



УДК 8127:81373.612:316.7:81`42

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10\(28\)-469-480](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10(28)-469-480)

**Савчук Надія Іванівна** кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов і країнознавства, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76018, <https://orcid.org/0000-0002-2165-1828>

**Слаба Оксана Володимирівна** кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов, Київський національний лінгвістичний університет, вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, 03680, <https://orcid.org/0000-0001-5155-4554>

**Пашіс Лариса Олександрівна** кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького, б-р Шевченка, 81, м. Черкаси, 18031, <https://orcid.org/0000-0001-5845-1953>

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОВНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА МІЖКУЛЬТУРНУ КОМУНІКАЦІЮ

**Анотація.** Стаття присвячена аналізу мовних стереотипів на прикладі української та англійської мов, а також вивченню впливу цих стереотипів на процес міжкультурної інтеракції. Предмет дослідження в статті є трикомпонентним, адже включає власне стереотипи англійської мови як мови міжнародного спілкування, закономірності, що обумовлюють появу мовних стереотипів і мовленнєва реалізація стереотипів в інших мовах під час міжкультурної комунікації. Методологічну базу роботи складають загальні методи опису, аналізу та синтезу, класифікації, а також методи дискурс-аналізу і концептуального та фреймового моделювання.

Встановлено, що стереотипні уявлення на ментальному рівні є ціннісно орієнтованими, вони набувають відповідного матеріального оформлення, часто реалізуючись у мові за допомогою експресивної та оцінювальної лексики. Стереотипи змінюються дуже повільно і тією чи іншою мірою впливають на кожну людину, будучи особливою формою зберігання знання і структурами поведінки.

Дослідження стереотипних уявлень про чоловіка й жінку показує, що «чоловік» асоціюється з могутньою і творчою силою, раціональним мис-



ленням тощо. «Жіноче начало» асоціюється з природою, темрявою, підпорядкуванням (в англійській лінгвокультурі), слабкістю, безпорадністю. Класифікація світу за принципом чоловіче/жіноче і статевий символізм культури відображають і підтримують наявну гендерну ієрархію суспільства в широкому сенсі слова.

У ході дослідження виявлено певну асиметрію в репрезентації стереотипів чоловічого і жіночого начал в українській та англійській лінгвокультурах та специфіку оціночних конотацій у структурі обох концептів. Ціннісні характеристики асиметричні і, як правило, відображають чоловічу перспективу, у чому виявляється андроцентризм мовної картини світу в англійській мові, й асоціація української жінки як берегині роду із мудрістю, продовженням роду в українській лінгвокультурі.

**Ключові слова:** лінгвокультурологічний аналіз, мовний стереотип, міжкультурна взаємодія, комунікація, мовна картина світу, концепт, дискурс, самоідентифікація.

**Savchuk Nadiia Ivanivna** Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Country Studies, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Shevchenko St., 57, Ivano-Frankivsk, 76018, <https://orcid.org/0000-0001-5155-4554>

**Slaba Oksana Volodymyrivna** PhD in Philology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Foreign Languages, Kyiv National Linguistic University, St. Velyka Vasylkivska, 73, Kyiv, 03680, <https://orcid.org/0000-0001-5155-4554>

**Pashis Larysa Oleksandrivna** PhD in Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology and Methods of Teaching the English Language, Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Shevchenko Blvd., 81, Cherkasy, 18031, <https://orcid.org/0000-0001-5845-1953>

## LINGUOCULTURAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL STEREOTYPES AND INFLUENCE ON INTERCULTURAL COMMUNICATION

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of language stereotypes on the example of Ukrainian and English, as well as to the study of the influence of these stereotypes on the process of intercultural interaction. The subject of the study is three-component, as it includes stereotypes of English as a language of



international communication, the regularities that determine the emergence of language stereotypes and the linguistic realisation of stereotypes in other languages during intercultural communication. The methodological basis of the work is based on general methods of description, analysis and synthesis, classification, as well as methods of discourse analysis and conceptual and frame modelling.

