassifikation von Vornamen» [207] утверджується напрям «гендерна ономастика» [238, с. 191]. У збірнику наукових праць «Namen und Geschlechter» [252] автори якраз і досліджують власні назви з опорою на гендерну складову частину та приходять до висновку, що власні імена роблять

важливий внесок у мовне конструювання обох статей. У наукових працях із цього збірника досліджуються шляхи конструювання гендеру за допомогою власних імен із лінгвістично-ономастичного, соціологічного та історичного погляду. Окрім того, здійснюється аналіз неформальних імен серед близьких людей, найменувань ще ненароджених дітей, перейменувань транссексуалів тощо. У центрі досліджень перебувають німецькі, нідерландські й шведські імена, котрі не мають гендерного маркування, а також процес фонологічної дегендеризації імен хлопчиків у сучасний період.

В ідеальному випадку власне ім'я вказує на конкретну особу, але, як відомо, людей значно більше, ніж імен. Це спричинило використання прізвищ, кличок, зменшено-пестливих найменувань. Однак саме ім'я є дуже сильним маркером статі. Д. Ньюблінг та Г. Коттхоф зазначають, що клички є своєрідними статевими органами: вони приписуються людині подібно до статі та супроводжують її протягом усього життя [238, с. 192].

А. Хофманн у своїй праці «Protonamen und die sprachliche Personalosierung Ungeborener» відзначає, що імена є культурними носіями гендерної диференціації [223]. Соціолог Р. Олфорд слушно стверджує, що в імені особи закладено інформацію про її стать [167, с. 65]. Науковець зазначає також способи, за допомогою яких в імені особи маркується стать: семантично, формально та умовно [167, с. 66]:

А) Семантичний принцип полягає у використанні так званих «імен, що говорять», що утворюються від іменників, прикметників, дієслів тощо. Раніше до цього типу належали германські імена, що склалися з двох частин і мали певне значення: *Markwart = Grenzschützer, Eberhart = hart, kräftig wie ein Ebert; Mechthild = Macht, Kraft* тощо. При цьому друга частина імені для хлопчика повинна була належати до чоловічого роду, а для дівчинки – до жіночого [238, с. 194].

Б) Формальний принцип ґрунтується на граматичних афіксах та не враховує буквального значення імені: *Martin – Martina, Wilhelm – Wilhelmina* тощо. Від чоловічого імені за допомогою суфіксів *-ina/-ine* утворюються жіночі імена.

В) В іменах, що належать до умовних, неможливо побачити стать. Умовно склалося так, що одні з них належать до чоловічих, а інші – до жіночих: *Almut, Doris* (жін.) – *Helmut, Boris* (чол.) [254].

Потрібно відзначити, що зменшено-пестливі імена, якими називають один одного родичі, друзі, закохані, утрачають свій гендерний маркер. Вони зазвичай є похідними від власних імен: *Gabriele – Gabi, Ulrich – Uli, Alexander/Alexandra – Alex*. За цими зменшено-пестливими формами неможливо визначити стать особи, яку називають. Такий феномен Д. Нюблінг пояснює близькими стосунками між людьми, які точно знають, до якої статі відносить себе особа, котру вони називають, а відтак зникає нагальна необхідність маркування гендеру.

Власні імена є складовими компонентами фразеологічних одиниць, де вони так само слугують культурними маркерами гендеру. Чоловіче ім'я *Hans* є компонентом багатьох ФО. *Hans* – скорочена форма від *Johannes*. У XIV–XVII ст. це ім'я належало до найпоширеніших у Німеччині. Популярність імені обґрунтовувалася забобою про те, що в будинок, де мешкає хтось з іменем Ганс, не вдаряє грім, а якщо й ударяє, то не спричиняє великої шкоди [312]. Із часом ім'я набуло загального статусу та почало використовуватися в різноманітних фразеологічних зворотах.

Так, у ФО *bei jmdm. ist Schmalhans Küchenmeister* – бути бідним, не мати чого їсти [299, с. 168] ім'я *Hans* персоніфікує ситуацію бідності. «Schmal» мало раніше значення «кнарр», тобто «мало». Зворот, залежно від контексту, може вказувати на бідність чи жадібність особи або цілої сім'ї. Зворот *bei jmdm. ist Prahlhans Küchenmeister* є антонімом до попереднього вислову. Але першочергово *Hans* слугує найменуванням для будь-якої особи чоловічої статі, тобто власне ім'я у ФО набуває статусу загального. У складі ФО воно слугує для характеристики особи. Структурно може поєднуватись з іменником, який, власне, і містить характеристику, бо сам компонент *Hans* семантизує людину загалом: *Hans Namiddag* – людина, котра все відкладає на потім [313]; *Hans Dumt* – дурень [299, с. 310]; *Hans Feigling* – боягуз [299, с. 310]; *Hans Huckebein* – бідолоха [299, с. 310]; *Hans Liederlich (Unbedacht)* – вимрогон [299, с. 310]; *Hans Ohnesorge* – безтурботна

людина [299, с. 310]; *Hans Taps* – вайло, тюхтій, незграба [299, с. 310]; *Hans Röhrup* – особа, котра все баламутить [299, с. 310]; *Hans im Glück* – усім задоволена людина, щасливчик [299, с. 310]. Прикметник теж може слугувати в таких ФО для оцінки людини: *ein großer Hans/Großhans* – багатий чоловік; *ein kleiner Hans/Kleinhans* – 1) маленький чоловік; 2) бідняк [313]. Специфічну структуру має ФО *ein Hans-guck-in-die-Luft* – неуважний хлопець, який не дивиться, куди йде, а тому часто спотикається; роззява [299, с. 310], яка утворюється шляхом написання цілого речення через дефіс. Використання форми множини в поєднанні з відповідним прикметником указує на осіб, котрі вирізняються з-поміж подібних: *die großen Hansen* – поважні особи [299, с. 310]. Компонент *Hans* уживається в сталих фразах і прислів'ях. Так, у сталих фразах *Ich will Hans heißen (wenn das anders ist)* – назвіть мене дурнем (якщо я помиляюся) [299, с. 310]; *dein Hanswurst bin ich nicht* – знайди собі іншого дурня [299, с. 311] *Hans* семантизує дурість. З останнім висловом міцно пов'язана інша ФО, що виражає певний тип поведінки особи: *den Hanswurst machen (spielen)* – 1) клеїти дурня; 2) прикидатися дурником [299, с. 311]. Використання зменшено-пестливої форми імені (*Hänschen*) натякає на дитину: *Hänschen im Keller* – дитина в утробі матері (жарт.) [314, с. 661]; *jn zum Hänschen haben (mit jm Hänschen machen)* – розігрувати, поводитися, як із малим хлопчиком [314, с. 662]. Протиставлення дитини дорослій особі знаходимо в прислів'ї *Was Hänsel nicht lernet, das lernet Hans auch nicht* [299, с. 311], яке стало частоцитованим висловом педагогів і натякає, що те, що прогалини в знаннях не завжди вдається заповнити в дорослому житті. Натяк на важливість прищеплювання дитині корисних звичок висловлюється в прислів'ї *was Hänschen sich gewohnt, läßt Hans nimmer* – що знає Івась, те знає й Іван [299, с. 310 – 311]. У наступному прислів'ї втілюється удача людини, яка всюди любить пхати свого носа: *er ist Hans Dampf (Hansdampf) in allen Gassen* – без нашого Гриця вода не освятиться [299, с. 310]. Компонент *Hans* часто поєднується з іншою власною назвою, що слугує для підкреслення певного аспекту значення. У поєднанні з іншим антропонімом у вислові може натякатися на необхідність виконання певного завдання: *will Heinz nicht, so muß Kunz* – чого не хоче робити один, те мусть

зробити інший [299, с. 320]. Одночасне вживання жіночого й чоловічого антропоніма слугує для висловлення ідеї про те, що кожен у цьому світі має свою пару: *jeder Hans findet seine Grete* – для кожного Грця є своя птця [299, с. 310]. Одночасне називання двох антропонімів може вказувати також на неважливість чи альтернативність чогось: *etwas ist Hans was Heiri* – байдуже [312]. Вислови можуть позначати також природні явища: *der Blanke Hans* – штормове Північне море [312]. Уживається на півночі Німеччини в розмовній мові.

Ще одне чоловіче ім'я слугує в німецькій фразеології для позначення пересічного громадянина – *Michel (Michael)*. Ім'я бере свій початок від архангела Михаїла та колись було дуже популярним. *Der deutsche Michel* – середньостатистична людина [299, с. 52] – карикатура середньостатистичного німця: працьовитий, добродушний, наївний, порядний, неповороткий, обмежений. Із часів християнізації ім'я набуває особливої популярності, про що свідчать наступні вирази: *Vetter Michel* – обиватель, міщанин [299, с. 52]; *der Taube Michel* – глуха тетеря [299, с. 52] тощо. Архангел Михаїл був також хранителем і патроном церкви (*Hamburger Michel*).

Ще одне ім'я, яке стало компонентом фразеологічних одиниць – *Heinrich (Heini)*: *ein fauler Heinz* – нероба [299, с. 320]; *trauriger Heini* – апатичний чоловік [299, с. 320]; *ein sanfter Heinrich* – скромна людина [299, с. 320]; *Du bist (mir) vielleicht ein Heini!* – Ти такий наївний/дурний/незграбний (розм., грубо) [312]. З огляду на те, що це власне ім'я було доволі поширене в Німеччині, виникнення фразеологізму *ein Heini sein* – невідомий чоловік, незнайомиць [312] видається логічним, бо був дуже високий відсоток вірогідності, що людина дійсно носить це ймення. Семантика ледарювання втілюється віддієслівним фразеологізмом *den müden Heini spielen* – повільно працювати [313]. ФО з компонентом *Heinrich* використовуються у військовому жаргоні для позначення страв, якими традиційно годують солдатів: *blauer Heinrich* – перлова каша [299, с. 320]; *stolzer Heinrich* – рисова каша [299, с. 320]. Окрім того, фразеологізми такого типу можуть указувати на предмети з поліцейської сфери. Наприклад, *der grüne Heinrich* означає «поліцейський автомобіль» [299, с. 320], а *langer Heinrich* – «відмичка» [299,

с. 320]. Тобто власне ім'я тут набуває граничного рівня загальності й починає вказувати не лише на антропоморфні явища.

ФО *Hinz und Kunz* означає «кожний стрічний» [299, с. 341], уживається у розмовній мові, часто зі зневажливим підтекстом. *Hinz und Kunz* – скорочені варіанти імен *Heinrich* та *Konrad*. Саме ці імена були найпоширенішими серед кайзерів в XI–XII ст., а тому набули популярності й серед простого люду.

Інші типові чоловічі імена представлені у фразеології спорадично та не характеризуються таким потужним фразеотворчим потенціалом, як наведені вище. Так, *sich zum Horst machen* [309, с. 93] означає «робити із себе посміховисько». *Horst* у 1933 – 1934 рр. було найпопулярнішим ім'ям, яке давали хлопчикам. Однак із часом воно все більше втрачало популярність, а з 1970 р. вийшло з моди. На сьогодні чоловіки, котрі мають це ім'я, перебувають уже в поважному старечому віці, а отже, навряд чи слідкують за модою, а також можуть страждати на старече слабоумство, що й могло призвести до виникнення фразеологізму [309, с. 93]. У деяких регіонах Німеччини компонент *Horst* субституують інші застарілі чоловічі імена: *sich zum Otto (Heinz) machen* [309, с. 93].

Відомий герой німецької міфології Екарт, який став символом непідкупності та вірності, теж ніби знаходить своє друге життя у фразеології: *der treue Eckart* – *вірний слуга, вірний страж, вірний паж* [299, с. 162].

Трохи пізніше популярності набуває ще одне чоловіче ім'я – Фрітц (*Fritz*). Чимало ФО з цим ім'ям пов'язані з Фрідріхом II, третім пруським королем, який відзначався войовничістю. Нерідко Фрідріх особисто вів своє військо в битву. Його часто називають найвидатнішим тактичним генієм свого часу за спроможність перемагати в битвах, де опонент переважав у кількості. Однак економіка країни була підпорядкована мілітаристським цілям, а сам король вирізнявся великою ощадливістю, тому йти до нього на службу означало майже те саме, що працювати за дарма, про що можуть свідчити такі ФО: *das ist für den Alten Fritz/Das ist für den alten Fritzen* – *це все намарно* [313]; *etw für den Alten Fritz tun* – *робити щось намарне* [313]. Частина ФО з компонентом *Fritz* уживається для позначення часових відношень: *als sich der Alte Fritz noch ohne Otto Gebühr behelfen mußte/als*

der Alte Fritz sich die Hosen mit der Beißzange anzog/als der Alte Fritz noch Fahnenjunker war/als der Alte Fritz noch Gefreiter war – багато років тому [313]. Як бачимо, ФО з компонентом *Fritz* не характеризують і не називають осіб, а віддзеркалюють просторово-часові відношення та процеси. Це пояснюється тим, що такі ФО тісно пов'язані з конкретною історичною особою, яка колись визначала суспільне життя людей.

Власна назва *Wilhelm* повертає в часи ще одного кайзера. Так, *den dicken Wilhelm spielen* [312] – розмовний, дещо застарілий вислів походить від кайзера Вільгельма, який любив розкіш, та означає «красуватися, зазнаватися». ФО *seinen Friedrich Wilhelm unter etwas setzen* [312] натякає на підпис пруських керівників. У розмовній мові вислів уживається в жартівливому плані, якщо потрібно щось підписати.

Ще один зворот з антропонімом пов'язаний з ім'ям історичної особи: *nach Adam Riese* [312]. Цей вислів походить від «майстра підрахунків» Адама Різе й означає «у зв'язку з даними, правильно пораховано».

Біблійні імена зі Старого Завіту теж слугували для утворення ФО з антропонімами. Значення таких ФО тісно пов'язане з біблійською історією, у якій воно згадується. Компонент *Adam* прогнозовано втілює першу людину, але у ФО спостерігаємо високий ступінь абстрагування від конкретної особи, тобто такі фразеологізми слугують, передусім, для позначення певних процесів. Наприклад, *der alte Adam* [305, с. 28] використовується для жартівливого позначення людини з усіма її слабкостями; утілює старі звички, пережитки минулого. Спроба подолання цих старих звичок та процес переродження передаються за допомогою ФО *den alten Adam in j-m herausreißen* – відучити когось від давніх звичок [299, с. 22]; *einen neuen Adam anziehen* – стати іншою людиною, переродитися [299, с. 22]. Фразеологізми з компонентом *Adam* можуть мати менший ступінь переосмисленості: *nackt wie Adam* – у чому мати народила [299, с. 22]. Або взагалі не мати стосунку до біблійних історій, а просто використовувати власне ім'я для вказівки на людину: *den beleidigten Adam spielen* – удавати із себе казанського сироту [299, с. 22].

Єва теж виступає компонентом ФО: *bei Adam und Eva anfangen* [305, с. 16] – початку щось починати; *eine Tochter Evas* [305, с. 732] – уживається стосовно дівчини чи жінки, котру помічають завдяки жіночності.

Інші біблійні імена теж вживаються у фразеологізмах: *bei Petrus anklopfen* [305, с. 108] – перебувати на порозі смерті, оскільки вважається, що Петро стоїть на воротах до Раю. Компонент може означати погоду: *Petrus meint's gut* – погода сприяє нам [299, с. 101].

У деяких фразеологізмах біблійний етимологічний аспект зникає: *den Schwarzen Peter zuschieben* – звалити на когось провину [299, с. 101]. Натомість походження цієї ФО пов'язують із відомою дитячою настільною грою, яка має назву *Schwarzer Peter*. Суть гри полягає в тому, щоб позбутися картки *Schwarzer Peter*, оскільки вона єдина не має пари, а тому той, хто наприкінці гри володіє нею, програє. Тому гравець, котрий має картку у своїй колоді, намагається «підсунути» її іншому.

У поєднанні з іншим антропонімічним компонентом створюється альтернатива: *dem Peter nehmen und dem Paul geben* – перекласти з однієї кишені в іншу [299, с. 101].

У період Старого Завіту часів Ноя повертає етимологія ФО *die Arche Noah(s)* – 1) місце, де збираються люди різних переконань; 2) ветхий, старий предмет; 3) надійний притулок; 4) сива давнина [299, с. 45]; *aus der Arche Noah(s)* – із допотопних часів [299, с. 45]. Зі словникових дефініцій фразеологізмів впливає їх полісемантичність, що зводиться до ключової семи «старий, давній».

«Старозавітними» є й ФО з компонентами *Abraham, Kain, Abel: Kain und Abel* – Каїн та Абель (убивця й невинна жертва) [299, с. 364]; *Kainsmal/Kainszeichen haben* – носити на собі Каїнову печать [299, с. 364]; *in Abrahams Schoß* – жити як у раю [299, с. 16]. Антропонімічний компонент у цих фразеологізмах повністю нівелюється в семантиці, звороти вказують на певну ситуацію, де антропоморфні характеристики нерелевантні.

Власні імена з Нового Завіту теж знаходимо у фразеологізмах. Так, *j-d ist der wahre Jakob* означає «хто-небудь, що-небудь хоч куди, кращого немає» [299,

с. 361]. Цікавою видається ймовірна етимологія фразеологізму, яка вказує на апостола Якова, що вважається патроном Іспанії. Його могила – у місті Сантьяго-де-Компостела та є місцем паломництва віруючих. Однак чимало вірян ішли до поховань інших однойменних святих, оскільки боялися тяжкого шляху аж до Іспанії. Представники інших церков стверджували, що саме на їхній території є мощі святого Якова [314, с. 783–784]. Отже, суть ФО полягає в тому, щоб наголосити, що справжні рештки апостола поховані саме в Іспанії.

Ще один апостол, котрий вербалізується у ФО, є Хома: *ungläubiger Thomas* – Хома невіруючий (людина, котра не хоче вірити беззаперечним фактам) [299, с. 247]. Апостол Хома не повірив повідомленню про воскресіння Ісуса Христа.

У компоненті *Lasarus*, що теж являє собою дійову особу Нового Завіту, вербалізується поняття бідності: *ein armer Lasarus* – бідна людина [299, с. 13].

Жіночі антропоніми не так часто трапляються у ФО, що може слугувати ще одним підтвердженням андроцентризму в німецькій мові. Однак усе ж знаходимо деякі звороти, що містять власні назви жінок: *jemanden zur Minna machen* – ставитися до когось з усією строгістю, вичитувати; задати перцю [299, с. 52]. Вислів, найімовірніше, походить від жіночого імені Вільгельміна (*Wilhelmine*), що було доволі типовим для служниць у ХІХ ст., до яких не завжди добре ставилися. Подібну етимологію має й наступний вислів: *sich zur Minna machen* – надриватися, надсаджуватися (на роботі) [299, с. 52]. А от ФО *die Grüne Minna* – автомобіль поліції [299, с. 52] є синонімічною до тієї самої, але з компонентом *Heinrich. Grün* – посилення на колір, яке мало це авто.

Традиційним німецьким жіночим ім'ям вважається *Margarette*. Недарма Пауль Целан використовує його у своєму вірші на позначення німецької жінки. У ФО *Gretchenfrage beantworten* – вирішальне питання, питання совісті [305, с. 309] може матися на увазі питання стосовно релігії чи політичних переконань. Вислів походить із «Фауста» Гете та стосується питання, яке Фауст поставив Маргариті, стосовно її релігійності.

Крилатий вислів *Johanna geht, und nimmer kommt sie wieder* належить Ф. Шіллеру й вживається жартома під час прощання [299, с. 362].

Підсумовуючи сказане, потрібно відзначити, що чоловічі імена як компоненти ФО суттєво переважають над жіночими. Чоловік був носієм влади, у той час як жінка представлена в ролі служниці. ФО з антропонімами не завжди називають людей, вони можуть позначати процеси, природні явища тощо, а також слугувати загальною назвою.

2.2.4. Позначення професій за допомогою гендерно маркованих фразеологічних одиниць

Для жінки, згідно з історично сформованими патріархальними стереотипами, які розглядалися вище, важливою є орієнтація на сім'ю та сімейні цінності, ведення домашнього господарства. Для чоловіка більш типовою є активність за межами сім'ї. Жінка, яка не створила сім'ї, раніше оцінювалася суспільною думкою як невдаха, її називали *alte Jungfer*. Однак самореалізація чоловіка пов'язується з його кар'єрою та зі статусом у суспільстві. Якщо з віком чоловік не має професійних досягнень, це також можемо розглядати як життєву поразку [164]. Незважаючи на те, що гендерні та культурні стереотипи переосмислюються та частково зникають, їхній слід усе ще можна простежувати у фразеологізмах на позначення професій, де зміни відбуваються не так швидко, як у суспільстві.

Проаналізувавши ФО із вказівкою на професію, можемо зрозуміти погляди певної лінгвокультури на професійну діяльність статей. Те, що вона неоднаково представлена у фразеології, не викликає сумнівів. Уявлення про професії, котрі притаманні певній статі, впливає з гендерних ролей, які їм приписуються в тій чи іншій культурі. Зважаючи на те, що для культури німецького народу справедливе твердження про орієнтацію чоловіка на «зовнішній» світ (кар'єра, громадська діяльність), а жінки – на світ, який обмежений стінами дому (діти, домашнє господарство), то більшість фразеологізмів, котрі вказують на професію, узгоджуються граматично та семантично з чоловічою статтю.

Компонентом низки фразеологізмів на позначення професії є *Meister*. Слово походить від латинського «magister» та означає найвище ремісничє звання. Саме слово «magister» походить від «magnus» – «великий». За допомогою цього

компонента творяться ФО на позначення ремісничих (виробничих) професій, як от: *Meister Pfriem – швець* [312]; *Meister Zwirn – кравець* [299, с. 354]; *Meister von der Schere – перукар* [313]. Натяк на час утворення ФО для позначення ремісничих професій знаходимо у фразеологізмах *ein Ritter von der Nadel – кравець* [299, с. 137]; *ein Ritter von der Feder – письменник* [299, с. 137], де *Ritter* відносить нас у Середньовіччя. Узгодження семантики фразеологізмів із чоловічою статтю підтверджує позицію про гегемонію чоловіків у ремісничій професійній діяльності того часу.

Загалом компонент *Meister* є дуже продуктивним та вживається в прислів'ях і приказках. *Meister* у ФО вербалізує зазвичай перевагу над чимось або кимось, що пояснюється походженням компонента. Так, *FO seinen Meister in j-m finden – знайти в комусь сильнішого супротивника* [299, с. 50]; *seiner selbst Meister sein – володіти собою* [299, с. 50]; *Meister über etw. werden (einer Sache Meister werden) – оволодіти чимось, узяти щось у свої руки, упоратися з чимось* [299, с. 50] доводять це твердження. У поєднанні з дієсловом ФО вказує на особливості поведінки: *den Meister spielen – удавати з себе пана* [299, с. 50].

У складі прислів'їв та приказок з компонентом *Meister* вербалізуються народні істини й поради. Так, прислів'я *es ist kein Meister vom Himmel gefallen (kein Meister wird geboren) – не святі горшки ліплять* [299, с. 50] натякає на те, що фахівцем своєї справи не можна народитися, усього можна й потрібно навчитися.

Важливість навчання, яке не припиняється ніколи, підкреслюють вислови *Früh übt sich, was ein Meister werden will – хто змалку вчиться, добрим майстром стане* [299, с. 50]; *kein Meister so gut, der nicht zuzulernen hätte – на світі живучи, довіку вчитись* [299, с. 50]. Зв'язок між кваліфікацією та професійними досягненнями експлікується за допомогою ФО *wie der Meister, so das Werk – який майстер, така й робота (присл.)* [299, с. 50]. Відсутність фахівців провокує погане виконання роботи й незадовільні результати: *wo kein Meister ist, da gelten die Stümper – де не маєш співця, послухаєш горобця* [299, с. 50].

Завдяки сучасному розвитку суспільства, у якому кожна стать може виконувати той вид діяльності, що їй до вподоби, маємо гендерно еквівалентні

вислови на позначення фахівця своєї справи: *ein Meister seines Fachs sein/eine Meisterin ihres Fachs sein* [312].

Проаналізовані ФО на позначення професії лікаря теж містять маскулінні компоненти, при цьому такі одиниці можна вважати фразеологізмами-евфемізмами: *Facharzt für Haut und Liebe* – дерматовенеролог [313]; *Facharzt für Hoch- und Tiefbau* – гінеколог (*Hochbau* = вагітність; *Tiefbau* = жіночі страждання) [313]; *Meister vom Stuhl* – 1) поліцейський лікар, який оглядає повій; 2) лікар, котрий лікує кишківник [313].

У спілкуванні з дітьми поняття «лікар» (*Arzt*) замінюється на «дядько» (*Onkel*): *Onkel Piek* – лікар, що робить ін'єкції (*Pieken* = *stechen*) [312]. Це теж свідчить про те, що зазвичай чоловіки виконували цю діяльність.

До більш сучасного фразеологічного прошарку лексики, на нашу думку, належать ФО на позначення третейського судді – *Mann im schwarzen Kittel* [313]; водіїв вантажівок – *die Kapitäne der Landstraße* [299, с. 368] та успішного футболіста – *Mann mit goldenen Beinen* [313]. Знову ж таки маємо у всіх узгодження в чоловічому роді з огляду на те, що такі види діяльності частіше виконуються чоловіками.

Незважаючи на те, що більшість професій стосується чоловіків, існують фразеологізми, котрі семантизують жінку в професійній діяльності. *Eine Schwester Rabiata* – медсестра/доглядальниця з грубим підходом [312]. Медична сестра – типово жіночий вид діяльності. Цей фразеологізм уживається в жартівливому плані в розмовній мові, «*rabiata*» означає «грубий, схильний до насилля». Що стосується прибирання, то тут не викликає здивування співвіднесення цієї професії із жіночою статтю, що доводять такі звороти: *eine Perle/eine Putze sein* – 1) прибиральниця, помічниця по господарству; 2) надійна жінка; 3) подруга [312].

Підсумовуючи сказане вище, зауважимо, що на основі проаналізованих фразеологізмів професійна діяльність є прерогативою чоловічої статі. Це пояснюється, по-перше, нерівноправ'ям статей, котре існувало тоді й простежується нині в сучасному суспільстві, по-друге, роллю жінки як піклувальниці про дім та сім'ю й орієтацією чоловіка на утримання цієї сім'ї. Зміна

суспільних уявлень про ролі статей призведе до змін і в системі фразеологізмів, які позначають професії.

2.2.5. Компонент-зоонім у складі гендерно маркованих фразеологічних одиниць

Дослідження сучасної лінгвістики спрямовані на розкриття коду нації з метою глибшого проникнення в ментальний простір певного народу та прагматизації лінгвокультурної картини світу, котра ґрунтується на уявленнях національної спільноти про дійсність. Лінгвокультурна реальність представлена системою концептів (зокрема й культурних) як вагомих психоментальних координат, які вербалізуються в мові. Лінгвокультурна картина світу нації значною мірою відображена у фразеології, зокрема В. Маслова зазначає, що відгуки минулих днів сьогодні відображені в прислів'ях, приказках, фразеологізмах, метафорах, символах культури [98].

Надзвичайно яскраво лінгвокультурна картина світу, частиною якої є й погляди на чоловіка та жінку, проявляється в гендерно маркованих фразеологізмах із компонентом-зоонімом [90].

Фразеологічні одиниці з компонентом-зоонімом завжди заслуговували на увагу дослідників та визначалися як «фразеологічні одиниці з аніمالістичним компонентом» [18, с. 5], «фразеологія живої природи», «зоосемічні фразеологічні одиниці» [127, с. 6], «зоофраземи» [102], «зоофразеологія» й «зоофразеологічні одиниці» [154] тощо. Д. Ужченко розуміє під «зоофразеологізмами порівняно чітко окреслену семантично й тематично групу стійких надслівних мовних утворень, у складі яких є фауноніми (зооніми) або їх образно-генетичні елементи» [154] та у своїх дослідженнях розкриває їхню семантику в етнокультурному плані.

Дослідження фразеологізмів із компонентом-зоонімом відбувається як у межах однієї мови, так і в порівняльному аспекті з опорою на декілька мов: компаративні зоонімічні фразеологізми німецької мови [63], зоосемічні фразеологізми як носії національно маркованої вторинної номінації в українській

та англійській мовах [137], типологія фразеологізмів із компонентом-фаунонімом в українській мові [41], зооніми як окремі лексичні одиниці й компоненти сталих висловів, їхні функції й переклад з англійської українською мовою [48], функціонування зоосемізмів у фразеологізмах німецької та української мов [70] тощо.

Іноземні наукові студії зосереджені загалом на порівняльному аналізі фразеотематичної групи фразеологізмів із компонентом-зоонімом у межах двох і більше мов: М. Бюхлер (російська та італійська мови) [175], Г. Гресіано (німецька й французька) [211], М. Муснер (німецька, французька та італійська мови) [251], Д. Добровольський і Е. Пірайнен (російська, німецька, англійська, нідерландська, фінська, японська, а також нижньонімецький діалект) [189].

Саме тому розкриття специфіки семантики у фразеологізмах із компонентом-зоонімом сучасної німецької мови сприяє глибшому розумінню національно-культурної картини світу та відображенню сприйняття чоловічої й жіночої статей у світі фауни.

Зважаючи на те, що риси тварин переносяться на людину (чоловіка, жінку), у плані змісту такі ФО мають гендерне забарвлення, а в плані вираження – компонент-зоонім, що стосується світу фауни, слугує для втілення людських якостей і варіюється залежно від лінгвокультури. У фразеологізмах такого плану виявляється своєрідність ментального лексикону кожного народу. Саме тому ФО з компонентом-зоонімом привертають пильну увагу дослідників, бо вони є однією з найбільш численних і внутрішньо різноманітних груп специфічного фразеологічного фонду.

Фразеологізми з компонентом-зоонімом відбивають багатоміжкові спостереження людини за зовнішнім виглядом і звичками тварин, передають ставлення та сприйняття людьми світу фауни. Компонент-зоонім є носієм тезаурисної інформації про типові риси тварин, їхню поведінку й умови пристосування до навколишнього світу. Гендерно марковані фразеологізми з компонентом-зоонімом у німецькій мові вказують на осіб чоловічої або жіночої статі та імплікують певну характеристику останніх, яка залежить від поглядів цієї

культури на тварину, що входить до компонентного складу фразеологізму. У семантиці гендерно маркованих фразеологізмів із компонентом-зоонімом національна специфіка фіксується у категоріях: зовнішність, розумові здібності та риси характеру.

Відображення специфіки сприйняття жіночої статі найчастіше простежується в таких компонентах: комахи й домашні тварини (зовнішність), домашня птиця (розумові здібності), дикі птахи та плазуни (риса характеру). Характерні ознаки зовнішності особи жіночої статі фіксуються у ФО через протиставлення «гарна – негарна» й за допомогою компонентів-зоонімів, наприклад *eine flotte/süße Biene* – приваблива жінка/дівчина [312]; *ein flotter/netter Käfer* – приваблива жінка/дівчина [312]. Комахи символізують також дівочу бадьорість і жвавість: *eine wilde Hummel* – пустолива/весела/запальна/бадьора дівчина [312], бо, починаючи з XVII ст., неспокійні жваві дівчатка порівнюються з джмелем. Подібні ФО з компонентом *Käfer/Käferlein* відомі ще з XIII ст. Як бачимо, важливу роль для характеристики особи жіночої статі має не лише компонент-зоонім, а й відповідний прикметник у своєму прямому значенні. Яскравим прикладом, що ілюструє роль прикметника у ФО, є вислови *eine süße Maus* – приваблива жінка; маленька мила дівчинка/дитина [312] та *eine graue Maus* – непримітна жінка (букв. «сіра миша») [312]. Прикметникова субституція призводить до утворення антонімічного гендерно маркованого фразеологізму, а компонент *Maus/Mäuschen* позначає як привабливу, так і непривабливу жінку. ФО *eine Mieze sein* – приваблива жінка [312] вживається в розмовній мові в значенні «кицька» та є вульгаризмом. Жіноча врода передається й через пряме називання кішки: *eine fesche Katze* – гарненька дівчина [299, с. 372]. Краса жінки представлена в німецькій мові й через компонент *Schnecke*, де ФО набуває вульгарного відтінку: *eine Schnecke angraben/anbaggern* – фліртувати з жінкою; полювати на симпатичну дівчину [312]. У світі птахів неприваблива жінка виявляється через компонент *Entlein*: *ein hässliches Entlein* – неприваблива дівчина (букв. «гидке каченя») [312], що походить з казки Г.-К. Андерсена «Гидке каченя». Так, фразеологічні одиниці, які б фіксували непривабливість жінки, є нечисленними.

Розумові здібності жінок часто прагматизуються в семантиці фразеологізмів із компонентом-зоонімом, де імплікуються зазвичай обмеженість, дурість, недалекість особи, на яку вони вказують. Зважаючи на те, що розум і невігластво, на відміну від зовнішності, не одразу помітні, компонент-зоонім із таким маркером позначає свійських тварин, за звичками та природою яких люди спостерігали й порівнювали з людськими якостями. Зокрема, *eine dumme/blöde Kuh; eine dumme Pute; eine dumme Gans, eine blöde/dumme Ziege, ein verrücktes Huhn* [312] означають нерозумну особу жіночої статі та вживаються як лайливі слова. Компонент-зоонім *Gans* асоціюється переважно з галасливою жінкою через подібність поведінки. Компонент-зоонім *Ziege* може вказувати й на надмірно цікаву особу, що прогнозовано пов'язано із вдачею цієї тварини: *neugierige Ziege* [299, с. 342]. Компоненти *Huhn* (курка) та *Hahn* (півень) уживаються в німецькій мові як жартівливі найменування для жінки й чоловіка. При цьому компонент *Huhn* має більш негативну конотацію: *ein leichtsinniges/dummes/armes/blindes/krankes Huhn* [312]; а *Hahn* імплікує вигідне суспільне становище: *Hahn im Korb sein – єдиний чоловік серед жінок* [306, с. 35]. Прикметникова субституція впливає на посилення семантичного значення та конотативного забарвлення фразеологізму.

Жіночі риси характеру експлікуються в семантиці ФО з компонентами *Kröte, Backfisch, Elster, Schlange*. Так, *eine kleine Kröte* [312] означає мале нахабне дівчисько. Компонент *Kröte* (жаба, ропуха) відомий ще із Середньовіччя та використовується стосовно жінки в ролі лайливого слова (*alte Kröte*). Фразеологізм *ein Backfisch sein – юна, незріла дівчина* [312] також асоціюється з юною недосвідченою дівчиною. Цей зворот походить з англійської мови: «back fish» означає малька, якого під час риболовлі викидали назад у воду. Сорока викликає асоціації зі злодійкуватою особою жіночої статі: *eine diebische Elster – здодійкувата жінка/дівчина* [312]. Жіноча нещирість і підступність утілюється також у ФО з компонентом-зоонімом *Katze: eine falsche Katze* [299, с. 195].

Ще з біблійських часів змія є символом підлості, обману та спокуси. Під час відтворення гріхопадіння Адама змія часто зображується з головою жінки, щоб таким чином підкреслити взаємозв'язок між гріхом, жіночністю й спокусою. Змія

є небезпечною отруйною твариною. Ці її риси переносяться й на жінку: *eine falsche Schlange* – хитра, підступна жінка [312]. Як бачимо, фразеологічні одиниці для характеристики жіночої статі орієнтовані на висвітлення негативних рис, що, власне, є закономірним, бо негативна конотація внаслідок психологічних причин завжди виражена яскравіше.

Характеристика чоловіка за допомогою ФО з компонентом-зоонімом відбувається шляхом використання компонентів, які належать до класу ссавців, що зумовлено домінантною роллю цього класу у тваринному світі. Характерні ознаки зовнішності чоловіка виявляються за допомогою ФО з компонентом-зоонімом крізь асоціації подібності. Так, *ein Bulle von Kerl* – кремезний чоловік [312] указує на фізичні якості чоловіка, а компонент *Bulle* (бик) асоціюється із силою та витривалістю. ФО *ein Gorilla sein* – великий, мускулистий чоловік [312] також указує на сильного та витривалого чоловіка. Порівняння з ведмедем теж означає силу й витривалість, хоча й деяку незграбність: *gesund (stark) wie ein Bär* – здоровий як бик [299, с. 75]. Компонент-зоонім *Bär* може експлікувати особливості вдачі: *ein rechter Bär* – справжній ведмідь (незграбна, неотесана людина) [299, с. 75]; *brummig wie ein Bär* – буркотун [299, с. 75].

Символом чоловічого невігластва слугує віл: *ein Ochse/Hornochse sein* – дурний, упертий, обмежений чоловік [312]. Етимологічно компонент *Ochse* походить від староіндогерманської основи *os, ox*, що мала значення «самець» [312]. Важливу роль у характеристиці чоловіка відіграють компаративні фразеологізми з компонентом-зоонімом *Ochse*: *dumm wie ein Ochse* – дурний як пень [299, с. 86]; *stur wie ein Ochse* – упертий як осел [299, с. 86]. Неочікувано компонент *Ochse* в поєднанні з прикметником утілює відсутність смаку: *bunter Ochse* – пануга (про строкато вбрану людину) [299, с. 86].

Для позначення чоловічих рис характеру вживається компонент *Hund*. Собака належить до улюблених домашніх тварин німецького народу. Негативного конотативного забарвлення ФО з цим зоонімом надає прикметник: *ein scharfer Hund* – авторитарний, строгий чоловік [299, с. 352]; *ein falscher Hund* – нещирий чоловік [299, с. 195]; *ein harter Hund* – строгий, черствий, непоступливий чоловік

[312]; *ein krummer Hund* – брехун [312]. Цікавим є ФО з компонентом-зоонімом, що походить з англійської мови: *ein Underdog sein* – бути слабшим, уступати, програвати [309, с. 201]. Фразеологізм виник у зв'язку із собачими боями, що колись були популярними в англійському середовищі. *Underdog* означав собаку, що потерпів поразку в бою, а згодом перенісся на людину.

Hase є втіленням досвідченого чоловіка: *ein alter Hase* – стріляний горобець [299, с. 312]. Зважаючи на те, що зайці доволі часто стають жертвами хижаків, та тварина, якій удалося зістаритися, характеризується видатними вміннями уникати небезпеки, тобто має достатньо досвіду, щоб урятувати себе.

