

Мовознавство

<https://doi.org/10.26565/2227-1864-2026-98-09>
УДК 811.161.2:165.12]:305

Динаміка гендерних стереотипів в українській мовній картині світу

Марія Бобро

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри загального та прикладного мовознавства,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;
(майдан Свободи 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: m.bobro@karazin.ua; <https://orcid.org/0000-0003-4086-4607>*

Марія Семерніна

*студентка 4 курсу бакалаврського рівня
вищої освіти філологічного факультету,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;
(майдан Свободи 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: mariia.semernina@student.karazin.ua*

У статті проаналізовано динаміку гендерних стереотипів в українській мовній картині світу. Мета пропонованої розвідки – виявити особливості сприйняття та відтворення гендерних стереотипів у мовній картині світу українців, зокрема з'ясувати, які саме гендерні стереотипи закріплені в українських пареміях, і, провівши експериментальне опитування, порівняти їх із сучасними уявленнями українців про стереотипне сприйняття чоловіків та жінок, оскільки суспільство стрімко розвивається і все більш актуальним постає питання усвідомлення та переосмислення традиційних чоловічих та жіночих ролей.

Аналіз українських прислів'їв та приказок свідчить про глибоку укоріненість традиційних образів жінки та чоловіка. Жіночий образ у пареміях здебільшого обмежений сферою дому (берегиня, господиня), а працьовитість є головним показником цінності, тоді як психологічні стереотипи акцентують на емоційності, говірливості та непостійності жінки. Образ чоловіка в пареміях репрезентований через ролі годувальника, сильної та матеріально відповідальної особи, хоча в окремих контекстах фіксується можливість жіночого впливу. Шлюб у пареміях часто трактується як союз із чітким розподілом ролей, де чоловік є «головою», а жінка – «душею».

Експериментальне дослідження, проведене у 2025 році, дозволило простежити трансформацію цих уявлень у сучасній мовній свідомості. Результати опитування підтвердили стійкість традиційних стереотипів (емоційність жінки, її роль як господині; сила чоловіка, його роль у забезпеченні родини), проте також виявили появу нових прескриптивних установок. До сучасних стереотипів належать упередження щодо здатності жінок керувати автомобілем, обов'язковості материнства та ідеалізації зовнішності. Щодо чоловіків сучасні стереотипи накладають заборони на вияв емоцій («чоловіки не плачуть») та обмежують вибір видів діяльності, що виходять за межі традиційної маскуліності (не можна фарбувати нігті, гратися ляльками).

Ключові слова: гендерні стереотипи, українська мовна картина світу, паремії, гендерні ролі, експериментальне дослідження.

Питання гендеру є однією з нагальних проблем сучасної наукової думки, зокрема в межах соціології, психології та мовознавства.

Вивчають як власне розуміння поняття *гендер*, так і пов'язані з ним різнобічні аспекти: гендерна рівність, гендерна політика, гендерна ідентичність,

© Бобро М., Семерніна М., 2026



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0.

гендерні ролі тощо. Міждисциплінарна проблематика включає також поняття гендерних стереотипів, їх функціонування і впливу на життя та сприйняття людини самої себе та інших людей. Низка сучасних досліджень присвячена таким проблемам, як функціонування гендерних стереотипів у сучасному медіапросторі, рекламі, мові сучасних ЗМІ [14; 19; 20], зв'язок гендерних стереотипів із гендерною і мовною ідентичністю особистості, гендерною дискримінацією та цінностями сучасного українського суспільства [1; 11; 12], особливості вербалізації гендерних стереотипів у різних за стильовим та функціональним спрямуванням дискурсах [2; 6; 18; 21] тощо. Однак гендерні стереотипи, репрезентовані в українській мовній картині світу, в діахронійному аспекті потребують подальшого вивчення.

Мета пропонованої розвідки – виявити особливості сприйняття та відтворення гендерних стереотипів у мовній картині світу українців, зокрема з'ясувати, які саме гендерні стереотипи закріплені в українських пареміях, і, провівши експериментальне опитування, порівняти їх із сучасними уявленнями українців про стереотипне сприйняття чоловіків та жінок, оскільки суспільство стрімко розвивається і все більш актуальним постає питання усвідомлення та переосмислення традиційних чоловічих та жіночих ролей.

Для аналізу гендерних стереотипів важливо розмежовувати поняття *стать* і *гендер*. Перше охоплює біологічні, анатомічні та фізіологічні відмінності між чоловіками та жінками. Дослідники наголошують, що *стать* становить первинну характеристику людини, яка визначається природою [10; 13; 17], натомість *гендер* є соціально сконструйованим поняттям, який охоплює культурно зумовлені очікування, ролі та моделі поведінки для чоловіків та жінок [5; 14]. Термін *гендер* почав активно вживатися з кінця 1960-х років, коли постала потреба розрізняти біологічні та соціальні чинники. В українській науковій думці поняття *гендер* закріпилося в 1990-х роках, а з 2005 року офіційно визнане на законодавчому рівні (Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»).

Гендер варіюється залежно від культурного, історичного та соціального контекстів, а уявлення про мужність і жіночність трансформуються відповідно до суспільних змін [5; 17]. Зокрема постійно переосмислюються соціальні уявлення про допустиму поведінку чоловіків і жінок, наприклад, ставлення до зовнішнього вигляду чи професійного вибору. Таким чином, *стать* є біологічною категорією, тоді як *гендер* – соціокультурною.