It has been established that stereotypical ideas at the mental level are value-oriented, they acquire an appropriate material form, often being implemented in language with the help of expressive and evaluative vocabulary. Stereotypes change very slowly and affect every person to some extent, being a special form of knowledge storage and behavioural structures.

A study of stereotypical ideas about men and women shows that "masculine" is equated with god, creativity, strength, activity, rationality, etc. "Feminine" is associated with opposite concepts and phenomena - nature, darkness, subordination (in English linguistic culture), weakness, helplessness. The classification of the world according to the male/female principle and the gender symbolism of culture reflect and support the existing gender hierarchy of society in the broadest sense of the word.

In the course of the study, asymmetric representations of "male" and "female" stereotypes in Ukrainian and English language cultures and the specificity of evaluative connotations in the structure of both concepts were revealed. The value characteristics are asymmetric and, as a rule, reflect a male perspective, which reveals the androcentrism of the linguistic picture of the world in the English language, and the association of the Ukrainian woman as the protector of the family with wisdom, the continuation of the family in Ukrainian linguistic culture.

**Keywords:** linguistic cultural analysis, cultural stereotype, intercultural interaction, communication, cultural picture of the world, concept, discourse, self-identification.

**Постановка проблеми.** Антропоцентричний підхід у сучасному мовознавстві поставив питання про кореляцію культури та мови, відкрив нові можливості для проведення досліджень у лінгвокогнітивній галузі, для вивчення мовних ментальних та поведінкових стереотипних засобів відбиття ментальності, культури, способу мислення. Крім того, в рамках міжкультурної комунікації розглядаються не лише глобальні питання взаємодії культур, сутності та функціонування окремих компонентів, а й механізми вербального та невербального втілення стереотипів, що містяться у культурній та когнітивній картинах світу. Засвоєння і використання у спілкуванні мовних стереотипів визначає місце особистості

в культурі та соціумі. Ставлення до етносу сусідів і його ставлення до сусідів є важливим чинником, який слід вивчати для розуміння місця етносу серед інших національностей. Дослідження стереотипів про власну культуру в масовій свідомості інших національностей робить важливий внесок у вивчення процесів ідентифікації та самоідентифікації, формує концепт народу і його мовної картини у світовому просторі культур. Проблема мовного стереотипу з'являється тоді, коли поруч з нацією чи етносом появляються незрозумілі чи дивні уявлення, традиції інших культур (поруч чи в середині цього етносу), починається диференціація на «своїх» і «чужих». А оскільки результати цих спостережень етносу і їх оцінка кодуються в мові як матеріальній основі, на яку опирається мислення, то цей досвід суспільства фіксується в лексичному складі і фразеології.

Мовні стереотипи забезпечують невидиме регулювання між носіями певної мови у межах спільноти на рівні внутрішньоетичних та зовнішньоетичних норм. Крім того, стереотип має два плани вияву: він може функціонувати на побутовому рівні у сфері традиційно-побутової культури, а може зберігатися в національній пам'яті як феноменологічна когнітивна структура, що передається з покоління в покоління. При цьому базовою ознакою стереотипу є його схематизм і максимальне спрощення. Сьогодні в контексті російсько-української війни надзвичайно актуальною стала проблема збереження української мовної ідентичності. Це зумовлено великою емігрантською хвилею українців в країни Європи, до Америки й Канади, їхньою мовною асиміляція в цих країнах в процесі адаптивних змін. Крім того, проблема мовної ідентичності невід'ємна від проблеми національної ідентичності, тому аналіз мовних стереотипів лежить в основі вивчення мовної ідентичності, що й визначає *актуальність нашого дослідження*.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Термін «стереотип» ввійшов у науковий обіг завдяки праці У. Ліппманна «Publicopinions» (1922), де стереотипи автор інтерпретував як певні образи у нашій свідомості, орієнтовані на ідеальний образ світу, що формується й функціонує в національній свідомості. Феномен стереотипізації став предметом наукових студій багатьох учених, а найцінніші для нас результати представлено в працях О. Потебні, С. Бобровника, Л. Завгородня, В. Слінчук, О. Лазарович, Є. Карпіловська та інші. Так, О. Лазарович досліджувала мовні стереотипи крізь призму мовної картини світу у типологічному зіставленні української та польської мов. Більшість із цих праць мають компаративний характер, адже мають в основі зіставлення та порівняння культур через порівняння та зіставлення національних мов та мовних стереотипів [3]. Є. Карпіловська