Компоненти *Hahn/Gockel* позначають честолюбство чоловіка: *ein alter Gockel* – старий, марнославний чоловік [312]. Означення похитливості чоловіка виявляється через компонент *Bock*: *ein geiler Bock* – похитливий чоловік [312]. Світ диких тварин теж слугує для характеристики чоловіків. Так, *ein Salonlöwe sein* – елегантний чоловік, що при нагоді охоче перебуває в центрі уваги жінок; світський лев [312] викликає асоціації з левом, королем звірів, хоча ФО вживається в злегка зневажливому плані. Компонент *Affe* викликає негативні асоціації, бо мавпа є своєрідним символом первісної людини, котра ще не пристосована до життя в цивілізованому суспільстві, а тому схильна потакати своїм елементарним інстинктам: *ein geleckter Affe* – марнославний, манірний, зарозумілий чоловік [312]; *ein dämlicher Affe* – бовдур, телепень [299, с. 23]; *ein eingebildeter Affe* – задавака [299, с. 23]; *ein eitler Affe* – ніжон [299, с. 23]; *so ein blöder Affe* – ото дурень! [299, с. 23].

Компонент *Hecht* (щука) у німецькій мові первинно вживався для означення особи, схильної до розбою, вторинність семантики експлікує винятково маскуліність: *ein toller Hecht* – успішний чоловік; особа, чиею кмітливістю й зухвалістю захоплюються [299, с. 318]; *ein schlauer Hecht* – хитрун [299, с. 318].

Серед компонентів-зоонімів на позначення чоловіка та жінки нам удалося виокремити такі, що характеризуються гендерною сліпотю й можуть вказувати на людину чи явище загалом. У процесі формування та закріплення в узусі гендерно нейтральної мови такі фразеологізми є досить релевантними. Важливе місце серед

них займають ФО з компонентом *Tier*, що, власне, означає тварину: *ein hohes Tier* – велике цабе [299, с. 347]; *ein gutes Tier* – добряга, добряк [299, с. 347]. Компонент *Tier* у граматичному плані теж є нейтральним, оскільки має середній рід, а отже, у плані вираження так само нівелює ознаку статі.

За подібним принципом нейтралізує стать і ФО *das schwarze Schaf sein* – бути білою вороною [306, с. 81], де вівця теж належить до середнього роду, а тому не викликає підсвідомих асоціацій зі статтю. ФО *das beste Pferd im Stall sein* – бути найстараннішим у групі [306, с. 72] теж містить компонент-зоонім середнього роду та в семантиці не вказує на конкретну стать.

Дещо за іншим принципом відбувається нейтралізація гендеру в таких ФО: *j-n als Sündenbock abschlachten* – зробити когось козлом відпущення [299, с. 234]; *den Sündenbock machen* – зробити козлом відпущення [299, с. 235]. Тут нейтралізація відбувається за рахунок того, що компонент-зоонім виступає в ролі додатка, а сам вислів семантизує, передусім, дію, яка виконується над суб'єктом. Отже, суб'єктом може виступати однаковою мірою як чоловік чи жінка, так і організація, інститут тощо.

Деякі компаративні фразеологізми теж вирізняються гендерною сліпотою, як-от *wie der Storch im Salat* – цілковите непорозуміння (про незграбну, безпорадну людину) [299, с. 225].

Підсумовуючи сказане, зазначимо, що гендерно марковані фразеологізми з компонентом-зоонімом являють собою фразеотематичну групу, що слугує для розкриття фемінінних, маскулінінних рис та агендерних особливостей осіб у лінгвокультурній картині світу німецького народу. Характеристики статей у фразеологізмах сучасної німецької мови проявляються в категоріях: зовнішність, розумові здібності й риси характеру. Привабливість жінки віддзеркалюється крізь компоненти-зооніми, що належать до класу комах і домашніх тварин: *Biene, Käfer, Hummel, Mieze, Schnecke, Entlein* тощо. Світ комах характеризує не лише зовнішність жінки, але і є втіленням її слабкості. Маскулінінність простежується через принципи подібності та за компонентами-зоонімами, що належать до класу ссавців: *Bulle, Bär*. Для оцінки розумових здібностей обох статей у німецькій

фразеології використовують, зазвичай, домашніх тварин, що пояснюється близькістю цих представників фауни до людини й кращим розумінням їхньої вдачі (*Kuh, Gans, Pute, Huhn, Ziege, Ochse*). Утіленням окремих рис характеру чоловіків і жінок слугують як дикі (*Kröte, Fisch, Elster, Schlange, Löwe, Affe, Hecht*), так і домашні тварини (*Hund, Gockel, Bock*), при цьому негативна конотація таких ФО переважає. Нейтралізація гендеру можлива завдяки використанню компонентів-зоонімів, що належать до середнього роду та не викликають асоціацій зі статтю.

Висновки до розділу 2

Другий розділ нашої розвідки стосується лінгвокультурних особливостей гендерно маркованих фразеологізмів. При цьому враховано як інтралінгвальні характеристики ГМФ, так і екстралінгвальні.

Яскравим вираженням інтралінгвальних процесів під час творення ГМФ є наявність, з одного боку, гендерної симетрії у фразеології, а з іншого – гендерної асиметрії. Гендерно симетричні ФО, залежно від способу їх утворення, умовно розділяються на чотири групи: гендерно протилежні фразеологізми-еквіваленти з компонентами *Mann* та *Frau* відповідно; субстантивовані прикметники чоловічого й жіночого роду; ФО з чоловічими та жіночими антропонімами й ФО, утворені додаванням суфікса *-in* до чоловічого роду. Незважаючи на суспільні прагнення досягти гендерної симетричності у всіх сферах життя (у тому числі і у мові), існує низка фразеологізмів, що можуть засвідчити прояви гендерного асиметризму на фразеологічному рівні: використання фразеологічних одиниць із компонентом *Mann* на позначення осіб жіночої статі, ототожнення поняття *Mann* з *Mensch*; використання жіночого референта на позначення чоловічої статі, що імплікує зневажливе ставлення до нього; використання у фразеологізмах на позначення жінки компонентів, що мають чоловічий чи середній рід; пейоративні ФО із сексистською конотацією; фразеологічні одиниці з частковою або повною опозицією «чоловіче – жіноче», де перше стверджується як «правильне» або має нейтральне забарвлення, а друге інтерпретується як «негативне».

Із метою нівелювання гендерних ознак, що зі свого боку, сприяє подоланню сексизму в мові, з'являється поняття постгендеризму. Постгендеризм у фразеології означає використання в складі фразеологізмів на позначення статей лексем, що не мають гендерного маркування.

ГМФ є одним з основних джерел гендерних стереотипів. У них розкриваються як дескрептивні, так і прескрептивні складові частини стереотипів. Фактично ГМФ несуть основну інформацію про риси, притаманні статям, їхній зовнішній вигляд, професійне життя та особливості поведінки в побуті.

Екстралінгвальні властивості ГМФ віддзеркалюють вираження позамовних чинників у мові. Зокрема, здійснюється структурний аналіз фразеологізмів із метою виявлення гендерних компонентів, що мають стосунок до позамовної дійсності в складі ФО. До таких компонентів належать антропометричні лексеми на позначення осіб різних статей: *Magd, Maid, Jungfer, Braut, Nonne, Amme, Zofe, Frau, Dame, Witwe, Hure, Dirne, Jungfrau, Nutte, Weib, Mädchen, Luder, Mann, Kerl, Bube, Junge, Bursche, Knabe, Herr, Typ* та ін.

Великий фразеотворчий потенціал мають номени на позначення родинних відносин, що обґрунтовується важливістю родинних відносин у житті людини.

Використання чоловічих та жіночих імен у складі фразеологізму не лише чітко ідентифікує стать, але й слугує для розкриття історичних процесів, що були передумовою для творення таких ФО.

Професійна діяльність та рольова поведінка статей знайшла своє втілення в ГМФ із вказівкою на професію. Аналіз таких ФО доводить активність чоловіків та пасивність жіночої статі.

Ще одним важливим компонентом ГМФ, що має стосунок до навколишньої дійсності, є компонент-зоонім. Такі фразеологізми найбільшою мірою відображають лінгвокультурні особливості трактування статі в мовній картині світу німецького народу. Так, привабливість жінки віддзеркалюється крізь компоненти-зооніми, що належать до класу комах та домашніх тварин: *Biene, Käfer, Hummel, Mieze, Schnecke, Entlein* тощо. Маскулінність простежується через принципи подібності й за компонентами-зоонімами, що належать до класу ссавців.

Для оцінки розумових здібностей обох статей у німецькій фразеології використовують, зазвичай, домашніх тварин, що можемо пояснити близькістю цих представників фауни до людини та кращим розумінням їхньої вдачі (*Kuh, Gans, Pute, Huhn, Ziege, Ochse*). Утіленням окремих рис характеру чоловіків і жінок слугують як дикі (*Kröte, Fisch, Elster, Schlange, Löwe, Affe, Hecht*), так і домашні тварини (*Hund, Gockel, Bock*), при цьому негативна конотація таких ФО переважає.

Основні положення цього розділу висвітлено в таких публікаціях автора [59; 88; 90; 246].

РОЗДІЛ 3. ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ: ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

Один із найбільш перспективних підходів до вивчення функціонального аспекту мовних одиниць полягає у виявленні їх прагматичної значущості. Прагматика експлікує не значення фразеологізму, а мету його вживання в певному тексті. Фразеологізм є мовним знаком специфічної природи, тому методи прагматики сприяють дослідженню особливостей культурної функції фразеологізмів і визначенню місця й ролі фразеології в осмисленні світу, створенні національно маркованої моделі світосприйняття на мовному рівні [50]. Фразеологізм може виражати прагматику мови певним специфічним способом, що свідчить про наявність у його змісті прагматичного значення [136]. Проблематикою поняття прагматичного значення переймалися Н. Арутюнова [6–7], Т. Булигіна [20], Л. Кисельова [67], А. Емірова [51]. Одним із важливих і перспективних напрямів лінгвопрагматичних досліджень у сфері фразеології є «опис національної картини світу, що зумовлюють вибір певної структурної моделі, образної системи, прецедентного феномену, тобто визначають прагматику комунікативного акту» [136]. Різні аспекти цього питання розглянуто в працях таких дослідників-лінгвістів, як Я. Брухаль [19], Ю. Воротников [23], О. Потебня [130], М. Пазяк [120], О. Паньків [121], Л. Пелепейченко [123], Л. Скрипник [142], В. Ужченко [155] та ін. Важливим аспектом дослідження прагматики мовного коду є оцінковість [136]. Н. Арутюнова [7, с. 389] трактує її як типово прагматичну категорію. У процесі комунікації людина використовує різні засоби, щоб виразити своє ставлення до того, про що йде мова. Більшість фразеологізмів загалом та гендерно маркованих зокрема, є конотативно забарвленими, тобто поруч із певним семантичним значенням мають ще й конотативне, що свідчить про прагматичний потенціал фразеологічних одиниць. Отже, фразеологізми є прагматично орієнтованими одиницями, що виражається в їхній узуальній стійкості. Із таких позицій фразеологізм найкраще надається для вираження прагматичних цілей, оскільки не лише семантизує певний аспект мовної картини світу, а й утілює емоційний аспект, оцінку, комунікативний намір, психічні переживання тощо.

Прагматична функція фразеологічної одиниці полягає в цілеспрямованому впливі на адресата, тісно пов'язана зі стилістичною функцією та реалізується в контексті [139].

Вивчення гендерно маркованих фразеологізмів як системи одиниць на позначення статей неможливе без урахування комунікативно-фразеологічних характеристик їхніх складових частин. Прагматичний компонент завжди присутній у семантиці таких ФО, бо їх уживання передбачає наявність у мовців певних пресупозицій, на яких ґрунтується спілкування, в іншому випадку порушується адекватність комунікативного акту.

3.1. Прагматичні властивості гендерно маркованих вигуківих фразеологізмів

Так званий прагматичний напрям у лінгвістиці набув свого розквіту в 70-х роках ХХ ст. У центрі мовознавчих досліджень перебувають способи використання мови, комунікація та інтеракція. Це не могло не відобразитися на дослідженнях, що проводилися на рівні фразеології. Усе більше науковців цікавляться прагматичними функціями ФО. Зокрема, В. Фляйшер стверджує, що під прагматичною функцією фразеологізмів потрібно розуміти їхню роль у вираженні намірів мовця [202, с. 218]. Ступінь вираження прагматичної функції фразеологізму визначається його прагматичною потенцією (*pragmatische Potenz*), яка може виражатися таким чином:

- 1) використання ФО у мовленні може сприяти формуванню відчуття єдності та соціального взаємозв'язку між мовцями;
- 2) ФО можуть передавати емоційне ставлення мовця до того, про що він повідомляє та, отже, впливати й на адресата;
- 3) за допомогою фразеологізмів можна передати іронію та жартівливе дистанціювання від того, про що повідомляється;
- 4) ФО використовуються як евфемізми для означення певних побутових (неприємних) ситуацій тощо [202, с. 219].

Г. Бургер висловлює думку щодо можливості класифікувати фразеологізми з огляду на їх прагматичний аспект. Усі ФО можна дуже умовно розділити на прагматично нейтральні та прагматично марковані, до яких належать сталі фрази (*feste Phrasen*) і частково номінальні фразеологізми-речення (*satzgliedwertige Phraseologismen*) [177, с. 41]. Фразеологізми, які можна описати виключно категоріями прагматики, Г. Бургер визначає як прагматичні ідіоми (*pragmatische Idiome*). ФО можуть уживатись у різних мовленнєвих актах та ситуаціях, однак існує така група фразеологізмів, що трапляється лише в певному мовленнєвому акті. Власне, вони розглядаються винятково в межах їхньої прагматичної функції. За Г. Бургером, прагматичні фразеологізми слугують, передусім, для вираження певної функції, а не значення, вони не називають осіб, предметів, процесів тощо [176, с. 30]. Залежності від ситуації вживання, прагматичні фразеологізми поділяють на дві групи: *Routineformeln* та *gesprächsspezifische Formeln* або *Gesprächsformeln* чи *satzwertige Phraseologismen* [275, с. 265; 294, с. 373]. Перші систематичні дослідження рутинних фразеологічних зворотів знаходимо в працях Е. Гюліх й К. Хенке [213], Ф. Каулмаса [183], а також Г. Бургера [176, с. 36 – 37], Г.-Г. Люгера [247], І. Хіверінен [227], Б. Бальцер і Р. Пінел [168]. Г. Бургер визначає їх як фразеологізми, що відіграють певну роль під час комунікативних дій [176, с. 36]. Фактично рутинні фразеологічні звороти повинні відповідати певним критеріям, які й зумовлюють віднесення їх до цієї групи прагматичних ФО:

- рутинний тобто повторюваний характер вживання таких ФО в дискурсі;
- попередня структурна оформленість рутинних зворотів, що не вимагає якихось змін чи узгоджень під час застосування;
- прив'язка до ситуації вживання;
- слугують для структуризації тексту чи розмови;
- ідіоматичність значення за певними винятками;
- синтаксично такі звороти є реченнями [232, с. 121].

Фразеологізми-речення визначаються за такими критеріями: синтаксична співвіднесеність із реченням; попередня структурна оформленість; ідіоматичність;

прив'язка до контексту; прагматична функціональність. Варто зазначити, що прагматичні фразеологізми вживаються переважно в стереотипних мовленнєвих актах і виражають функції здивування, погрози, обурення тощо. Ключовим критерієм прагматичних фразеологізмів є їх залежність від ситуації вживання, що характеризується такими чотирма ознаками: передбачуваність в процесі комунікації, обов'язковість, залежність значення та сприйняття від ситуації й культурна специфіка [183; 295].

У вітчизняному мовознавстві стійкі фрази різних мов вивчають М. Гамзюк [28–29], О. Гордій [35], В. Гак [27], Г. Кузь [80], О. Кунін [81], О. Райхштейн [134].

Вигуківі фразеологічні одиниці німецької мови в кандидатській дисертації досліджує М. Гамзюк [29] (діахронічний аналіз). Фразеологічні одиниці, які іменуються цим терміном, свідчать про тлумачення поняття *вигуковий* не в значенні вигуку як частини мови, а лише з огляду на інтонаційне оформлення фраз.

Аналізуючи ГМФ, ми розглядали передусім їх номінативну функцію означення осіб різних статей. Однак серед ГМФ можна виокремити нечисленну групу вигукових ФО. Зважаючи на те, що семантика таких ФО поступається їхній функціональності в певній мовленнєвій ситуації, такі фразеологізми мають лише структурні гендерні маркери та виражають емоційне ставлення до повідомлення, яке відображається й в інтонаційному оформленні.

Потрібно відзначити, що прагматичні гендерно марковані фразеологізми вигукового характеру майже не містять фемінінних компонентів. Розглянемо такі ФО та особливості їх уживання в дискурсі.

ФО *Mann Gottes!* [312] використовують для висловлення неприємного здивування чи невдоволення. У корпусі знаходимо чимало випадків використання цієї ФО: *Apitz, Bruno: Nackt unter Wölfen, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1961 [1958], S. 233. Aber wenn Sie mich zwingen ... Rose, Mann Gottes, ich tue doch auch nur meine Pflicht!. Bredel, Willi: Die Väter. In: ders., Gesammelte Werke in Einzelausgaben, Bd. 7, Berlin: Aufbau-Verl. 1973 [1946], S. 53. „Was suchen Sie denn eigentlich, Mann Gottes?“ – hörte Hardekopf dieselbe Stimme am Bett seines Nachbarn. Döblin, Alfred: Berlin Alexanderplatz, Olten: Walter 1961 [1929], S. 449. Kennt man ausm Krieg,*

Starkstrombehandlung, Mann Gottes [317]. Наведені приклади свідчать про яскраву прагматичну функціональність ФО. Вислів додає висловлюванню емоційного забарвлення, а також містить ставлення до нього (неприємне здивування). Окрім того, ФО вживається переважно в діалогах як реакція на певне повідомлення. Цікавою є й структура фразеологізму, яка поєднує аж два гендерні маркери *Mann* і *Gott*. Таке поєднання може свідчити, по-перше, про збіг понять «чоловік» та «людина» в німецькій мові, а по-друге – про андроцентризм мови, по-третє – про співвіднесеність чоловіка й бога.

Фразеологізм *Das haut den stärksten Mann/Eskimo vom Schlitten!/Das haut den stärksten Mann aus dem Anzug!* [312] слугує для вираження крайнього ступеня здивування: *Це неймовірно!* У цьому фразеологізмі знову наявний компонент *Mann*, який утілює чоловічу силу. У різних типах дискурсу варіант з *Eskimo* є вживанішим: *Das haut den stärksten Eskimo vom Schlitten: Der SV Molbergen, amtierender Spitzenreiter in der Fußball-Kreisliga, hat am Sonntag sein Heimspiel gegen den SC Sternbusch 1:2 (0:1) verloren* [327]. Як бачимо, ФО є готовим висловлюванням і використовується в газетному дискурсі як заголовок. Уживання таких фразеологізмів збуджує інтерес читача до повідомлення та додає тексту експресії й колоритності.

Відомий також дещо інший варіант цієї ФО – *das haut (wirft) den stärksten Mann um!* [312] Буквальне значення фразеологізму натякає на ситуацію, яка видається настільки неймовірною, що навіть найсильніший чоловік може впасти з ніг від здивування: *Berliner Zeitung, 18.03.2002. Der Frühjahrsputz am Samstagvormittag – der haut auch den stärksten Mann um* [317].

Прагматична гендерно маркована ФО *faß' mal einem nackten Mann in die Tasche!* уживається в ситуації, коли потрібно відхилити чиесь прохання про позику або натякнути на відсутність грошей: *Dietrich Novak Jede Menge Zaster. Dafür braucht man Kapital. Fass mal 'nem nackten Mann in die Tasche* [317]. Фразеологізм використовується також у публіцистиці: *Berliner Zeitung, 11.11.2002. Einem nackten Mann kann man nicht in die Tasche greifen – das ist die Antwort der Bundesregierung auf die Frage, nach welchem Konzept sie die Sozialsysteme in*

Deutschland auf Dauer zu sichern gedenkt [317]. Як бачимо з наведених прикладів вживання, ФО можна вважати своєрідним евфемізмом, який застосовується за відсутності фінансів. З огляду на те, що тема грошей у німецькій культурі не обговорюється відкрито, уживання фразеологізму дуже доречно.

ФО *Mein lieber Mann!* [312] – вигуковий фразеологізм для вираження переляку, погрози, злості, роздратування або ж здивування. Подібну прагматичну функцію виконує й ФО *Mann-o-Mann!* [312]: *Die Zeit*, 23.03.2006, Nr. 13. *Das nicht zu wissen, Mann-o-Mann, treibt bis zum Jüngsten Tag mich um – die reinste Höllenpein!* [317].

Фразеологізм *Oh Mann!* [312] використовується в ситуації невдоволення чи злості: *Zeit Magazin*, 07.03.2017, Nr. 08. *Und dann bekomme ich ein Magazin geschickt, und da ist ein Foto von mir auf der Bühne, und man denkt: Oh Mann, bitte nicht dieses Foto!* [317] Дещо рідше для вираження здивування чи обурення використовується вислів *Junge, Junge!* [312].

ФО *meine Herren!* – *Ой, леле!* [299, с. 325] – є вигуковим і вживається в розмовно-фамільярному стилі. Важливим є те, що ця одиниця може використовуватися як у фразеологічному, так і в прямому значенні, тобто як звичайне словосполучення. У прямому значенні зворот застосовується у звертанні та перекладається як «шановні панове».

Ще один фразеологізм вигукового характеру, котрий знаходимо в словнику, – *mein lieber Herr Gesangsverein/Gesangsverein* [312], передає здивування, злість, обурення тощо. Там же наявні приклади його вживання в дискурсі: *Mein lieber Herr Gesangsverein, was tun mir meine Beine weh!* [312].

Для відображення здивування та роздратування застосовують також ФО *Mensch Meyer/Meier/Maier* [312], де другий компонент є одним із найпоширеніших прізвищ у Німеччині, а тому використовується на позначення будь-якої особи. А брати Грімм зазначають ще одне значення цього компонента – «хлопець, парубок». Отже, одиниця зі здавалося б нейтральним компонентом *Mensch* набуває гендерного маркування через компонент *Meyer/Meier/Maier*. Хоча словник дає декілька варіантів написання другого компонента, у корпусі найуживаніший

перший: *Die Zeit*, 18.09.1987, Nr. 39. **Mensch Meyer**, wird sich der Journalist und ehemalige Lehrer wohl gedacht haben, als das Wahlergebnis seine entscheidende Rolle im künftigen Ringen um die Macht in Schleswig-Holstein bestätigte [317].

Єдиним фразеологізмом, що передає емоційний стан здивування, але структурно співвідноситься з реченням, є *da staunt der Fachmann, und der Laie wundert sich* [312]. ФО може влітатися в контекст: «*Die Zeit*, 01.12.1967, Nr. 48. *Da staunt der Laie, und der Fachmann wundert sich darüber, daß „medizinisch das Problem der endogenen Depression längst gelöst“ und daß „jeder Fall einer endogenen Depression mit Sicherheit heilbar“ ist* [317]. Або ж ФО може вживатися як окреме речення-підсумок: *Die Zeit*, 25.04.1980, Nr. 18. *Da staunt der Fachmann, und der Laie wundert sich* [317]. У корпусі знаходимо чимало модифікацій цього фразеологізму: *Die Zeit*, 11.05.1990, Nr. 20. **Der Laie staunt, doch den Fachmann wundert gar nichts mehr**. *Die Zeit*, 17.02.1978, Nr. 08. **Der Laie staunt, den Fachmann wundert's nicht**. Zimmermann, Theo: *Der praktische Rechtsberater*, Gütersloh: Bertelsmann [1968] [1957], S. 460. **Da staunt der Laie und kein Fachmann wundert sich?** [317].

Фразеологізмом, прагматична функція якого полягає в інформуванні, а не в передачі власних емоційних переживань, є *Mann über Bord!*: Fallada, Hans: *Wer einmal aus dem Blechnapf frißt* - Bd. 1, Berlin u. a.: Aufbau-Verl. 1990 [1934], S. 257.

„So ein Schwein, na warte!“

„Ahoi! Ahoi! **Mann über Bord!** Ahoi! Ahoi!“

„Kameraden...“, fängt Maack an und schluckt mühsam [317].

У ФО *Mann über Bord!* [312] використання компонента *Mann* пов'язане з походженням цього фразеологізму. Оскільки мореплавство завжди було прерогативою чоловіків, що виключало присутність жінок на кораблі, то ця ФО відома саме в такій формі. Отже, наявність цієї гендерної асиметрії зумовлена суспільною традицією в момент виникнення ФО. Звісно, на сьогоднішні жінка на кораблі не є чимось надзвичайним, а тому можна припустити, що з часом з'явиться й жіночий відповідник цієї ФО.

Єдиним вигуківим фразеологізмом із фемінінним компонентом є ФО *Ach du liebes Lieschen!* [312]. Вона вживається для передачі здивування та переляку: *Die Zeit*, 30.12.1977, Nr. 53. „*Ach du mein liebes Lieschen!*“ *sagte er vor sich hin* [317].

Як бачимо, прагматичні гендерно марковані фразеологізми утворюють порівняно нечисленну групу та характеризуються переважно маскулінними маркерами. Майже всі ФО такого типу передають певне емоційне переживання мовця, а отже, ситуації вживання цих фразеологізмів обмежені. На нашу думку, всі ці ФО належать до другої групи прагматичних фразеологізмів, тобто є фразеологізмами-реченнями, оскільки сильно прив'язані до контексту, про що можна судити з наведених прикладів. Одиначна представленість фемінінних маркерів у складі гендерно маркованих вигуківих фразеологізмів пояснюється ототожненням поняття «чоловік» і «людина». Звідси очевидно, що, незважаючи на зміни та трансформації, що відбуваються в межах гендерно маркованих фразеологізмів, поява подібних ФО з фемінінним маркером мало ймовірна.

3.2. Прагматизація лінгвокультурного образу статей у гендерно маркованих прислів'ях та приказках

Теза про те, що мова та культура взаємопов'язані, уже не викликає ні в кого жодного сумніву. Загальноновизнаною є думка, що культурні процеси впливають на мову, а мова відображається в культурі народу. У мові відображаються як універсальні складові частини загальнолюдської культури, так і унікальність конкретного народу, які згодом прагматизуються в комунікації. Відмінності мов, що зумовлені особливостями культури, зводяться до відмінностей у лексиці та фразеології, лексичних фонах слів із тотожним денотативним значенням, до типологічних особливостей літературних мов, своєрідності самого процесу спілкування в різних культурах [77, с. 324 – 325].

Безперечно, найбільш яскравим мовним маркером певної культури є безеквівалентна лексика та фразеологія, розуміння яких дає змогу зазирнути «за куліси» певної культури. Зокрема, фразеологічні одиниці є унікальними витворами культури народу, для їх розуміння просто знання мови недостатньо – вони

вимагають певних фонових знань, проникнення в глибинну сутність культури, але тим самим забезпечують розкриття лінгвокультурної й мовної картини світу певного народу [43].

Прислів'я та приказки, хоча й не є фразеологізмами в класичній формі (див. розділ 1), найвлучніше прагматизують культурні цінності певного народу, а тому неодноразово опинялись у полі зору дослідників [214; 229; 245; 258].

Л. Рьорих та Ф. Мідер визначають прислів'я як загальновідомі сталі фрази (речення), що в короткій формі відображають певну життєву мудрість чи повчання [265, с. 3]. В. Фляйшер указує на те, що прислів'я за своєю структурою співвідносяться з реченням та, зазвичай, містять певний ступінь переосмислення значення, так званий «глибокий зміст» [202]. Окрім того, вони не влітаються в контекст, а самі є готовими мікротекстами, не залежать від навколишніх синтаксичних компонентів і несуть завершену думку в «метафорично узагальненому значенні». На відміну від класичних фразеологізмів, прислів'я мають сильний історичний підтекст, більшість із них виникли ще в Середньовіччі. Г. Бургер розглядає прислів'я з функціональної перспективи як такі, що є загальними висловлюваннями, які пояснюють, упорядковують та оцінюють певну ситуацію. Мовець спирається на народну мудрість, загальний досвід, який імплікують ці висловлювання [177, с. 39]. Це своєрідний емпіричний досвід попередніх поколінь, у якому відображаються вказівки діяльності в певних ситуаціях. Прислів'я та приказки є своєрідними народними афоризмами, сентенціями, максимами [24]. Отже, під поняттям прислів'я ми розуміємо фразеологічне сполучення у формі речення з метафоричним підтекстом, який дає певні вказівки, характеристики, що ґрунтуються на народній мудрості та емпіричному досвіді і являє собою мікротекст. За допомогою прислів'їв експлікуються різні семантичні сфери в житті людини: вік та процеси старіння [239].

Прислів'я відображають уявлення про роль статей у суспільстві й, зазвичай, тісно пов'язані зі стереотипами. Оскільки вони мають сильний історичний аспект, то не можуть повною мірою слугувати «інструкцією» для способу життя в

сучасному суспільстві, яке перебуває в процесі переоцінки цінностей, однак є неоціненним джерелом для розкриття глибинної суті певної лінгвокультури, уявлень народу, його поглядів на чоловіка й жінку і життя загалом. Прислів'я з фемінінними та маскулінними компонентами слугують для характеристики ролі жінки й чоловіка в суспільстві. Під фемінінним компонентом розуміються лексичні одиниці в складі прислів'їв, які називають чи означають особу жіночої статі. Маскулінний компонент, відповідно, вказує на особу чоловічої статі та слугує для її характеристики.

Прагматизація лінгвокультурного образу жінки та чоловіка в мовній картині світу німецького народу відбувається не лише крізь призму фемінінних та маскулінних компонентів у складі прислів'я, але і їх культурну конотацію [98, с. 54] і комунікативну ситуацію, у якій вони вживаються. Культурна конотація включає певну культурну інформацію та може бути відображена чотирма способами: через культурні семи, культурний фон, культурні концепти й культурні конотації [98, с. 54]. В. Маслова, як і В. Телія [146], вважає, що культурно-маркована конотація виникає як результат інтерпретації асоціативно-образної основи ФО чи метафори шляхом зіставлення її з культурно-національними еталонами та стереотипами. Інтерпретуючи певну ФО, ми намагаємося віднайти саме культурну конотацію, яка відображає певну національну специфіку. Фразеологізми загалом і прислів'я зокрема є яскравими експонентами культурних знаків. Окрім того, як уже зазначалося вище, прислів'я та приказки є своєрідними мікротекстами та можуть самостійно вживатися в мовленні. На нашу думку, вони найкраще надаються для прагматизації лінгвокультурних концептів «чоловік» та «жінка».

Характеризуючи прислів'я з фемінінними й маскулінними компонентами, можна умовно розділити їх на певні групи, що пропонують різні погляди на жінку та чоловіка: загальне уявлення про жінку/чоловіка і їх ролі в суспільстві, особливості характеру та поведінки, стосунки між статями, відносини між собою (жінка – жінка; чоловік – чоловік), зовнішність, розумові здібності, роль у шлюбі тощо [89].

Загальне уявлення про жінку та чоловіка, їх ролі в суспільстві. Традиційно в німецьких прислів'ях знаходимо відповіді на питання щодо ролі статей у суспільстві. Основним завданням осіб жіночої статі є одруження та народження дітей, у той час як чоловік виступає в ролі завойовника й покликаний досягти певної влади в суспільстві: *Die Buben haben Lust zu reiten und zu kriegen, die Mädchen zu Docken (Puppen) und zu Wiegen; Aus Knaben werden Leute, aus Mädchen werden Bräute* [304]. В останньому прикладі дівчатка розглядаються лише в ролі наречених (*Bräute*), а хлопчики повинні стати, передусім, людьми. Деяко зневажливе ставлення до жінки знаходимо і в наступних ФО: *Drei W sind große Räuber: Wein, Würfelspiel und Weiber; Drei W bringen Pein: Weiber, Würfel und der Wein* [304], де жінка розглядається як особа що несе небезпеку або, з іншого боку, спричиняє залежність, як вино чи азартні ігри. Окрім того, компонент *Weib* має негативну конотацію й відповідає українському «баба». Конотативно-оцінний зміст несе ФО *Es gibt nur zwei gute Weiber auf der Welt: die eine ist gestorben, die andere nicht zu finden* [304], який має декілька варіантів, що свідчить про вживаність цього звороту: *Es sind nur drei gute Weiber gewesen: die eine ist aus der Welt geloffen, die andre ist im Bad ersoffen, die dritte sucht man noch; Es gibt nur ein böses Weib, aber ein jeder meint, er hätt' es; Es gibt nur eine böse Frau auf der Welt, aber jeder glaubt, er habe sie* [304]. Прислів'я такого типу мають жартівливий характер.

Цікавий вислів *Die Frau schweige in der Gemeinde* [304, с. 256], що походить із Першого Послання до Коринтян, у якому зазначено, що жінка не повинна висловлювати свою думку, а лише коритися. Нині вживається в іронічному плані, щоб спонукати жінку замовкнути; жінки використовують цю цитату, якщо їм відмовляються надати слово. Аналіз уживання цього вислову підтверджує його використання задля привертання уваги до рівноправ'я статей: *Krukenberg, Elsbeth: Die Frauenbewegung, ihre Ziele und ihre Bedeutung. Tübingen, 1905. Das Weib sei untertan, das Weib schweige in der Gemeinde* [317]. Заміна компонента *Frau* на *Weib* має на меті підкреслити залежне становище жінки в суспільстві: *Zetkin, Clara: Zur Frage des Frauenwahlrechts. Bearbeitet nach dem Referat auf der Konferenz sozialistischer Frauen zu Mannheim. Dazu drei Anhänge: [...]. Berlin, 1907. Die Frau*

schweige in der Gemeinde, solange seine Praxis im Interesse ihrer Herrschaftsstellung als politischer Sachwalter des kapitalistischen Eigentums gelegen ist [317]. Потрібно зазначити, що всі випадки вживання ФО припадають на першу половину ХХ століття та пов'язані з феміністичними рухами. Це свідчить про суспільний прогрес, що намітився в урівнянні прав чоловіків та жінок.

Образ чоловіка теж доволі яскраво прагматизується в прислів'ях і приказках. Передусім, наголошується на важливості чоловічої статі: *Besser ein Mann ohne Geld, als Geld ohne Mann; Besser ein Mann ohne Haus, als ein Haus ohne Mann; Besser von schönem Manne geschlagen, als vom Bruder auf Händen getragen* [304]. Наведені прислів'я підкреслюють визначальну роль чоловіка в житті жінки. Однак, незважаючи на дещо обмежену роль жінки в житті суспільства, народна мудрість не заперечує її влади над світом і чоловіком: *Frauen und Geld Regieren die Welt; Frau Venus und Geld Regieren die Welt* [304]. Компонент *Venus*, що походить від римської богині любові та вроди Венери, натякає на красиву жінку, якій під силу підкорити світ.

Особливості характеру. Напевно, ця група прислів'їв з фемінінним компонентом є найчисленнішою, вона імплікує прагнення народу зрозуміти жіночий характер та жінку загалом. Значна частина ФО натякають на таку рису жінок, як балакучість: *Sparwort ist bei Frauen teuer* [304]; нездатність зберегти таємницю: *Ein Weib verschweigt, was sie nicht weiß* [304]; галасливість: *Drei Frauen, drei Gänse und drei Frösche machen einen Jahrmarkt; Dreier Weiber Gezänk macht einen Jahrmark* [304]. Переконавання в жіночій непостійності та ненадійності виражено в таких прислів'ях: *Mädchen sagen nein und tun es doch; Es ist nicht mehr Betrug als an den Frauleuten; Fürstengunst, Aprilenwetter, Frauenlieb und Rosenblätter, Würfelspiel und Kartenglück wechseln jeden Augenblick* [304]. У ФО жінка постає як особа надзвичайно схильна до марнотратства, яка не вміє економити не лише слова, але й гроші та інше добро: *Die Frau kann mit der Schürze mehr aus dem Hause tragen, als der Mann mit dem Erntewagen einfährt; Eine Frau kann mit dem Fingerhut mehr verschütten, als der Mann mit dem Eimer schöpfen kann* [304]. Коли ж жінці вдається заощадити бодай на чомусь, то це розглядається як своєрідний «подвиг»: *Der*

Groschen, den die Frau erspart, ist so gut, als den der Mann erobert [304]. Типово феміннініми рисами вважаються також боягузливість і несміливість: *Frauen haben lange Kleider und kurzen Mut* [304], непокора та нетерплячість: *Gehorsam und Geduld wachsen nicht im Weibergarten* [304], нездатність упоратися зі справами вчасно: *Die Weiber werden niemals fertig* [304]. Однак кожна жінка внаслідок свого сильно розвиненого материнського інстинкту розглядає власну дитину як вінець творіння небаченої краси: *Es meint jede Frau, Ihr Kind sei ein Pfau* [304]. Що стосується працьовитості жіночої половини людства, то тут немає однозначної відповіді, бо всі жінки в цьому плані різні. У зв'язку з тим, що головним заняттям німецької жінки у вільний від ведення господарства час було вишивання, в'язання (фактично, робота з нитками), то, залежно від довжини цієї нитки, здійснювали оцінку старанності й працелюбності особи: *Langes Fädchen – faules Mädchen, kurzes Fädchen – fleißiges Mädchen* [304]. Цікаво, що особливості чоловічого характеру не мають такої різносторонньої прагматизації в прислів'ях та приказках.

Міжстатеві стосунки. Стосунки між статями відіграють важливу роль у лінгвокультурній картині світу німецького народу. Ці відносини зосереджені переважно в рамках подружніх стосунків. ФО з компонентом *Mann/Frau* означають чоловіка та дружину, а не осіб відповідної статі загалом. У шлюбі вони утворюють єдине ціле: *Mann und Weib sind ein Leib; Das Gold wird probiert durchs Feuer, die Frau durchs Gold, der Mann durch die Frau; Der Männer Ehr ist auch der Frauen Ehre, der Frauen Schand ist auch der Männer Schande* [304], при цьому дружина є ще й «візитівкою» чоловіка: *Die Frau ist des Mannes Visitenkarte* [304]. Звісно, чоловік є домінантною особою в подружньому житті, а жінка – залежною: *Das Weib fragt, der Mann sagt; Der Mann ist das Haupt, die Frau sein Hut; Blinder Mann, ein armer Mann, noch ist das ein ärmrer Mann, der sein Weib nicht zwingen kann* [304]; *Wenn du zum Weibe gehst, vergiss die Peitsche nicht!* [305, с. 161]. Останній вислів походить із твору Ніцше «Так казав Заратустра» й цитується чоловіками. Однак стосунки домінування та підкорення мають ґрунтуватися на любові й повазі: *Solcher Ehemann ist der best, der 's Herz bei der Frauen läßt; Dem Mann ist es keine Ehre, eine Frau zu schlagen* [304]. У деяких ФО можна знайти рекомендації, що сприяють удалому

шлюбу: *Der Mann taub und die Frau stumm gibt die besten Ehen; Alter Mann und jung Weib besser als alt Weib und junger Mann* [304], а також указівки на обставини, що унеможливають або ускладнюють подружнє щастя: *Drei Dinge sind lästig: ein Wurm im Ohr, ein Rauch im Aug, ein zänkisch Weib im Hause; Drei Dinge treiben den Mann aus dem Hause, ein Rauch, ein übel Dach und ein böses Weib; Dein Weib, dein Schwert und dein Pferd magst du wohl zeigen, aber nicht ausleihen (Dein Pferd, dein Weib und dein Schwert leih nicht her)* [304]. Народна мудрість вірить у здатність слухняної вірної дружини впливати на свого чоловіка: *Ein fromm Weib beherrscht ihren Mann mit Gehorsam* [304]. Навіть маючи домінантну позицію, чоловік відчуває труднощі в керуванні жінкою чи в тому, щоб вберегти її від помилок: *Ein Sack voll Flöhe ist leichter zu hüten als ein Weib* [304].