дослідила реакцію мови на зміну стереотипів [2]. На її погляд, найпоширенішою реакцією стала «деідеологізація радянців та нейтралізація негативних оцінних сем належності до чужого світу в семантиці вже засвоєних запозичень, їх втягнення в орбіту актуалізованих вербалізаторів нових суспільних стереотипів» [2].

На думку С. Бобровника, який здійснив етимологічне дослідження ідіом англійської мови, такий аналіз полегшує розуміння їхнього справжнього значення та допомагає правильно їх використовувати. «Важливість вивчення такого явища, як стереотип, зумовлена необхідністю точного розуміння походження мовних стереотипів, оскільки їх існує велика кількість у мовах. Розуміння їх і знання коренів їх походження значно полегшує правильний переклад і взаєморозуміння між людьми в нашому глобальному світі та допомагає уникнути непорозумінь. Знання про походження стереотипів та механізми їх формування відіграє першочергову роль у запобіганні етнічним упередженням» [6].

Існує ціла низка досліджень в сучасній науці, що відображає різні підходи до аналізу мовних стереотипів, їхньої лінгвокультурологічної основи, при цьому більшість досліджень мають міждисциплінарний характер, адже справді проблема є комплексною і вивчається лінгвістами, культурологами, істориками, психологами, навіть політологами і соціологами. Лінгвокультурологи вивчають етнокультурні стереотипи і міфи та проблеми, пов'язані з їхньою репрезентацією в мові.

**Мета статті** – провести аналіз мовних стереотипів на прикладі української та англійської мов, а також цих стереотипів на процес міжкультурної інтеракції.

Лінгвокультурологічний аналіз прецедентних феноменів мови, тобто мовних стереотипів, полягає у виявленні стереотипів в тексті, їхній інтерпретації, співвіднесеності з відомостями про культуру як країни мови, що вивчається, так і універсальні культурні факти; розкритті конотативного значення, порівнянні ціннісних картин світу різних культур; інтерпретації культурних смислів, переданих даним прецедентним феноменом; аналізі особливостей функціонування прецедентного феномена у мові.

**Виклад основного матеріалу.** Мовний стереотипу як дослідницька категорія передбачає таку властивість як стійкість, тобто в основі стереотипу лежить концепт, знак, код, що відправляють нас до ідеологій, що виникли в мовній свідомості багато років тому, були освоєні цією свідомістю і постійно відтворюються в різних дискурсах. Це призвело до розроблення ідеї про те, що стереотип включений у структуру фреймів дискурсу. І та, й інша галузі дослідження (когнітивна лінгвістика та лінгвоконцептологія і дискурс-аналіз) становлять актуальні дослідницькі царини, для яких статус стереотипу не прояснений.

При вивченні стереотипів з точки зору їх виникнення учені диференціюють інтенціональні та спонтанні стереотипи. Перші створюються свідомо, переслідуючи певну мету. Часто інтенціональні стереотипи використовуються для конструювання будь-якого політичного рекламного образу, наповнюючи його певними конотативними та експресивними властивостями. А функціонування спонтанних стереотипів відбувається за межами політичного дискурсу і ніяк не пов'язане з переслідуванням суспільних інтересів. Оскільки стереотипні уявлення на ментальному рівні є ціннісно орієнтованими, вони набувають відповідного матеріального оформлення, часто реалізуючись у мові за допомогою експресивної та оцінювальної лексики. Необхідно зауважити, що стереотипи змінюються дуже повільно і тією чи іншою мірою впливають на кожну людину, будучи особливою формою зберігання знання і структурами орієнтувальної поведінки. Саме в стереотипізації полягає ядро механізму традиції та етнічна своєрідність культури [5].

Новою ідеєю в сучасній дискурсології та лінгвокультурології є зіставлення дискурсу з категорією стереотипу. Відштовхуючись від уже відомого стереотипу дискурс починає рухатися. Будь-який рід дискурсу стереотипний, і не тільки з погляду комунікативних стереотипів, а й з погляду змістовних стереотипів, стереотипів як лінгвоментальних конструктів [8]. Вони забезпечують його відтворюваність, впізнаваність, створюють ідеологічний каркас. Поняття стереотипу можна визначити через опис його властивостей і функцій. Стереотип має такі характеристики, як емоційно-оцінний характер, амбівалентність, стійкість, асоціативність, неусвідомлюваність, діяльнісна орієнтованість. Стереотипу у мові виконує такі основні функції, як схематизація та спрощення, економія розумових і мовленнєвих зусиль, категоризація, генералізація, афективна функції, соціальна, диференційна, інтегрувальна, адаптивна та селективна функції, а також функція редукування мовлення.

Динаміка стереотипу в дискурсі виявляється, по-перше, у часовій прив'язці стереотипу до умов продукування дискурсу. Так, стереотип «лагідна українізація» в українській мові виник в наші дні у конкретних історичних умовах існування дискурсу, що зумовило його зміст саме в реаліях російсько-української війни. Конкретні історичні умови продукування дискурсу впливають також і на частоту появи окремих стереотипів у текстах, тобто на частоту їхньої актуалізації в дискурсі. Змінам також може піддаватися загальна модальність: стереотип, щодо якого відбувається оцінювання українських реалій, залишається колишнім, але оцінка може змінюватись.



Динамізм стереотипу в дискурсі в аспекті мовних засобів його вираження може бути виявлено таким чином. На самому початку виникнення стереотипу, при зародженні нової дискурсної формації стереотип ще не є таким, тобто за певним знанням ще не закріпилася конкретна мовна форма, і воно найчастіше виражене описово, метафорично і лише з часом, після завершення багатьох дискурсивних подій дискурсна формація набуває меж концепту-ідеологеми (наприклад, стереотип «холодна війна»). Це властиво стереотипам, що мають походження від абстрактних понять. Побутові стереотипи, утворені в процесі спостереження за рутинним і повсякденним, мають предметне походження, як правило, представлені одними й тими ж мовними засобами (наприклад, борщ, сало в українській мові) [5]. Побутові стереотипи відображають унікальні реалії українського устрою життя і ментальності. Національна екзотика, національний колорит знаходять своє відображення в деяких предметах побуту, особливостях природи і клімату, які стали символами українства й України. Так, стереотипи-символи «вареники», «сало», «борщ» виражають гостинність української душі.

У нашому дослідженні ми пропонуємо розглядати мовний стереотип як окрему, зафіксовану в більш-менш стійких формах мови, асоційовану ознаку концепту, що частіше порівняно з іншими відтворюється в дискурсі й позначена національно-культурною специфікою як суб'єктивно-національно-культурні та міфологічно-ідеологічно зумовлені асоціації.

Стереотипи, як уже було зазначено, утворюють систему відносно культури, відносно дискурсу, що визначає ідеологічні та ціннісні ознаки концепту, і самого концепту, що містить різні фрейми у своїй структурі [9]. Матеріалом для досліджень було обрано фразеологічні одиниці й паремії української та англійської мов для компаративного зіставлення закладених у них стереотипних уявлень про світ, зокрема гендерний розподіл ролей у суспільстві, дихотомія добра-зла тощо. Ці стереотипи взаємопов'язані з уявленнями про національний характер, тож є важливими в контексті досліджень національного психотипу.