Незважаючи на єдність чоловіка та дружини, кожен із них, згідно з народною мудрістю, відіграє свою роль у сім'ї та для збереження подружніх стосунків. Роль дружини традиційно обмежується домом, де вона повинна створити сприятливий мікроклімат: *Brave Hausfrau bleibt daheim; Der Hausfriede kommt von der Hausfrau; Eine Hausfrau Sei keine Ausfrau; Die Hausehre liegt am Weibe; Die Männer beim Schmause, Die Weiber zu Hause; Das Weib und der Ofen sind eine Hauszierde; Der Fisch ist gern im Wasser, der Vogel in der Luft, das brave Weib daheim* [304]. Узагальнюючи сказане, зазначимо, що в разі виникнення проблем у подружньому житті обидві статі несуть однакову відповідальність: *Der Mann zerbricht die Häfen, die Frau die Schüsseln* [304].

Зовнішність. Що стосується жіночої краси, то в прислів'ях вона представлена швидше як негативна, ніж як позитивна характеристика жінки. Культурна конотація деяких ФО імплікує небезпеку, яку становить жіноча краса, котра не може слугувати підґрунтям для вдалого подружнього життя, бо вродлива жінка не заслуговує на довіру: *Großen Herrn und schönen Frauen soll man wohl dienen, doch wenig trauen* [304]. Водночас неприваблива жінка має низку переваг у сімейному житті: *Ein häßliches Weib ist ein guter Zaun um den Garten; Ein häßlich Weib ist eine gute Haushälterin* [304]. Окрім того, краса – поняття тимчасове, минає: *Es ist leicht, eine schöne Frau zu bekommen, aber schwer, schön zu behalten*

[304]. Однак жінки схильні до переоцінювання значення вроди: *Die Mädchen beten gern vor dem Spiegel* [304]. Чоловіча ж зовнішність практично не має значення: *Ein Mann muss nicht schön sein* [301]; *Ein Mann braucht nur so schön zu sein, dass sein Pferd nicht scheut. Ein hässlicher Mann findet eine schöne Frau* [301].

Стосунки між жінками. Жінки внаслідок своєї природи не здатні вжитися із собі подібними в одному домі, що призводить до конфліктів і проблем з веденням домашнього господарства: *Ein Haus, darin zwei Frauen sind, wird nicht rein gefegt* [304].

Розумові здібності жінок теж піддаються критиці: *Frauen haben langes Haar und kurzen Sinn* [304]. Тут бачимо обернено пропорційну залежність між жіночою красою та розумом, оскільки жіноче волосся традиційно асоціюється з привабливістю.

Окрім того, у німецьких прислів'ях жінка постає як особа непередбачувана. Аби досягнути жінку, потрібно багато «вчитися» та все одно вона залишиться до кінця незрозумілою: *Der Magen einer Sau, die Gedanken einer Frau und der Inhalt einer Worscht bleiben ewig unerforscht; Auf Eiern tanzen und mit Weibern umgehen muß gelernt werden sieben Jahr und einen Tag* [304].

Безперечно, роль статей у суспільстві постійно змінюється про що свідчать вислови, які відносно нещодавно з'явилися в німецькій мові. Вони ще не завоювали статус прислів'я, але яскраво відображають трансформації ролі жінки в суспільстві та з часом можуть набути значення життєвих аксіом: *Frauen sind doch bessere Diplomaten* [305, с. 257] – так звучить назва німецького фільму з 1941 р., у якому племінниця директора казино намагається «на дипломатичному рівні» перешкодити закриттю казино. Цитата твердить, що жінки часто краще від чоловіків уміють досягати певних цілей. *Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Fahrrad* [305, с. 256] – цей вислів виник у 70-х рр. ХХ ст. та став загальновідомим, особливо серед представниць жіночих рухів, які таким чином висловлювали свою незалежність. Вислів увійшов до німецького заголовка перекладеного з англійської роману Е. Дункель. Емансипована книга називається «Der Fisch ohne Fahrrad». Вислів доволі часто трапляється в дискурсі задля підкреслення жіночої

емансипації: *Berliner Zeitung*, 30.03.2000. In Alan Ayckbourns *Komödie* „*Alles nur aus Liebe*“ („*Things we do for Love*“) *lebt die Topmanager-Assistentin Barbara nach dem Motto, dass eine Frau ohne Mann so alltäglich ist wie ein Fisch ohne Fahrrad* [317]. Цікаво, що у публіцистиці знаходимо модифікації цього висловлювання: *Die Zeit*, 01.10.1998, Nr. 41. *Ein Mann ohne Frau ist wie ein Fisch ohne Fahrrad* [317].

Отже, культурна конотація німецьких прислів'їв із фемінінними та маскулінінними компонентами прагматизує уявлення німецького народу про жінку та чоловіка, що, певною мірою, ґрунтуються на стереотипах. У цих ФО жінка постає як особа, котра залежна від чоловіка, однак наголошується на її важливій ролі в збереженні сімейного благополуччя. Традиційне місце жінки – у домі, де вона повинна створити приємну для чоловіка атмосферу. При цьому краса не є жіночою перевагою, а радше розглядається як недолік. Що стосується оцінки характеру, то в аналізованих прислів'ях представлено переважно жіночі негативні риси, як-от: нетерплячість, марнотратство, хитрість тощо. Однак німецьке суспільство піддається постійним трансформаціям, що передбачають рівноправ'я статей, суть якого відображається і в лінгвокультурній картині світу німецького народу.

3.3. Прагматична репрезентація симетричних гендерно маркованих фразеологізмів у публіцистичних текстах

Фразеологізми загалом та гендерно марковані зокрема слугують насамперед засобом номінації й уживаються в різних типах дискурсу із метою збагачення його стилістично та конотативно. Як уже зазначено в попередніх розділах, застосовуючи ФО в мовленні, можемо створити ситуацію довіри, соціальної єдності або ж навпаки – абстрагуватися від повідомлення, висловити іронію чи дотепний жарт. Унаслідок таких властивостей фразеологізмів вони доволі часто трапляються в публіцистичних текстах, прагматична функція яких полягає у впливі на слухача. З огляду на те, що публіцистичний дискурс характеризується експресивністю, за допомогою якої реалізується прямий чи опосередкований вплив на людську

свідомість, фразеологізми стають важливими засобами для її оптимального втілення.

Публіцистичний дискурс є публіцистичним текстом, який характеризується рисами газетно-публіцистичного стилю. Такі тексти націлені на інформування, висловлювання громадянської позиції, формування суспільної думки. Публіцистичний дискурс можна визначити як вид інформаційно-орієнтаційного інституційного дискурсу, що продукується засобами масової комунікації та містить свідому і явно виражену авторську позицію [132, с. 5]. На сьогодні саме цьому виду дискурсу належить домінантна роль у світі [231]. У зв'язку з цим дослідження вживання ГМФ саме на матеріалі публіцистичних текстів є доцільним. Ми вирішили зосередити свою увагу на сучасному газетно-публіцистичному німецькому дискурсі. Із метою вивчення прагматичного потенціалу симетричних гендерно маркованих фразеологізмів у сучасній німецькій мові проаналізовано наявність таких ФО в німецькій газеті «Die Zeit» у період із 2000-го по 2018 р.

«Die Zeit» («Час») — німецька щотижнева газета. Уперше опублікована 21 лютого 1946 р. Належить компанії «Zeit-Verlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG», що з 1996 р. належить до видавничої групи «Georg von Holtzbrinck». Газета виходить у Гамбурзі, але має редакційні бюро в Бадені (Швейцарія), Берліні, Брюсселі, Дрездені, Франкфурті-на-Майні, Москві, Нью-Йорку, Парижі, Стамбулі, Вашингтоні та Відні. Кореспонденти газети також працюють у Нью-Делі, Пекіні, Тель-Авіві, Лондоні й Римі. Окрім того, газета має власну онлайн-редакцію «Zeit Online», керівником якої є Вольфганг Бауер. Зараз в онлайн-команді – близько 70 редакторів, дизайнерів і техніків. Із 2009 р. велика частина редколегії зосереджена в Берліні. Лише технічні, маркетингові та деякі складники належать до редакції в Гамбурзі.

В об'єктив нашого дослідження потрапили в першу чергу симетрично-еквівалентні гендерно марковані одиниці, тобто такі, що вказують на чоловіка та жінку відповідно. Ці фразеологізми мають ідентичну семну структуру, але вирізняються оберненим вектором спрямованості. Визначення частотності використання таких одиниць у публіцистичних текстах сприятиме формуванню

уявлень про реальний прогрес щодо подолання мовного сексизму на фразеологічному рівні в сучасній німецькій мові.

ФО *Seinen Mann stehen* [312] у своєму значенні «показати себе, наполягати на своєму» вживається в публіцистичних текстах 16 разів: *Die Zeit*, 23.12.2005, Nr. 41. *Bis er zu Gott und zu seinen langen Lesestunden in der Bibel fand, war er ein rauher Zeitgenosse, der gerne über den Durst trank, in Schlägereien seinen Mann stand und seine Frau Judy einmal bei einem Streit an den Beinen packte und aus dem Fenster hielt. Die Zeit*, 04.03.2004, Nr. 11. *Die Mutter heiratete, nachdem sie gegangen war, einen kriegsblinden Rechtsanwalt, „der nicht mehr seinen Mann stehen konnte“, wie es immer hieß, auch das Folge einer Kriegsverletzung* [317]. У кожному з проаналізованих випадків ФО вживається в контексті, що повністю збігається з її словниковою дефініцією. На противагу цьому, жіночий еквівалент *ihre Frau stehen* [312] трапляється лише чотири рази: *Die Zeit*, 02.07.2016, Nr. 26. *Und Mütter möchten auch nach der Geburt in ihrem erlernten Beruf ihre Frau stehen. Zeit Magazin*, 13.02.2014, Nr. 08. *Schließlich möchte sie weiter präsent sein in dem illustren Business, in dem sie seit bald vierzig Jahren ihre Frau steht* [317]. Щодо обох статей ФО має нейтральне висловлювання.

ФО *eine Frau/ein Mann der Tat* [312] для вираження особи, яка не довго сумнівається, а схильна швидко діяти, фактично це людина дії, теж знаходимо в публіцистичних текстах: *Die Zeit*, 23.06.2015, Nr. 25. *Und die Swift ist eine Frau der Tat, das hat sie von ihren Eltern, den Weihnachtsbaum-Farmern aus Pennsylvania. Die Zeit*, 09.10.2003, Nr. 42. *Eine Frau der Tat, eine Regierungschefin, die durchgriff, deren Markenzeichen die Konfrontation war* [317]. У дискурсі ФО набуває певних модифікацій та протиставляється іншій, теж модифікованій гендерно маркованій одиниці: *Die Zeit*, 17.01.2008, Nr. 04. *Und dass sie, als Frau der Taten, bedeutender sei als Obama, der Mann der Worte* [317]. Компонент *Tat* ужито в множині, тобто тут маємо приклад граматичної модифікації, яка, найвірогідніше, покликана наголосити на тому, що означувана особа неодноразово зарекомендувала себе як людина справи. ФО *der Mann der Worte* теж є модифікацією, оскільки закріплені в словнику одиниці *ein Mann, ein Wort* [312] і *ein Mann von Wort* [299, с. 41]. Обидва

фразеологізми мають позитивну конотацію, а от модифікація містить негативний відтінок значення, бо особа, яка говорить, протиставляється особі, котра діє. ФО може вживатися й із компонентом *Frau* у множині: *Zeit Geschichte*, 27.05.2009, Nr. 02: *Dann fahren sie mit dem Trabant in die Dämmerung: die heimlichen Heldinnen der untergehenden DDR, die Verteidigerinnen der Wahrheit, die Frauen der Tat*. [317] Крізь призму форми множини семантизується загальна характеристика жіноцтва часів НДР. Можливе й паралельне вживання чоловічого та жіночого відповідників, коли йдеться одразу про дві статі: *Die Zeit*, 24.04.2014, Nr. 18. *Um ihn herum sitzen 15 Mitarbeiter des Theaters, Experten für Licht und Ton, Möbel und Strom, Sicherheit und Dekoration, Männer und Frauen der Tat* [317]. Загалом, ФО стосовно жінки вживається сім разів та імплікує позитивну конотацію.

На відміну від жіночого еквівалента, чоловічий уживається значно частіше (53 випадки): *Die Zeit*, 20.01.2017 (online). *Trump sei, so Rykow, ein Mann der Tat; er könne „Hunderte erfolgreicher Projekte in unterschiedlichen Bereichen“ vorweisen. Die Zeit*, 10.11.2015 (online). *Helmut Schmidt wird uns allen als ein Mensch in Erinnerung bleiben, der in seltener Einheit ein Mann der Tat, des klaren Gedankens und des offenen Wortes war. Die Zeit*, 09.04.2013, Nr. 14. *Ein Mann der Tat, groß und kräftig, die Haare kurz geschoren, der Blick offen, die Sätze klar* [317]. Як бачимо з наведених прикладів, ФО сприяє стислій і конкретній характеристиці чоловіка, узгоджується стилістично та структурно з іншими компонентами в реченні й сприяє позитивному ставленню реципієнта до описаної особи. ФО піддається структурно-семантичному перетворенню, а саме модифікації з додаванням компонентів: *Die Zeit*, 12.05.2010, Nr. 20. *Trichet ist ein Mann der Tat, der Verhandlungen, der Diplomatie* [317]. Як і для жіночого відповідника, можливе вживання одного з компонентів у множині: *Zeit Magazin*, 22.07.2010, Nr. 30. *Zimmermann will beweisen, dass er der Mann der Taten ist, ein Mann, der einen Streit beendet* [317]. Зміна традиційної структури фразеологічної одиниці здійснюється зазвичай із метою семантико-стилістичного оновлення, експресивного увиразнення, конкретизації висловлювання чи узагальненості значення. Частіша присутність чоловічого відповідника в узусі може обґрунтовуватися стереотипними уявленнями про статі: домінантний дієвий

чоловік як опора й підтримка та пасивна жінка, котра менш схильна до конкретних дій. У зв'язку з цим у реципієнта з'являється ще більша повага до особи жіночої статі, що характеризується цим ГМФ, оскільки подібна поведінка жінки розглядається радше як виняток, а не правило.

ФО *die Frau/der Mann meiner Träume* [312] – жінка/чоловік моїх мрій – покликана дещо патетично виразити романтичне ставлення до особи, на яку вказує. У газеті «Die Zeit» знаходимо шість згадок про чоловіка мрії: *Zeit Magazin*, 04.08.2010, Nr. 32. *Ich erwarte so viel von dem Mann meiner Träume, so stark kann niemand sein, dass er mir und meinem turbulenten Leben gewachsen wäre, und ob ich die Kraft habe, mich vom Leben schon wieder komplett durchrütteln zu lassen, weiß ich nicht* [317]. У корпусі присутня й граматична модифікація фразеологізму: *Die Zeit*, 02.08.2007, Nr. 32. *Ich habe solches Gefühl dass du ein Mann meines Traumes sein darfst* [317]. Однак немає жодного випадку вживання ФО стосовно жінки. Це можна пояснити схильністю жіночої статі до мрій та фантазій, у той час як чоловіки рідко уявляють собі зовнішність майбутньої партнерки. Знову ж таки поняття чоловіка чи жінки мрії доволі суб'єктивне, а тому семантика, яку вкладає адресант у цей вислів, може відрізнятись від семантики адресата, що може спричинити непорозуміння. Зазвичай, ФО потребує додаткового контексту, який би пояснив та конкретизував поняття *чоловік/жінка мрії*, про що свідчать наведені вище приклади.

Selbst ist der Mann / die Frau! [312] – ФО з яскраво вираженою прагматичною функцією, може вживатися без контексту, оскільки сам фразеологізм формує завершену думку та ілюструє ситуацію впевненості у власних силах: *Die Zeit*, 26.11.2015 (online) Los Angeles (dpa). *Selbst ist der Mann: Brad Pitt (51) wollte am US-Feiertag Thanksgiving am Donnerstag am Herd stehen, damit für Ehefrau Angelina Jolie (40) und die Kinder etwas Leckeres auf den Tisch kommt. „Ich gehe in die Küche und Sorge da etwas für Unordnung“, sagte er dem US-Sender Extra* [317]. Потрібно зазначити, що зворот може вказувати не лише на впевненого в собі чоловіка, але й на людину загалом: *Die Zeit*, 04.09.2003, Nr. 37. *Der Konzern hat richtig erkannt: Selbst ist der Mann. Wer fernsehen oder eine Kamera mit ihrem Festplattenrekorder*

verbinden will, muss erst mal was leisten [317]. ФО вживається й у взаємозв'язку з жіночою статтю: *Die Zeit, 04.04.2007, Nr. 15. Schon bald kreisen die ersten Geier über der Unfallstelle. Doch selbst ist der Mann! Vorschriftsmäßig zieht Frau Pauli schwarze Latex-Handschuhe an, so wie sie auch Onkel Detlev in seinem Hobbykeller gern benutzt* [317]. Цікавим є випадок вживання, де ФО вказує не на особу, а на специфіку журналу: *Die Zeit, 27.11.2003, Nr. 49. Tatsächlich ist heute Platz für ein fast unüberschaubares Angebot an Einrichtungsmagazinen. Es gibt gefühlige Illustrierte wie Living at Home und Elle Decoration für die Frauen und Heimwerkerhefte wie Selbst ist der Mann oder Bauen & Wohnen für die Männer. Außerdem Magazine für fast jedes Detail, das ein Haus nur haben kann* [317]. Як бачимо, ФО у процесі вживання розширила свою семантику та не поширюється винятково на особу чоловічої статі. Із шести випадків уживання в газетних текстах лише два спрямовані на чоловіка, по одному – на жінку та вид журналу, ще два характеризують ситуацію загалом без прагматизації статі.

ФО *Selbst ist die Frau* відзначається дещо іншою специфікою вживання. Зокрема, із п'яти проаналізованих статей із цим фразеологізмом чотири стосуються безпосередньо жінки: *Die Zeit, 10.11.2009 (online). Der erste Aufzug also trägt die unsichtbare Überschrift: Selbst ist die Frau für ernste Zeiten. Sie kommt denn auch sofort zu ihrer Sache* [317]. Ще один випадок використання описує пропозицію в магазині, яка орієнтована на жінок: *Die Zeit, 03.11.2013 (online). Zu den Teilnehmerinnen der Heimwerkerkurse an der Akademie gehörten häufig Studentinnen, die ihre erste eigene Wohnung lieber ohne Papi oder großen Bruder einrichten möchten. Auch Alleinstehende und Witwen machten mit bei dem Angebot „Selbst ist die Frau“, das Basiswissen im Heimwerken vermittelt. „Sie wollen nicht mehr für jedes Loch in der Wand einen Handwerker bestellen“, sagt Hermann* [317]. Отриманий результат підтверджує тезу про те, що фемінінні ГМФ указують лише на жіночу стать, у той час як маскулінні ГМФ можуть одночасно називати і чоловіка, і людину загалом.

Ein gestandener Mann/eine gestandene Frau sein [312] – зрілий/дорослий та досвідчений чоловік чи жінка. У процесі використання в мовленні ФО з компонентом *Mann* використовується обома статтями винятково в цьому значенні

(18 випадків): *Die Zeit*, 14.09.2011, Nr. 37. *Es klingt, als sei er über dieses Bekenntnis fast erleichtert. Zurückhaltung ist nicht das schlechteste Zeichen für **einen gestandenen Mann**, vor allem, wenn er sonst allerhand richtig macht. In Das Geld dürfte vernünftig angelegt sein* [317]. Цікаво, що в багатьох статтях автори підсилюють значення ФО використанням протиставлення – антитези. На нашу думку, такий контраст сприяє кращому сприйняттю інформації реципієнтом. У кожному конкретному випадку мовець наголошує, конкретизує те, чим, на його думку, відрізняється досвідчений чоловік від інших: *Die Zeit*, 18.10.2011, Nr. 40. *Er passt zu seiner Hauptperson. Gruber ist kein Jüngling auf Selbstfindungstrip, sondern **ein gestandener Mann**. Porschefahrer, Businessmann, Aufreißer, Wiener. Die Zeit*, 21.07.2010 (online). „*Ein Phänomen. Das ist **ein gestandener Mann**, ein Bursche, kein Leichtgewicht*“, sagte Hoeneß und fügte an [...]. *Die Zeit*, 08.10.2012, Nr. 41. *Als Betty in einem Club Ludwig (Hendrik Duryn) kennenlernt, scheint sich das Verhältnis von Mutter und Tochter zu ändern, denn der ist keiner der üblichen Loverboys, sondern **ein gestandener Mann** mit schicker Altbauwohnung, Einbauküche und zwei Kindern, die noch bei ihm leben, bis die Sorgerechtsfragen geklärt sind* [317]. Отже, у цих конкретних випадках маємо такі антитези: *Jüngling auf Selbstfindungstrip* – *ein gestandener Mann*; *ein gestandener Mann* – *Leichtgewicht*; *Loverboy* – *ein gestandener Mann*. Окрім того, проаналізовані випадки дають уявлення про вік досвідченого чоловіка, який аж ніяк не збігається з повноліттям: *Die Zeit*, 04.04.2011, Nr. 14. *Jürgen Klopp, Götzes Trainer, der in diesem Sommer **seinen 44. Geburtstag** feiert, hüpfte am Spielfeldrand eine besonders inbrünstige Variante seines Jubelsprungtanzes. Das sah so aus, als wäre **ein gestandener Mann** wieder zum Kind geworden. Die Zeit*, 12.07.2010, Nr. 28. „*Ich war in der Pubertät, ich fand das aufregend. Mir ist erst vor ein paar Wochen klar geworden, dass er mich missbraucht hat*“, sagt er, ***ein gestandener Mann Anfang 50***. *Die Zeit*, 09.06.2006, Nr. 24. *Unser „newspaper boy“, **ein gestandener Mann in den 50ern** namens Kevin, legte an diesem Sonntagmorgen nicht nur die kiloschweren Pakete der „Sunday papers“ vor unserer Haustür ab; ihm lag offenkundig auch an einem Plausch mit seinem deutschen Kunden* [317]. Вживання вислову стосовно молодого чоловіка потрібно розглядати радше як виняток: *Die Zeit*, 14.07.2010 (online). *Dem Bayern-Profi*

*Schweinsteiger attestiert er, er habe sein Examen mit summa cum laude bestanden. Schweinsteiger sei, **obwohl erst 25 Jahre alt**, nicht nur **ein gestandener Mann**, sondern einer, dem man das deutsche Spiel im Zentrum auf Jahre hinaus anvertrauen könne. Kritik übte der Bayern-Präsident an den vermeintlichen Superstars der WM [317].*

Про дорослу досвідчену жінку в публіцистично-газетному тексті йдеться значно рідше (чотири випадки вживання). Окрім того, проаналізовані тексти не дають чіткого уявлення про характеристики, якими повинна володіти така жінка. Можна припустити, що зріла жінка – особа за 30, котра має дітей: *Die Zeit*, 13.11.2008, Nr. 46. *An der Geige, dem Sampler, vor allem aber am Mikrofon: Rica Blunck, **eine gestandene Frau mit zwei Kindern**, Charme und einer gehörigen Portion Soul. Die Zeit*, 06.05.2012 (online). *Und Mutter von zwei Kindern, sechs und zwölf Jahre alt. **Eine gestandene Frau von heute 38 Jahren**, mitten im Leben stehend, die lieber hilft, als sich von anderen helfen zu lassen [317].* Однак, на нашу думку, уявлення про зрілу досвідчену жінку в німецькому публіцистичному тексті дещо суб'єктивні.

Etwas an den Mann (oder die Frau) bringen [312] – успішно продавати, передавати, поширювати серед людей. Як бачимо із семантики ФО, вона має більш загальне значення без прив'язки до статі, а тому значно частіше вживана за попередні ГМФ (79 випадків). Зокрема, простежуємо випадки поєднання одразу двох відтінків значення: *Die Zeit*, 29.06.2017, Nr. 27. *Allein Raute reicht nicht mehr. Es macht einen Unterschied, ob man als Werber **ein Automodell an den Mann bringen will oder eine Partei in die Regierung**. Beim Auto ist es so: Gelangt es in den Verkauf, können die Werber nur noch abwarten, ob ihre Ideen zünden [317].* У першому випадку маємо значення «продавати», у другому – «просувати». Гендерний аспект у семантиці фактично не виражений. У «футбольній» тематиці спостерігаємо цю ФО в значенні «передати пас»: *Die Zeit*, 06.02.2016 (online). *„Das ist zwar nicht mein Bereich, aber der Platz war auch nicht leicht zu bespielen. Dadurch haben wir **die letzte Pässe nicht an den Mann gebracht**“, sagte Mats Hummels [317].* Цікаво, що в плані прагматики є приклад, де якраз акцентовано на гендері (успішно продати саме чоловікові, завдяки використанні жіночого образу в рекламі продукту) із чітким розмежуванням статей: *Die Zeit*, 06.02.2014, Nr. 07. *Vor vierzig Jahren glaubten die*

Achtundsechziger an Überschreitung und Subversion, heute ist der Sex die Konkubine des Kapitalismus. Maggi-Suppen, Mehrzweckbeutel, Mercedes-Autos – nichts lässt sich an den Mann bringen ohne das Bild der jungen Frau. Sexiness macht die Ware erotisch, und mit ihr hält der Bürger seine Arbeitskraft verkäuflich [317]. Приклади вживання для вираження значення «поширити серед людей, популяризувати» теж простежуємо в аналізованих статтях: *Die Zeit, 09.02.2012, Nr. 07. Sie alle haben die Havarie unbeschadet überstanden. Derzeit kann Fäth kaum noch Arrangements der italienischen Reederei an den Mann bringen*» [317]. Проте жіночий відповідник спрямований винятково на жінку й застосовується в значенні «продати» (два випадки): *Die Zeit, 03.11.2013 (online). In den USA ist Tomboy Tools mit einer rosaroten Geschäftsidee auf dem Heimwerkerinnenmarkt erfolgreich: Auf Werkzeugpartys werden hier pinke Hammer und Sägen an die Frau gebracht, wie man es hierzulande eher von Kunststoffboxen für den Haushalt kennt* [317]. Потрібно зазначити, що трапляються випадки використання згідно з вимогами гендерно чутливої мови, коли в тексті знаходимо водночас обидва варіанти ФО (два випадки): *Die Zeit, 29.08.2002, Nr. 36. Deshalb ist für mich der wichtige Punkt, jetzt nicht zu lamentieren, sondern zu sagen, insgesamt zehn Milliarden € in Bewegung gesetzt. Das muss jetzt vor Ort an den Mann und an die Frau gebracht werden. Die Zeit, 11.04.2002, Nr. 16. Selbstverständlich nicht. In Zeiten der Marktschrumpfung und der beschleunigten Verwertungskreisläufe von Büchern gibt es immer jemand, der das leicht verderbliche Kulturgut schneller und billiger an den Mann beziehungsweise an die Frau bringen möchte, als es bisher möglich war* [317]. Узагальнюючи сказане, бачимо, що чоловічий відповідник знову ж таки є більш уживаним унаслідок свого спрямування на людину загалом, що сприяє більш простому та доступному викладу інформації, на відміну від уживання паралельних форм.

Der Mann / die Frau fürs Grobe sein [312] – чоловік чи жінка (особа), що спеціалізується на грубих методах виконання; діяти жорстко; особа для виконання неприємних завдань. У корпусі знаходимо 61 випадок уживання чоловічого відповідника. Усі вони імплікують характеристику особи чоловічої статі, наприклад: *Die Zeit, 04.07.2015, Nr. 25. Sie waren im vergangenen Jahr so gut*

wie lange nicht. John Degenkolb, **der Mann fürs Grobe**, André Greipel, der Sprinter, Tony Martin, der Zeitfahrer. Sie gehen offen mit dem Thema Doping um, unterschrieben Ehrenerklärungen und fordern harte Strafen für Betrüger [317]. Цікавим є те, що більшість прикладів уживання зосереджені в політичному контексті, де *Mann fürs Grobe* розуміємо як політичного соратника, котрий виконує малоприємні завдання: *Die Zeit*, 14.12.2013, Nr. 51. *Merkel hat Pofalla einiges zu verdanken. Der Rheinländer war auch ihr Mann fürs Grobe. Die CDU-Chefin profitierte von seiner Angriffslust* [317].

Лише два випадки застосування спрямовано на жінку: *Die Zeit*, 11.12.2015 (online). *Aber laute Poltereien sind von ihr eher nicht zu erwarten. Sie ist nicht die Frau fürs Grobe. Das wusste auch Gabriel, als er Barley fragte, ob sie den Job übernehmen will* [317]. Однак знаходимо модифікації ФО, де компонент *Mann/Frau* замінено потрібним іменником у множині: *Die Zeit*, 23.08.2001, Nr. 35. *Fürs Grobe sind die Väter zuständig, wer sonst? Die Mädels jedenfalls gucken weg. Die Zeit*, 20.09.2001, Nr. 39. *Wirkliche Arbeit dürften die wenigsten Landeskinder kennen gelernt haben. Sie haben zwar Anspruch auf Ausbildung, häufig inklusive Auslandsstipendium, doch fürs Grobe waren immer die Einwanderer aus den Philippinen, Pakistan oder Jordanien zuständig* [317]. У наведених прикладах змінено також порядок компонентів. Це свідчить про можливість подальшого розширення потенціалу ФО, де компонент *Frau/Mann* може бути заміщений будь-яким іншим довільним компонентом. Можливо, із часом це сприятиме виникненню абсолютно гендерно нейтральної одиниці, як-от *die Person fürs Grobe*.

ФО *der deutsche Michel/Lieschen Müller* [312] означає середньостатистичного громадянина та громадянку. У цьому ГМФ за допомогою метонімії позначення класу людей відбувається через називання одного з його представників: *Die Zeit*, 06.02.2014, Nr. 07. *Die Zurückhaltung der kommentierenden Klasse ist erstaunlich, jedenfalls gemessen an früheren Zeiten, als der deutsche Michel millionenfach auf die Straße ging, um gegen Wiederbewaffnung, Nato-Beitritt, Nachrüstung und jeglichen Krieg zu protestieren sowie den Pazifismus als höchste Form der politischen Moral zu zelebrieren* [317]. У контексті вислів може вказувати на німецьку націю загалом: *Die*

Zeit, 14.09.2015 (online). *Der Rest kann sich nicht entscheiden. Angesichts der scheinbar übermächtigen Konkurrenz durch die Weltmetropolen Los Angeles und Paris (jeweils zweimal Olympia-Gastgeber) und Rom (einmal Olympia) scheint „der deutsche Michel“ zu kapitulieren. Daran ändert der vom Internationalen Olympischen* [317]. У поєднанні з іншими ФО вдається створити доволі експресивне висловлювання, яке, власне, і націлене на середньостатистичного громадянина: *Die Zeit*, 14.09.2000, Nr. 38. *Du liebe Zeit! Statt Raffinerien zu blockieren oder wenigstens ein paar Tankwarte zu rupfen, schlurft der deutsche Michel brav durch den Kakao, durch den ihn seine Herren ziehen* [317]. Однак із наведених вище прикладів уживання видно, що ГМФ не прагматизує статеві відмінності, а називає громадян Німеччини загальною назвою. Жоден із дев'яти проаналізованих випадків уживання не вказує лише на чоловіка. А тому, простежуючи цей вислів у мовленні, можемо вважати, що жіноча стать теж враховується.

Зважаючи на це, коли хочемо наголосити на жіночій статі, то в нагоді стає ГМФ *Lieschen Müller* (39 випадків уживання в публіцистичних текстах): *Die Zeit*, 09.01.2014, Nr. 3. *Ein deutscher Exfußballnationalspieler hat erklärt, er sei schwul. Viele Menschen haben sich daraufhin zu Wort gemeldet, von Lieschen Müller bis Angela Merkel, von Lukas Podolski bis Volker Beck* [317]. У деяких текстах *Lieschen Müller* протиставляється або ж указується поруч із *Max Mustermann* чи *Otto Normalverbraucher*, які втілюють середньостатистичного чоловіка: *Die Zeit*, 23.07.2011, Nr. 29. *Journalisten sollen an Lieschen Müller denken. Lieschen Müller kennt, anders als Max Mustermann, nicht jedes Fremdwort und sitzt auch nicht täglich mit dem Weltgeist beim Frühstück. Die Zeit*, 04.05.2000, Nr. 19. *Auch hierzulande würden viele gern ein Vermögen aufbauen, ohne dafür zu arbeiten. Der lang andauernde Bullenmarkt und die Legenden von Lieschen Müller und Otto Normalverbraucher, die durch zehn Mausklicks pro Tag stinkreich werden, sorgen für Interesse an diesem Angebot* [317]. У корпусі простежуємо ще деякі варіації фразеологізмів на позначення чоловіка, наприклад *Otto Normalbürger*, *Manfred Mustermann*: *Die Zeit*, 08.05.2008, Nr. 20. *Privatsphäre wird in der öffentlichen Berichterstattung schon längst nicht mehr so richtig ernst genommen, auch nicht von den Objekten der Berichterstattung*

*selbst. Wenn Promis mit so etwas Aufmerksamkeit erregen können, warum sollten es **Manfred Mustermann** und Lieschen Müller nicht ebenfalls versuchen? Die Zeit, 01.01.2006, Nr. 04. Heim-PCs als heimliche Spam-Versand-Millionäre. Bei seinen Ermittlungen landet das Bundeskriminalamt immer wieder bei Lieschen Müller und **Otto Normalbürger** als Auslöser von dubiosen Aktionen, von denen Müller und Normalbürger aber gar nichts wissen [317].*

*Ein Meister seines Fachs sein; eine Meisterin ihres Fachs sein [312] – буми майстром своєї справи. Семантика цього ГМФ доволі конкретна та прагматизується в ситуації, коли йдеться про фахівця в певній сфері (33 випадки вживання): Die Zeit, 12.02.2015, Nr. 07. Aber kann ein Pianist diesen Anspruch erfüllen? Selbst wenn er **Meister seines Fachs ist**? Gut, Düfte werden ebenso komponiert wie Musikstücke [317]. Це не означає, що варіант вживається лише для характеристики чоловіків-спеціалістів, вислів може імплікувати жіночу й чоловічу стать одночасно. Традиційно, якщо йдеться винятково про жіночу стать, застосовується похідна форма (п'ять вживань): Die Zeit, 30.06.2015 (online). Von großer Bedeutung ist womöglich die Leistung der beiden Torfrauen, die zu den besten weltweit gehören. Morgan betonte, dass auch US-Keeperin Hope Solo **eine Meisterin ihres Fachs** sei [317].*

*FO ein Mann/eine Frau von Welt [312] – світська особа. Жіночий відповідник уживається 12 разів та прогнозовано вказує лише на особу жіночої статі: Die Zeit, 19.04.2007, Nr. 17. Von einem Röntgenapparat hat sie sich bis auf die Knochen entkleiden lassen, wir können einen Blick in ihren Schädel werfen und den Zustand ihres Kiefers kontrollieren. Ihren Schmuck hat diese **Frau von Welt** für die Aufnahme natürlich nicht abgelegt [317]. Чоловічий варіант ФО є більш уживаним – 52 приклади з корпусу. Для одночасної характеристики декількох чоловіків уживається форма множини для компонента Mann: Die Zeit, 03.06.2015, Nr. 23. Und maßgebend im Wahlkampfleben. Sind **Männer von Welt**, also: Charme-Raketen [317].*

Аналізуючи текстовий корпус, ми змогли встановити, що в ньому застосовуються фемінінні ФО, що є гендерно симетричними до маскулінних, однак не зафіксовані як такі у фразеологічних словниках. Незважаючи на те, що

фразеологічні словники не дають жіночого еквівалента до ФО *ein Mann der Öffentlichkeit* [299, с. 40], у дискурсі можлива субституція компонента *Mann*: *Die Zeit*, 10.05.2007, Nr. 20. *Die eine, Jahrgang 1944, Kulturwissenschaftlerin an der Humboldt-Universität zu Berlin und davor in Paris und Amerika lebend, die andere, rund zwanzig Jahre jünger, Journalistin, auch für die UN vor Ort in Gaza und im Westjordanland als Beobachterin und Pressesprecherin. Beide **Frauen der Öffentlichkeit** also, übrigens auch selbst Mütter und nun eintauchend in Privates, das sie hier öffentlich stellen* [317]. Загалом, фразеологізм є не надто поширеним у публіцистично-газетному стилі – один випадок уживання стосовно жінки та два – щодо чоловіка. При цьому один містить заперечення – *kein Mann der Öffentlichkeit*.

ФО *ein Mann des Tages* [299, с. 40] – *герой дня* – теж не має закріпленого в словнику жіночого еквівалента, хоча є досить уживаною стосовно чоловіка. В аналізованих прикладах фразеологізм вживається в контексті спортивних досягнень (199 випадків), зокрема в статтях, що висвітлюють футбольні матчі, де героєм дня стає зазвичай бомбардир чи воротар: *Die Zeit*, 08.11.2014 (online). **Mann des Tages** war Thomas Müller mit drei Treffern (22. Minute/64./67.) [317]. Йдеться про жінку як героїню дня в корпусі лише один раз: *Die Zeit*, 13.07.2012 (online). *Liefers dankte ihr am Donnerstagabend überschwänglich: „Du bist **die Frau des Tages** und hast hiermit einen Wunsch frei!“* [317]. Таку різницю в частотності вживання гендерно симетричних форм можна пояснити тим, що чоловічий футбол вважається одним із найпопулярніших видів спорту в Німеччині, а отже, часто висвітлюється в пресі.