Особливу категорію мовних стереотипів утворюють гендерні стереотипи, що найчастіше відображаються у фразеологічних одиницях. Так, найпоширеніші стереотипи щодо чоловіка і жінки в українській мові виражаються таким чином:

1) Зовнішність: міцне, могутнє тіло, бородатий (чоловік) // красиве біле обличчя, густе волосся, вигнуті брови, витонченість і граціозність фігури, червоні щоки (жінка).

2) Риси характеру, манера поведінки, звички: мужній, сильний, лютий, безстрашний воїн, мудрий у старості (чоловік) // терпляча, балакуча пліткарка, сварлива баба, ніжна, добра матір, рукодільниця, голова в родині домогосподиня, берегиня домашнього вогнища (жінка).

Риси характеру української жінки як стійкі стереотипні уявлення проявляються у пареміях та фразеологічних одиницях і формують семантичний каркас концепту «жінка» в українській лінгвокультурі на основі таких асоціацій:

1) Жінка як берегиня, символ домашнього вогнища, достатку (*Дівкою повна вулиця, жінкою повна піч, Чоловік у домі - голова, а жінка - душа*) [4],

2) Мрії дівчини про вдалий шлюб (*Голубець гукає, як пари шукає. Гуляй доню, піймавши долю*) [4].

3) Мобільність жінки і можливість пристосуватись до різних обставин (*Дівка як верба: де посади там прийметься*) [4].

4) Внутрішня краса (*З краси не питу роси. З красивого лиця води не питу. Личко дівку віддає*) [4].

В англійській мові найпоширеніші стереотипи щодо чоловіка і жінки в українській мові виражаються таким чином:

3) Зовнішність: міцна статура, високий зріст, грубуваті манери (чоловік) // красиве біле обличчя, яскравий одяг, тонка талія, бліді щоки, аристократичний вигляд, вишукані манери (жінка).

4) Риси характеру, манера поведінки, звички: мужній, сильний, здатний на вчинки, зокрема здатність ризикувати (чоловік) // втомлена сімейними обов'язками, ніжна, добра матір, креативна, конкурує з чоловіком за лідерство у родині (жінка).

Стереотипний концепт жінки в англійській лінгвокультурі базується в прислів'ях і приказках на таких асоціаціях, що й становлять семантичну основу цього концепту:

1) *Зовнішня краса (Prettiness dies first - Краса вмирає першою; A fair face is half a portion (wedding-portion) – Красиве личко наполовину засватане; A woman and a cherry are painted for their own harm - Краса губить жінок)* [7]. З точки зору «народної мудрості», відображеної у пареміях, фактор краси, до певної міри, має «вікову» значущість, наприклад, краса потрібна молодій дівчині, щоб вдало вийти заміж.

2) Перманентне бажання дівчини вийти заміж (*Maids want nothing but husbands, and when they have them they want everything have them they want everything. - Дівчата спочатку хочуть тільки вийти заміж, а потім хочуть весь світ. It takes two old women to make a cheese: one to hold and the other to squeeze. - Для того, щоб приготувати сир, потрібно дві жінки: одна, щоб тримати, а інша, щоб вичавлювати*) [7].

3) Бажання жінки приховати свій вік, якнайдовше залишатись молодою (*The longest five years in a woman's life is between twenty-nine and thirty. – Найдовший період в житті жінки – між 29 і 30 роками. The hell of women is old age. – Старість – пекло для жінки*) [7].





4) Демонічність (*There is no devil so bad as a she-devil. – Немає страшнішого диявола, ніж жінки. Women are the root of all evil. – Жінки – корінь зла. У порівнянні з жінками, чоловіча стать виступає значно меншим злом: Man, woman, and devil are the three degrees of comparison. Чоловік, жінка і диявол – три ступені порівняння*) [7].