ФО *ein Mann des Friedens* [299, с. 40] означає «борець за свободу» та згадується в корпусі 35 разів. Прикметно, що часто ФО сприймається як почесне звання, своєрідний титул: *Die Zeit*, 06.12.2013 (online). *Nato-Generalsekretär Anders Fogh Rasmussen würdigte ihn als „**Mann des Friedens** und eine wahrlich inspirierende Persönlichkeit“*. *Bundespräsident Joachim Gauck ehrte Mandela als herausragende Persönlichkeit* [317]. Жінка як борець за свободу теж семантизується в газетному дискурсі, однак значно рідше: два випадки вживання, коли йдеться про конкретну особу жіночої статі, та двічі – у поєднанні з чоловічим відповідником: *Die Zeit*, 27.06.2012 (online). *Paris (AFP). Die birmanische Oppositionsführerin Aung San Suu*

Kyi hat ihre Urkunde als Ehrenbürgerin der Stadt Paris entgegengenommen. "Sie sind eine Frau des Friedens und der Liebe, und deshalb liebt Paris Sie", sagte der Pariser Bürgermeister, Bertrand Delanoë, am Mittwochabend bei der Überreichung des Dokuments in der französischen Hauptstadt [317]. У наведеному прикладі ФО модифікується з додаванням компонента.

Схематично особливості застосування гендерно симетричних фразеологізмів у газетному дискурсі можна наочно представити у вигляді діаграми 6 (рис. 6), із якої видно, що чоловічий відповідник зазвичай характеризується більшою частотністю вживання в дискурсі, порівняно з жіночим.

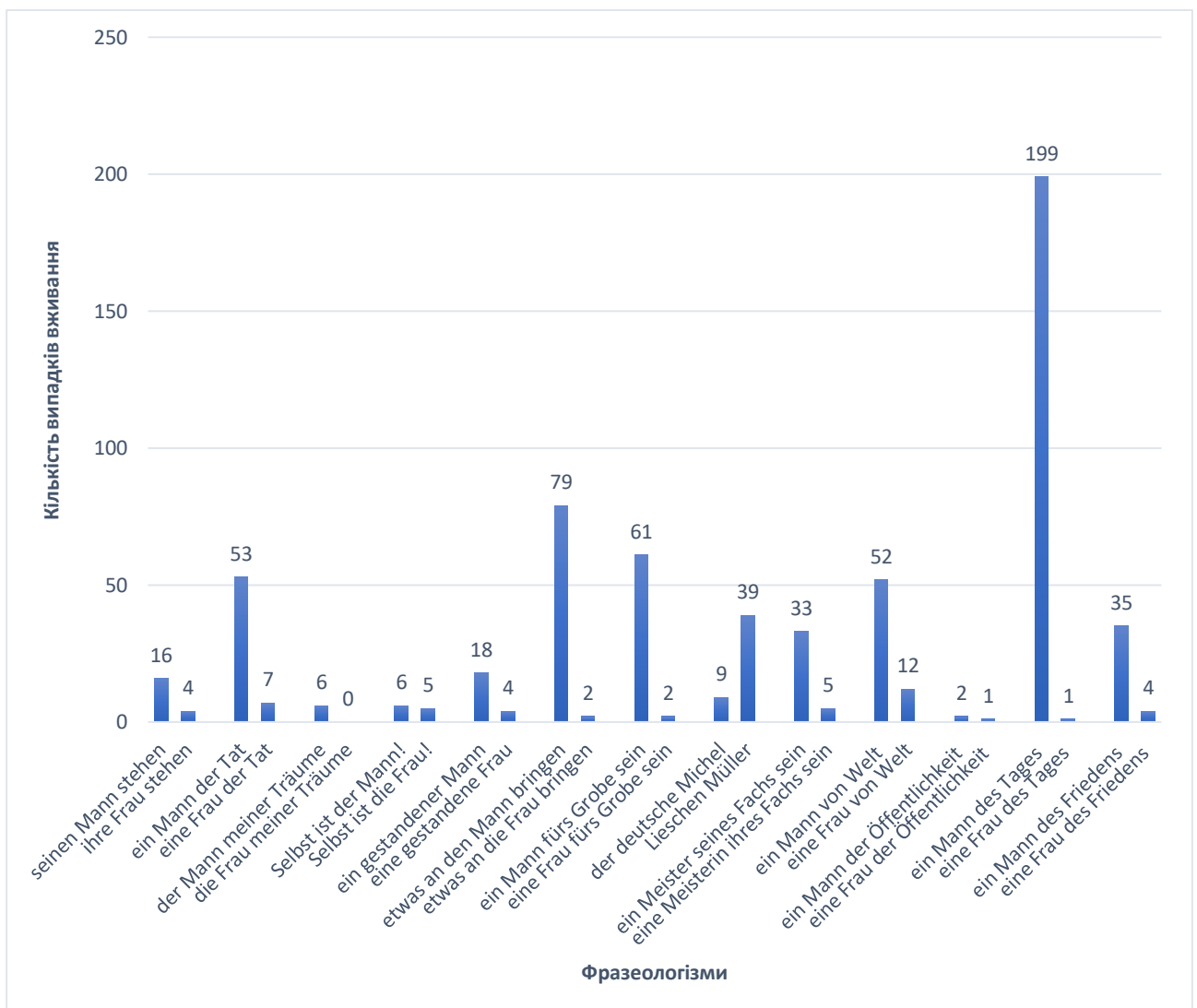


Рис. 6. Частотність використання гендерно симетричних фразеологізмів у публіцистичному тексті (на матеріалі газети «Zeit» за 2000 – 2018 рр.)

Узагальнюючи отриману інформацію, зауважимо, що ГМФ із маскулінними компонентами використовуються й стосовно жінки, бо імплікують так зване генеративне значення, а відтак уживаються в текстах, де не принципове підкреслення аспекту статі, як-от для означення людей, нації чи людства загалом. Водночас ГМФ із фемінінними компонентами націлені лише на жінку, фактично володіють значно вужчою семантикою. Тому всі можливі модифікації ФО, які трапляються в корпусі, відбуваються винятково в межах «чоловічих» фразеологізмів. Окрім того, частота застосування ГМФ із маскулінними компонентами значно вища, що дає підставу зробити висновок про те, що, по-перше, домінантність чоловічої статі все ще присутня в суспільстві, по-друге – чоловік асоціюється з людиною, а жінка – завжди просто жінка. Аналіз уживання симетричних ГМФ у публіцистичних текстах засвідчив, що подолання мовного сексизму не означає подолання його в мовленні. Тобто, незважаючи на наявність абсолютно симетричних ФО стосовно статей (лексичний мовний рівень), вони не набули абсолютно симетричного застосування в спілкуванні (рівень комунікації). Це дає підставу стверджувати, що мова та мовлення розвиваються не однаково. Аби певна мовна одиниця поширилась в узусі, потрібен певний проміжок часу. Наголосимо й на тому, що деякі фемінінні ФО використовуються в мовленні, але ще не зафіксовані в словниках. На нашу думку, для рівноправ'я статей подолання мовного сексизму недостатньо, як недостатньо наявності простої гендерної симетрії в мові, треба втілювати її на рівні мовлення. Лише в такому випадку можна буде стверджувати про однакові можливості статей і на рівні мови, і на рівні мовлення.

3.4. Специфіка вживання гендерно маркованих фразеологізмів та оказіональних фразеологічних новотворів у художніх текстах

Художній дискурс значно відрізняється від публіцистичного. Передусім він утілюється в художньому тексті, вирізняється експресією та втілює стиль мовлення й мислення автора, які той виражає через героїв твору [42]. Художній дискурс може

представляти сукупність художніх творів, що є результатом взаємодії автора та різноманітних реакцій читача. Художній текст містить не лише мовні знаки, а й знаки культури [115]. Окрім того, художній дискурс є фіктивним зображенням реальності, яку створює автор, відображаючи власний досвід, світогляд, фонові знання і є культурно позначеним [160]. Художній дискурс є комунікативним актом, за допомогою якого автор намагається вплинути на читача, на систему його цінностей, вірувань, переконань тощо [286]. Можна стверджувати, що художній дискурс – «розумово-комунікативна взаємодія адресанта (автора твору) та адресата (потенційного читача), що відбувається у певному історичному і культурно-соціальному контексті, ґрунтується на ідеях, переконаннях, світоглядних орієнтирах автора-адресанта, має на меті регулювання ідей, переконань, світоглядних орієнтирів читача – адресата та матеріалізується у вигляді текстів художніх творів, відкрита множина яких формує вербальний план художнього дискурсу» [160, с. 54].

Автор художнього тексту фактично за допомогою художнього твору передає особливості своєї власної мовної особистості, що охоплює три основні рівні: вербально-семантичний (лексико-граматичні засоби, якими оперує автор), когнітивний (мовна картина світу), прагматичний (інтереси й мотиви) [141; 64]. Отже, художній текст є своєрідним транслятором лінгвокультурних явищ, оскільки мовна особистість автора містить у собі риси мовної картини світу народу, до якого цей автор належить.

Комунікативний аспект дискурсу трактує його як мовленнєве утворення, висловлення [13]. Фактично, дискурс – це комунікативний акт між автором та читачем, за допомогою якого автор впливає на свого читача. Цей вплив здійснюється через підбір мовних одиниць, котрими послуговується митець. Напевно, художній дискурс стає тоді успішним комунікативним актом, коли автору вдається, майстерно оперуючи засобами мови, здійснити задуманий ним вплив на читача.

У центрі нашого дослідження – ГМФ та авторські оказіональні фразеологічні новотвори (ОФН), які сприяють утворенню уявлень про образи жінки й чоловіка у

свідомості адресата [100]. Звертаючись до прозових текстів сучасних німецьких авторів, ми намагаємося витлумачити роль і місце статей у їхній мовній картині світу, пам'ятаючи про тісний взаємозв'язок індивідуальних та колективних уявлень про фемінінність і маскулінність. Аналізуючи тексти Гери Лінд та Уве Тімма, ми отримуємо чоловічий і жіночий погляд на прагматизацію статі в художньому тексті.

У своїх романах Г. Лінд описує стосунки між чоловіком та жінкою, майстерно розкриваючи цілий спектр найрізноманітніших емоцій, котрі існують у відносинах між статями: любов, ненависть, зрада, жаль, самореалізація тощо. Авторка вміло оперує лексико-граматичними засобами для творення чоловічих і жіночих характерів. Вона використовує чимало конотативно маркованих одиниць для позначення статей, у тому числі й ГМФ, однак не обмежується рамками стандартної німецької мови, а збагачує свої тексти авторськими okazіоналізмами, які надзвичайно влучно характеризують героїв і героїнь її романів, тяжіючи при цьому до мовної економії. Так, у романах Г. Лінд простежуємо низку композит на позначення статей, які містять елемент як їх називання, так і характеристики.

Розглянемо основні групи ГМФ та ОФН у романах письменниці. Надзвичайно яскраві образи чоловіка вона створює за допомогою ГМФ із компонентом-зоонімом *Hund* та *Schwein*, які є надзвичайно продуктивними в процесі творення лайливих слів: *Gerngroß!, dachte ich. Du mieses Schwein, das ist also deine Rache. Nie hätte ich geglaubt, dass er meinem Jürgen an Heiligabend eine solche Mail schickt, nur um nicht in Vergessenheit zu geraten* [321]. Тут, лайливе слово *Schwein* – свиня – авторка доповнює підсилювальним прикметником, таким чином формуючи власний ОФН: *mieses Schwein* – підла свиня. Роль цього вислову доволі класична й відповідає основній функції лайливих висловів: образа/приниження адресата або ж просто звільнення мовця від негативних емоцій за відсутності адресата [298, с. 10]. Свій okazіоналізм авторка вживає стосовно чоловіка, однак, на нашу думку, унаслідок того, що ключовий компонент ФО середнього роду, можливе його застосування щодо всіх статей.

ФО з компонентом *Hund* Г. Лінд уживає цілком у межах мовної норми стосовно чоловіка: *Ein echt scharfer Hund namens Ralf Steiner (ich gähnte heimlich hinter vorgehaltener Hand)* [321]. Однак авторка застосовує підсилювальне слово *echt*, мета якого указати на те, що відповідна риса абсолютно точно притаманна особі.

Доволі часто авторка порівнює чоловіка з жеребцем, поєднуючи компонент-зоонім з уточнювальним іменниковим елементом. Утворений композит відповідає структурі іменник + іменник, а ОФН – прикметник + композит: „*Aber vor deinem biederem Sparkassenhengst mit dem Seitenscheitel ziehen sie den Hut!*“ *Mit einem Blick auf meine nackten Beine und die frisch lackierten Zehen grinste er anzüglich* [321]. Вище наведений ОФН означає «затюканий жеребець з ощадної каси». Як бачимо, прикметник з іменником формують антитезу, оскільки жеребець семантизує передусім сміливість та впевненість, що не корелюється з компонентом *затюканий*. Використання композита сприяє розширенню характеристики, де перший компонент складеного слова вказує на рід занять означуваного чоловіка.

Той самий принцип покладено в основу іншого прикладу: „*Na dann viel Spaß mit dem feurigen Araberhengst*“ [322, с. 9]. Застосовуючи той самий ключовий компонент в ОФН, авторка імплікує абсолютно протилежну характеристику: тут чоловік мислиться як мачо, «гарячий арабський жеребець», які, як відомо, належать до найбільш упізнаваних порід коней у світі. Така структура характерна й для інших одиниць, якими послуговується автор. На нашу думку, це пояснюється тим, що такі вислови є мовно економічними, мають вишукану структуру та прагматизують велику кількість інформації про особу, котру називають.

Для позначення старого похитливого чоловіка Г. Лінд модифікує ФО *geil wie ein Bock* [314, с. 226], замінюючи прикметник, щоб наголосити на вікові чоловіка, а сему значення «похитливий» уводить в речення у вигляді обставини способу дії: „*Und der alte Bock starrt mich immer so lüüstern an!*“, *sagte Grazia*» [321].

Компонент *Kalb* указує на дитину чоловічої статі. При цьому прикметник може експлікувати вік цієї дитини: *Oder war ich etwa in dieses spätpubertierende Kalb verknallt?* [319, с. 225].

Образ жінки крізь призму компонента-зооніма авторка створює, застосовуючи класичні фразеологізми: *Ich konnte nicht die Nummer zwei sein. Nicht hinter einer rothaarigen, sommersprossigen Brillenschlange, die mindestens Größe vierzig trug* [319]. Первинне значення компонента *Brillenschlange* – очкова змія (індійська кобра) – згодом почало вказувати на жінку, яка носить окуляри. Завдяки використанню прикметників Г. Лінд наділяє героїню додатковими характеристиками.

Значна частина таких фразеологізмів слугує лайливими зворотами, що характеризують жінку з невідного боку та експлікують як негативні риси в характері, так і вади зовнішності: *Wie blöd. Wie verklemmt. Dumme Pute* [319, с. 75]. *Die hezliche Schlampe, blöd bigmouth Karla Stein, alte Kuh! Hat mich gekelt* [319, с. 156]. *Was mache ich nur immer, ich blöde Gans! Mühlhaufe! Trulla der Nation!* [319, с. 217]. *Puterrot wie eine dumme Gans muß ich ausgesehen haben, als er sie auspackte [...]* [319, с. 265]. *Blöde alte Zicke, murmelte ich hinter ihr her* [319, с. 304]. *Da schwamm schon jede Menge Laich drin herum, ein Froschkönig schwang bereits das Zepter, und ich alte Kröte ... Ich musste mich dringend zusammenreißen!* [321, с. 15]. Останній ГМФ має негативну конотацію й семантизує непривабливу жіночу зовнішність.

А от козуля в лінгвокультурній картині світу німецького народу традиційно вживається на позначення тендітної соромливої жінки (*ein scheues Reh* [299, с. 131]): *Mit zittrigen Beinen taumelte ich wie ein staksiges Reh auf meine Familie zu* [321]. Однак у наведеному прикладі знову бачимо стилістичний прийом оксиморон, де імплікована семантика граціозної жінки заперечується прикметником зі значенням «незграбний».

Абсолютно неочікувано для позначення жінки авторка застосовує компонент *Pferd*: *Sie ist im Grunde wie ein ungebändigtes Wildpferd* [321]. З огляду на те, що вислів конкретизується прикметником, Г. Лінд хотіла підкреслити неприборканість жінки – *неприборкана дика конячка*.

Ще один нетиповий зворот, яким послуговується письменниця для номінації особи жіночої статі, містить назву комахи – коника-стрибунця. Припускаємо, що

цей зворот є okazіональним, але утворений з огляду на те, що комахи в німецькій лінгвокультурі асоціюються з дівочою юністю, бадьорістю та жвавiстю: *Gestern war ich noch ein junger Hüpfen, eine Studentin, gestern hab ich noch ganz selbstverständlich so Sachen gemacht, wie mich in die Oper zu schleichen* [319, с. 367].

Наступна велика група ГМФ, застосовуваних Г. Лінд у романах, містять антропометричний компонент, що, власне, не викликає здивування, бо ці лексеми, як згадувалося в попередніх розділах, є найдавнішими засобами найменування статей. Особливо продуктивні в цьому плані ГМФ та ОФН з компонентом *Typ*, які можуть відображати різні аспекти чоловічої характеристики. Зокрема, чоловіка, котрий відповідає чийось уподобанням: „*Wenn ich es so recht bedenke, ist Jürgen viel eher ihr Typ als deiner*“. [321]. Такі фразеологізми можуть виражати приналежність чоловіка до певного прошарку населення з усіма характеристиками, які з цього випливають: *Langsam kam er auf mich zu. Groß, muskulös, korrekt gekleidet, Typ Geschäftsmann mit Aktenkoffer: hellblaues Hemd, Krawatte, Tweedsakko, Bügelfaltenhose und blank geputzte Schuhe. Mein Blick glitt wohlwollend an ihm hinunter* [322, с. 11]. Окрім того, у них може втілюватися й загальна характеристика сильної статі: „*Der Typ ist echt der Hammer. Wenn du ihn nicht nimmst, nehme ich ihn!*“ [321]. Або ж семантизується саме поняття «особа чоловічої статі» із легким негативним відтінком, що викликається недовірою до неї: „*Wenn der Typ irgendwo schlafen muss, kann er sich ein Hotel nehmen. Andererseits – die viel gepriesene Gastfreundschaft ...*“ [322, с. 10]. Цікаво, що для позначення жінки письменниця знаходить жіночий еквівалент компонента *Typ*: „*Sie sind hier ja so eine Art Miss Perfect*“ [321].

На відміну від ГМФ із компонентом *Typ*, що семантизує різноманітні аспекти характеристики, усі фразеологізми з антропонімом *Herr* називають чоловіка в іронічно-піднесеному плані: *Er hatte, ganz Herr der Lage, noch rote Rosen besorgt. Im dunklen Anzug den perfekten Auftritt hingelegt* [321]. „*Aber ich nicht! Ich will nicht zur Verfügung stehen, nur weil der hohe Herr mal für eine Stunde zu erscheinen geruht*“ [321]. *Gestern, unmittelbar nach dem Streit mit Enno, hatte ich den hohen Herrn plötzlich am Handy gehabt* [318, с. 10]. Це пояснюється етимологією антропоніма

Herr, який походить від лексеми «високий» (заст. *her*) і вживався щодо осіб, котрі належали до вищого класу (*Herrscher vs Knecht*). У сучасних умовах не існує стосунків володар–слуга, тому фразеологізми з цим компонентом вживаються в іронічному плані стосовно людей, які вважають себе особливо важливими, успішними тощо: *Die Herren der Schöpfung beschimpft auch keiner als schlechte Hausmänner, nur weil sie beruflich aufgehoben werden* [322, с. 12]. Від чоловічого компонента *Herr* Г. Лінд, способом суфіксації утворює жіночий відповідник: *Ich bin die Herrin des Hauses. Wer wagt es, mich zu belästigen?* [319, с. 329]. Можливо, таким чином письменниця хотіла підкреслити «високе положення» жінки в домі.

Антропонім *Kerl* у поєднанні з прикметником, який надає додаткової характеристики, теж указує на чоловічу стать: *Er war ein bildhübscher junger Kerl, blond, blauäugig, durchtrainiert* [322, с. 8–9].

На позначення жінки теж застосовуються ГМФ з антропонімами. Зокрема, компонент *Weib* авторка вживає найчастіше: „*Na, mein Superweib? Du frierst ja. Frohes Neues erst mal!*“ [321]. „*Na, mein rattenscharfes Weib!*“, *begrüßte mich Jürgen bemüht cool.* [321]. Більш нейтральний компонент *Frau* Г. Лінд вживає лише в «класичних» ГМФ, не піддає їх змінам чи модифікаціям та застосовує згідно зі словниковими дефініціями: „*Lass uns lieber noch mal darüber reden*“. „*Geredet haben wir lange genug. Du bist doch sonst eine Frau der Tat!*“ [321]. *Geschäftig wie Frau Holle schüttelte ich Kissen auf und überzog Decken mit frischer Bettwäsche* [322, с. 33]. „*Nimm es, wie du willst. Ich war fair. Ich habe kein blödes Dummchen engegiert. Du bist eine Frau mit Format*“. [319, с. 164]. *Jetzt schwirrte Silvia durchs Bild und schüttelte wie Frau Holle ganz besessen an den Kissen herum* [319, с. 190]. *Mit allen möglichen bezaubernden Tatoos und gepiersten Nabeln und Plateauschuhen und allem, was eine Frau von Welt eben ausmacht!* [319, с. 316–317]. *Eine Frau von Welt lacht nicht und glogt nicht, wenn ihr Geschäftspartner was zwischen den Zähnen hat* [319, с. 16].

ФО з антропометричним компонентом *Mann* теж наявні в романах: *Und Jo, der Mann von Welt, ließ sich auf seinen Ledersitz fallen, klappte die Tür zu [...]* [319, с. 314]. Деякі з них письменниця модифікує в типовій для неї манері, коли іменник

у поєднанні з прикметником дає максимум інформації про особу, на яку вказують: *Der uniformierte Wichtigmann im Flughafen kannte mich* [319, с. 38].

А ось у фразеологізмі *die Dame des Hauses* знову ж таки з'являється прикметник, що підсилює значення ГМФ: *Sie war jetzt die Grande Dame des Hauses, umsorgte Jürgen und seinen Vater, ging mit Leffers Gassi und erklärte jedem, der es hören wollte, wie sich alles wirklich zugetragen hatte* [321]. *Sie genoß es, die Haushaltsmanagerin und Dame des Hauses zu sein* [319, с. 26]. Варіант ФО з компонентом *Dame* є модифікацією Г. Лінд, оскільки в словнику знаходимо ФО *Frau im Hause sein* [312]. На нашу думку, так авторка намагалася підкреслити важливість гендерної ролі господині дому, протиставляючи їй роль домогосподарки. Ці функції не ототожнюються, а перебувають в опозиції. Домогосподарка – це не почесно, а господиня дому прирівнюється до пані. Підтвердженням цьому твердженню слугують такі ФО: *Das gemeine Hausweibchen, das war dem großen Dirigenten nicht repräsentativ genug* [319, с. 31]. „*Trotzdem, ich bin eine miserable Hausfrau*“. *Ich höhnte, daß er sich eine Hausmutter hätte erwählen sollen, als er sich damals entschloß, sich zu vermählen* [319, с. 13]. Як бачимо, у першому звороті *Hausfrau* замінено на *Hausweibchen*, що надає ФО ще більш вираженої від'ємної конотації.

Хоча роль звичайної домогосподарки трактується суспільством як незадовільна, самотійна емансипована пані теж не завжди почувається щасливою: *Ich sollte nicht immer Äpfel mit Birnen vergleichen, schrie Paul mich an, ich sei eine völlig verunglückte Emanze geworden, seit ich diese schreckliche Scheidungssendung moderiere [...]* [319, с. 13]. Власне, у своїх романах авторка критикує такий підхід до ролі жінки в суспільстві, яке вимагає від неї значно більше, ніж від чоловіка: господиня дому, зразкова мати, успішна на роботі, у той час як чоловік просто будує кар'єру, не обтяжуючи себе домашніми клопотами.

Однак авторка намагається зламати суспільні стереотипи руками своєї героїні, яка, для догляду за дітьми та хатніх справ, наймає чоловіка. За аналогією до висловлювання *Hausmädchen* вона утворює зворот *Hausmännchen* та інші його похідні: *Bei uns verdient die Mama das Geld und leistet sich ein Hausmännchen. Ich*

fand meine Idee richtig gut. Das Au-pair-Männchen sollte ganz exklusiv während der „Wort-Flört“-Aufzeichnungen für mein Paulinchen dasein [319, с. 35]. „Emil ist mein Kindermännchen! Das ist ein schlechter Scherz“, stammelte ich [319, с. 389–390]. Стереотипно вважається, що для виконання хатньої роботи та догляду за дітьми потрібно знайти особу жіночої статі, яка більш придатна для таких занять. Тому *sich ein Hausmännchen leisten* видається чимось нетиповим, таким, що, власне, і руйнує суспільні стереотипи. Героїня твору Г. Лінд іде на такий крок, щоб спростувати думку суспільства про те, що чоловік не придатний для виконання таких завдань.

Для позначення жінки Г. Лінд послуговується виразами, що містять флороніми – квіти й фрукти. Зокрема, зріла та вишукана жінка порівнюється зі стиглим гранатом: *„Nadia, du bist eine reife Frau in der Blüte ihres Lebens. Ein praller, verheißungsvoller Granatapfel“ [322, с. 24]. Schon als ich dich heute Nachmittag am Bahnhof sah, wusste ich, dass du mir das geben kannst. Und ich kann es dir auch geben! Du bist wie eine reife Frucht, die nur noch gepflückt werden will [322, с. 20].* Безпорадна провінціалка з типовою зовнішністю постає у образі дикого апельсина: *Sondern nur, dass sich die naive Landpomeranze in meinen Christian verliebt hatte [321].* Жіночу вроду авторка традиційно передає за допомогою порівняння з трояндою: *„Ja, sogar wenn du weinst! Dann siehst du aus wie eine Rose im Regen!“ [321].* А непримітна особа жіночої статі – це *Mauerblümchen: Ich Mauerblümchen wollte im Boden versinken [321].* На відміну цього, чоловік не прагматизується в образі рослини.

Для творення образів як чоловіка, так і жінки Г. Лінд послуговується й казковими та літературними образами, які уможливають утілення в жіночій і чоловічій статях тих самих рис, що вважаються притаманними персонажам з казок. Зокрема, образ принца протиставляється образу жаби: *Ja, dachte ich schuldbewusst. Lieber einen verheirateten Prinzen aus dem fernen Märchenland als einen unverheirateten Frosch aus dem heimischen Tümpel. Es war ja auch nur einmal. Ein kurzer, flüchtiger ... Abschiedskuss [321].* Цікаво, що образ жаби стосується не жінки, а чоловіка; це свідчить про певну культурну зумовленість звороту, бо, на відміну

від німецької лінгвокультури, у нашому середовищі жаба (царівна-жаба) вживається на позначення жіночої статі.

Палке кохання та ідеальні стосунки між статями втілюються в образах Ромео і Джульєтти, Попелюшки та принца: *Es geht nicht und soll nicht sein, wir sind schließlich nicht **Romeo und Julia**. Und auch nicht **Aschenputtel und der Prinz*** [321]. Образ феї теж знаходимо у творах письменниці: *Sie schien zu schweben wie eine **Fee** und schüttelte immer mehr duftende Blumen aus ihrem Seidennachthemd* [321].

У своїх творах Г. Лінд використовує субстантивовані прикметники для творення образів жінки й чоловіка. На нашу думку, такі вислови, з одного боку, дуже точно передають рису характеру чи елемент зовнішності, що притаманні певній особі, а з іншого – є економним мовним засобом: „*Eine **Rothaarige mit Brille***“ [321]. *Der **Größenwahnsinnige**. Der Bäckermeister. Am liebsten hätte ich ihn umgebracht* [321]. *Dem **Eisblauen** folgte eine vollbusige **Blonde** im Hosenanzug mit Krawatte* [319, с. 23]. *Natürlich dachte er, Enno, mein **Bestimmer, Lebensglückverwalter und Karriereplaner**, sei dabei* [318, с. 10]. *Aber was wollte er mit der mageren **Zotteligen**?* [319, с. 17]. *Der **blonde Hüne** stand auf. Mit einem Blick auf meine nackten Beine und die frisch lackierten Zehen grinste er anzüglich. Der geheimnisvolle **Fremde** stand hinter mir auf der Rolltreppe, und ich spürte seinen warmen Blick im Nacken* [322, с. 12]. *Ich kehrte wieder die emanzipierte, jungdynamische **Alleinlebende** im fortgeschrittenen Stadium ihrer Selbstverwirklichung heraus* [320, с. 32]. *Die aufgedonnerte **Blonde** in Giftgrün, gehörte die zu dem gläsern blickenden Toupetträger in Graugestreif, oder [...]* [320, с. 111]. *[...] während die **Blondine** an der zweiten Geige sich unnötigerweise die Lippen schminkte* [320, с. 118]. *“Wir machen ’ne Hausgeburt“, sagte eine **Strähnige**, deren Latzhosenmann sich gerade eine Zigarette drehte* [320, с. 274]. *„Das ist, wie wenn du das Pinkeln abwürgst“, sagte die **Bebrillte** hinter mir [...]* [320, с. 274]. *„Wir spielen immer Mau-Mau“, sagte eine **Brillenträgerin** hinter mir* [320, с. 273]. Такий спосіб утворення ОФН є доволі продуктивним та трапляється у всіх романах авторки.

ФО з власними назвами письменниці модифікує. Зокрема, у відомому фразеологізмі *frech wie Oskar* [312] вона замінює прикметниковий компонент на

stolz: Ich liebte diese Atmosphäre, ich fühlte mich stolz wie Oskar, daß es mir gelungen war, in diese heiligen Hallen vorzudringen [319, с. 362].

Авторка доволі цікаво модифікує ФО із власною назвою – чоловічим ім'ям *Heini*. Г. Лінд утворює композит, де *Heini* є означуваним компонентом, а інший іменник – означальним. Отже, утворюється зворот, що вказує на «знайомого незнайомця»: „*Gestern war einfach nicht der richtige Zeitpunkt!*“ *Ich streichelte seinen Arm.* „*Zwei Minuten vor dem Konzert! Ich musste mich konzentrieren!*“ „*Ja? Auf den Flötenheini!*“ [321]. *Papa hat die Frau von einem Sparkassenheini geküsst* [321]. Цим способом – означальне слово+означуване слово – вона творить й інші звороти: „*Willst du dir das von dem Saukerl bieten lassen? Mit einer rothaarigen Kleinstadtschlampe hat er rumgeknutscht! Im Parkhaus einer Musikschule!*“ [321]. *Er wirkte unglaublich erschöpft. Seine Augen waren so gerötet, als wäre er die ganze Nacht durchgefahren. Wahrscheinlich war er bei seiner Musikschulschlampe gewesen!* [321]. *Weißt du eigentlich, dass dieser Sparkassenfritze das ganze Gespräch heimlich mitgeschnitten hat?* [321]. *Oder Christian hatte sich ein Dorfdirndl angelacht? Eine dralle Bauerntochter aus der Nachbarschaft, damit sie ihn auf andere Gedanken brachte?* [321].

У творах письменниці знаходимо й ФО, що слугують на позначення зовнішності: *Der weißblonde Muskelprotz mit der durchschimmernden Kopfhaut unter dem fettigen Zipfeln reichte Emil einen Kugelschreiben* [319, с. 60].

Діалектні вислови на позначення статей теж наявні в романах Г. Лінд. Зокрема, простежуємо ЛЮ, які властиві Берлінському діалектові німецької мови: „*Na ja, und jetzt sind deine Gören schon so hübsch wie de Mutta, wa! Die Große hat ja 'n Vuuuusn! Det is ja der Hamma!*“ [321], що означає «молоді дівчата».

Важливим аспектом творення чоловічих і жіночих образів у романах письменниці є їх яскрава конотативна забарвленість. Фактично всі звороти, як типові, так і модифіковані та okazіональні, характеризуються негативною чи позитивною конотацією. Тому, на нашу думку, доцільно виокремити групу висловлювань лайливого характеру внаслідок їх абсолютного негативного маркування: „*Weißt du eigentlich, was für ein BLENDER er ist, dein Christian*

Meran?“ [321]. „Ja, **der kleene Fettsack**, der jetzt im Burgenland die Hungerkur macht“ [321]. „**Dein feiner Herr ist ein Blender. Und ein Weiberheld** „ [321]. „Du hast ein Verhältnis. Und ich **blöder Trottel** geh noch vor dir in die Knie!“ „Ja. Sie hat drei kleine Kinder und **einen hilflosen Trottel** zum Mann, der ohne sie nicht leben kann“ [321]. „Du notgeiler Widerling, du **verlogener alter Sack** ...“ „Aha“, sagte Ursula Kobalik. „Na, Hauptsache, **der Lauser** kommt morgen pünktlich zum Fest“. Der Lauser! Ich schluckte trocken. Aber sie war nun mal eine typische Berlinerin mit Kodderschнауze [321]. DU hast ihn angerufen, **du Vollkoffer!** Du willst doch wohl keinen Zusammenhang herstellen zwischen deinem beschissenen Image bei Wort-Flört und der Beziehung zu **einem blutjungen Lümmel**, der gut und gerne einer deiner Kandidaten sein könnte? [319, c. 258]. Alle tanzten nach Ochsens – Oda-Gesines – Pfeife, aber längst waren sich alle einig, daß Ochs **ein eitler alter Trottel** war [319, c. 369]. **Der dicke, alte, verbrauchte, abgeschlaffte Zausel** mit Toupet? Und ich schäme mich meines Alters? [319, c. 378]. Як бачимо, авторка використовує низку різноманітних лайливих висловів стосовно чоловіка. Більшість із них семантизують вік (*alter Sack; der blutjunge Lümmel; ein eitler alter Trottel; der dicke, alte, verbrauchte, abgeschlaffte Zausel*). Однак письменниця розширює значення лайливих висловів за рахунок додаткових прикметникових характеристик. Неодноразово вона натякає на нечесність чоловіків (*ein Blender/ein Lauser sein*), а також на обмеженість і тупість (*Vollkoffer/Trottel sein*) тощо.

Лайливі слова стосовно жінки семантизують переважно недоліки зовнішності чи розпусну поведінку: *Macht deine dicke Tussi jeden Tag eine Stunde Pilates? Weil ich eine Schlampe war, eine Rabenmutter. Ja, ich hatte Christian Meran geküsst* [321]. „Leute von GESTERN: Karla Stein! **Die Trulla der Nation!**“ [319, c. 195]. Und du, **alte Schabracke**, Mutterersatz und einziger Mensch, dem sich der Junge anvertraut hat, schleichst dich von hinten an ihn ran [319, c. 256]. -Boh, ey, Mama! **Alte Spießerin!** [319, c. 257]. Auf dem Stuhl saß **eine Tussi** mit lila-braun lackierten Fingernägeln und zu stark gschminkten Augen [319, c. 100]. Da wagte es **dieses Flittchen** bei MIR ZU HAUSE anzurufen! [319, c. 324]. Ich hasste mich! Ich alte, **verbitterte Schachtel!** [319, c. 327].

Серед ГМФ, які використовує авторка, на нашу увагу заслуговують і ті, що експлікують статеву ознаку крізь призму суто біологічну: *Aber dann konnte ich ihn überzeugen, dass Kinder auch männliche Vorbilder brauchen. Wenn sie sehen, dass auch Penisträger den Tisch abräumen, den Abfalleimer rausbringen und ein Hemd bügeln können, kann ihnen das nur guttun* [321]. Наведений приклад яскраво ілюструє й гендерні стереотипи, що панують у суспільстві, де чоловік не схильний до виконання елементарних обов'язків по господарству.

Для позначення професії, яка стереотипно приписується жінкам, письменниця використовує евфемізм, бо позначуваний вид діяльності не є престижним: *„Also, ehrlich gesagt, habe ich das selbst gemacht.“ „Spinnst du? Du putzt selbst?“ „Na ja, meine letzte Perle hat mich verlassen“* [321]. *„Sie hat geheiratet“, entschuldigte ich meine treue Perle Annegret. „Ihr Mann möchte nicht, dass sie putzt“* [321]. Як бачимо, прибиральниця прирівнюється до перлини та асоціюється з жіночою статтю, а тому й виражається іменником жіночого роду.

З огляду на те, що в німецькій мові наявні запозичення з англійської [200], потрібно виокремити групу оказіональних зворотів Г. Лінд, що виникли під впливом ЗМІ та англійської мови. Вони значною мірою ґрунтуються на гендерних стереотипах: *„Was dieser Sender braucht, ist ein knackiges Girl mit einem trendy Gesicht“* [...] [319, с. 19]. *Marathon-Män war der, Ultra-Män, Iron-Män, Blendamed-Reklame und Meister Proper in einem* [319, с. 373]. *„Erst har er sich von einer Barbie-Puppe scheiden lassen, die daraufhin eine eigene Talkshow bekam [...]“* [319, с. 293].

В аналізованих романах Г. Лінд можемо виокремити ще одну групу гендерно маркованих ФО, які не називають осіб, а виражають притаманний певній статі вид діяльності. Такі ФО є віддієслівними, однак дієслово може випускатися, як-от: *Jan kugelte sich trotzdem. „Der alte Araber! Auf Freiersfüßen!“* [322, с. 39]. Ще один фразеологізм, котрий указує на процес залицяння: *Seit Jahren hatte mir keiner mehr Avancen gemacht. Von der Sache mit Emil einmal abgesehen. Aber das waren ja keine Avancen* [319, с. 354]. ФО *einen Korb geben* у романі Г. Лінд змінює свою семантику, оскільки «дати гарбуза» означає «відхилити залицяння чоловіка», а авторка змінює його векторність та вкладає вислів у уста чоловіка: *„Die Nadia ist dabei, sich in ihr*

Unglück zu stürzen“, fuhr Jan unbeeindruckt fort. „Da hab ich meiner Freundin einen Korb gegeben und bin gleich zu dir“ [322, с. 39].

Отже, у романах Г. Лінд маємо широкий спектр різнопланових гендерно маркованих фразеологізмів, якими вона охоче послуговується для експресивної й влучної характеристики статей. Часте застосування ГМФ зумовлене, передусім, тематикою її романів.

Проаналізовані романи Уве Тімма значно відрізняється від романів Г. Лінд. У своїй творчості У. Тімм розкриває соціальну, повоєнну проблематику, концептуалізує історичну пам'ять. Його романи містять чимало автобіографічних елементів, що розкриваються на тлі історичних подій. Незважаючи на це, тут теж трапляються гендерно марковані фразеологізми, хоча й меншою мірою. Загалом, ФО, якими послуговується У. Тімм для позначення чоловіка й жінки, характеризуються більшою стриманістю та містять менше експресивних елементів, що можна пояснити як специфікою романів, так і гендерними особливостями чоловічого мовлення (у тому числі і писемного). На основі аналізованих одиниць можемо виокремити певні групи однотипних ГМФ, що найчастіше трапляються в романах письменника.

Доволі численною є група ФО з антропонімами. Цікаво, що чоловічий антропонім у романах У. Тімма семантизує не просто особу чоловічої статі, а національність загалом. Зокрема, *Tommy* означає англійців: *Der Tommy berieselte alles mit Phosphor und es brannte an allen Ecken und Enden* [323, с. 35]. *Iwan* – мешканців колишнього СРСР: *Flieger. Iwans greifen an. Mein überschweres Beute Fahr-MG schießt wie toll ich kann die Spritze kaum halten, paat Treffer* [323, с. 16]. Для характеристики жінки він використовує не просто жіноче ім'я, а ім'я конкретної жінки, риси якої притаманні чи не притаманні іншій особі жіночої статі: *Ich bin doch nicht Pamela Anderson, hat sie gesagt. Und dann noch, nach einem kleinen Zögern, meine Brüste sind so klein [...] [325, с. 75]. [...] und ich wäre ein Zyniker geworden wie Tessy, die auf eine böse Weise geil war. Eine Art Katharina die Große im Tourismusgewerbe. Sie behauptete von sich selbst, nicht immer nymphoman gewesen zu sein, sie sei ein Opfer ihres Berufs geworden, notwendig* [325, с. 202]. У першому

випадку переносяться риси зовнішності Памели Андерсон (великі груди), а в другому – вдача (натяк на розпусність Катерини II).

ФО з антропометричним компонентом теж трапляються в романах автора: *Danach war er, wie meine Mutter sagte, ein anderer, ein gebrochener Mann. Aber ich denke, das ist schon Interpretation des davor einsetzenden Niedergangs* [323, с. 83]. *Dann mach du es. Aber nee. Du bist ein Mann des Wortes. Verdammt. Verdammt* [325, с. 192]. „*Eduard – so nennen wir einen reichen Baron im besten Mannesalter [...]*“ [326, с. 17]. ФО з чоловічим антропометричним компонентом *Typ* автор письменник однаковою мірою вживає стосовно обох статей: *Ein prima Typ, sagte ich zu Iris, später, als wir allein waren* [325, с. 79]. *Meine Güte. Sie ist wirklich ein guter Typ* [325, с. 137]. Більше того, письменник утворює жіночу форму від *Mann* шляхом суфіксації: *Darum musste eine Rippe entfernt werden, um die Männin, wie Luther ein hebrisches Wortspiel übersetzt, zu schaffen [...]* [326, с. 13]. Припускаємо, що це зроблено задля словесної концептуалізації творення жінки з ребра чоловіка. Варіант *Männin* є похідним від *Mann*, так само як жінка є частиною чоловіка, бо його Бог створив першим.

Компонент *Kerl* у поєднанні з означуваним словом у складі композита набуває в У. Тімма негативного забарвлення: *Sie kritisiert mich, erst vorsichtig, dann steigert sie sich, am Schluß wird sie laut: Dreckskerl. Egoist. Emotionaler Krüppel* [325, с. 272]. Подібним чином він застосовує й компонент *Weib*, однак без негативної конотації з метою вказівки на походження названої жінки: *Als du mit dieser Runhold oder Lina, oder wie dieses Wikingerweib heißt, im Garten warst* [325, с. 288].

ФО *Mädchen für alles* уживає стосовно чоловіка, оскільки вона може вказувати на будь-яку стать: *Massa trug eine graue Chauffeuruniform und war Mädchen für alles. Er brachte Mäntel aus der Aufbewahrung zu Kundinnen, machte Besorgungen, fuhr den Vater zu Sitzungen in die Innung, strich die Türen im Geschäft und in der Wohnung* [323, с. 76].

Для характеристики слабкого залежного чоловіка автор найчастіше вживає вислів, що означає «мамин синочок», при цьому використовує й синонім до нього: *Ich war das, was man damals ein Muttersöhnchen nannte* [323, с. 18]. *Unsinn, sagte*

der Onkel und **hielt mich für das Muttersöhnchen**, das ich war [324, с. 35]. Der Auslöser war ein Profi in seinem Fach, wie ich in dem meinem, er hat sofort gesehen, was da zu holen war und daß **der nette Sohnemann**, dieser Mediziner, nicht wußte, was der Papa noch für Schätze im Bücherschrank stehen hatte [325, с. 64].

Значне місце серед ФО, якими послуговується У. Тімм, належать до лайливих слів: *Was mich trieb, in den bereits durchwühlten Schubladen zu kramen, war die Frage, warum dieser **Kauz** mich gewählt hatte, sogar eine Summe veranschlagte, die ganz ungewöhnlich hoch war [...] [324, с. 61]. Sie sah hinreißend aus, **eine feurige Furie**. Ein Engel der Empörung [325, с. 139]. Nicht bei einer deiner alten **Schnallen?** [325, с. 181]. Der hatte nach zwanzig Jahren Ehe eines Abends eine 28-jährige Referendarin, die in der Kanzlei arbeitete, zum Essen eingeladen, war danach zu ihr nach Hause und mit ihr ins Bett gegangen. **Ein Absacker** [325, с. 257–258]. **Alter Bock**. In Würde alt werden [325, с. 58–59].*

Звісно, автор утворює й власні неологізми, що покликані максимально влучно дати характеристику особі: *Er war ein **Habenichts mit guten Manieren** [323, с. 42]. Ihnen gab sie Namen, wie auch den Kundinnen, Namen, die, wenn man deren Trägerin traf, sogleich etwas Einsichtiges hatten: **die Schreiemma, die Geldschwimmerin oder das Sportbein** [323, с. 109].*

Окремо хочемо відзначити вигуківі ГМФ, які застосовує письменник. Вони не семантизують стать, а слугують для вираження емоцій та почуттів, уживаються в діалогічному мовленні під час звертання: *Was sagt das Liebesleben, **alter Schwede**, hast du ne **Feste?** [325, с. 190]. Sie: einundzwanzig Jahre jünger, ihr Haar, ein Irrsinnsblond, allerdings etwas nachgebleicht, eine Figur, die, wo wir hinkommen, Kommentare nach sich zieht, **Mann**, höre ich, wenn wir uns nachmittags im Freibad Hallensee treffen, was für Beine, Mensch, Alter, he, geil, was [325, с. 40].*

Отже, узагальнюючи сказане, можемо відзначити, що ГМФ широко використовуються в художній літературі, яка тяжіє до експресії та метафоричності. Завдяки застосуванню ФО твори художньої літератури набувають самобутності й унікальності. Авторські неологізми слугують додатковим джерелом збагачення словникового запасу певної мови. Кількість використуваних ФО одиниць у таких

текстах залежить від багатьох чинників: тематики твору, статі автора, специфіки авторського стилю тощо.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі нашої роботи досліджено прагматичний потенціал ГМФ та особливості їх уживання в публіцистичному й художньому дискурсах.

Серед ГМФ можна виокремити нечисленну групу гендерно маркованих вигуківих фразеологізмів. З огляду на те, що семантика таких ФО поступається їхній функціональності в певній мовленнєвій ситуації, ці фразеологізми мають виключно структурні гендерні маркери та виражають емоційне ставлення до повідомлення. До складу таких ГМФ входять маскулінні гендерні маркери, за винятком одного фемінінного прикладу.

Прагматизація лінгвокультурного образу жінки й чоловіка в мовній картині світу німецького народу відбувається також крізь призму фемінінних і маскулінних компонентів у складі прислів'їв та приказок. Такі фразеологізми, що еквівалентні реченню, є віддзеркаленням народного досвіду й концептуалізації статей. Прислів'я та приказки відображають загальні уявлення про ролі статей у суспільному житті, ключові риси їхнього характеру, зовнішності, стосунки між статями тощо. Досить часто вони вживаються в іронічному чи жартівливому плані. З огляду на те, що цей тип фразеологічних зворотів сформувався переважно в період Середньовіччя, вони не завжди актуальні на сучасному етапі розвитку суспільства, але прекрасно ілюструють погляди на стать у діахронічному аспекті. Зміна суспільних уявлень про ролі чоловіка та жінки трансформуються, що приводить до виникнення нових зворотів, які, однак, ще не набули статусу народного досвіду.

Із метою вивчення прагматичного потенціалу симетричних ГМФ у сучасній німецькій мові проаналізовано наявність таких ФО в публіцистичних текстах, а саме в німецькій газеті «Die Zeit» у період із 2000 по 2018 р. Удалося встановити, що, незважаючи на наявність гендерно симетричних зворотів, чоловічі відповідники трапляються значно частіше, мають більший прагматичний потенціал (називають не лише осіб чоловічої статі, але й людину, предмет чи процес загалом).

Жіночі ж еквіваленти спрямовані винятково на жіночу стать. У публіцистичному тексті чоловічі відповідники часто модифікуються, розширюють свою семантику, що не притаманно жіночим. У публіцистичних текстах наявні гендерно симетричні фразеологізми, котрі ще не зафіксовані у фразеологічних словниках, що свідчить про неперервність процесу формування гендерно чутливої мови й мовлення.

Аналіз художніх текстів німецьких авторів Г. Лінд й У. Тімма виявив інтерес останніх до ГМФ. У своїх романах Г. Лінд творить образи чоловіка та жінки, використовуючи ГМФ з антропометризмами, зоонімами, флоронімами. Досить часто авторка модифікує класичні фразеологізми, укладаючи в новий зворот максимум змісту з мінімальною кількістю компонентів. Окрім того, вона застосовує власні імена, назви казкових героїв, діалектні звороти. Характеристика статей відбувається із використанням авторських okazionalizmів, які коротко й влучно описують героїв. Загалом у романах Г. Лінд систематично вживаються ГМФ, що зумовлюється тематикою її творчості. У своїх творах письменниця розкриває стосунки між статями, роль і місце жінки в суспільстві.

У. Тімм рідше використовує ГМФ для характеристики статей та тяжіє до «класичних» зворотів, оскільки романи У. Тімма значно відрізняється від романів Г. Лінд. У них представлено соціальну, повоєнну тематику, концептуалізовано історичну пам'ять на тлі автобіографічних елементів. Доволі численною у творах У. Тімма є група ФО з антропонімами. Цікаво, що чоловічий антропонім у романах письменника семантизує не просто особу чоловічої статі, а національність загалом. Для характеристики слабкого залежного чоловіка автор найчастіше застосовує вислів, що означає «мамин синочок». У. Тімм не гребує лайливими словами з гендерно маркованим контекстом. Окремо потрібно відзначити вигуківі ГМФ, які використовує цей автор, а Г. Лінд не вживає взагалі.

Отже, ГМФ уживаються в художній літературі й покликані створити яскравий образ літературного героя, здійснити вплив на читача та підкреслити авторський стиль. Вибір ГМФ залежить від багатьох чинників, зумовлюється статтю автора, тематикою твору тощо. Основні положення цього розділу висвітлено в таких публікаціях автора [89; 100].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Вивчення гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови відбувається з опертям на такі основні поняття, як *гендер* та *фразеологічна одиниця*, тобто об'єкт нашого дослідження перебуває на межі лінгвістики й гендерних досліджень. Поняття *гендеру* охоплює всі сфери життєдіяльності людини та в широкому сенсі являє собою систему змодельованих суспільством поглядів на місце й роль статей у ньому. Біологічна стать є своєрідним підґрунтям для формування гендеру, але він усе-таки має перформативну природу, бо набувається в процесі соціалізації індивіда. Відтак нівелюється так звана бінарна природа гендеру, розширюючись за рахунок таких нових понять, як *третя статя*, *трансгендерність*, *гендерквір* тощо. Гендер у лінгвістиці вивчається в межах мови як системи, де розглянуто граматичну категорію роду та її зв'язок із соціальною статтю й у межах мовленнєвої діяльності, де в центрі наукових розвідок перебувають особливості чоловічої та жіночої мови – *гендерлект*.

Фразеологічна одиниця є сталим мовним висловом, що складається принаймні з двох компонентів, загальне значення якого не впливає зі значень окремих компонентів, а містить певний ступінь переосмисленості. При цьому ідіомам властивий найвищий ступінь переосмисленості значення. Узагальнивши тлумачення гендеру та фразеологічної одиниці, ми сформулювали дефініцію для *гендерно маркованих фразеологізмів*, якою послуговуємось у цій науковій розвідці, – це фразеологічні одиниці, що містять семи та/або гендерно маркований компонент, які експліцитно чи імпліцитно вказують на приналежність до певної статі. Із дефініції випливає, що гендерно маркованим може бути як план вираження, так і план змісту.

Відповідно до специфіки гендерного маркування фразеологізмів здійснюється класифікація ГМФ, яка розкриває лінгвокультурні особливості їхньої семантики. Семантичні гендерні маркери сприяли поділу таких фразеологізмів на семантично споріднені групи, серед яких ключовими виявилися такі: залицяння та заручини, одруження, відносини в шлюбі, статеві стосунки в шлюбі та поза ним.

Дослідження ГМФ, що семантизують ці сфери, дало змогу визначити ролі статей у процесі створення сім'ї, що притаманні саме німецькій лінгвокультурі. Результати цих досліджень свідчать, що чоловіча позиція є домінантною, у той час, як жінка постулюється як пасивна сторона, що підкоряється спочатку вказівкам батька, а згодом – чоловіка. Ключова роль у родині теж належить чоловічій статі. Якщо ж жінка керує в домі, то це свідчить про чоловічу слабкість, що викликає зневагу до останнього. Прогнозовано, що й у статевих стосунках чоловік є провідною стороною.

Окрім того, семантику ГМФ можна представити у вигляді лексико-семантичного поля з ядром та периферією: фразеологізми з яскраво вираженими гендерними семами утворюють ядро цього поля. До нього належать ФО з наявністю в дефініції маркера із загальним значенням «чоловік» чи «жінка»; указівкою на вік представника однієї зі статей; фразеологізми на позначення певної дії чи стану представника однієї статі й спрямовані на протилежну стать; ФО, які характеризують як зовнішній, так і внутрішній стан представника однієї зі статей; фразеологізми, що означають репродуктивну здатність певної статі. Фразеологізми зі слабо вираженими гендерними семами розміщені на його периферії: фразеологізми, які характеризують переважно представників однієї статі через найменування чоловіка чи жінки в плані вираження; фразеологізми, що називають дію, властиву представникам однієї статі; ФО, які характеризують осіб переважно однієї статі через номінацію професії, тварин; гендерно тотожні фразеологізми, які однаковою мірою характеризують як чоловіка, так і жінку.

Важливим аспектом у класифікації гендерно маркованих фразеологізмів є їх конотація, що дає змогу розділити їх за сферою та комунікативним рівнем уживання, приналежністю до соціальної дійсності, часом і регіоном уживання. Нам удалося встановити, що гендерно марковані фразеологізми сучасної німецької мови характеризуються високим рівнем емоційного забарвлення, можуть уживатися жартівливо, іронічно, зневажливо (негативно), приховано тощо. Комунікативні рівні вживання представлені розмовною мовою, фамільярно-розмовним, вульгарним, офіційним та піднесеним стилем. На противагу цьому,

сфери вживання не вирізняються різноманітністю, оскільки більшість ГМФ належать до загальної лексики. Соціальна дійсність представлена гендерно маркованими фразеологізмами, котрі належать до молодіжної й дитячої мови. Прикметно, що гендерні маркери в регіональних говірках подекуди значно більше виражені, ніж у літературній німецькій, що пояснюється прагненнями до гендерної симетрії в офіційній мові, що не властива діалектам.

Лінгвокультурний аспект гендерно маркованих фразеологізмів яскраво проявляється крізь призму їх інтра- та екстралінгвальних властивостей. Так, ми прийшли до висновку, що гендерно маркована фразеологія характеризується асиметричністю на користь чоловічої статі, яка обґрунтовується фаллоцентризмом німецької мови, на що неодноразово звертали увагу феміністки. Проаналізувавши гендерно марковані фразеологізми, можемо стверджувати, що ця асиметричність проявляється таким чином: ототожнення поняття «Mann» із «Mensch», де фемінінність мислиться відособлено; використання жіночого референта на позначення чоловічої статі, що імплікує зневажливе ставлення до нього; використання у фразеологізмах на позначення жінки компонентів, що мають чоловічий чи середній рід; застосування пейоративних фразеологічних одиниць із сексистською конотацією, які трактують жінку як сексуальний об'єкт чи додаток до чоловіка; фразеологічні одиниці з частковою або повною опозицією «чоловіче–жіноче», де перше стверджується як «правильне» або має нейтральне забарвлення, а друге інтерпретується як «негативне».

Незважаючи на виражену гендерну асиметрію, сучасна німецька мова як система має достатній внутрішній потенціал та базу для подолання гендерної асиметричності на користь однієї зі статей, зокрема й на фразеологічному рівні. У нашій науковій розвідці пропонуємо рекомендації, які є ефективними боротьбі з гендерними асиметріями у фразеології. Так, із метою вказівки на обидві статі потрібно використовувати гендерно протилежні фразеологізми-еквіваленти з компонентами *Mann* та *Frau* відповідно. Субстантивовані прикметники чоловічого й жіночого роду як компоненти фразеологізмів так само вказують на обидві статі,

а вживання субстантивованого прикметника в множині взагалі нейтралізує стать. У німецькій фразеології наявні ФО з чоловічими та відповідними жіночими антропонімами, що мають однакову семантику, але відмінну гендерну векторність. Окрім того, можливо утворювати гендерно протилежні ФО за допомогою додавання суфікса *-in* до компонента чоловічого роду. Цей принцип творення гендерно протилежних найменувань особливо поширений під час утворення жіночих відповідників професій.

Однак реалії сьогодення, які заперечують бінарність статі, ставлять перед мовою новий виклик, що полягає в її здатності повністю нейтралізувати гендер, а тому в нашій розвідці вперше проаналізовано потенціал так званих гендерно нейтральних фразеологізмів, які б не фокусувалися на фемінінності й маскулінності, а концептуалізували людину як таку. Аналіз лексикографічних джерел засвідчив, що гендерна нейтральність досягається шляхом використання у фразеологізмі гендерно нейтрального ключового компонента. Найбільш продуктивними виявилися ФО з компонентами *Mensch, Person, Nummer, Blut, Seele, Portion, Tomate* та ін. Як бачимо, частина компонентів указує тим чи іншим чином на людину, інші ж – не мають жодного стосунку до неї, однак у складі ФО семантизують певну характеристику особи.

Ще одним важливим аспектом гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови є те, що вони слугують як джерелом, так і транслятором гендерних стереотипів, котрі є невід'ємною частиною мовної й фразеологічної картини світу німецького народу. Аналіз фразеологізмів дав підставу узагальнити уявлення нації про статі та їх роль у суспільному житті, які відображають їхній зовнішній вигляд, манеру поведінки, професійну діяльність та особливості характеру. Прогнозовано, що у ФО знаходимо натяк на те, що в плані зовнішності жінка повинна бути, передусім, красивою, а чоловік – кремезним. Жіноча роль обмежена домом і дітьми, а чоловік орієнтований на «зовнішній» світ. Жінка зазвичай не заслуговує на довіру, а чоловік вирізняється вірністю своєму слову.

Специфіка екстралінгвальних властивостей гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови проявляється в особливостях гендерно

маркованих компонентів цих фразеологізмів. Фактично тут ідеться про гендерно маркований план вираження, який не завжди семантизує гендерну ознаку. Слідом за І. Зиковою, виокремлюємо основні групи фразеологізмів з огляду на ключовий гендерно забарвлений компонент у їхній структурі. Так, гендерно марковані фразеологізми сучасної німецької мови містять у своїй структурі антропометричні компоненти, компоненти на позначення родинних відносин, професій, зооніми та антропоніми. Проаналізувавши гендерно марковані фразеологізми зі згаданими вище компонентами, ми робимо такі висновки:

- антропометричні компоненти із загальним значенням «чоловік/жінка» у складі цих фразеологізмів зазвичай указують на ту стать, яку називають, однак можуть семантизувати й протилежну та навіть третю стать. Називання чоловіка жіночим антропометризмом знижує його статус, однак існує виняток. Серед чоловічих антропометризмів немає таких, які співвідносяться з людиною загалом, окрім, звісно, самого компонента *Mann*. Гендерно протилежні антропометризми по-різному представлені у фразеологізмах, що обґрунтовується асиметричністю розвитку їхньої семантики;

- гендерно марковані фразеологізми, що містять компоненти на позначення родинних відносин, доволі часто взагалі не семантизують гендерного аспекту. Припускаємо, що це пояснюється їх приналежністю до найдавнішого пласту лексики. У процесі розвитку семантики фразеологізмів із цими компонентами вони набули високого ступеня абстрактності та почали вказувати на процеси, явища навколишнього світу;

- гендерно марковані фразеологізми з власними іменами слугують культурними маркерами гендеру, оскільки антропоніми є явищем абсолютно унікальним і використовуються для мовного вираження гендеру. Однак не всі власні назви стають компонентами фразеологічних одиниць, а лише ті, які через їхню частотність отримали статус загальних назв і вказують не лише на людей, а й експлікують процеси та явища. Не викликає здивування, що чоловічі антропоніми значно частіше стають компонентами фразеологізмів. Загалом найбільшим фразеотворчим потенціалом наділені найдавніші германські та біблійні імена;

- оскільки чоловіча стать у німецькій лінгвокультурі мислиться як діяльнісна, орієнтована на здобутки поза домом, то, очевидно, що гендерно марковані фразеологізми на позначення професій семантизуюють переважно чоловіків. Жіночі професії представлені досить спорадично, такі ФО зазвичай мають негативне конотативне забарвлення;

- асоціювання фемінінності та маскулінності з представниками тваринного світу вилилось у групу гендерно маркованих фразеологізмів із компонентом-зоонімом. Нам удалося встановити, що в таких фразеологізмах яскраво представлені як дикі, так і свійські тварини. При цьому свійські слугують зазвичай утіленням рис характеру, вдачі, що притаманні статям, а дикі – викликають більше асоціацій із зовнішнім виглядом. Прикметно, що комахи втілюють привабливу жіночу зовнішність. Почесне місце серед тварин посідає *Hund*, що у поєднанні з прикметником експлікує різні характеристики чоловіка.

Гендерно марковані фразеологізми реалізуються в комунікативному акті, тобто наділені високим прагматичним потенціалом, що втілюється в низці прагматичних властивостей. У процесі аналізу цих властивостей ми виокремили дві специфічні групи фразеологізмів: гендерно марковані вигуківі фразеологізми та прислів'я й приказки. Вигуківі фразеологізми містять гендерні маркери структури та не семантизують гендерних ознак, а експлікують емоції. Прикметно, що в таких фразеологізмах використовуються маскулінні антропометричні компоненти. На відміну від вигуківих гендерно маркованих фразеологізмів, прислів'я й приказки слугують для експлікації лінгвокультурних уявлень про статі, їх роль, вдачу, схильності тощо. Вони інформують про місце чоловіка та жінки в німецькому суспільстві. Зважаючи на те, що переважна більшість прислів'їв і приказок виникли в Середньовіччі, вони відображають ці уявлення у діахронії та не завжди справедливі на сучасному етапі розвитку суспільних відносин.

Оскільки у своїй науковій розвідці ми неодноразово знаходили підтвердження того, що німецька мова націлена на досягнення гендерної симетрії, яка доволі успішно реалізується на рівні фразеології, логічним видалося підтвердження чи спростування цієї тези на прагматичному рівні. Аналіз корпусу

газети «Zeit» за 2000–2018 рр. засвідчив, що гендерна симетрія не завжди спостерігається в публіцистичному дискурсі. Із метою отримання найбільш вірогідних результатів ми проаналізували вживання в мовленні саме тих ГМФ, які мають гендерно протилежні еквіваленти. Так, чоловічі відповідники значно частіше присутні в публіцистичному тексті, більше того, вони можуть вказувати й на жінок. А от вживання паралельних форм, яке є одним з методів боротьби із мовним сексизмом, рідко реалізується в дискурсі.

На відміну від публіцистичного, художній дискурс позбавлений суспільних умовностей, які б схилили його до гендерної симетричності. Тут ключову роль займає автор, який використанням ГМФ творить образи чоловіка чи жінки у своїх текстах. У зв'язку з метафоричністю художніх текстів у них нерідко використовуються яскраво забарвлені елементи, до яких належать і фразеологізми. Проаналізувавши деякі твори німецькомовних письменників У. Тімма та Г. Лінд, приходимо до висновку, що саме від особистості автора, його мовної картини світу передусім залежать частота й специфіка використовуваних ГМФ. Важливу роль відіграє також тематика художнього твору. Так, у романах Г. Лінд, які тематизують стосунки між чоловіками та жінками, значно частіше трапляються ГМФ, які семантизують найрізноманітніші гендерні аспекти. Окрім того, авторка часто послуговується власними фразеологічними новотворами, які покликані давати коротку в структурному й довгу в смисловому плані характеристику.

У художніх текстах У. Тімма, що тематизують історичну пам'ять, рідше наявні ГМФ, їх семантичне значення та структурна оформленість зазвичай співвідносяться зі словниковою статтею. Однак у романах зустрічаємо авторські фразеологічні новотвори з антропонімами, котрі семантизують національності.

Обґрунтовані в праці теоретико-методологічні засади, висунуті припущення та результати емпіричного дослідження слугуватимуть системним базисом для подальшої наукової розробки питань із вивчення специфіки гендерного маркування фразеологізмів сучасної німецької мови. Перспективним вважається дослідження особливостей прагматизації третьої статі в різних типах дискурсу, латентних гендерних маркерів у семантиці й структурі.

СПИСОК НАУКОВИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеєва В. П., Кобелянська Л. С., Скорик М. М. Основи теорії гендеру. Київ: К. І. С., 2004. 536 с.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Ленинград: Изд-во ЛГУ, 1963. 263 с.
3. Антропова Н. А. К вопросу гендерно-корректного употребления немецкого языка. *Гуманитарный вектор. Серия: Филология, Востоковедение*. 2016. №3. С. 49–55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-genderno-korrektного-upotrebleniya-nemetskogo-yazyka> (дата звернення: 11.11.2020).
4. Ареф'єва Н. Г. Гендерні стереотипи у болгарській фразеології: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.03. Київ, 2010. 19 с.
5. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в русском и английском языках. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. 126 с.
6. Арутюнова Н. Д. В целом о целом в концептуализации действительности. *Логический анализ языка: Семантика начала и конца*. Москва, 2002. С. 3–18.
7. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1998. 896 с.
8. Архангельский В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке: основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1964. 315 с.
9. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской фразеологии. Москва: Учпедгиз, 1957. 295 с.
10. Бабкин А. М. Русская фразеология, ее развитие и лексикографическая разработка. Ленинград: [б. и.], 1968. 262 с.
11. Баран Я. А., Зимомря М. І., Білоус О. М. Фразеологія : знакові величини. Вінниця: Нова книга, 2008. 255 с.

12. Бежан-Вовк І. Гендерні дослідження: актуальні проблеми і перспективи розвитку. *Народна творчість та етнографія*. 2005. № 2. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/42969/06-Bezhan-Volk.pdf?sequence=1> (дата звернення: 24.06.2020).
13. Бехта І. А. Сучасні напрями вивчення художнього дискурсу. *Наукові записки Луганського національного університету імені Т. Шевченка*: збірник наукових праць. Серія: Філологічні науки. 2011. Том 1 (33). С. 244–255.
14. Билиця У. Я. Гендерна релевантність компаративних фразеологічних номінацій людини в англomовній картині світу. *Прикарпатський вісник НТШ. Слово*. 2015. № 2(30). С. 158–167. URL: file:///C:/Users/Mariia/AppData/Local/Temp/Pvntsh_sl_2015_2_17.pdf (дата звернення: 21.07.2020).
15. Біскуб І. П., Данильчук А. Л., Макарук Л. Л. Філософія, суспільство, мова. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 224 с.
16. Бовуар С. Второй пол. Санкт-Петербург: Азбука, 2017. 928 с.
17. Бобкова Т. В. Концепція колокацій: корпусний підхід. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2014. Т. 2, № 10. С. 42 – 45.
18. Бойко В. М. Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць з анімалістичним компонентом. *Література та культура Полісся*. Ніжин, 2007. Вип. 36. С. 3–9.
19. Брухаль Я. Б. Комунікативний підхід до вивчення публіцистичного дискурсу. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. Серія: Філологічні науки. 2014. Кн. 2. С. 23–28.
20. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики. *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. 1981. Т. 40, № 4. С. 333–342.
21. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. Москва: Наука, 1977. С. 140—161.

22. Висоцька Г. В. Фразеологічні засоби реалізації гендерних стереотипів. *Университетская наука. 2017: в 3 т.: тез. докл. междунар. науч.-техн. конф. (Мариуполь, 18–19 мая 2017 г.) / ГВУЗ «ПГТУ». Мариуполь, 2017. Т. 3. С. 154–155.*
23. Воротников Ю. Л. «Языковая картина мира»: трактовка понятия. *Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке: материалы II Всерос. науч.-практ. конф., г. Новокузнецк, 2009. С. 111–116.*
24. Гаврилова В. В. Теоретичні засади вивчення паремій. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. 2015. Вип. VII. С. 11–20.*
25. Гаврись В. Крылатые выражения и их роль в обогащении фразеологического состава современного немецкого языка: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04. Киев, 1971. 20 с.
26. Гайналь Т. О. Специфіка гендерної ідентичності. *Гілея: Філософські науки. 2011. Вип. 55. С. 286–290.*
27. Гак В. Г. К диалектике семантических отношений в языке. *Принципы и методы семантических исследований. Москва: Наука, 1976. С. 73–92.*
28. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення в процесі створення фразеологічних одиниць: на матеріалі німецької мови. Київ: Видавничий центр КДЛУ, 2000. 256 с.
29. Гамзюк Н. В. Междометные фразеологические единицы немецкого языка (опыт диахронического исследования): дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04. Киев 1993, 187 с.
30. Гамулець Д. Гендерний аспект у сербській фразеології. *Вісник Львівського університету. Серія: Філологічна. 2012. № 56. С. 219–226.*
31. Гапєєва І. М. Гендерні компоненти та засоби стереотипізації в українській фразеології. *Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 24. Т. 1. 2019. С. 61–65.*
32. Гапєєва І. М. Жіночі стереотипи в українських пареміях. *International Multidisciplinary Conference «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland». Wolomin, Republic of Poland, 19–20 October 2018. Vol. 4. Wolomin: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2018. С. 164–167.*

33. Гизатова Г. К. К вопросу об изучении фразеологических единиц в разных языках. *III Международные Бодуэновские чтения*. 2006. Т. 2. С. 154–156.
34. Гордій О. М. Корпусні лінгвістичні дослідження і фразеологія. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2014. Вип. 45. С. 14–17.
35. Гордій О. М. Фразеологічні експресиви і комунікативи як лінгвістичний феномен. *Studia methodologica*. Вип. 30. Тернопіль: Ред.-вид. відд. ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2010. С. 260–266.
36. Горошко Е. И. Гендерные исследования в языкознании (к проблеме становления метода. URL: <http://www.genderstudies.info/lingvo/lingvo1.php>. (дата звернення: 18.08.2020).
37. Горошко Е. И. Особенности мужского и женского вербального поведения: психолингвистический анализ: автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук. Москва, 1996. 27 с.
38. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании URL: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm> (дата звернення: 24.06.2020).
39. Горошко Е. И. Особенности мужского и женского стиля письма. *Гендерный фактор в языке и коммуникации*. Иваново, 1999. С. 28–41.
40. Горошко Е. Квир-лингвистика: нужна ли она отечественной лингвистической гендерологии? *Культура народов Причерноморья*. 2004. № 54. С. 245–252.
41. Гребенюк А. В. Типологія фразеологізмів з компонентом-фаунонімом. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2011. Вип. 6. С. 128–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2011_6_20 (дата звернення: 20.06.2020).
42. Гуо Х. Особенности дискурса художественного произведения. *Молодой ученый*. 2017. Вып. 20 (154). С. 483–486.
43. Гусева А. Е. Статус фразеологической картины мира в общей языковой картине мира. *Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития*:

сб. науч. труд. по материалам Междунар. научно-практ. конф., 29 марта 2013 г. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2013. Ч. 1. С. 39–43.

44. Гендерні дослідження: прикладні аспекти: монографія/за наук. ред.: В. П. Кравця. Тернопіль: Навч. кн.–Богдан, 2013. 448 с.

45. Денисенко С. Н. Фразообразование в немецком языке. Львов, 1988. 301 с.

46. Дискурс іноземної комунікації (колективна монографія)/за ред.: К. Кусько. Львів: Вид. Львів. нац. ун-ту ім. Івана Франка, 2001. 495 с.

47. Добровольский Д. О. Беседы о немецком слове. Москва: Языки славян. культуры, 2013. 752 с.

48. Дубравська З. Р. Зооніми як окремі лексичні одиниці та як компоненти сталих виразів. *Молодий вчений*. Березень, 2018. № 3.1 (55.1). С. 51–54. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/13.pdf> (дата звернення: 20.06.2020).

49. Дугин А. Социология пола. URL: <http://konservatizm.org/konservatizm/sociology/140509120251.xhtml> (дата звернення: 16.01.2013).

50. Дуйсекова К. К. Фразеологическая картина мира. *Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан*. 2006. № 6. С. 78–82.

51. Эмирова А. М. Русская фразеология в коммуникативном аспекте. Ташкент: Уқитувчи, 1988. 89 с.

52. Есперсен О. Философия грамматики; пер. с англ. В. В. Парсека, С. П. Софронова/под ред.: Б. А. Ильиша. Москва: Изд. иностр. лит., 1958. 329 с.

53. Загнітко А., Богданова І. Лінгвокультурологія: навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2017. 287 с.

54. Заграй Л. Теорія гендеру: гендерні дослідження у психології. Івано-Франківськ: ФОП Петраш К. Т., 2019. 254 с.

55. Захарова М. А. Гендерно маркированные фразеологические единицы и их функционирование в речи. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2007. № 519. С. 135–145.

56. Захарова У. С. Языковая репрезентация гендерных смыслов культурного измерения «маскулинность/фемининность» в русской и английской фразеологии. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 5. С. 499–503.
57. Земская Е. А. Городская устная речь и задачи ее изучения. *Разновидности городской устной речи: сб. науч. тр./под ред. Д. Н. Шмелева, Е. А. Земской*. Москва: Наука, 1988. С. 5–43.
58. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів: Вища шк., 1983. 160 с.
59. Зубач О., Лозицька М. MANN як соціокультурний конструкт у фразеологічній картині світу сучасної німецької мови. *Актуальні питання іноземної філології*. 2018. № 8. С. 99–104.
60. Зыкова И. В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии. Москва: Эдиториал УРСС, 2003. 232 с.
61. Иригарэ Л. Пол, который не единичен. *Гендерные исследования*. 1999. № 3. С. 64–70.
62. Івашкевич Л. С. Засоби вказівки на стать в сучасному німецькомовному юридичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. № 58. С. 3–5.
63. Капніна Г. І. Компаративні фразеологізми із зоонімічним компонентом у німецькій мові. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія: Мовознавство. 2013. Т. 21. Вип. 19(3). С. 69–72. URL: http://movoznavstvo.com.ua/download/pdf/2013_3/12.pdf (дата звернення: 20.06.2020).
64. Караулов Ю. Русский язык и языковая личность. Москва, 1987. 264 с.
65. Кирилина А. В. Возможности гендерного похода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации. 2003. URL: <http://www/gender-ryazan.ru/school/> (дата звернення: 24.06.2020).
66. Кириченко Е. В. Природа гендерной асимметрии в обществе сквозь призму социально-философской мысли. *Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение*. 2009. №2. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/priroda-gendernoy-asimmetrii-v-obschestve-skvoz-prizmu-sotsialno-filosofskoy-mysli-1> (дата звернення: 09.07.2020).

67. Киселева Л. А. Прагматические языковые единицы. Москва: Наука, 1998. 190 с.
68. Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковое существование современного горожанина: на материале языка Москвы. Москва: Языки славян. культур, 2010. 496 с.
69. Кияк Т. Р., Каменська О. І. Семантичні аспекти нормалізації термінологічних одиниць. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. 2008. № 38. С. 77–80.
70. Коваленко О. В., Рзаєва В. В. Функціонування зоосемізмів у фразеологізмах німецької та української мов. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2013. Вип. 2. С. 30–38.
71. Ковалик І. І. Про власні та загальні назви в українській мові. *Мовознавство*. 1977. № 2. С. 11–18.
72. Ковалик Ю. Теорія англійської ідіоматики: дефініції, ідеї, підходи. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологія*. Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73), березень. С. 35–37.
73. Ковшова М. Л. Культурно-національна специфіка фразеологічних одиниць (когнітивні аспекти): автореф. дис. на соискание научной степени канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 1996. 22 с.
74. Коломийська І. Особливості вживання фразеологічних одиниць у німецькомовному газетному тексті: гендерний аспект: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук. Запоріжжя, 2017. 23 с.
75. Комар Л. Ідіоматичність смислу фразеологічних одиниць. *Молодь і ринок*. 2010. № 11 (70). С. 154–157.
76. Корякина А. П. Проблема взаимосвязи феномена симуляции бытия и концепций исключения антропоморфности пола. *Вестник ВятГУ*. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vzaimosvyazi-fenomenu-simulyatsii-bytiya-i-kontseptsiy-isklyucheniya-antropomorfnosti-pola> (дата звернення: 09.07.2020).

77. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підруч. для студ. філол. спец. ВНЗ. 2.вид., виправл. і доповн. Київ: Вид. центр «Академія», 2006. 463 с.
78. Крикніцька І. Методологія аналізу англomовних фразеологізмів з кулінарним компонентом. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2018. Вип. 36. С. 171–175.
79. Крочук М. І. Гендерна рівність як складова загального принципу рівності. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2011. № 4. С. 464–471.
80. Кузь Г. Т. Вигуківі фразеологізми української мови: етнолінгвістичний та функціональний аспекти: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Чернівці, 2000. 187 с.
81. Кунин А. В. Английская фразеология (теоретический курс). Москва: Изд. «Международные отношения», 1970. 289 с.
82. Ластовкіна О. Е. До проблем понятійних категорій (мікрополе жіночої статі в сучасній німецькій мові). *Взаємодія одиниць різних рівнів германських, романських та слов'янських мов*. Київ: КДПШМ, 1991. С. 123–126.
83. Ластовкіна О. Е. Функціонально-семантична категорія статі в лінгвістичному і соціологічному аспектах (на матеріалі мікрополя жіночої статі в сучасній німецькій мові): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 1995. 22 с.
84. Лебеденко Ю. М. Лінгвокультурологічні особливості гендерно маркованих ФО. *STUDIA SLOBOZHANICA. Вісник виставково-музейного центру*. Вип. 3: матеріали міжнар. наук.-метод. конф. «Слобожанський гуманітарій 2017», 3 берез. 2017 р. Харків: ФОП Тарасенко В. П., 2017. С. 235–242.
85. Лембик С. О. Прояв гендерних особливостей у французькій фразеології. *Лінгвістичні дослідження*. 2013. Вип. 35. С. 34–37.
86. Лінгвокультурологія як інтегрована галузь мовознавства: наук.-доп. бібліограф. покажчик/упоряд. і бібліогр. ред. О. А. Дікунова; за ред. Г. М. Віняр. Кривий Ріг: Біб-ка Криворіз. держ. пед. ун-ту, 2017. 38 с.