5) Обмеженість і недалекоглядність (Жінку характеризують такі риси, як слабкий і нелогічний розум та інфантильність загалом, безглузда та непередбачувана вдача, небезпека, підступність, балакучість, непередбачувана вдача, небезпека, підступність, балакучість: *A woman's tongue wags like a lamb's tail. - Жінка махає язиком, як ягня хвостом. Women are saints in church, angels in the streets, and devils at home. - Жінки - святі в церкві, ангели на людях і дияволи вдома. Swine, women, and bees cannot be turned. - Свинями, жінками і бджолами не можна керувати*) [7].

Дослідження стереотипних уявлень про чоловіка й жінку показує, що «чоловік» і в українській, і в англійській лінгвокультурах асоціюється із силою, активною творчістю, богоподібністю і раціональним мисленням. Стереотип жінки асоціюється натомість з красою, шлюбом, природою, темрявою, підпорядкуванням (в англійській лінгвокультурі), слабкістю, безпорадністю. Порівнявши стереотипні образи чоловіка та жінки у фразеологічному фонді української та англійської мов, можна виявити чимало схожих стереотипів чоловіка і жінки, наприклад, стереотипи «жінка має бути красивою, доброю матір'ю», «жінка має доброю господинею, слухняною дружиною» і «чоловік має бути не красивим, а насамперед розумним, сильним, сміливим». Лінгвокультурологічне ядро концепту «жінка» в українській лінгвокультурі містить в собі концепт «мудрість». Саме жінки часто володіють прихованими знаннями, недоступними для кожного, як це спостерігаємо в образі відьом. Тоді як в англійській фразеології жінка постає нерозумною, примітивною. Наступний ілюстративний контекст відображає уявлення англосовієтського соціуму про жінок та їхні інтелектуальні здібності: *When an ass climbs a ladder, we may find wisdom in women. - Коли осел підніметься по сходах, жінка стане розумною* [7].

Стереотипи «людина грішна», «життя тлінне», «душа вічна» притаманні більшості мов світу. Якщо порівнювати українську та англійську мови, то ці стереотипи найчастіше передаються за допомогою біблійні фразеологізмів (т.зв. біблізмів), оскільки Біблія має великий культурний та релігійний вплив на багато націй. Переклад біблізмів відкриває широкий спектр лінгвокультурних особливостей, адже біблійні фразеологізми в різних мовах попри спільність походження усе ж можуть мати різні значення в різних культурах, тому дослідження цих значень допомагає пізнати повну картину світу.

Труднощі перекладу висловів з Біблії полягає в тому, що вони не мають нейтрального забарвлення. Дуже часто один і той же біблізм може вживатися в позитивному чи негативному контексті. Наприклад, стереотип достатку чи стереотип початку чогось в обидвох мовах передаються через фразеологічні одиниці *їсти хліба досхочу* (укр), *to eat bread to the full* (англ), *альфа й омега* (укр), *alpha and omega* (англ), які можуть мати як позитивне, так і негативне, іронічне чи гумористичне значення. Перекладач повинен зрозуміти стилістичне навантаження таких виразів, а також підібрати відповідний еквівалент українською, щоб він був емоційно релевантний.

Стереотип «людині важко повірити в щось неймовірне» передається фразеологізмом Хома невірний (укр.), *Doubting Thomas* (англ.), в основі якого лежить певна християнська подія. При цьому в англійській можлива зміна компонентів: *Doubting Ernest; Doubted Thomas; Doubting Thomases* – Хома невіруючий/невірний (тільки в однині, форма не змінюється).

Стереотип «людину неможливо змінити» в українській та англійських мовах передається по-різному. Наприклад: *can the leopard change his spots* – горбатого могила виправить; *a drop in the bucket* – крапля у морі; *to sweet blood* – пролити сім потів. Тобто мовна картина світу, що стоїть за цими фразеологізмами, відрізняється певними відтінками, що цілком закономірно, адже біблійні фразеологічні одиниці – це повністю асимільовані запозичення в кожній із мов. Досить часто можна спостерігати різні розбіжності фразеологізмів біблійного походження з їхніми біблійними прототипами у плані глибинного сенсу, аж до полярних значень.