87. Лозицька М. П. Властивості гендерно маркованих фразеологізмів у німецькій мові. *Філологія та лінгвістика у сучасному світі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 24–25 серпня 2018 р. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т, 2018. С. 42–44.

88. Лозицька М. П. Гендерно марковані фразеологізми з антропометризмами на позначення жінки у німецькій мові. *Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 24–25 січ. 2020 р. Одеса: Південноукр. орг. «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 62–65.

89. Лозицька М. П. Лінгвокультурний аспект прислів'їв з фемінінним компонентом у німецькій мові. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2018. Т. 2. Вип. 20. С. 72–76.

90. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка гендерно маркованих фразеологізмів з компонентом-зоонімом у сучасній німецькій мові. *Іноземна філологія*. 2019. Вип. 132. С. 16–25.

91. Лозицька М. П. Особливості гендерного маркування фразеологізмів сучасної німецької мови. *Virtus: Scientific Journal/Editor-in-Chief M. A. Zhurba*. December 2016. № 10. С. 153–157.

92. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка латентного вираження гендеру в сучасній німецькій фразеології. *International Scientific and Practical Conference «World Science»* (Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference «Scientific and Practical Results in 2016. Prospects for Their Development» (December 27–28, 2016, Abu-Dhabi, UAE)). January 2017. № 1(17). Vol. 5. С. 14–18.

93. Лозицька М. П. Синонімія гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *International Multidisciplinary Conference «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland»*, Wolomin, Republik of Poland, 19–20 October 2018. Wolomin: Baltija Publishing, 2018. С. 177–180.

94. Лозицька М. П. Особливості семантики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2013. № 9(1). С. 274–279.
95. Мартинюк А. П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: 10.02.04. К., 2006. 40 с.
96. Мартинюк А. П., Пищикова Е. В. Гендерні комунікативні стратегії в дискурсі. *Вісник Харківського державного університету*. Харків: Константа, 1999. № 424. С. 81–85.
97. Марценюк Т. О. Гендерна соціалізація як процес формування маскулінних та фемінінних ознак гендерної ідентичності. *Наукові записки НаУКМА/Національний університет «Києво–Могилянська академія»*. Т. 32: Соціологічні науки. Київ: Вид. дім «КМ Академія», 2004. С. 33–42.
98. Маслова В. А. Лингвокультурологія: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. Москва : Изд. центр «Академия», 2001. 208 с.
99. Маслова Ю. П. Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й закордоном. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2015. Вип. 57. С. 100–105.
100. Матейчик М. П. Оказіоналізми на позначення жіночої статі у творах сучасних німецьких авторів. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів, 14–15 трав. 2012 р. Т. 2. Луцьк: Волин. нац. ун-тет ім. Лесі Українки, 2012. С. 107–108.
101. Матейчик М. П. Особливості жіночої інтернет-комунікації на прикладі спілкування у соціальній мережі Facebook. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2012. Вип. 29. Т 3. С. 44–46.
102. Мацюк З. С. Аби болото, а жаби будуть... (на матеріалі західнополіської фразеології). *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*. 2013. № 11. Вип. 19. Т. 3. С. 121–127.

103. Мейзерська І. В. Корпусний підхід у сучасній лінгвістиці: перспективи і можливості застосування. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2014. Вип. 28. С. 53 – 58.

104. Мізін К. І. Лінгвокультурний концепт «Капці», або Ще раз про методологічно слабкі місця лінгвокультурології. *Мовознавство*. 2017. № 6. С. 16–29.

105. Мізін К. І. Нові напрями в українському мовознавстві: зіставна лінгвокультурологія. *Мовознавство*. 2012. № 6. С. 38–52.

106. Мізін К. І. Системні маркери компаративної фразеології крізь призму зіставлення (на матеріалі англійської, німецької, української та російської мов). *Мовознавство*. 2009. № 5. С. 60–70.

107. Мізін К. І. Усталені порівняння крізь призму артефактного коду культури: зіставно-лінгвокультурологічний аналіз (на матеріалі англійської, німецької, української та російської мов). *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2011. № 2. Філологічні науки. Ч. 1: Мовознавство. С. 24–27.

108. Мойсеєнко Л. А. Теоретико-методологічні засади фразеологічних досліджень. *Наукові записки. Серія: Філологічна*. 2013. Вип. 34. С. 160–162.

109. Мокиєнко В. М. Славянская фразеология. Москва: Высш. шк., 1980. 207 с.

110. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка. Ленинград: Наука, 1977. 283 с.

111. Мороз О. А. Гендерні стереотипи у фразеології (на матеріалі фразеологічних конотацій чоловічих і жіночих особових імен). *Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2010. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/genderni-stereotipi-u-frazeologiyi-na-materiali-frazeologichnih-konotatsiy-cholovichih-i-zhinochih-osobovih-imen> (дата обращения: 21.07.2020).

112. Нахапетова О. Номени на позначення родинних стосунків у мовленнєвій інтеракції українців. *Мова*. 2014. № 22. С. 48–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mova_2014_22_10 (дата звернення: 14.07.2020).
113. Негрич Н. Д. Поняття «ідіома» та «фразеологічна одиниця» – спільне та відмінне у лінгвістичному розумінні. *Наукові праці. Філологія. Мовознавство*. 2013. Вип. 207. Т. 219. С. 79–81.
114. Ожегов С. И. О структуре фразеологии (В связи с проектом фразеологического словаря русского языка). *Лексикология – Лексикография – Культура речи*. Москва, 1974. С. 182–219.
115. Олизько Н. С. Художественный дискурс как полилог автора, читателя и текста. *Вестник Челябинского государственного университета Филология. Искусствоведение*. 2011. № 33 (248). Вып. 60. С. 164–166.
116. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія/за ред. Л. Р. Наливайко, І. О. Грицай. Київ: Хай-Тек Прес, 2018. 348 с.
117. Остапович О. Я. Корпусний аналіз текстових електронних масивів у вивченні фразеології іноземних мов. *Методологічні принципи, практична аплікація, межі й застереження. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки*. 2008. № 5. С. 391–399.
118. Павленко Н. А. Гендер в структуре и семантике английских фразеологизмов-номинаций человека по характеру межличностных отношений. *Applied Linguistics: Scientific Journal*. U.K.: Oxford University Press. 2016. Issue 2(5). Vol. 37. P. 1297–1303.
119. Павліщева Я. О. Фразеологія як джерело гендерних стереотипів (на матеріалі англійської мови). *Наукові праці. Філологія. Мовознавство*. 2014. № 209. С. 64–67.
120. Пазяк М. М. Українські прислів'я та приказки: проблеми пареміології та пареміографії. Київ: Наук. думка, 1984. 203 с.
121. Паньків О. Б. Комунікативно-прагматичний аспект фразеологічних одиниць англійської мови. *Науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова*. 2009.

С. 234–237. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/3584/3/Pankiv.pdf> (дата звернення: 24.07.2020).

122. Пахолюк І. Гендерний аспект функціонування фразеологічних одиниць (на матеріалі німецькомовного видання *Die Zeit*). *Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія*. 2015. Вип. 740–741. С. 173–176.

123. Пелепейченко Л. Н. Многоуровневый характер отражения действительности в языковой картине мира. *Вісник Львівського університету. Серія: Філологічна*. Львів, 2000. Вип. 28. С. 87–95.

124. Першай А. Ю. Семантика гендера во фразеологии как полевая структура URL: <http://www.academia.edu/350857/> (дата звернення: 11.01.2013).

125. Першай А. Ю. Семантика пола: репрезентация гендерных отношений во фразеологии. Вильнюс: ЕГУ, 2014. 178 с.

126. Петрова К. С. Категорії фразеологічних одиниць за наявності у їх складі реалій з огляду на їх лінгвокультурний аспект. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2014. Вип. 26. С. 186–196.

127. Петрова Н. Д. Фразеотематическое поле зоосемизмов в современном английском языке: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04. Киев, 1983. 22 с.

128. Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении. Москва: Яз. славян. культуры, 2001. 544 с.

129. Пономарьова О. І. Гендерний аспект функціонування найменувань осіб за родом занять у фразеології української, англійської та німецької мов. *Науковий часопис НПУ ім. Н. П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов*. 2018. Вип. 16. С. 184–194.

130. Потебня А. А. Мысль и язык. Москва: ЛАБИРИНТ, 1999. 192 с.

131. Пруднікова А. О. Гендер у фразеологізмах із загальними іменами. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 9. Т. 1. С. 125–129. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/eng/archive/9/part_1/26.pdf (дата звернення: 21.07.2020).

132. Пташник М. И. Система реноминативных приемов в современном публицистическом дискурсе (на материале русского, английского и испанского

языков): автореф. дис. на соискание научной степени канд. филол. наук: 10.02.19. Ростов-на-Дону, 2010. 23 с.

133. Реалізація гендерної політики в управлінні освітою: навч.-метод. посіб./за заг. ред. Н. Г. Протасової. Запоріжжя: Друкар. світ, 2011. 176 с.

134. Райхштейн А. Д. Немецкие устойчивые фразы. Ленинград: Просвещение, 1971. 184 с.

135. Розгон В. Фразеологічні засоби номінації людини у східноподільських говірках. *Мовознавчий вісник. Збірник наукових праць* Вип. 12–13. URL: <http://surl.li/dpxs> (дата звернення: 24.06.2020).

136. Романюк Л. В. Лінгвопрагматичні аспекти дослідження української фразеології. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*. 2013. Т. 21. Вип. 19(3). С. 170–174. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumo_2013_21_19%283%29_28 (дата звернення: 16.07.2020).

137. Руснак В. І. Зоосемічні фразеологічні одиниці як носії національно маркованої вторинної номінації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2011. Вип. 19. С. 329–336. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2011_19_53 (дата звернення: 24.07.2020).

138. Садовой М., Бялик В. Фразеологічна картину світу vs. мовна картина світу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки [Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Серія: Філологічні науки*. 2019. Вип. 175. С. 112–115.

139. Сасина С. А. Прагматический потенциал фразеологических единиц профессионального и терминологического происхождения в английском и русском дискурсах. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2008. № 1. URL: <https://cutt.ly/Bfqn0sU> (дата звернення: 15.01.2020).

140. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти): монографія. Київ; Черкаси: Брама, 2004. 276 с.

141. Семенюк О. А. Художній дискурс як відображення авторської картини світу (лінгвокультурологічний підхід). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2019. Т. 30 (69), № 1. Ч. 2. С. 7–10.
142. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ: Наук. думка, 1973. 280 с.
143. Смирницкий А. И. Объективность существования языка. Москва: Изд. Моск. ун-та, 1954. 33 с.
144. Сулаймонова М. О гендерной специфике некоторых языковых единиц (на материале фразеологии немецкого языка). *Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки*. 2013. № 3 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-gendernoy-spetsifike-nekotoryh-yazykovyh-edinits-na-materiale-frazeologii-nemetskogo-yazyka> (дата звернення: 26.04.2020).
145. Тагиев М. Т. Глагольная фразеология современного русского языка. Опыт исследования фразеологических единиц по окружению. Баку: МААРИФ, 1970. 252 с.
146. Теля В. Н. О методологических основаниях лингвокультурологии. *Логика, методология, философия науки: материалы XI Междунар. конф.* Москва: Обнинск, 1995. С. 118–137.
147. Теля В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. Москва: Наука, 1981. 269 с.
148. Терлецька І. Гендерні аспекти політики: спроба синтезного аналізу. *Вісник КНТЕУ*. 2010. № 3. С. 77–85.
149. Тернова Н. В. Репрезентація гендерних стереотипів у «Фразеологічному словнику східнословобожанських і степових говірок Донбасу». *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*. 2014. Вип. 38. С. 59–64.
150. Тікан Я. Г., Ярмак Д. О. Фразеологічні засоби вираження культурної ідентичності представників англійської та української лінгвокультур. *Вісник НТУУ «КПІ». Філологія. Педагогіка*. 2017. № 10. С. 50–53.

151. Ткалич М. Г. Гендерна психологія. Київ: Академвидав, 2011. 248 с.
152. Топчий Л. Поняття «гендер» у контексті фразеології. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 31. Том 2. С. 283–287.
153. Тукачева Ю. С. Историко-философская интерпретация гендера. *Общество: философия, история, культура*. 2011. № 1–2. С. 70–77. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriko-filosofskaya-interpretatsiya-gendera> (дата звернення: 09.07.2020).
154. Ужченко Д. В. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: 10. 02. 01/Харк. держ. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2000. 18 с.
155. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. Луганськ: Альма-матер, 2005. 400 с.
156. Федіна О. В. Фразеосемантичне поле концепту людина в російській мові: функціонально-прагматичний аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук: 10.02.02. Дніпро, 2020. 28 с.
157. Федоренко Л. О. Модифікації структурного і семантичного складу фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 34. С. 193–197.
158. Фісяк І. Є. Гендерний аспект у семантиці фразеологізмів, що означають міжособистісні відносини. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. 2011. Вип. 58. С. 213–216.
159. Фразеология в языковой картине мира: когнитивно-прагматические регистры: сб. науч. тр. по итогам 4-й Междунар. науч. конф. по когнитивной фразеологии, г. Белгород, 26–27 марта 2019 г./под. ред. Н. Ф. Алефиренко, Е. Г. Озерова, К. К. Стебунова и др. Белгород: ООО «Эпицентр», 2019. 464 с.
160. Фролова І. Є., Омецинська О. В. Специфіка художнього дискурсу та його аспектів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2018. Вип. 87. С. 52–61.

161. Цыганкова Г. П. Психология гендерного воспитания в высшем колледже: учеб.-метод. пособие для студентов и кураторов учебных групп. Минск: МГВРК, 2009. 76 с.

162. Червінська Т. Квір-теорія в предметному полі гендерних досліджень: специфіка та концептуальні засади. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2015. № 4(29). С. 59–65.

163. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка. Москва: Высш. шк., 1970. 199 с.

164. Чорноус В. С., Вишньовський В. В. Гендерні стереотипи у професійній діяльності в Україні. *Актуальні задачі сучасних технологій*: матеріали VI Міжнар. наук.-техн. конф. молодих учених та студентів, м. Тернопіль, 16–17 лист. 2017. Тернопіль, 2017. С. 230–231.

165. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. Москва: Высш. шк., 1985. 231 с.

166. Шевченко Н. В. Гендерна ідентичність та гендерна соціалізація особистості підлітків. *Проблеми сучасної психології*. 2008. С. 362– 372. URL: <https://cutt.ly/vfqQImg> (дата звернення: 12.07.2020).

167. Alford R. Naming and identity: A cross-cultural study of personal naming practices. New Haven, 1988. 190 p.

168. Balzer B., Piñel R. Vorschlag eines klassifikatorischen Modells für Routineformeln psychosozialer Art. *Phraseologie: global, areal, regional*: Akten der Konferenz EUROPHRAS 2008 vom 13–16.8.2008 in Helsinki/hrsg. von J. Korhonen et al. S. 269–275.

169. Baudouin de Courtenay J. A Baudouin de Courtenay anthology: the beginnings of structural linguistics. Bloomington: Indiana University Press, 1972. 406 p.

170. Beatty-Martínez A. L., Dussias P. E. Revisiting masculine and feminine grammatical gender in Spanish: linguistic, psycholinguistic, and neurolinguistic evidence. *Front. Psychol* 10. 2019. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00751/full> (дата звернення: 12.07.2020).

171. Błaszowska H. Weibliche Personenbezeichnungen im Deutschen und Polnischen aus der Sicht der feministischen Sprachkritik. 2016. URL: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/17417/1/Blaszkowska_9788394601737.pdf (дата звернення: 24.06.2020).
172. Braun F., Pasero U. Kommunikation von Geschlecht. Pfaffenweiler: Centaurus-Verl.-Ges., 1997. 352 S.
173. Bui V. Gender language in modern advertising: An investigation. *Behavioral Sciences*. 2021. Vol. 2. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666518220300085> (дата звернення: 23.12.2020).
174. Bubenhofer N. Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse. Berlin; New York: De Gruyter, 2009. 404 S.
175. Büchler M. Kontrastive Analyse phraseologischer Einheiten mit Tierbezeichnungen im Russischen und Italienischen. *Europhras'95. Europäische Phraseologie im Vergleich. Gemeinsames Erbe und kulturelle Vielfalt*/hrsg. von W. Eismann. Bochum, 1998. S. 67–78.
176. Burger H. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen, 3., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2007. 240 S.
177. Burger H., Buchofer A., Sialm A. Handbuch der Phraseologie. Berlin; New York: de Gruyter, 1982. 433 S.
178. Bußmann H. Das Genus, die Grammatik und der Mensch: Geschlechterdifferenz in der Sprachwissenschaft. *Genus. Zur Geschlechterdifferenz in den Kulturwissenschaften*/H. Bußmann, R. Hof. Stuttgart, 1995. S. 114–160.
179. Butler J. Gender Trouble. Feminism and the Subvention of Identity. New York; London: Routledge, 1990. 172 p.
180. Cameron D. Performing gender identity: young men's talk and the construction of heterosexual masculinity. *Language and Masculinity*/S. Johnson, U. Meinhof. Oxford: Blackwell, 1997. P. 100–247.
181. Casal E. J., Kessler M. Form and rhetorical function of phrase-frames in promotional writing: A corpus- and genre-based analysis. *System*. Vol. 95, December 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.system.2020.102370> (дата звернення: 20.01.2021).

182. Coppock V., Haydon D., Richter I. The Illusion of «Post-Feminism». *New Women, Old Myths*. London: Taylor & Francis, 1995. 213 p.
183. Coulmas F. Routine im Gespräch. Zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik (= Linguistische Forschungen 29). Wiesbaden: Athenaion, 1981. 262 S.
184. Daniels K. Neue Aspekte zum Thema Phraseologie in der gegenwärtigen Sprachforschung. *Muttersprache*. 1976. № 86. S. 257–293.
185. Deaux K., Lewis L. L. Structure of gender stereotypes: Interrelationships among components and gender label. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1984. № 46(5). P. 991–1004.
186. Degele N. *Gender/Queer Studies*. Paderborn: Wilhelm Fink, 2008. 284 p.
187. Dembroff R. Beyond Binary: Genderqueer as Critical Gender Kind. *Philosophers' Imprint*. 2020. Vol. 20. № 9. P. 1–23. URL: <https://philpapers.org/archive/DEMBBG-2.pdf> (дата звернення: 06.09.2020).
188. Dietrich M. Gerechtigkeit gegenüber jedermann – Gerechtigkeit gegenüber allen Menschen. Sprachliche Gleichbehandlung am Beispiel der Verfassung des Landes Niedersachsen. *Die deutsche Sprache zur Jahrhundertwende. Sprachkultur oder Sprachverfall?*/Hrsg. K. M. Eichhoff-Cyrus, R. Hoberg. Mannheim: Dudenverlag, 2000. S. 192–223.
189. Dobrovol'skij D., Piirainen E. Symbole in Sprache und Kultur: Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive. Bochum: Brockmeyer, 1997. 485 S.
190. Dobstadt M., Fandrych Ch., Riedner R. Linguistik und Kulturwissenschaft. Zu ihrem Verhältnis aus der Perspektive des Faches Deutsch als Fremd- und Zweitsprache und anderer Disziplinen. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2015. 275 S.
191. Döge P., Kassner K., Schambach G. Schaustelle Gender: Aktuelle Beiträge sozialwissenschaftlicher Geschlechterforschung. Bielefeld: Kleine Verlag, 2004. 212 S.
192. Doleschal U. Movierung im Deutschen: Eine Darstellung der Bildung und Verwendung weiblicher Personenbezeichnungen. Unterschleissheim: Lincom Europa, 1992. 85 S.
193. Dundas T. A., Fisher S. *Gender and Discourse: The Power of Talk*. Norwood: Ablex Publishing Corporation, 1988. 304 p.

194. Dvorsky G., Hughes J. Postgenderism: Beyond the Gender Binary. 2008. URL: <https://ieet.org/archive/IEET-03-PostGender.pdf> (дата звернення: 09.07.2020).
195. Eagly A. H. Sex Differences in Social Behaviour: A Social-role Interpretation. Hillsdale; NJ: Erlbaum, 1987. 192 p.
196. Eckert R. Aktuelle Probleme der Phraseologieforschung. *Aktuelle Probleme der Phraseologie. Wissenschaftliche Beiträge der Karl-Marx-Universität Leipzig*. Leipzig, 1976. S. 7–26.
197. Eckes T. Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung*/hrsg. von R. Becker, B. Kortendiek. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 171–182. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_20 (дата звернення: 20.06.2020).
198. Elsen H. Das Tradieren von Genderstereotypen – Sprache und Medien. *Interculture journal*. 2018. Bd. 17. №. 30. S. 45–69.
199. Fernando Ch., Flavell R. On Idiom: Critical Views And Perspectives. *Exeter Linguistic Studies*. Vol. 5. Exeter: University of Exeter, 1981. P. 18–48.
200. Fiedler S. Phraseological borrowing from English into German: Cultural and pragmatic implications. *Journal of Pragmatics*. Vol. 113, May 2017. P. 89–102.
201. Fix U. Das Verhältnis von Syntax und Semantik im Wortgruppenlexem. Versuch einer objektivierten Klassifizierung und Definition des Wortgruppenlexems: Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades Doktor der Sprachwissenschaft. Leipzig, 1971. 238 S.
202. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. 2., durchges. und erg. Auflage. Tübingen: Niemeyer, 1997. 299 S.
203. Frauen Männer Geschlechterforschung/Hrsg. S. Scholz. Münster: Westfälisches Dampfboot, 2006. 349 S.
204. Gabriel U., Gygax P. Gender and linguistic sexism. *Language as social action*. Vol. 21. Advances in intergroup communication/H. Giles, A. Maass. Bern: Peter Lang Publishing, 2016. P. 177–192.
205. Gender Across Languages: Vol. 4./Hrsg. M. Hellinger, H. Motschenbacher. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2015. 415 p.

206. Gender-Studien: Eine Einführung/hrsg. von Ch. von Braun, I. Stephan. Stuttgart; Weimar: J. B. Metzger. 405 S.
207. Gerhards J. Geschlechtsklassifikation von Vornamen. *Berliner Journal für Soziologen*. 2003. № 1. S. 59–76.
208. Gormley S. Language and Gender. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*/James D. Wright. Amsterdam: Elsevier, 2015. P. 256–259.
209. Gottburgsen A. Kleiner Unterschied, große Wirkung: Die Wahrnehmung von weiblichem und männlichem Kommunikationsverhalten. *Adam, Eva und die Sprache*/hrsg. von K. M. Eichhoff-Cyrus. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2004. S. 27–41.
210. Gould C. Gender. Key Concepts in Critical Theory. New Jersey, 1997.
211. Gréciano G. Zur Aktivität der Phrasemkomponenten. Deutsch-französische Beobachtungen. *Sprichwörter und Redensarten im interkulturellen Vergleich*/hrsg. von A. Sabban. Opladen: Westdt. Verl., 1991. S. 66–82.
212. Guentherodt I., Hellinger M., Pusch L.F., Trömel-Plötz S. Richtlinien zur Vermeidung sexistischen Sprachgebrauchs. *Linguistische Berichte*. 1980. № 69. S. 15–21.
213. Gülich E., Henke K. Sprachliche Routine in der Alltagskommunikation. Überlegungen zu «pragmatischen Idiomen» am Beispiel des Englischen und des Französischen. *Die neueren Sprachen. Zeitschrift für Forschung, Unterricht und Kontaktstudium auf dem Fachgebiet der modernen Fremdsprachen*. 1980. 79/1. S. 2–33.
214. Gulnas U. Was der Volksmund in einem Sprichwort verpackt: moderne Aspekte des Sprichwortgebrauchs – anhand von Beispielen aus dem Internet. Bern: Peter Lang, 2005. 193 S.
215. Gustafsson Sendén M., Bäck E., Lindqvist A. Introducing a gender-neutral pronoun in a natural gender language: the influence of time on attitudes and behavior. *Frontiers in Psychology*. 2015. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4486751/> (дата звернення: 24.06.2020).

216. Gutiérrez Rubio E. Gender Stereotypes in Spanish Phraseology. *Multidisciplinary Journal of Gender Studies* 7(3). 2018. P. 1709–1735.
217. Halperin D. M. Saint Foucault: Towards a Gay Hagiography. Oxford: University Press, 1995. 246 p.
218. Handbuch. Interdisziplinäre Geschlechterforschung/Hrsg. B. Kortendiek, B. Riegraf, K. Sabisch. Wiesbaden: Springer, 2019. 1559 S.
219. Heinz K., Thiessen B. Feministische Forschung – Nachhaltige Einsprüche. Thiessen; Opladen: Leske+Budrich, 2003. 411 S.
220. Heller D. Idiomatik. *Lexikon der germanistischen Linguistik*/hrsg. von H. P. Althaus, H. Henne, H. E. Wiegand. Tübingen: Niemeyer, 1980. S. 180–187.
221. Hellinger M. Kontrastive feministische Linguistik: Mechanismen sprachlicher Diskriminierung im Englischen und Deutschen. München: Hueber, 1990. 176 S.
222. Hellinger M., Kremer M., Schräpel B. Empfehlungen zur Vermeidung von sexistischem Sprachgebrauch in öffentlicher Sprache. Hannover: Univ. Hannover, 1989. 17 S.
223. Hoffmann A. Protonamen und sprachliche Personalisierung Ungeborener. *Namen und Geschlechter. Studien zum onymischen Un/doing Gender*/hrsg. von D. Nübling, S. Hirschauer. Berlin: Walter de Gruyter GmbH, 2018. S. 73–102.
224. Hofmannová J. Zentrum und Peripherie der geschlechtsspezifischen Phraseologismen im Deutschen. Bedeutung und Aspekte ihrer Verwendung. 2018. <http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/year/2018/docId/47004> (дата звернення: 12.06.2020).
225. Hornscheidt A. Grammatik als Ort von Geschlechterkonstruktion. Eine kritische Analyse. *Kritische Differenzen – geteilte Perspektiven. Zum Verhältnis von Feminismus und Postmoderne*/Hrsg. A. Hornscheidt, G. Jähnert, A. Schlichter. Opladen: Springer, 1998. S. 140–173.
226. Hornscheidt A. Linguistik. *Gender-Studien. Eine Einführung*/Hrsg. Ch. Von Braun, I. Stephan. Stuttgart: J.B. Metzler, 2000. S. 276–289.

227. Hyvärinen I. Zur Abgrenzung und Typologie pragmatischer Phraseologismen. *Beiträge zur pragmatischen Phraseologie*/hrsg. von I. Hyvärinen, A. Liimatainen. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2011. S. 9–43.
228. Jespersen O. Language, its nature, development and origin. New York: Henry Holt & Company, 1922. 456 p. URL: https://pure.mpg.de/rest/items/item_2350913_3/component/file_2350912/content (дата звернення: 12.06.2020).
229. Kajfosz J. Das Sprichwort und das Weltbild. Eine semiotisch-hermeneutische Untersuchung. *Phraseologismen und Sprichwörter in der modernen deutschen Sprache*. Zlín: Univerzita Tomáše Bative Zlíně, 2010. S. 51–63.
230. Kapak J. Besonderheiten der Aktualisierung von geschlechtsspezifischen Phraseologismen im modernen deutschen Diskurs. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe, 2014. II (6), Issue 29. P. 14–16.
231. Kiyko Y. Medientexte aus fraktaltheoretischer Perspektive: deutsch-ukrainische Kontraste. Berlin: Peter Lang, 2020. 312 S.
232. Kauffer M. Phraseologismen und stereotype Sprechakte im Deutschen und im Französischen. *Linguistik online* 62, 5/13. S. 119 – 138. URL: https://www.linguistik-online.net/62_13/kauffer.pdf (дата звернення: 03.07.2020).
233. Khuzina E., Mukhtarova R. The Lexico-Semantic Analysis of the Common and Various in World of Gender Picture in the English and Tatar Linguistic Cultures. *Journal of History Culture and Art Research* 7(4). 2018. P. 214–222.
234. Klann-Delius G. Sprache und Geschlecht: Eine Einführung. Stuttgart: Verlag J. B. Metzger, 2005. 230 S.
235. Köhle-Hezinger Ch., Scharfe M., Wilhelm B. R. Männlich. Weiblich. Zur Bedeutung der Kategorie Geschlecht in der Kultur. Münster; New York; München; Berlin: Waxmann, 1999. 539 S.
236. Koller W. Redensarten. Linguistische Aspekte, Vorkommensanalysen, Sprachspiel. Tübingen: Walter de Gruyter, 1977. 229 S.

237. Kotthoff H. Kommunikative Fehlschläge zwischen Frauen und Männern. *Das Wort. Germanistisches Jahrbuch Deutschland – Sowjetunion*. Moskau, 1991. S. 42–50.
238. Kotthoff H., Nübling D., Schmidt C. *Genderlinguistik: Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2018. 393 S.
239. Krüger C. *Zur Repräsentation des Alter(n)s im deutschen Sprichwort*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2009. 231 S.
240. Kubelik T. *Genug gegendert! Eine Kritik der feministischen Sprache*. Jena: Projekte Verlag, 2015. 174 S.
241. Lakoff R. *Language and Woman's Place*. New York: Harper and Row, 1975. 328 p.
242. Lapinskas S. *Zu ausgewählten theoretischen Problemen der deutschen Phraseologie. Ein Lehrbuch für Studierende der Germanistik*. Vilnius: Vilniaus, 2013. 227 S.
243. Leitfaden für eine geschlechtergerechte Sprache in der Verwaltung. URL: https://www.berlin.de/.../flyer_geschlechtergerechte_sprache (дата звернення: 24.06.2020).
244. Lewandowska A. *Sprichwort-Gebrauch heute: ein interkulturell-kontrastiver Vergleich von Sprichwörtern anhand polnischer und deutscher Printmedien*. Bern: Peter Lang, 2008. 303 S.
245. Lewin M. *In the shadow of the past: Psychology portrays the sexes*. New York: Columbia University Press, 1984. 336 S.
246. Lozytska M. Genderasymmetrie in der deutschen Phraseologie. *Moderne Germanistik auf der Suche nach einer neuen Identität: interdisziplinär, interkulturel, international*: матеріали XXVI Міжнар. наук.-практ. конф. Асоціації українських германістів, м. Івано-Франківськ, 27–28 верес. 2019 р. Івано-Франківськ: Вид. Кушнір Г. М., 2019. С. 73–75.

247. Lüger H.-H. Pragmatische Phraseme: Routineformeln. *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung. Bd. 1.*/hrsg. von H. Burger et al. Berlin; New York: de Gruyter, 2007. S. 444–459.

248. Macrae C., Bodenhausen G. Attention and stereotyping: Cognitive constraints on the construction of meaningful social impressions. *European Review of Social Psychology*. 2000. № 1. B. 11. P. 145–175.

249. Majnusz-Stadnik M. Das schöne, aber schwache Geschlecht. Das Bild der Frau in der deutschen Phraseologie mit Vergleichsbeispielen aus der polnischen Sprache. *Die deutsche Sprache in kulturell mehrfach kodierten Räumen. Medien, Kultur, Politik*/Hrsg. M. K. Lasatowicz, J. Bogacki. Bern: Peter Lang, 2018. S. 137–148.

250. Mathieu N-C. Sexual, sexed and sex-class identities: three ways of conceptualising the relationship between sex and gender. *Sex in Question: French Material Feminism*/ed. D. Leonard, L. Adkins. London: Taylor & Francis, 1996. S. 87–157.

251. Mussner M. Sprichwörter mit Tierbezeichnungen im Komponentenbestand im Vergleich zwischen den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch und im Vergleich zu anderen satzwertigen Phraseologismen. URL: <https://cutt.ly/yp8uT2f> (дата звернення: 21.06.2020).

252. Namen und Geschlechter: Studien zum onymischen Un/doing Gender/hrsg. von D. Nübling, S. Hirschauer. Berlin: Walter de Gruyter GmbH, 2018. 328 S.

253. Nübling D. Von der ‚Jungfrau‘ zur ‚Magd‘, vom ‚Mädchen‘ zur ‚Prostituierten‘: Die Pejorisierung der Frauenbezeichnungen als Zerrspiegel der Kultur und als Effekt männlicher Galanterie? 2015. URL: <https://www.germanistik.uni-mainz.de/files/2015/03/Nubling-2011-Pejorisierung-Frauenbezeichnungen.pdf> (дата звернення: 24.06.2020).

254. Oelkers S. Naming Gender. Empirische Untersuchungen zur phonologischen Struktur von Vornamen im Deutschen. Frankfurt: Peter Lang, 2003. 316 S.

255. Paletschek S. Kinder, Küche, Kirche. *Deutsche Erinnerungsorte. Bd. 2.*/Hrsg. É. François, H. Schulze. München, 2001. S. 419–433. URL:

<https://freidok.uni-freiburg.de/fedora/objects/freidok:4725/datastreams/FILE1/content>

(дата звернення: 20.10.2020).

256. Palm C. *Phraseologie: Eine Einführung*. Tübingen: Narr, 1995. 130 S.
257. Pateman C. *The Sexual Contract*. Stanford: Stanford University Press, 2018. 264 p.
258. *Phraseologismen und Sprichwörter in der modernen deutschen Sprache*/hrsg. von S. Gester und L. Marek. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010. 110 S. URL: <https://cutt.ly/qoSP75x> (дата звернення: 06.07.2020).
259. Pilz K. *Phraseologie. Versuch einer interdisziplinären Abgrenzung, Begriffsbestimmung und Systematisierung unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Gegenwartssprache*. Göppingen: Kümmerle, 1978. 504 S.
260. Pober M. *Überlegungen zur geschlechtersymmetrischen Struktur eines Genderwörterbuches im Deutschen*. Würzburg: Koenigshausen & Neuman, 2007. 564 S.
261. Pusch L. F. *Alle Menschen werden Schwestern*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1990. 245 S.
262. Pusch L. F. *Das Deutsche als Männersprache*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1984. 324 S.
263. Rezanova Z. I., Khlebnikova A. L. Gender Metaphors in Russian and English Linguocultures: a Comparative Study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 8 December 2015. Vol. 215. P. 273–278.
264. Richardson D., Robinson V. *Introducing Gender und Women's Studies*. Houndmills; Basingstoke; Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2008. 291 p.
265. Röhrich L., Mieder W. *Sprichwort*. Band 154. Stuttgart: Metzger, 1977. 137 S.
266. Rothkegel A. *Feste Syntagmen. Grundlagen, Strukturbeschreibung und automatische Analyse*. Tübingen: Walter de Gruyter, 1973. 215 S.
267. Rybalskaya Y. Die matrilineare Familienstruktur in Julia Rabinowitschs Roman *Spaltkopf* oder: Wer ist eigentlich Bana Yaga Girl? *Zeitschrift für interkulturelle Germanistik*. 2016. Jahrgang 7. Heft 1. S. 97–114.

268. Samel I. Einführung in die feministische Sprachwissenschaft. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2000. 247 S.
269. Saussure de F. Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft/hrsg. von Ch. Bally, A. Sechehaye. 2. Auflage. Berlin, 2001. 521 S.
270. Showalter E. Speaking of Gender. Routledge: Chapman & Hall Incorporated, 1989. 335 p.
271. Sieburg H. Sprache – Genus/Sexus. Frankfurt am Main: Peter Lang, 1997. 231 S.
272. Sprachwandel und feministische Sprachpolitik: Internationale Perspektiven/hrsg. von M. Hellinger. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1985. 261 S.
273. Stanley L., Wise S. Breaking Out Again: Feminist Ontology and Epistemology. London: Routledge, 1993, 171 p.
274. Stathi K. Korpusbasierte Analyse der Semantik von Idiomen. *Linguistik-online* 27. 2006. № 2. URL: <https://core.ac.uk/reader/158975634> (дата звернення: 09.07.2020).
275. Stein S. Formelhaftigkeit und Routinen in mündlicher Kommunikation. *Wortverbindungen – mehr oder weniger fest*/hrsg. von Kathrin Steyer. Berlin [u.a.]: de Gruyter, 2004. S. 262–288.
276. Steinhauer A., Diewald G. Richtig gendern: Wie Sie angemessen und verständlich schreiben. Berlin: Duden, 2017. 120 S.
277. Stoller R. J. Sex and Gender; on the development of masculinity and femininity. New York: Science House, 1968. 400 p.
278. Stubbs M. Words and Phrases. Corpus Studies of Lexical Semantics. Oxford: Blackwell Publishing, 2001. 288 p.
279. Surur A.-H. Gendersensible Sprache. 2014. URL: https://erwachsenenbildung.at/themen/gender_mainstreaming/grundlagen/sprache.pp (дата звернення: 06.07.2019).
280. Tabukaschwili R. Ausdrucksmittel von geschlechtsspezifischen Stereotypen in der Jugendkommunikation. *Jugendsprachen/Youth Languages: Aktuelle Perspektiven*

internationaler Forschung/hrsg. von A. Ziegler. Berlin; Boston: Walter de Gruyter, 2018. S. 343–361.

281. Tannen D. *Gender and discourse*. New York; Oxford: Oxford University Press, 1994. 216 p.

282. Tarasova F. H., Kormiltseva A. L. The Gender Marked Phraseological Units Coding Female Intelligence in the Russian and English Languages. *IEJME—MATHEMATICS EDUCATION*. 2016. Vol. 11. №. 7. P. 2015–2024.

283. Tognini-Bonelli E. *Corpus Linguistics at Work*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2001. 236 p.

284. Trömel-Plötz S. *Gewalt durch Sprache. Die Vergewaltigung von Frauen in Gesprächen*. Frankfurt: Fischer. 1984. 405 S.

285. Trömel-Plötz S. *Frauensprache: Sprache der Veränderung*. München: Frauenoffensive, 1982. 320 S.

286. Van Dijk T. A. Cognitive Processing in Literature Discourse. *Poetics today*. 1979. B. 1. Issue 1–2. P. 143–159.

287. Wagner M., Schütze Y. *Verwandtschaft. Sozialwissenschaftliche Beiträge zu einem vernachlässigten Thema*. Stuttgart, 1998. 284 S.

288. Wallentin M. Gender differences in language are small but matter for disorders. *Handbook of Clinical Neurology*. 2020. Vol. 175. P. 81–102. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780444641236000072> (дата звернення: 12.12.2020).

289. Wayne L. Neutral Pronouns: A Modest Proposal Whose Time Has Come. *Canadian Woman Studies*. 2005. №24. P. 85–91.

290. Welter B. The Cult of True Womanhood: 1820–1860. *American Quarterly*. 1966. Vol. 18. №. 2. Part 1. P. 151–174.

291. West C., Zimmermann D. Doing Gender. *Gender and Society*. 1987. № 1. P. 125–151.

292. Wodak R. *Gender und Discourse*. London: Sage Publications, 1997. 303 p.

293. Wodak R. Gender and Language: Cultural Concerns. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*/ed. by J. D. Wright. Elsevier, 2015. P. 698–703.

294. Wotjak B. Routineformeln im Lernerwörterbuch. *Schreiben, Verstehen, Übersetzen, Lernen. Zu ein- und zweisprachigen Wörterbüchern mit Deutsch*/hrgs. von I. Barz, H. Bergenholtz, J. Korhonen. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2005. S. 371–387.

295. Wozniak J. Pragmatische Phraseologismen in ausgewählten Rechtstexten – ein Systematisierungsversuch. *Lingwistyka Stosowana* 22. 2/2017. S. 149–162. URL: www.ls.uw.edu.pl (дата звернення: 04.07.2020).

296. Williams J., Best D. Measuring Sex Stereotypes. A Multinational Study. Nebury Park: Sage Publications, 1990. 384 p.

297. Zakharova U. S. Language Representation of the «Masculinity/Femininity» Cultural Dimension Gender Values in Russian and English Phraseology. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Vol. 154, 28 October 2014. P. 499–503.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

298. Німецько-український словник лайливих слів/укладач О. Гаврилів. Львів: Априорі, 2005. 144 с.

299. Німецько-український фразеологічний словник/уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. Київ: Радянська школа, 1981. 797 с.

300. Шевченко З. В. Словник гендерних термінів. Черкаси: вид. Чабаненко Ю., 2016. 336 с.

301. Aphorismen.de: веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/FoDWcus> (дата звернення: 06.07.2020).

302. Brockhaus. Die Enzyklopädie in 24 Bänden. Leipzig; Mannheim: Brockhaus, 1998. B. 17. 736 S.

303. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, 2008. 816 S.

304. Deutsche Sprichwörter und Redewendungen: веб-сайт. URL: www.sprichwoerter.net (дата звернення: 05.07.2020).

305. Duden. Das große Buch der Zitate und Redewendungen/Brigitte Alsleben (Red.). Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverl., 2007. 838 S.

306. Herzog A., Michel A., Riedel H. Idiomatiche Wendungen von A–Z: Ein Übungsbuch für Anfänger und Fortgeschrittene. Berlin; München: Langenscheidt, 1993. 156 S.

307. Hessky R., Ettinger S. Deutsche Redewendungen. Ein Wörter- und Übungsbuch für Fortgeschrittene. Tübingen: Guter Narr Verlag. 327 S.

308. Köbler G. Deutsches Etymologisches Wörterbuch. 1995. URL: <http://www.koeblergerhard.de/derwbhin.html> (дата звернення: 12.03.2019).

309. Krause J. Klappe zu, Affe tot: Woher unsere Redewendungen kommen. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2010. 222 S.

310. Küpper H. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. Stuttgart: Klett, 1990. 959 S.

311. Lexikon der Redensarten/hrgs. von K. Müller. Gütersloh: Bertelsmann Lexikon Verlag, 1994. 781 S.

312. Lexikon für Redewendungen: веб-сайт. URL: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (дата звернення: 24.06.2020).

313. Online-Lexikon zur diachronen Phraseologie: веб-сайт. URL: <https://www.oldphras.net/web/> (дата звернення: 24.06.2020).

314. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Band 1–5. Freiburg; Basel; Wien: Herder spektrum, 2001. 1910 S.

315. Schemann H. Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. Göttingen: Walter de Gruyter, 2011. 1037 S.

316. Wörterbuch der westmünsterländischen Mundart. URL: <http://neon.niederlandistik.fu-berlin.de/de/plattdeutsch/wb?buchstaben=M> (дата звернення: 01.07.2020).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

317. DWDS-Korpus. URL: <https://www.dwds.de/r> (дата звернення: 22.07.2020).

318. Lind H. Das Weibernetz. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1997. 361 S.
319. Lind H. Der gemietete Mann. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1999. 442 S.
320. Lind H. Ein Mann für jede Tonart. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1989. 287 S.
321. Lind H. Männer sind wie Schuhe. München: Diana Verlag, 2013. 384 S.
URL: <https://www.randomhouse.de/Taschenbuch/Maenner-sind-wie-Schuhe/Hera-Lind/Diana/e414394.rhd> (дата звернення: 17.07.2020).
322. Lind H. Mein Mann, seine Frauen und ich. München: Diana Verlag, 2017. 400 S.
323. Timm U. Am Beispiel meines Bruders. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2007. 162 S.
324. Timm U. Die Entdeckung der Currywurst. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2009. 187 S.
325. Timm U. Rot. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2009. 394 S.
326. Timm U. Von Anfang und Ende: Über die Lesbarkeit der Welt. Köln: Kiepenhauer & Witsch, 2009. 143 S.
327. Tönnies S. SVM-Niederlage haut stärksten Eskimo vom Schlitten. *Nordwest Zeitung-Online*. 24.04.2017. URL: https://www.nwzonline.de/cloppenburg/lokalsport/svm-niederlage-haut-staerksten-eskimo-vom-schlitten_a_31,2,3745281837.html (дата звернення: 28.07.2020).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях з філології, включених до переліку, затвердженого МОН України:

1. Лозицька М. П. Особливості семантики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2013. № 9(1). С. 274–279.
2. Зубач О., Лозицька М. MANN як соціокультурний конструкт у фразеологічній картині світу сучасної німецької мови. *Актуальні питання іноземної філології*. 2018. № 8. С. 99–104 (дисертантці належить збір, обробка та аналіз матеріалу).
3. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка гендерно маркованих фразеологізмів з компонентом-зоонімом у сучасній німецькій мові. *Іноземна філологія*. 2019. Вип. 132. С. 16–25.
4. Лозицька М. П. Особливості гендерно маркованих фразеологізмів із маскулінними антропометричними компонентами в німецькій мові. *Актуальні питання іноземної філології*. 2020. № 13. С. 105–110.

Стаття в зарубіжному науковому періодичному виданні, включеному до міжнародних наукометричних баз даних:

5. Lozytska M. Die Abbildung von Genderstereotypen in der deutschen Phraseologie. *Zielsprache Deutsch*. 2020. № 47 (2). S. 43–59.

Статті та тези апробаційного характеру:

6. Матейчик М. П. Оказіоналізми на позначення жіночої статі у творах сучасних німецьких авторів. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів, 14–15 трав. 2012 р. Т. 2. Луцьк: Волин. нац. ун-тет ім. Лесі Українки, 2012. С. 107–108.
7. Лозицька М. П. Особливості гендерного маркування фразеологізмів сучасної німецької мови. *Virtus: Scientific Journal*/Editor-in-Chief M. A. Zhurba. December 2016. № 10. С. 153–157.

8. Лозицька М. П. Властивості гендерно маркованих фразеологізмів у німецькій мові. *Філологія та лінгвістика у сучасному світі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 24–25 серпня 2018 р. Запоріжжя: Класичний приватний ун-т, 2018. С. 42–44.

9. Лозицька М. П. Гендерно марковані фразеологізми з антропометризмами на позначення жінки у німецькій мові. *Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 24–25 січ. 2020 р. Одеса: Південноукр. орг. «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 62–65.

10. Лозицька М. П. Національно-культурна специфіка латентного вираження гендеру в сучасній німецькій фразеології. *International Scientific and Practical Conference «World Science»* (Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference «Scientific and Practical Results in 2016. Prospects for Their Development» (December 27–28, 2016, Abu-Dhabi, UAE)). January 2017. № 1(17). Vol. 5. С. 14–18.

11. Лозицька М. П. Синонімія гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *International Multidisciplinary Conference «Science and Technology of the Present Time: Priority Development Directions of Ukraine and Poland»*, Wolomin, Republik of Poland, 19–20 October 2018. Wolomin: Baltija Publishing, 2018. С. 177–180.

12. Лозицька М. П. Лінгвокультурний аспект прислів'їв з фемінінним компонентом у німецькій мові. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2018. Т. 2. Вип. 20. С. 72–76.

13. Lozytska M. Genderasymmetrie in der deutschen Phraseologie. *Moderne Germanistik auf der Suche nach einer neuen Identität: interdisziplinär, interkulturel, international*: матеріали XXVI Міжнар. наук.-практ. конф. Асоціації українських германістів, м. Івано-Франківськ, 27–28 верес. 2019 р. Івано-Франківськ: Вид. Кушнір Г. М., 2019. С. 73–75.

**КОРПУС ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ**

Заручини, одруження, життя в шлюбі

1. auf Abbruch heiraten – одружитися, розраховуючи на швидку смерть багатого нареченого чи нареченої (розм., фам.);
2. auf Brautschau gehen – підшукувати наречену (розм., жарт.);
3. auf Freiersfüßen gehen/wandeln – вирушати на пошуки нареченої;
4. auf Hasenjagd gehen – полювати на жінку з метою отримання сексу (розм. фам., рідко);
5. Besser heiraten als flirten – краще женитися, ніж волочитися (прик.);
6. das Jawort erhalten – дістати згоду на шлюб (висок.);
7. den Bund fürs Leben schließen – пошлюбитися;
8. den Korb einstecken – змиритися з відмовою (розм.);
9. den Pantoffel führen (schwingen) – верховодити, керувати в домі (про жінку) (розм.);
10. den Vater der Braut um Segen und Einverständnis bitten – просити руки, робити пропозицію одруження;
11. der/die Angebetete sein – коханий/кохана;
12. die Braut zum Altar führen – вести наречену до вівтаря;
13. die Cour machen – залицятися (заст.);
14. die Ehe scheiden (auflösen, trennen) – розірвати шлюб;
15. die Ehe schließen (vollziehen, eingehen) – одружитися;
16. die Ehe vollziehen – мати статевий контакт (рідко, заст.);
17. die Hand zum Ehebund reichen – одружитися;
18. die Ringe tauschen/wechseln – обмінятися обручками;
19. Ehebruch treiben – зраджувати чоловіка чи дружину;
20. Ehen werden im Himmel geschlossen – судженого конем не об’їдеш (присл.);
21. ein Auge auf jemanden werfen – покласти око на когось (розм.);
22. ein Baby/Kind in die Welt setzen/zur Welt bringen – народити дитину;

23. ein Kind unter dem Herzen tragen – носити дитя під серцем (висок.);
24. ein Pantoffelheld sein – бути жіночим догідником (розм.);
25. ein Schäferstündchen haben – зустріч інтимного характеру;
26. ein Schürzenjäger sein – бігати за кожною спідницею;
27. ein Süßholzaspler sein – бути жіночим догідником, фліртувати з багатьма жінками (розм.);
28. ein Verhältnis mit jemandem haben – мати з кимось любовні стосунки;
29. ein Weib nehmen – одружитися;
30. ein Weiberknecht sein – бути під черевиком у дружини (розм.);
31. eine Ehe brechen/Ehebruch treiben – порушити подружню вірність, зрадити;
32. eine Ehe zur linken Hand – морганатичний шлюб; нерівний шлюб;
33. eine Familie gründen – одружитися;
34. eine gute Ehe führen (in glücklicher Ehe leben) – мати щасливе подружнє життя;
35. eine gute Partie machen – одружитися з багатим партнером; вступати в стосунки із заможною людиною;
36. eine Schnecke angraben/anbaggern – залицятися до дівчини (розм. фам);
37. einem Kind das Leben schenken – подарувати дитині життя;
38. einen Braten in die Röhre schieben – зробити жінку вагітною (розм., груб.);
39. einen Korb geben – дати відкоша (відхилити пропозицію одруження) (розм.);
40. einen Korb kriegen/bekommen – отримати відмову (дослівно – отримати кошик) (розм.);
41. einer Frau einen Heiratsantrag machen – зробити жінці пропозицію руки та серця;
42. es auf jemanden abgesehen haben – спокушати когось, хотіти з кимось одружитися;
43. etwas mit jemandem am Laufen haben – мати з кимось любовні стосунки (розм.);
44. gesegneten Leibes sein – бути вагітною (заст.);
45. hinter jedem Kittel herlaufen – бігати за кожною спідницею (розм., зневажл.);
46. hinter jedem Rock her sein – бігати за кожною спідницею (розм.);

- 47.hinter jeder Schürze herlaufen – бігати за кожною спідницею (розм., заст.);
- 48.im Ehehafen landen – знайти тиху пристань, одружитися (жарт.);
- 49.in anderen/gesegneten Umständen sein – бути вагітною (евфем.);
- 50.in den Ehehafen/Hafen der Ehe einlaufen – одружитися;
- 51.in den Ehestand treten – побратися;
- 52.in den heiligen Stand der Ehe treten – одружитися;
- 53.in den Wehen liegen – мати перейми;
- 54.in die Wehen kommen – відчувати передродові перейми;
- 55.jedem Rockzipfel nachjagen – бігати за кожною спідницею (розм., рідко);
- 56.jemand hat jemanden zur Frau – бути одруженим з кимось;
- 57.jemandem die Hand fürs Leben reichen/geben – одружуватися;
- 58.jemandem die Unschuld rauben/nehmen – позбавляти цноти;
- 59.jemandem schöne Augen machen – фліртувати, закохано на когось дивитись;
- 60.jemanden becircen/bezirzen – спокушати когось;
- 61.jemanden durch die Hecke ziehen – мати статевий зв'язок з жінкою (розм., грубо);
- 62.jemanden jemandem zur Frau geben – видати заміж;
- 63.jemanden ranlassen – погодитися на статевий контакт (як жінка) (розм.);
- 64.jemanden vom Fleck weg nehmen/auswählen/engagieren/heiraten – одружитися з кимось, довго не роздумуючи (заст.);
- 65.jemandes bessere Hälfte – чоловік, дружини (розм., жарт.);
- 66.jemandes Olle/Oller sein – чоловік/ дружина (розм., грубо, часто зневаж.);
- 67.jmdn. den Hof machen – залицятися;
- 68.j-n unter dem Pantoffel haben – тримати когось під черевиком (розм., фам.);
- 69.j-n unter den Pantoffel bringen – підкорити собі (напр., чоловіка) (розм., фам.);
- 70.Jung gefreit, hat nie gereut – хто рано оженився, той не помилився (присл.);
- 71.kein Kostverächter sein – охоче фліртувати;
- 72.Liebe machen – мати статевий контакт;
- 73.mein Gatterich – мій чоловік (розм., рідко, жарт.);
- 74.mein Herr und Meister/Gebieter – мій чоловік (розм., жарт.);

- 75.mit den Augendeckeln/Wimpern klimpern – кокетувати, фліртувати (розм., грубо);
- 76.mit jemandem anbändeln/anbandeln – починати несерйозний любовний зв'язок (розм.);
- 77.mit jemandem in die Kiste hüpfen / springen / steigen – мати статеві зносини з кимось (розм.);
- 78.mit jemandem Verkehr haben – мати статевий контакт;
- 79.mit j-m vor den Altar treten – повінчатися (висок.);
- 80.mit Hörnern krönen – наставити роги (зрадити подружнього партнера);
- 81.Mutterfreuden entgegensehen – готуватися стати матір'ю (висок.);
- 82.rangehen wie Blücher – грубо фліртувати (розм.);
- 83.rangehen wie Hektor an die Buletten – грубо фліртувати (розм., грубо);
- 84.sich/etwas jemanden anlachen – мати з кимось любовні стосунки (розм.);
- 85.sich an jemanden ranmachen – прагнути стосунків з кимось (розм., грубо);
- 86.sich an jemanden ranschmeißen/heranschmeißen/ranwerfen/heranwerfen – добиватися когось (розм., грубо);
- 87.sich das Jawort geben – сказати «так», відповісти згодою на пропозицію одруження (висок.);
- 88.sich eine Frau nehmen – одружитися;
- 89.sich einen Goldfisch angeln – шукати (дослівно – піймати на вудочку) багату наречену (розм.);
- 90.sich ins Joch der Ehe beugen – надіти на себе шлюбне ярмо (жарт.);
- 91.Süßholz raspeln – фліртувати, робити перебільшені компліменти, підлещуватися (розм., грубо, часто жарт.);
- 92.um die Hand einer Frau anhalten/bitten – просити руки;
- 93.unter dem Pantoffel stehen – бути в жінки під черевиком (розм., фам.);
- 94.unter den Pantoffel kommen (geraten) – опинитися у жінки під черевиком (розм., фам.);
- 95.unter die Haube kommen – одружитися (розм.);

96. vom Storch gebissen worden sein/Der Storch hat sie ins Bein gebissen – бути вагітною (розм., жарт., заст.);
97. Wenn Eheleut' haben einen Sinn, so tragen sie alles Unglück hin – нащо клад, коли в сім'ї лад (присл.);
98. zarte Bande knüpfen – починати любовні стосунки;
99. zarte Fäden spinnen – залицятися, фліртувати (рідко, висок.);
100. zur Ehe geben – віддати заміж;
101. eine Heirat schließen – одружитися;

Антропометричні компоненти

100. alte Jungfrau – манірний чоловік;
101. Jungfrau der Arbeit – ледар;
102. Dame in Schwarz / schwarze Dame – третейський суддя (про жінку);
103. Dame vom Dienst/öffentliche Dame/Dame des leichten Gewerbes/käufliche Dame/Dame vom ambulanten Gewerbe/vorübergehende Dame/eindeutig zweideutige Dame/Dame der zehnten Muse/tippelnde Dame/Dame minderen Gewichts/Dame vom Strich/Dame mit dem unaussprechlichen Namen/Dame des öffentlichen Dienstes/professionelle Dame/Dame von der flotten Zunft/schräge Dame/leichte Dame – повія;
104. Dame der Lüfte/fliegende Dame – стюардеса;
105. Den Dank, Dame, begehre ich nicht – Подяки, пані, я не потребую;
106. meine alte Dame – мама;
107. Dame von der Stange – жінка зі стандартною зовнішністю без ознак індивідуальності;
108. späte Dame – стара діва;
109. möblierte Dame – мешканка вмебльованої кімнати;
110. synthetische Dame – трансвестит;
111. Dame spielen – бути трансвеститом;
112. Damen der Halle – продавчиня на базарі;

113. weiße Dame – теща / свекруха (первинне значення – «привид»);
114. Dame ohne Alter – жінка, що розміняла четвертий десяток;
115. klamme Braut – несимпатична дівчина;
116. verkaufte Braut – дівчина, яку залишив наречений;
117. 120 kleine Mädchen – їхати зі швидкістю 120 км/год;
118. alle für einen Mann – усі за одного;
119. alle Mann – усі разом (розм.);
120. alle Mann hoch – усі (розм.);
121. alle wie ein Mann – усі;
122. alter Bursche – друзяка (розм., фам.);
123. alter Junge – друже (розм., фам.);
124. Amme spielen – бути нянькою, панькатися (розм., ірон.);
125. angesäuert wie eine alte Jungfer – засмучений, невдоволений, сердитий як стара діва (розм.);
126. auf den alten Mann sparen – заощаджувати на старість;
127. Das ernährt seinen Mann! – Це приносить достатньо доходу!
128. Das ist ein Kerl! – Оце хлопець! Хоч куди козак! (розм.);
129. das Mädchen für alles – людина, на яку звалюють усі обов'язки (хлопчик на побігеньках) (ірон.);
130. den großen (starken) Mann markieren (spielen) – гнути кирпичу (розм.);
131. den großen Herrn spielen - удавати з себе великого пана;
132. den toten Mann machen – нерухомо лежати на спині (у воді);
133. den wilden Mann spielen – скандалити, бешкетувати (розм, зневажл.);
134. der böse Bube sein – людина, що винна у всьому (розм.);
135. Der brave Mann denkt an sich selbst zuerst – Добрий чоловік думає про себе в останню чергу (крил. вираз);
136. Der brave Mann denkt an sich selbst zuletzt – Добрий чоловік думає про себе в першу чергу (крил. вираз);
137. Der große Mann brauche überall viel Boden – великій рибі в глибокій воді плавати (присл.);

138. der Herr der Lage sein – тримати ситуацію під контролем;
139. der Herr im Haus/Hause sein – бути господарем в домі, здійснювати владу;
140. der kleine Mann (von/auf der Straße)/der Mann von der Straße – середньостатистичний громадянин (розм.);
141. der kommende Mann – перспективна людина, майбутнє світило;
142. der Mann fürs Grobe sein – особа, що вирізняється жорстким підходом до дій, бере на себе неприємні завдання;
143. der Mann meiner Träume – бажаний чоловік;
144. der rechte (richtige) Mann (an der rechten Stelle) – підходяща людина;
145. der schwarze/Schwarze Mann – зла людина (заст.);
146. die angetraute Frau – законна дружина (жарт.);
147. die Dame seines Herzens/der Mann ihres Herzens – дама його серця/чоловік її серця;
148. Die Frau/das Auto/Pferd hat Rasse – жінка/авто/кінь – дуже темпераментні (розм., заст.);
149. die Frau fürs Grobe sein – жінка, що вирізняється жорстким підходом до дій, бере на себе неприємні завдання;
150. die Frau im Hause – господиня дому;
151. die Frau meiner Träume – бажана жінка;
152. Die Frau tut es dem Manne gleich – куди голка, туди й нитка, куди чоловік, туди й жінка (присл.);
153. die große alte Dame des... – досвідчена у певній галузі особа;
154. die Herren der Schöpfung – сильна стать (іронічно);
155. die Herren von Ar und Halm – хлібороби;
156. die weise Frau – чаклунка, відьма (у казках);
157. die Weiße Frau – привид;
158. ein Allroundman/Allroundmann/Allround-Mann/Allrounder sein – всесторонньо обдарована особа (розм.);
159. ein alter Knabe – старий, старина (розм., фам.);

160. ein Prügelknabe sein – хлопчик для биття;
161. ein ausgekochter Junge – бувалий хлопчина, пройда (розм. фам);
162. ein ausgepichter Kerl – пройдисвіт (розм.);
163. ein besonders weiser Knabe – всезнайка (насмішка);
164. ein betagter Knabe – старший чоловік;
165. ein blauer Junge – матрос (розм.);
166. ein dicker Bursche – важка бойова броньована машина;
167. ein fixer Junge – молодець (розм. фам.);
168. ein fixer Kerl – молодець, хлопець хоч куди (розм.);
169. ein ganzer Kerl – вправний/сміливий/у повній бойовій готовності чоловік (розм.);
170. ein ganzer Mann – цільна людини, цільна натура;
171. ein gefallenes Mädchen – жінка із заплямованою репутацією (заст.);
172. ein gelieferter Mann – пропаща людина;
173. ein gemachter Mann – людина з достатками (розм.);
174. ein geriebener (gerissener, durchtriebener) Kerl – пройдисвіт, бита голова, бувалий хлопець (розм.);
175. ein geschlagener Mann – переможена, зломлена людина;
176. ein gestandener Mann/eine gestandene Frau sein – зрілий чоловік/жінка;
177. ein gesunder Junge – прагматик;
178. ein halbwüchsiger Knabe – підліток (розм.);
179. ein hergelaufener Kerl – зайда, чужинець (розм.);
180. ein kaputter Typ/eine kaputte Type sein – асоціальний, душевно хворий (розм., знев.);
181. ein Kerl wie ein Schrank – кремезний чоловік (розм.);
182. ein kesser Knabe – старший чуттєвий чоловік;
183. ein kleiner Mann – маленька людина, дрібнота;
184. Ein kleiner Mann ist auch ein Mann – хоч і ликом шитий, та мужчина (присл.);

185. ein Klotz von einem Mann (von einer Frau) – груба, неотесана людина; бовдур (розм.);
186. ein komischer Knabe – дивак (розм.);
187. ein leichtes Mädchen – молода шльондра (розм.);
188. ein Mädchen an den Mann bringen – віддати дівчину заміж (розм.);
189. ein Mädchen ohne Anhang – дівчина без жениха (розм.);
190. ein Mann aus (von) grobem Schrot – людина крем'яної вдачі (розм.);
191. ein Mann / eine Frau der ersten Stunde – особа, що із самого початку все вирішувала;
192. ein Mann der Feder – людина пера, літератор;
193. ein Mann der Form – людина, що дотримується правил пристойності; вихована людина;
194. ein Mann der Öffentlichkeit – громадський діяч;
195. ein Mann des Friedens – борець за свободу;
196. ein Mann des Tages – герой дня (розм.);
197. ein Mann des Todes – людина приречена на смерть (висок.);
198. Ein Mann ist kein Mann (ein Mann allein kann das Feld nicht behaupten) – один у полі не воїн (присл.);
199. ein Mann mit zugeknöpften Taschen – 1. Скупа людина; 2. Нечула людина (розм.);
200. Ein Mann ohne Frau ist wie ein Baum ohne Laub und Zweige – чоловік без жінки, як хата без даху (присл.);
201. ein Mann vom Leder – людина фізичної праці;
202. ein Mann von Bedeutung (von Einfluß) – впливова людина;
203. ein Mann von Eisen – людина залізної волі;
204. ein Mann von Erfahrung – досвідчена людина;
205. ein Mann von Fach – фахівець; 41
206. ein Mann von Format – велика людина, сильна постать; 42
207. ein Mann von Geist – людина великого розуму, дотепна людина; 41
208. ein Mann von Kopf – людина з розумом; 41

209. ein Mann von Namen – людина з ім'ям, популярна людина; 41
210. ein Mann von Phantasie – людина з багатою фантазією; 41
211. ein Mann von Rang und Würden – людина з видатним становищем; 41
212. ein Mann von Talent – талановита людина; 41
213. ein Mann von Welt – світська особа (частіше про чоловіка);
214. ein Mann von Wort – людина слова (висок.);
215. ein Mann, ein Wort – давши слово – держись, а не давши – кріпись (присл.); 42
216. ein Mann, ein Wort, – eine Frau, ein Wörterbuch – чоловіки говорять коротко і по суті, жінки – багатослівні;
217. ein Mann/Kerl wie ein Baum – міцний чоловік;
218. ein mieser Typ/eine miese Type – несимпатичний, безхарактерний, підлий чоловік;
219. ein nasser Knabe – 1) недосвідчений молодий чоловік, який вдає із себе дорослого; 2) п'яниця;
220. ein reifer Knabe – старий подружній чоловік;
221. ein sauberer (netter) Bursche – нічого собі молодчик! (през.);
222. ein schwerer Bursche – тяжкий злочинець, неодноразово засуджений (розм. фам.);
223. ein schwerer Junge – карний злочинець (розм. фам.);
224. ein spätes Mädchen – стара дівка (розм., жарт.);
225. ein starker Bursche (ein Baum von einem Burschen) – здоровенний парубійко;
226. ein strammer Junge – здоровий, міцний хлопець;
227. ein Waschlappen von einem Mann – квач, а не людина (розм., зневаж.);
228. eine Frau dick machen – зробити жінці дитину (розм., грубо);
229. eine Frau von Welt – світська особа (про жінку);
230. eine grüne Witwe – жінка, що часто лишається сама в сільській місцевості, у той час як її чоловік працює в місті;

231. eine politische Witwe – означає жінку, якій чоловік не приділяє достатньої уваги у зв'язку зі своєю активною політичною кар'єрою;
232. eine schräge Type/ein schräger Typ sein – капризна, підозріла людина (розм.);
233. eine Strohwitwe/ein Strohwitwer sein – «солом'яний вдівець/ вдова» (коли подружнього партнера часто нема вдома) (розм.);
234. einen bösen Buben verhaften – побити валета більшою картою (гра в карти);
235. einen Hampelmann aus jemandem machen/jemanden zu einem Hampelmann machen – робити когось залежним від себе, безпорадним;
236. einen kleinen Mann im Ohr haben – бути несповна розуму (розм., фам.);
237. einer Sache Herr werden – отримати контроль над чимось, подолати труднощі;
238. der Herr seiner Gefühle sein – тримати почуття під контролем; володіти собою;
239. eines Mannes Rede ist keines Mannes Rede – варто вислухати і іншу сторону (у суперечці) (присл.);
240. etwas an den Mann (oder die Frau) bringen – успішно продати, поширити серед людей;
241. ewige Braut – багаторічна наречена (коли заручини тривають роками);
242. feste Braut – наречена;
243. Frau auf Abruf – дружина, чоловік якої приїздить додому лише на вихідні;
244. Frau auf Zeit – легковажна жінка;
245. Frau Base – кумася (розм.);
246. Fräulein Flügel – вулична повія;
247. Fräulein Meier – гомосексуаліст;
248. Frau mit Stiel – гомосексуаліст;
249. Fräulein Nummer – жінка, що оголошує програму на сцені;
250. für kleine Mädchen müssen – хотіти в туалет (розм.);

251. Gesunder Mann, reicher Mann – здоров'я – найбільше багатство (присл.);
252. heiße Frau – красуня;
253. Die Frau hat die Hosen an – влада в домі знаходиться в руках жінки (розм.);
254. ihre Frau stehen – стояти на своєму, доводити на ділі, добре справлятися із поставленими задачами (про жінку);
255. j-d ist ein stiller (stummer) Mann – когось уже немає; хтось помер (висок.); 40
256. jemandes Typ sein – подобатися;
257. Jmd. ist der gegebene Mann – підходяща людина;
258. j-n zum stillen Mann machen – 1. Утихомирити (розм.); 2. Убити;
259. Kein weiser Mann ward je genannt, an dem man nicht eine Torheit fand – і на мудрім дідько на Лису гору їздить (присл.);
260. lebenslängiges Fräulein – стара діва, матрона;
261. Man empfängt den Mann nach dem Gewand und entläßt ihn nach dem Verstand – по одязі стрічають, по уму випроводжають (присл.);
262. Mann für Mann – усі;
263. mannbares Mädchen – дівчина на виданні;
264. mein Herr und Meister / Gebieter – мій чоловік (жарт.);
265. mit Mann und Maus – усі разом, повністю (розм.);
266. Nach dem Mann brät man die Wurst (so wie der Mann geraten, so ist ihm die Wurst gebraten) – по Савці свитка (присл.);
267. nasser Bube – дурнуватий, недосвідчений юнак;
268. nicht an den rechten Mann kommen – звернутися не за адресою;
269. nicht mehr der Herr im eigenen Haus sein – бути позбавленим влади;
270. nicht mehr Herr seiner selbst sein – діяти нерозсудливо;
271. nicht mehr Herr seiner Sinne sein – бути розгубленим;
272. nicht mehr Herr seines Kopfes sein - несповна розуму (розм.);
273. offene Braut – жінка, що виходить заміж вагітною або уже має дитину;
274. zerlegbare Braut – зброя;

275. schiefe Nutte – шльондра, що обкрадає своїх клієнтів;
276. Sei nicht solch altes Weib! – Не будь такою старою бабехою! (розм.);
277. sein eigener Herr sein – бути незалежним;
278. seinen Mann stehen – стояти на своєму, доводити на ділі, добре справлятися із поставленими задачами (про чоловіка);
279. Selbst ist der Mann/die Frau! – Сам/сама впораюся!
280. sich als Mann bewähren (zeigen) – показати себе мужчиною, виявити мужність;
281. sich zieren wie die Jungfer im Bett – церемонитися, соромитися;
282. Sie sind/Du bist mein Mann! – Ти саме той, хто потрібен для виконання цього завдання!
283. sieben Mann warten nicht auf einen – семеро одного не ждуть (присл.);
284. stinken wie eine Nutte – пахнути дешевим парфумом;
285. voll sein wie tausend Mann – п'яний, як чіп (розм., рідко);
286. von Mann zu Mann reden – говорити як чоловік з чоловіком (відверто);
287. Weib und Kinder – дружина і діти, сім'я;
288. Wenn ein Alter ein junges Weib nimmt, so lacht der Tod – не довго старий жениться;
289. der Bart war früher als der Mann – шовкова борідка та розуму рідко (присл.);
290. wenn Not am Mann ist – у разі гострої потреби (розм.); 80
291. wie eine Nutte in Feuerstellung liegen – лежати на спині з розкинутими ногами (говорять чоловіки);
292. zum Mann nehmen – узяти за чоловіка (розм.);
293. zweigleisige Frau – заміжня жінка, в якій є коханець;

ФО з номенами на позначення родинних стосунків

294. der verlorene Sohn – блудний син;
295. Bruder Leichtfuß – легковажна, безтурботна людина (розм., жарт.);
296. Bruder Liederlich – розпусник (розм., жарт.);

297. ein leichter Bruder – вітрогон (розм., несх.);
298. Bruder Lustig – веселун (розм., жарт.);
299. Bruder Hitzig – запальна, гаряча людина (розм., жарт.);
300. ein warmer Bruder – гомосексуаліст (розм., грубо);
301. Dafür muss eine Oma/alte Frau lange stricken! – Це дуже дорого коштує!
(розм., фам. жарт.)
302. Wie der Acker, so die Rüben, wie der Vater, so die Buben – який мельник,
такий млин, який батько, такий син (присл.);
303. ein Rabenvater/eine Rabenmutter sein – батько/матір, що не дбають про
своїх дітей (розм.);
304. ganz der Vater/die Mutter sein – бути подібним на батька/матір.
305. Wie der Vater, so der Sohn - який батько, такий син (присл.);
306. wie die Mutter, so die Tochter – яка мати, така й дочка (присл.);
307. als der Großvater die Großmutter nahm – давним-давно;
308. bei Mutter unterm Rock wohnen – бути боязким;
309. die Mutter aller Schlachten – найважливіша, вирішальна битва;
310. Vorsicht ist die Mutter der Porzellankiste – слід бути обережним (присл.);
311. bei Mutter Natur – на природі;
312. bei Mutter Grün – надворі, на природі (розм.);
313. Muttis Liebling – бездоганно одягнений підліток;
314. kleine Mutti – 1. маленька дівчинка, що вбрана як доросла; 2. юна
дівчинка-підліток з поведінкою дорослої;
315. Vater Staat – держава, уряд;
316. der Vater vom Ganzen – засновник, власник фірми;
317. Er schlägt ganz nach seinem Vater – він подібний до батька;
318. einen doofen Vater haben – бути не сповна розуму;
319. Töchter des Landes – молоді міські дівчата;
320. überreife Tochter – не зважаючи на намагання, все ще неодружені дочки;
321. die höheren Töchter – учениці гімназії, ліцею;
322. goldene Tochter – дочка мільйонера;

323. Das ist kein Plan für Deutschlands Söhne – це не можливо здійснити, це – неприпустимо;
324. lauer/lauwarmer Bruder – бісексуал;
325. schwuler/süßer/warmer/kesser Bruder – гомосесуаліст;
326. kalter Bruder – чоловік з традиційною сексуальною орієнтацією, натурал;
327. linker Bruder – ненадійний чоловік;
328. gefährlicher Bruder – підступний, підозрілий чоловік;
329. falscher Bruder – ненадійний чоловік;
330. nasser Bruder – 1. Алкоголік; 2. Людина, що не варта довіри (розм.);
331. Gleiche Brüder, gleiche Karren – однакові права та обов'язки для осіб одного класу;
332. unter Brüdern – по-чесному, без обману (розм., жарт.);
333. Haus der barmherzigen Schwestern – бордель;
334. mit dieser Masche haben schon Oma und Opa gehäkelt – цей спосіб дії уже давно не актуальний;
335. Opas Kino – кіно до 1945 року;
336. Opas Tankstelle – заправка без самообслуговування;
337. Opa im Quadrat – щось дуже старомодне;
338. Opas Protokoll – застарілі дипломатичні формальності;
339. Das kannst du deiner Großmutter/deiner Oma erzählen! – Я не вірю цьому! (розм.);
340. Dafür muss eine Oma / alte Frau lange stricken! – Це дорого! Це коштує багато грошей! (розм.);
341. Tante Klärchen – сонце;
342. Tante Klara – 1. Сонце; 2. Прибиральниця;
343. Gute alte Tante – улюблена газета;
344. rote Tante – менструація;
345. Tante Rosa – менструація;
346. Tante aus Amerika – менструація;

347. Tante-Emma-Laden – магазин роздрібної торгівлі;
348. böser Onkel – чоловік, що наближається до дітей з аморальними намірами;
349. süßer Onkel – чоловік, що заманює дітей солодощами, щоб потім посягнути на них;
350. grauer Onkel – чоловік, що заманює дітей дружнім виразом обличчя, щоб потім посягнути на них;
351. das Land der Väter – вітчизна, батьківщина;
352. falscher Onkel – педофіл;
353. der Onkel aus Amerika – багатий дядечко (розм.);
354. Auf in den (auf zum) Kampf, die Schwiegermutter naht! – Вперед! Зберігай спокій у чварах! (натяк на те, що свекруха часто провокує сварки у молодій сім'ї);
355. In Senf kann man seine Schwiegermutter essen – З гірчицею можна й свекруху з'їсти (гірчиця робить страви смачнішими);
356. Es war mir ein Schwiegermutterbegräbnis – це була велика радість;
357. mit des Seilers Tochter Hochzeit halten – бути повішеним (розм., евфем.);
358. j-d ist seinem Leibe (seinem Magen) keine Stiefmutter – хтось любить добре попоїсти (розм., жарт.);
359. stiefmütterlich behandeln – погано ставитися;

Професії

360. Meister Flips – кравець (през.);
361. Meister Hans – кат (іст.);
362. Meister Pfriem – швець (фам.);
363. Meister Urian – чорт, дідько (розм.);
364. Meister Zwirn – кравець (зневаж.);
365. den Meister spielen – удавати з себе пана;
366. seinen Meister in j-m finden – знайти в комусь сильнішого супротивника;
367. seiner selbst Meister sein – володіти собою;