Більшість стереотипів, пов'язаних із людиною особистістю, наділеною певним набором психічних особливостей, подібні в українських та англійських сталих висловах, хоча деякі відрізняються способом концептуалізації дійсності, хоча значення фразеологічної одиниці в цей час майже зберігається. Наприклад: *Eyes in the back of your head* - мати очі на потилиці; *In one ear and out the other* - **В одно вухо залетіло, в інше вилетіло**; *Follow Your Heart* – *іти за покликом серця*; *Heart in the Right Place* - *Серце на місці*; *Give a hand* - **подати руку помочи**; *Cross Your Heart and Hope to Die* - *класти руку на серце*; *Pain in the neck* - *кістка в горлі*; ***Bring matters to a head*** - *дійти до пуття*; *Tip your hand* - *тримати язик за зубами* [7].

Багато мовних стереотипів, пов'язаних із поляризацією світу, мають в своїй основі концепти «чорний» і «білий». Фразеологічні одиниці з цими концептами використовуються для вираження емоційних станів, суспільних і культурних уявлень. Вектори мовної картини світу англійців та українців, які ми можемо спостерігати через фразеологічні одиниці, у сприйнятті чорного кольору майже ідентичні: *black and white* – *чорне й біле, дві протилежності*, *black soul* – *чорна (темна) душа*, *black heart* – *чорне*



*серце, black thoughts – чорні думки.* Тоді як стереотипне сприйняття білого кольову дещо відрізняється в українській та англійській мовах. Так, фразеологізм *white lie* (дослівно *біла брехня*) в українській фразеології має в основі концепт «солодкий» і звучить як *солодка брехня*. Фразеологізми *white-collar job – біла робота, white raven – біла ворона* ґрунтуються на подібному стереотипному уявленні українців й англійців. Однак англійський фразеологізм *white elephant*, що означає дуже дорогу, але некорисну річ, в українській фразеології не має еквівалента із кольористикою білого кольору. Аналіз англійських та українських ідіом із концептом «чорний» і «білий» дозволив виділити такі метафоричні бінарні значення: добро/зло, законність/незаконність, щастя/туга, то свідчить про подібність стереотипних уявлень у сприйнятті протилежної кольористики.

**Висновки.** Отже, стереотип - це багатогранне явище, що складається з ментального змісту, вербального втілення, мовної реалізації смислового образу за мінімальної витрати когнітивних та поведінкових зусиль для досягнення певної комунікативної мети. Часто стереотипами можуть бути лексеми оцінного характеру, вжиті як метафора, що сприяють переосмисленню ситуації, розширенню уявлення про неї, також як засоби вираження стереотипів можуть бути фразеологічні одиниці, які приносять оцінний компонент у контекст, але найбільш експресивним засобом виступають прецедентні феномени.

Дослідження гендерних стереотипів дало змогу виявити асиметричні репрезентації «чоловічого» і «жіночого» стереотипів в українській та англійській лінгвокультурах та специфіку оціночних конотацій у структурі обох концептів. Ціннісні характеристики асиметричні і, як правило, відображають чоловічу перспективу, у чому виявляється андроцентризм мовної картини світу в англійській мові, й асоціація української жінки як берегині роду із мудрістю, продовженням роду в українській лінгвокультурі.

#### **Література:**

1. Завгородня Л.В. Природа стереотипу та стереотипні інновації у публіцистиці. *Семантика мови і тексту. Зб. статей VI Міжнародної конференції.* Івано-Франківськ, 2000. С. 197-201.
2. Карпіловська Є.А. Тенденції оновлення сучасного українського лексикону. У кн.: *Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі* за ред. Н.Ф. Клименко, Є.А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. К.: Вид. дім Дмитра Бураго, 2008. С. 6–133.
3. Лазарович О.М. Мовні стереотипи і мовна картина світу. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/75143/27Lazarovich.pdf?sequence=1> (дата доступу – 10.10.2024).
4. Народ скаже - як зав'яже: Українські народні прислів'я, приказки, загадки, скоромовки. Упорядн. Н. С. Шумада. Київ, Веселка, 1985.
5. Слінчук В.В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ. [Електр. ресурс]. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1356> (дата доступу – 10.10.2024).