368. Meister über etw. werden (einer Sache Meister werden) – оволодіти чимось, взяти щось в свої руки, впоратися з чимось;
369. es ist kein Meister vom Himmel gefallen (kein Meister wird geboren) – не святі горшки ліплять (присл.);
370. Früh übt sich, was ein Meister werden will – хто змалку вчиться, добрим майстром стане (присл.);
371. Kein Meister so gut, der nicht zuzulernen hätte – на світі живучи, довіку вчитись (присл.);
372. Wie der Meister, so das Werk – який майстер, така й робота (присл.);
373. Wo kein Meister ist, da gelten die Stümper – де не маєш співця, послухаєш горобця (присл.);
374. der Onkel Doktor – лікар (дит. мова);
375. ein Ritter von der Nadel – кравець (розм., жарт.);
376. ein Ritter von der Feder – письменник (жарт.);
377. ein Meister seines Fachs sein / eine Meisterin ihres Fachs sein – професіонал/професіоналка своєї справи;
378. ein Fachmann/eine Fachfrau sein – фахівець своєї справи;
379. Meister vom Stuhl – 1. поліцейський лікар, що оглядає повій; 2. Лікар, що лікує кишківник;
380. Meister Nadel/Meister von der Nadel) – кравець;
381. Meister von der Schere – перукар;
382. Facharzt für Haut und Liebe – дерматовенеролог;
383. Facharzt für Hoch- und Tiefbau – гінеколог;
384. Onkel Piek – лікар, що робить ін'єкції;
385. eine Schwester Rabiata – медсестра/доглядальниця з грубими підходом (розм., жар.);
386. eine Tippmamsell sein – секретарка (розм., заст.);
387. eine Tippse sein – секретарка (розм., зневаж.);
388. Tochter der Luft – стюардеса;
389. Mutter der Kompanie – ротний старшина;

390. eine Perle/eine Putze – 1. Прибиральниця, помічниця по господарству; 2. Надійна жінка; 3. Подруга;
391. Mann im schwarzen Kittel – третейський суддя;
392. die Kapitäne der Landstraße – водії вантажівок;
393. Mann mit goldenen Beinen – успішний футболіст;

Власні імена

394. die Venus von Kilo – товстуха (розм., жарт.);
395. ungläubiger Thomas – Хома невіруючий (людина, що не хоче вірити беззаперечним фактам) (бібл.);
396. im Adamkostüm sein – бути оголеним (розм, жарт.);
397. im Evakostüm sein – бути оголеним (розм., жарт.);
398. Otto Normalverbraucher – середньостатистична людина;
399. der deutsche Michel – середньостатистична людина (політ., ірон.);
400. Vetter Michel – обиватель, міщанин (розм.);
401. der Taube Michel – глуха тетеря (розм.);
402. die Büchse der Pandora – скринька Пандори (вислів, що походить з античності і означає «щось, що приносить нещастя»);
403. der treue Eckart – вірний слуга, вірний страж, вірний паж (досл. вірний Еккарт – герой німецької міфології, що став символом непідкупності, вірності);
404. Johanna geht, und nimmer kommt sie wieder (F. Schiller) – Іоанна йде й ніколи не повернеться (так говорять жартома під час прощання);
405. Kain und Abel – Каїн та Авель (вбивця і невинна жертва) (бібл.);
406. dastehen wie ein hölzerner Johannes – стояти як істукан (заст.);
407. Kainsmal/Kainszeichen haben – носити на собі Каїнову печать (тобто тавро прокляття);
408. in Abrahams Schoß – жити як в раю (бібл.);
409. der alte Adam – старі звички, погляди, пережитки минулого (бібл., перен., жарт.); 22

410. nackt wie Adam – в чому мати народила (розм., бібл.); 22
411. den alten Adam in j-m herausreißen – відучити когось від давніх звичок (бібл., перен.); 22
412. einen neuen Adam anziehen – стати іншою людиною, переродитися;
413. den beleidigten Adam spielen – удавати з себе казанського сироту (розм.);
414. Ich will Emil heißen, wenn – щоб я крізь землю пішов, якщо... (розм.);
415. Jesus, Maria [und Josef] – вислів для вираження переляку, здивування (заст.);
416. die Arche Noah(s) - 1. місце, де збираються люди різних переконань; 2. ветхий, старий предмет; 3. надійний притулок; 4. сива давнина (бібл., перен.);
417. aus der Arche Noah(s) – з допотопних часів (ірон.);
418. sich zum Horst machen – бути посміховиськом;
419. Auch du, mein Sohn Brutus? – І ти, Брут?
420. der Benjamin der Familie – улюбленець сім'ї (про наймолодшого сина) (розм.);
421. den Schwarzen Peter zuschieben – звалити на когось провину (розм.);
422. dem Peter nehmen und dem Paul geben – перекласти з однієї кишені в іншу (розм.);
423. Petrus meint's gut – погода сприяє нам (розм.);
424. ein armer Lazarus – бідна людина (бібл.);
425. arm wie Lazarus – бідний як церковна миша (бібл.);
426. Frech wie Oskar – нахаба з нахаб (розм., фам.);
427. Hinz und Kunz – кожен;
428. Das ist für den Alten Fritz/Das ist für den alten Fritzen – це все намарно;
429. etw für den Alten Fritz tun – робити щось намарне;
430. als sich der Alte Fritz noch ohne Otto Gebühr behelfen mußte / als der Alte Fritz sich die Hosen mit der Beißzange anzog/als der Alte Fritz noch Fahnenjunker war/als der Alte Fritz noch Gefreiter war – багато років тому;
431. den dicken Wilhelm spielen – красуватися, зазнаватися (розм., заст.);
432. seinen Friedrich Wilhelm unter etwas setzen – підписати (жарт);

433. nach Adam Riese – згідно з підрахунками (жарт.);
434. der alte Adam – людини з усіма її слабостями (жарт.);
435. bei Adam und Eva anfangen – із самого початку щось починати (розм.);
436. bei Petrus anklopfen – перебувати на порозі смерті.
437. Daniel in der Löwengrube – бути у небезпеці;
438. eine Tochter Evas – дівчина чи жінка, що впадає у вічі своєю жіночністю;
439. von Adam und Eva stammen – бути допотопним;
440. er ist nicht gerade ein Adonis – красивим його не назвеш (жарт.);
441. jemanden zur Minna machen – ставитися до когось з усією строгістю, вичитувати; задати перцю (розм., фам.);
442. die Grüne Minna – автомобіль поліції;
443. sich zur Minna machen – надриватися, надсаджуватися (на роботі) (розм.);
444. Gretchenfrage – вирішальне питання, питання совісті;
445. bei jmdm. ist Schmalhans Küchenmeister – бути бідним, не мати чого їсти (розм.);
446. bei jmdm. ist Prahlhans Küchenmeister – бути багатим, мати що попоїсти (розм.);
447. Hans Namiddag – людина, що все відкладає на потім;
448. etwas ist Hans was Heiri – байдуже (розм., Швейц.);
449. Hans Dumm – дурень (розм.);
450. die großen Hansen – поважні особи;
451. Hans Feigling – боягуз (розм.); 310
452. ein großer Hans/Großhans – багатий чоловік;
453. ein kleiner Hans/Kleinhans – 1. маленький чоловік; 2. бідняк;
454. Hans im Glück – усім задоволена людина, щасливчик (розм.);
455. Hans Huckebein – бідолаха (розм.);
456. Hans Liederlich (Unbedacht) – вітрогон (розм.);
457. Hans Ohnesorge – безтурботна людина (розм.);

458. Hans Taps – вайло, тюхтій, незграба (розм.);
459. Ich will Hans heißen (wenn das anders ist) – назвіть мене дурнем (якщо я помиляюся) (розм.);
460. Er ist Hans Dampf (Hansdampf) in allen Gassen – без нашого Гриця вода не освятиться (прик.);
461. Was Hänschen sich gewohnt, läßt Hans nimmer – що знає Івась, те знає й Іван (присл.);
462. den Hanswurst machen (spielen) – 1. клеїти дурня; 2. прикидатися дурником (розм.);
463. Dein Hanswurst bin ich nicht – знайди собі іншого дурня (розм.);
464. Hans Röhrup – особа, що все баламутить;
465. ein Hans-guck-in-die-Luft – неухажний хлопець, який не дивиться, куди йде, а тому часто спотикається (розм.);
466. Hänschen im Keller – дитина в утробі матері (жарт.);
467. jn zum Hänschen haben (mit jm Hänschen machen) – розігрувати, поводитися як з малим хлопчиком;
468. Was Hänsel nicht lernet, das lernet Hans auch nicht – Що Іванко не вивчив, те й Іван вже не опанує (присл.);
469. Jeder Hans findet seine Grete – для кожного Гриця є своя птиця (присл.);
- 310
470. der Blanke Hans – штормове Північне море;
471. ein Heini sein – невідомий чоловік, незнайомиць (розм., злегка зневаж.);
472. trauriger Heini – апатичний чоловік;
473. den müden Heini spielen – повільно працювати;
474. Du bist (mir) vielleicht ein Heini! – Ти такий наївний / дурний / незграбний (розм., грубо);
475. blauer Heinrich – перлова каша (військ. жаргон);
476. der grüne Heinrich – поліцейський автомобіль (розм.);
477. langer Heinrich – відмичка (розм.);
478. ein sanfter Heinrich – скромна людина (розм. фам.);

479. stolzer Heinrich – рисова каша (розм.);
480. ein fauler Heinz – нероба (розм.);
481. will Heinz nicht, so muß Kunz - чого не хоче робити один, те мусить зробити інший (присл.);
482. j-d ist der wahre Jakob - хто-н., що-н. хоч куди, кращого немає (розм. жарт.);
483. Lieschen Müller – середньостатистична громадянка;

Вигуківі фразеологізми

484. Mann über Bord! – вигук, якщо хтось опинився за бортом;
485. Ach du liebes Lieschen! – вигук здивування, переляку (розм.);
486. Meine Herren! – Ой, леле! (розм. фам.); 325
487. Not am Mann, Mann voran! – Не вагайся, уперед! (присл.);
488. Er ist unser Mann! – Він наша людина! Він саме той, кого ми шукаємо! (розм.);
489. Mein lieber Mann! – Чоловіче добрий! Послухай-но! (застереження) (розм.);
490. Mensch Meier/Meyer/Maier! – вираз здивування/роздратування (розм.);
491. Da staunt der Fachmann, und der Laie wundert sich – Це не можливо (розм.);
492. Mann Gottes! – вигук здивування чи невдоволення;
493. Das haut den stärksten Mann/Eskimo vom Schlitten!/Das haut den stärksten Mann aus dem Anzug! – Це не можливо/неймовірно/сенсаційно!(розм., грубо);
494. Das haut (wirft) den stärksten Mann um! – Це не можливо/неймовірно/сенсаційно!
495. Faß' mal einem nackten Mann in die Tasche! – Спробуй залігти голому до кишені! (вживається у ситуації, коли здійснюється спроба забрати щось у людини, що і так нічого не має) (розм., жарт.);

496. Mein lieber Mann! – вигуківий фразеологізм для вираження переляку, погрози, злості, роздратування або ж здивування (розм., інколи ірон.);
497. Mann-o-Mann – вигуківий фразеологізм для вираження переляку, погрози, злості, роздратування або ж здивування;
498. Mein lieber Herr Gesangsverein/Gesangsverein! – вигук здивування, злості, обурення тощо (розм., грубо);
499. Oh Mann! – використовується у ситуації невдоволення чи злості;
500. Dafür muss eine Oma/alte Frau lange stricken! – це дорого коштує (досл. «для цього бабуся/стара жінка довго в'язати буде!» жарт.);
501. Ein alter Mann/Eine alte Frau ist doch kein D-Zug! – людина – не машина (розм.);

ФО з компонентом-зоонімом

502. ein rechter Bär – справжній ведмідь (незграбна, неотесана людина) (розм., фам.); 75
503. gesund (stark) wie ein Bär – здоровий як бик (фам.);
504. brummig wie ein Bär – буркотун (розм.);
505. bunter Ochse – папуга (про людину, яка вдягнута строкато і без смаку) (розм., през.);
506. dumm wie ein Ochse – дурний як пень (фам., розм.);
507. stur wie ein Ochse – упертий як осел (розм., фам.);
508. fauler Hund – ледащо;
509. dumme Gans – дурна гуска (розм.);
510. ein alter Hase – стріляний горобець (розм.);
511. eine süße Maus – приваблива жінка/дівчина (розм.);
512. eine flotte/süße Biene – приваблива жінка/дівчина (розм., фам.).
513. wie der Storch im Salat – цілковите непорозуміння (про незграбну, безпорадну людину) (розм., жарт.);
514. Hahn im Korb sein – єдиний чоловік серед жінок;

515. das schwarze Schaf sein – біла ворона (розм.);
516. ein Underdog sein – підпорядковуватися комусь;
517. das beste Pferd im Stall sein – бути найкращим у групі (розм.);
518. ein hohes Tier – велике цабе (розм., жарт.);
519. ein gutes Tier – добряга, добряк (розм.);
520. eine flotte/süße Biene - красива жінка/ дівчина (розм. грубо);
521. ein flotter Käfer – красива жінка/дівчина (розм.);
522. eine graue Maus – непомітна жінка (сіра мишка) (розм., злегка перебільшено);
523. eine Miese sein – приваблива жінка (розм., грубо);
524. sich ein hübsches Mädchen angeln – підчепити симпатичну дівчину;
525. ein hässliches Entlein – некрасива дівчина;
526. eine dumme/blöde Kuh – дурепа (розм., лайливе слово);
527. ein Bulle von Kerl – кремезний чоловік (розм., грубо);
528. eine dumme Pute – дурепа (розм., лайливе слово);
529. eine dumme Gans – дурепа (розм., лайливе слово);
530. eine blöde/dumme Ziege – дурепа (розм, фам., лайливе слово);
531. neugierige Ziege – надміру цікава людина (розм., фам.);
532. ein verrücktes Huhn – чудачка, дурепа;
533. ein leichtsinniges/dummes/armes/blindes/krankes Huhn – дурепа, дурень;
534. eine kleine Kröte – маленька нахабна дівчинка (розм., жарт., рідко);
535. ein Backfisch sein – юна, незріла дівчина (розм., заст.);
536. eine diebische Elster – крадійка (розм., рідко);
537. eine falsche Schlange – хитра, підступна жінка (розм., зневаж.);
538. ein Gorilla sein – великий, мускулистий чоловік (розм.);
539. einen Waschbärbauch haben – мати велике черево (про чол.)(розм., жарт.);
540. einen Waschbrettbauch haben – мати добре розвинуті м'язи пресу (про чол.) (розм.);

541. ein Ochse/Hornochse sein – дурний, упертый, обмежений чоловік (розм., лайливе слово);
542. ein scharfer Hund – авторитарний, строгий чоловік;
543. ein harter Hund – строгий, черствий, непоступливий чоловік (розм.);
544. ein krummer Hund – брехун (розм., зневаж.);
545. ein falscher Hund – нещира людина (розм.);
546. ein alter Gockel – старий, марнославний чоловік (розм., зневаж.);
547. ein geiler Bock – похитливий чоловік (розм., грубо-вульгарно);
548. ein Salonlöwe sein – елегантний чоловік, що при нагоді охоче перебуває у центрі уваги жінок; світський лев (злегка зневаж.);
549. ein geleckter Affe – марнославний, манірний, зарозумілий чоловік (розм., лайливе слово);
550. ein dämlicher Affe – бовдур, телепень (фам., розм.);
551. ein eingebildeter Affe – задавака (розм., фам.);
552. ein eitler Affe – піжон (розм., фам.);
553. so ein blöder Affe – ото дурень! (грубо);
554. ein schlauer Hecht – хитрун (розм., фам.);
555. ein toller Hecht – успішний чоловік; особа, чиєю вмітливістю та зухвалістю захоплюються (розм., фам.);
556. j-n als Sündenbock abschlachten – зробити когось козлом відпущення;
557. den Sündenbock machen – зробити козлом відпущення (розм.);
558. eine falsche Katze – нещира людина (розм.);
559. eine fesche Katze – гарненька дівчина (розм.);

Нейтралізація гендеру

560. eine massive Erscheinung – товстун, товстуха (розм., ірон.);
561. die fragliche Person – згадана особа, особа, про яку йдеться;
562. eine stumme Person – статист;
563. die lustige Person – паяц, блазень;
564. eine besondere Nummer – особлива людина (розм.);

565. eine große Nummer – впливова людина (розм.);
566. (nur) eine Nummer unter vielen sein – 1. бути рядовою, звичайною людиною; 2. бути одним з багатьох (розм.);
567. j-n ist eine schöne Nummer – ненадійна людина (розм., фам.);
568. j-n ist eine tolle Nummer – веселун, потішник (розм.);
569. eine (gute, große, hohe, dicke) Nummer bei j-m haben – мати великий авторитет, успіх у кого-небудь (розм., фам.);
570. j-d ist keine Nummer – не бог зна яка цяця (розм., фам.);
571. junges Blut – молодий юнак чи дівчина;
572. ein unschuldiges Blut – нерозбещена особа;
573. eine windige Person – вітряна, легковажна особа;
574. etwas in Person sein – володіти певною рисою;
575. kein Mensch mehr sein – бути виснаженим (розм.);
576. wieder ein Mensch sein – бути здоровим / ситим ...;
577. Mensch wie du und ich – звичайна середньостатистична особа;
578. eine Seele von einem Menschen – добродушна людина (розм.);
579. eine dankbare Seele – вдячна людина (розм.);
580. eine treue Seele – віддана людина (розм.);
581. eine kleine Seele – нікчема (розм.);
582. Ich bin auch nur ein Mensch! – Кожен може припуститися помилки;
583. ein Mensch zweiter Klasse sein – людина другого сорту;
584. ein Mensch aus Fleisch und Blut – людина із плоті та крові;
585. ein Mensch mit seinen Stärken und Schwächen – людина зі своїми почуттями;
586. Der Mensch denkt und Gott lenkt – Людина планує, а Бог керує (присл.);
587. Nur noch ein halber Mensch sein – бути безсилим (бути напівлюдиною) (розм.);
588. Es geht den Menschen wie den Leuten – нічого, всі ми люди (розм., жарт.);
589. Der Mensch lebt nicht vom Brot allein – не хлібом єдиним;

590. Wie der erste Mensch; wie die ersten Menschen – безпорадний, безтактний, незграбний (як первісна людина) (розм., зазвичай зневаж.);
591. j-s bestes Stück – краща половина, дорога людина (розм., жарт.);
592. ein faules Stück – ледащо (розм., фам.);
593. so ein freches Stück – нахаба (розм., фам.);
594. eine treulose Tomate – ненадійна людина (розм., фам.);
595. eine halbe Portion – слабка людина; маленька людина; ледача людина;
596. eine Schlafmütze sein – 1. повільна, нудна, неуважна людина; 2. сонько (розм., зневаж.);
597. die Krönung/Krone der Schöpfung – вінець природи (про людину) (часто ірон.);
598. Arsch mit Ohren – жаклива людина (розм., вульг., лайливе слово);
599. ein Teufel in Menschengestalt – зла людина (розм.);
600. ein fauler Sack – ледача людина (розм., грубо, лайливе слово);

Характеристика осіб різних статей

601. ein feines Aas – франт (берл. жарг.);
602. sich einen Zahn aufreißen – підчепити красиву дівчину (жарг.);
603. das zarte Geschlecht – ніжна стать (жінки) (жарт.);
604. ein Heimchen am Herd – домогосподарка;
605. wie Topf und Deckel zusammenpassen – обоє рябє, один одного вартий (дуже добре підходити одне одному) (розм., несх.);
606. So ein armes Luder! – Бідняжка! (розм.);
607. ein falsches Luder – лицемірна / нещира жінка (розм., зневаж.);
608. ein faules Luder – ледар, валяка (розм.);
609. Du kleines Luder! – Ах ти, чортеня! (розм.);
610. ein feines Luder – піжон, франт, джигун (розм.);
611. Stangenfieber haben – відчувати сексуальне збудження (про чоловіка) (розм., грубо);
612. ein flotter Dampfer – першокласна дівчина (розм., фам.);

613. ein eingefleischter Junggeselle – закоренілий холостяк;
614. in den Junggesellenpantoffeln stecken – бути холостяком (розм.);
615. des Kaisers Rock tragen – служити у війську;
616. den bunten Rock ausziehen – залишити військову службу (військ., заст.);
617. dem Kalbsfell folgen/zum Kalbsfell schwören – піти в солдати, надіти солдатський мундир (розм., зневаж.);
618. ein jugendlicher Brausekopf – гаряча голова (про юнака) (розм.);
619. ein feines Aas – франт, чепурун (грубо);
620. Haare auf den Zähnen haben – бути гострим на язик (про жінку) (розм., несх.);
621. zum Barras müssen – іти в армію (розм., заст.);
622. keine Eier in der Hose haben – бути боязким (розм., вульг.);
623. dicke Eier haben – бути похитливим (про чоловіка) (розм., грубо).
624. Kein Schwanz ist so hart wie das Leben – життя – важке/кропітке (розм., грубо);
625. eine Schlange/Natter am Busen nähren – пригріти змію на грудях (поет.);
626. Kinder, Küche, Kirche (die drei Ks) – діти, кухня, церква;
627. Klamotten, Kohle und Karriere – шмотки, бабки, кар'єра;
628. Karriere, Kinder, Kompetenz – кар'єра, діти, компетентність;
629. Körper, Kosmetika und Kaufe – тіло, косметика, шопінг;
630. Karriere, Krönung, BundesKANZELAMT – кар'єра, коронація, канцлерство;
631. Konversation, Kleider, Kuchen, Kaiser – спілкування, одяг, пироги, кайзер;
632. den bunten Rock anziehen – іти в армію (військ., заст.);
633. kurze Hose, Holzgewehr – почуватись маленьким хлопчиком (розм., рідко);
634. die Nase herunterlassen/runterlassen – говорити правду;
635. eine süße/schnuckelige Puppe – приваблива жінка/дівчина;
636. den Schleier nehmen – прийняти постриг (піднес.);

637. jemand fürs Grobe sein – особа, що вирізняється жорстким підходом до дій;
638. der/die Angebetete sein – чоловік/жінка, якого/яку кохають;
639. der/die Verfllossene sein – колишній чоловік (друг, коханець) / колишня дружина (подруга, коханка);
640. ein alter Drachen – нелюбима холерична жінка (розм., зневаж.);
641. sich ein drittes Ei wachsen lassen – ледарювати (розм., вульг., рідко);
642. sich die Eier schaukeln lassen – ледарювати (розм., грубо);
643. ein Muskelprotz sein – «качок», особа з міцними м'язами (розм.);
644. ein steiler Zahn – красива жінка/ дівчина (розм., грубо, рідко);
645. eine Schmitze sein – красива жінка/ дівчина (розм., грубо);
646. eine Femme fatale – фатальна жінка (з франц.);
647. eine Sahneschmitze sein - красива жінка/ дівчина (розм., грубо);
648. eine süße/schnuckelige Puppe – лялечка (про гарну жінку) (розм., грубо);
649. ein besonderes Kaliber – людина особливого складу; дивна людина (розм.);
650. ein alter Kauz – старий шкарбан (розм., фам.);
651. ein lustiger Kauz – веселун (розм., фам.);
652. ein reicher Kauz – багач (розм., фам.);
653. ein alter Knacker – старий шкарабан (розм.);
654. ein alter Knacks – старий шкарабан (розм.);
655. ein närrischer (merkwürdiger, sonderbarer, wunderlicher, seltsamer, kurioser, schnurriger, drolliger, komischer) Kauz – дивак, чудило, химерник (розм., фам.);
656. ein langer Laban – здоровило (розм., фам.);
657. den Soldatenrock anziehen – піти най військову службу;

Прислів'я та приказки про місце жінки та чоловіка у суспільстві

658. Die Buben haben Lust zu reiten und zu kriegen, die Mädchen zu Docken (Puppen) und zu Wiegen – Хлопчики охоче катаються верхи та воюють, а дівчатка – колишуть ляльок;
659. Aus Knaben werden Leute, aus Mädchen werden Bräute – З хлопців виростуть люди, а з дівчат – наречені;
660. Drei W sind große Räuber: Wein, Würfelspiel und Weiber – Три речі є найбільшими бідами – вино, гральні кості та жінки;
661. Drei W bringen Pein: Weiber, Würfel und der Wein – Три речі приносять біль – жінки, гральні кості й вино;
662. Es gibt nur zwei gute Weiber auf der Welt: die eine ist gestorben, die andere nicht zu finden – Є лише дві хороших жінки на світі: одна померла, а інша ще не народилася;
663. Es sind nur drei gute Weiber gewesen: die eine ist aus der Welt geloffen, die andre ist im Bad ersoffen, die dritte sucht man noch – Є лише три хороших жінки на світі: перша зникла, друга втонула у ванні, а третю ще шукають;
664. Es gibt nur ein böses Weib, aber ein jeder meint, er hätt' es – Є лише одна погана жінка, але кожен вважає, що саме у нього;
665. Es gibt nur eine böse Frau auf der Welt, aber jeder glaubt, er habe sie – Є лише одна погана жінка, але кожен думає, що в нього;
666. Die Frau schweige in der Gemeinde – Жінці права голосу не давали;
667. Das Weib schweige in der Gemeinde – Бабі права голосу не давали;
668. Besser ein Mann ohne Geld, als Geld ohne Mann – Краще чоловік без грошей, ніж гроші без чоловіка;
669. Besser ein Mann ohne Haus, als ein Haus ohne Mann – Краще чоловік без будинку, ніж будинок без чоловіка;
670. Besser von schönem Manne geschlagen, als vom Bruder auf Händen getragen – Краще нехай чоловік б'є, ніж брат на руках носить;
671. Frauen und Geld regieren die Welt – Жінки та гроші керують світом;
672. Frau Venus und Geld regieren die Welt – Красиві жінки та гроші керують світом;

673. Sparwort ist bei Frauen teuer – Жінка слів не економить;
674. Ein Weib verschweigt, was sie nicht weiß – Жінка мовчить лише про те, чого не знає;
675. Drei Frauen, drei Gänse und drei Frösche machen einen Jahrmarkt – Три жінки, три гуски та три жаби роблять базар;
676. Dreier Weiber Gezänk macht einen Jahrmarkt – Коли три жінки сваряться, то вже базар;
677. Mädchen sagen nein und tun es doch – Дівчата кажуть «ні» і все-одно роблять;
678. Es ist nicht mehr Betrug als an den Frauleuten – Ніхто так багато не обманює, як жінки;
679. Fürstengunst, Aprilenwetter, Frauenlieb und Rosenblätter, Würfelspiel und Kartenglück wechseln jeden Augenblick – Королівська прихильність, весняна погода, любов жінки, удача в рулетці та грі в карти міняються щомиті;
680. Die Frau kann mit der Schürze mehr aus dem Hause tragen, als der Mann mit dem Erntewagen einfährt – Жінка може в приполі більше з дому винести, як чоловік підводою привезти;
681. Eine Frau kann mit dem Fingerhut mehr verschütten, als der Mann mit dem Eimer schöpfen kann – Жінка може в наперстку більше винести, як чоловік відром начерпати;
682. Der Groschen, den die Frau erspart, ist so gut, als den der Mann erobert – Грош, що заощаджує жінка, такий же хороший, як той, що чоловік заробляє;
683. Frauen haben lange Kleider und kurzen Mut – У жінок довге вбрання та коротку мужність;
684. Gehorsam und Geduld wachsen nicht im Weibergarten – Покора та терплячість – не жіночі чесноти;
685. Die Weiber werden niemals fertig – Жінки вічно не готові;
686. Es meint jede Frau, ihr Kind sei ein Pfau – Кожна жінка вважає свою дитину найгарнішою;

687. Langes Fädchen – faules Mädchen, kurzes Fädchen – fleißiges Mädchen – Довга нитка – лінива дівка, коротка нитка – старання дівка;
688. Mann und Weib sind ein Leib – Чоловік та жінка одна спілка;
689. Das Gold wird probiert durchs Feuer, die Frau durchs Gold, der Mann durch die Frau – Золото випробовують вогнем, жінку – золотом, а чоловіка – жінкою;
690. Der Männer Ehr ist auch der Frauen Ehre, der Frauen Schand ist auch der Männer Schande – Чоловіча честь є й жіночою честю, жіноче безчестя – чоловікове також;
691. Die Frau ist des Mannes Visitenkarte – Жінка – візитівка чоловіка;
692. Das Weib fragt, Der Mann sagt – Жінка питає, чоловік наказує;
693. Der Mann ist das Haupt, die Frau sein Hut – Чоловік – голова, жінка – капелюх;
694. Blinder Mann, ein armer Mann, Noch ist das ein ärmrer Mann, Der sein Weib nicht zwingen kann – Сліпий чоловік – бідний чоловік, але ще нещасніший той, що не може змусити свою жінку;
695. Wenn du zum Weibe gehst, vergiss die Peitsche nicht! – Якщо ідеш до жінки, не забудь різку!
696. Solcher Ehemann ist der best, Der 's Herz bei der Frauen läßt – Той чоловік найкращий, який своє серце біля дружини лишає;
697. Dem Mann ist es keine Ehre, eine Frau zu schlagen – Побиття жінки не робить честі чоловіку;
698. Der Mann taub und die Frau stumm gibt die besten Ehen – Найкращий шлюб, якщо чоловік глухий, а жінка німа;
699. Alter Mann und jung Weib besser als alt Weib und junger Mann – Краще старий чоловік та молода жінка, ніж стара жінка та молодий чоловік;
700. Drei Dinge sind lästig: ein Wurm im Ohr, ein Rauch im Aug, ein zänkisch Weib im Hause – Три речі є докучливими: черв'як у вусі, дим в оці та сварлива жінка в домі;

701. Drei Dinge treiben den Mann aus dem Hause, ein Rauch, ein übel Dach und ein böses Weib – Гри речі виганяють чоловіка з дому – дим, поганий дах та зла жінка;
702. Dein Weib, dein Schwert und dein Pferd magst du wohl zeigen, aber nicht ausleihen / (Dein Pferd, dein Weib und dein Schwert leih nicht her) – Свою дружину, свого меча та коня можеш показати, але не позичити;
703. Ein fromm Weib beherrscht ihren Mann mit Gehorsam – Благочестива жінка керує чоловіком за допомогою покори;
704. Ein Sack voll Flöhe ist leichter zu hüten als ein Weib – Мішок з блохами легше стерегти, ніж жінку;
705. Brave Hausfrau bleibt daheim – Слухняна жінка лишається вдома;
706. Der Hausfriede kommt von der Hausfrau – Мир в домі залежить від жінки;
707. Eine Hausfrau sei keine Ausfrau – Місце жінки в домі;
708. Die Hausehre liegt am Weibe – Честь дому в руках жінки;
709. Die Männer beim Schmause, die Weiber zu Hause – Чоловіки гуляють, жінки вдома сидять;
710. Das Weib und der Ofen sind eine Hauszierde – Жінка та піч – окраса дому;
711. Der Fisch ist gern im Wasser, der Vogel in der Luft, das brave Weib daheim – Риба – в воді, пташка – в небі, а хороша жінка – вдома;
712. Der Mann zerbricht die Häfen, die Frau die Schüsseln – Чоловік розбиває горщики, а жінка – миски;
713. Großen Herrn und schönen Frauen soll man wohl dienen, doch wenig trauen – Поважним панам та гарним жінкам можна служити, але не довіряти;
714. Ein häßliches Weib ist ein guter Zaun um den Garten – Негарна жінка – хороший тин навколо саду;
715. Ein häßlich Weib ist eine gute Haushälterin – Негарна жінка – хороша господиня;
716. Es ist leicht, eine schöne Frau zu bekommen, aber schwer, schön zu behalten – Легко знайти гарну жінку, але важко її втримати;

717. Die Mädchen beten gern vor dem Spiegel – Дівчата охоче моляться перед дзеркалом;
718. Ein Mann braucht nur so schön zu sein, dass sein Pferd nicht scheut – Чоловіку достатньо бути настільки привабливим, щоб не налякати коня;
719. Ein hässlicher Mann findet eine schöne Frau – Негарний чоловік знаходить гарну жінку;
720. Ein Haus, darin zwei Frauen sind, wird nicht rein gefegt – Будинок, де живе дві жінки, – не метений;
721. Frauen haben langes Haar und kurzen Sinn – У жінок довге волосся, але короткий розум;
722. Der Magen einer Sau, die Gedanken einer Frau und der Inhalt einer Worscht bleiben ewig unerforscht;
723. Auf Eiern tanzen und mit Weibern umgehen muß gelernt werden sieben Jahr und einen Tag – Щоб танцювати на яйцях та поводитися із жінками, треба вчитися сім років і один день;
724. Frauen sind doch bessere Diplomaten – Жінки – кращі дипломати;
725. Eine Frau ohne Mann ist wie ein Fisch ohne Fahrrad – Жінка без чоловіка, як риба без велосипеда;
726. Ein Mann ohne Frau ist wie ein Fisch ohne Fahrrad – Чоловік без жінки, як риба без велосипеда;

Інші гендерно марковані фразеологізми, що вживаються у художній літературі

727. mieses Schwein – підла свиня;
728. biederer Sparkassenhengst – затюканий жеребець з ощадної каси (про чол.);
729. feurigen Araberhengst – гарячий арабський жеребець (про чол.);
730. der alte Bock – старий козел (про чол.);
731. die Bullen sein – поліцейські;

732. spätpubertierendes Kalb – теля, що пізно дозріло (про чоловіка, що пізно досяг статевої зрілості);
733. rothaarigen, sommersprossigen Brillenschlange – рудоволоса, веснянкувата жінка в окулярах;
734. alte Kröte – стара жаба (про жін.);
735. ein staksiges Reh – незграбна косуля (про жін.);
736. Schnuckelmäuschen sein – кралечка (про жін.);
737. ein ungebändigtes Wildpferd – непокірна дика конячка (про жін.);
738. ein junger Hüpfer – молодий коник-стрибунець (про жін.);
739. die herzliche Schlampe – затята шльондра;
740. ihr Typ sein – чоловік на її смак;
741. Typ Geschäftsmann mit Aktenkoffer – тип а-ля-бізнесмен з портфелем;
742. der Typ ist echt der Hammer – Цей тип дійсно молоток!
743. eine Art Miss Perfect – а-ля міс Перфект;
744. der hohe Herr – поважний пан;
745. die Herrin des Hauses – господиня дому;
746. ein bildhübscher junger Kerl – красивий, як картинка молодий хлопчина;
747. Superweib sein – супер-жінка
748. rattenscharfes Weib – пекуча жінка;
749. eine Frau mit Format – жінка зі статусом;
750. der uniformierte Wichtigmann – важливий чоловік в уніформі;
751. die Grande Dame des Hauses – гранд-дама дому;
752. Dame des Hauses – господиня дому;
753. das gemeine Hausweibchen – звичайна домогосподарка;
754. eine miserable Hausfrau – нещасна домогосподарка;
755. eine Hausmutter sein – домогосподарка з дітьми;
756. Frauchen sein – 1. Жіночка; 2. Власниця собаки;
757. eine völlig verunglückte Emanze – геть нещасна емансипантка;
758. ein Hausmännchen sein – чоловік, що займається домашнім господарством;

759. das Au-pair-Männchen sein – хлопець, учасник програми Au-pair;
760. ein Kindermännchen sein – чоловік, що доглядає за дітьми;
761. ein praller, verheißungsvoller Granatapfel – пружний, багатообіцяючий гранат (про жін.);
762. eine reife Frucht – стиглий фрукт (про жін.);
763. die naive Landpomeranze – наївна сільська провінціалка;
764. aus wie eine Rose im Regen – як троянда після дощу;
765. ein Mauerblümchen sein – непримітна дівчина;
766. Prinz aus dem fernen Märchenland – принц з далекої казкової країни;
767. Frosch aus dem heimischen Tümpel – жаба з рідного ставка (про чол.);
768. Romeo und Julia – щиро закохана пара;
769. Aschenputtel und der Prinz – Попелюшка та принц (натяк на романтичну історію кохання);
770. Almosenempfängerin sein – та, що одержує милостиню (тут: у контексті кохання);
771. eine Ausreißerin sein – та, що пішла у відрив;
772. eine Herumtreiberin sein – гуляща;
773. eine Rothaarige sein – рудоволоса;
774. der Größenwahnsinnige sein – божевільний;
775. eine vollbusige Blonde – повногруда блондинка;
776. j-s Bestimmer sein – то, що все вирішує за когось;
777. j-s Lebensglückverwalter sein – той, що керує чийось щастям;
778. j-s Karriereplaner sein – той, що планує кар'єру;
779. eine magere Zottelige sein – худа, кудлата жінка;
780. der blonde Hüne – велетень-блондин;
781. der geheimnisvolle Fremde – таємничий незнайомиць;
782. stolz wie Oskar – гордий, як Оскар;
783. ein Sparkassenheini sein – дурень з ощадкаси;
784. eine rothaarige Kleinstadtschlampe – рудоволоса шльондра з малого містечка;

785. Musikschulschlampe sein – шльондра з музичної школи;
786. Sparkassenfritze sein – чувак з ощадкаси;
787. ein Dorfdirndl sein – селючка;
788. der weißblonde Muskelprotz – качок-блондин;
789. ein BLENDER sein – брехун;
790. der kleine Fettsack – малий товстун;
791. ein Weiberheld sein – розпусник;
792. blöder Trottel sein – старпер;
793. dicke Tussi – товста вертихвістка;
794. verlogener alter Sack – брехливий стариган;
795. eine Rabenmutter sein – матір-зозуля;
796. ein Vollkoffer sein – дурень;
797. ein Lauser sein – негідник;
798. die Trulla der Nation – мимра (неохайна особа жіночої статі) нації;
799. alte Schabracke – стара кляча (про жін.);
800. ein blutjunger Lämmel – молодий невіглас;
801. ein Flittchen sein - вертихвістка
802. verbitterte Schachtel! – озлоблена стара діва;
803. ein eitler alter Trottel – марнославний старий дурень;
804. Der dicke, alte, verbrauchte, abgeschlaffte Zausel – товстий, старий, зношений обірванець;
805. Penisträger sein – носій члена (про чол.);
806. ein knackiges Girl – спокуслива дівка;
807. Marathon-Män/Ultra-Män/Iron-Män/Blendamed-Reklame/Meister Proper sein – супер-чоловік з білосніжною посмішкою та тренованими м'язами;
808. einer Barbie-Puppe sein – лялька Барбі (про жін.);
809. der Tommy sein – британці;
810. der Ivan sein – мешканці колишнього СРСР;
811. Pamela Anderson – жінка з великими грудьми;
812. eine Art Katharina die Große – а-ля Катерина Велика;

813. im besten Mannesalter – у найкращому віці (для чоловіка);
814. Ein prima Typ – прекрасний чувак;
815. ein guter Typ – хороший хлопець;
816. die Männin sein – жінка;
817. Dreckskerl sein – паскуда;
818. Wikingerweib sein – жінка-вікінг;
819. ein Muttersöhnchen – мамин синок;
820. der nette Sohnemann – мамин синок;
821. dieser Kauz sein – чудака;
822. eine feurige Furie – вогняна фурія;
823. alten Schnallen – колишні шалави;
824. ein Habenichts mit guten Manieren – тип а-ля у-мене-нічого-немає, лише
хороші манери;
825. die Schreiemma sein – криклива жінка;
826. die Geldschwimmerin sein – особа, що купається у грошах;
827. das Sportbein sein – спортивна жінка;
828. alter Schwede – старий (звертання) (розм., фам.).