6. Bobrovnyk, S. M. Ethnic stereotypes and their reflection in English Languages. *Advanced Education*, 1(2), 2014, 20–26. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.39381/>
7. Fergusson R. *Dictionary of proverbs*. Penguin, 2001. 384 p.
8. Muhammad Haris, Abbas Khan, & Fayyaz Ahmad. (2024). A sociolinguistics analysis of English language stereotypes portrayed in English Vinglish Movie. *International Journal of Contemporary Issues in Social Sciences*, 3(3), 686–696. Retrieved from <https://ijciss.org/index.php/ijciss/article/view/1221/>
9. Yang M, McAllister G, Huang B. Trilingual and Multicultural Experiences Mitigating Students' Linguistic Stereotypes: Investigating the Perceptions of Undergraduates of Chinese Heritage Regarding Native/Non-Native English Teachers. *Behavioral Sciences*. 2023; 13(7):588. <https://doi.org/10.3390/bs13070588/>

#### References:

1. Zavorodnya, L.V. (2000). Pryroda stereotypu ta stereotypni innovatsiyi u publitsystytsi. [The nature of the stereotype and stereotypical innovations in journalism], *Semantyka movy i tekstu. Zb. statey VI Mizhnarodnoyi konferentsiyi - Semantics of language and text. Coll. of Articles VI of the International Conference. Ivano-Frankivsk. 197-201.* [in Ukrainian].
2. Karpilovs'ka, YE.A. (2008). Tendentsiyi onovlennya suchasnoho ukrayins'koho leksykonu. [Trends in updating the modern Ukrainian lexicon]. U kn.: *Dynamichni protsesy v suchasnomu ukrayins'komu leksykoni za red. N.F. Klymenko, YE.A. Karpilovs'ka, L. P. Kyslyuk - Dynamic processes in the modern Ukrainian lexicon*, edited by N.F. Klymenko, E.A. Karpilovska, L. P. Kislyuk K: Vyd. dim Dmytra Buraho. 6–133. [in Ukrainian].
3. Lazarovych, O.M. (2024). Movni stereotypy i movna kartyna svitu. [Linguistic stereotypes and the linguistic picture of the world]. Retrieved from: <http://dspace.nbuu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/75143/27Lazarovich.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
4. Shumada, S. (Eds). (1985). *Narod skazhe - yak zav'yazhe: Ukrayins'ki narodni prysliv'ya, prykazky, zahadky, skoromovky.* [The people will say - as they say: Ukrainian folk proverbs, sayings, riddles, colloquialisms]. Kyiv, Veselka. [in Ukrainian].
5. Slinchuk, V.V. (2024). Sotsial'na typizatsiya hendernykh stereotypiv u movi ZMI. [Social typification of gender stereotypes in mass media language]. Retrieved from: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1356> [in Ukrainian].
6. Bobrovnyk, S. M. (2014). Ethnic stereotypes and their reflection in English Languages. *Advanced Education*, 1(2), 20–26. Retrieved from: <https://doi.org/10.20535/2410-8286.39381/> [in English].
7. Fergusson, R. (2001). *Dictionary of proverbs*. Penguin, 384 p. [in English].
8. Muhammad, H., Abbas Khan, & Fayyaz Ahmad (2024). A sociolinguistics analysis of English language stereotypes portrayed in English Vinglish Movie. *International Journal of Contemporary Issues in Social Sciences*, 3(3), 686–696. Retrieved from <https://ijciss.org/index.php/ijciss/article/view/1221/> [in English].
9. Yang M, McAllister G, Huang B. (2023). Trilingual and Multicultural Experiences Mitigating Students' Linguistic Stereotypes: Investigating the Perceptions of Undergraduates of Chinese Heritage Regarding Native/Non-Native English Teachers. *Behavioral Sciences*, 13(7):588 Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/bs13070588/> [in English].