Термін *стереотип* уперше був введений американським дослідником Уолтером Ліпманом, який визначав стереотипи як звички

в свідомості, що впливають на сприйняття реальності [29]. Стереотипи трактують як узагальнене уявлення про певне явище, соціальну групу, індивіда тощо, яке формується під впливом соціального досвіду та культурних норм [8; 15; 26]. Стереотипи можна розглядати різноаспектно: з одного боку, вони розглядаються як індивідуальний досвід, який допомагає людині аналізувати все навколо [28], а з іншого – як соціальні феномени, які мають колективний характер і передаються між поколіннями, закріплюючись у культурі [8; 27]. Розрізняють також позитивні, неточні та негативні стереотипи. Позитивні відображають схвальні риси певної групи, неточні базуються на суб'єктивних поглядах (наприклад, на естетичних або модних стандартах), а негативні містять елементи дискримінації й упередженості [7].

Гендерні стереотипи відображають уявлення про риси, поведінку та соціальні ролі чоловіків і жінок. У суспільній свідомості гендерні стереотипи постають як стандартизовані уявлення про моделі поведінки й риси характеру, які вважають типовими для кожної статі. Вони формуються через те, що в суспільстві традиційно прийнято виділяти чоловічі й жіночі категорії та визначати очікувані соціальні ролі [13; 15].

Гендерні стереотипи відіграють подвійну роль: з одного боку, вони полегшують соціалізацію, задаючи певні моделі поведінки, а з іншого – обмежують розвиток особистості, породжують психологічну напругу та дискримінації [15]. Утім стереотипи проявляються не лише в поведінці, а й у мові, яка виконує функцію збереження та відтворення колективного досвіду. Одним із важливих джерел вивчення гендерних стереотипів є паремії – короткі народні вислови, що відображають узагальнений досвід поколінь та ключові цінності суспільства [4; 16].

Паремії є інструментом кодування та закріплення гендерних стереотипів у мовній картині світу, оскільки фіксують норми, правила й соціальні моделі поведінки. Вони мають стійку мовну форму, завдяки чому передаються з покоління в покоління, відображаючи культурні настанови, зокрема щодо гендерних ролей і властивостей, і відтворюючи гендерні соціальні уявлення, що визначають межі прийнятної поведінки. Таким чином, українські паремії функціонують не лише як елемент народної мудрості, а й як інструмент кодування та закріплення гендерних стереотипів у мовній картині світу [9; 16; 24, 1984; 25]. Розгляньмо детальніше закріплені в українських пареміях стереотипні уявлення про жінок і чоловіків.

Аналіз українських паремій [3; 22; 23; 24] свідчить, що жіночий образ є різноаспектним, але здебільшого він закріплений у межах стереотипних уявлень про роль жінки в родині, побуті та суспільстві. Одним з найпоширеніших є стереотип працьовитої господині як еталонної ролі жінки: *жіноча робота ніколи не лягає спати; жінка ледащо в хаті нінащо*. Працьовитість виступає

основним показником жіночої цінності, а лінощі презентовано як соціально неприйнятну поведінку. У пареміях *піч – річ бабська, а шабля – козацька; за царя жінці була одна дорога: од печі до порога; жіноча річ коло припічка* образ дому (піч, поріг, припічок) обмежує сферу діяльності жінки, тоді як у висловах *дім держиться не на землі, а на жінці; без жінки – як без рук* ідеалізується її роль берегині.

Інша група паремій відображає психологічні та поведінкові стереотипи. Жінці приписується емоційність (*квітневий сніг такий, як жіночий плач*), говорливість (*жінка хіба те утає, чого не знає; жінці іще мовчанка ніколи не зашкодила*); пор. також жіночий *язик гостріший від меча*), непостійність (*жіноча думка і вітер часто змінюються*). Такі вислови фіксують, та нормалізують стереотипне ставлення до жінок, репрезентуючи емоційність і говірливість як природні, але не завжди позитивні жіночі риси. Окремо відзначимо стереотипи, пов'язані із зовнішністю й інтелектом: *у жінок волос довгий, а ум короткий; як сорок літ стане – жінка в'яне*. Зовнішня краса жінки як стереотипно властива риса протиставляється розуму.

Стереотипні уявлення про чоловіка, зафіксовані в пареміях, відбивають очікування щодо його поведінки, ролей, рис характеру тощо. Найчастіше чоловік постає як працююча, сильна й матеріально відповідальна людина, яка має бути опорою сім'ї. Типові вислови *праця чоловіка годує, а лінь марнує; птиця створена для польоту, а чоловік – для роботи; дерево шанують, як добре родить, а чоловіка – як добре робить* наголошують на тому, що праця є головною рисою «справжнього» чоловіка як годувальника родини (пор. також. *чоловік без грошей, як пташка без крил*). Водночас паремії фіксують й іншу стереотипну рису чоловіка: фізичну силу і мужність (*слабкість чоловіка не красить*). Чоловік асоціюється також із розумом і життєвою мудрістю *як голова сивіє, то чоловік мудріє*.

Також прослідковується образ чоловіка водночас сильного, але піддатливого, розумного, але імпульсивного. У висловах *нема чоловіка без злості; нема дерева без птиці, а чоловіка без брехні* зафіксовані риси агресивності, нещирості тощо, які інтерпретуються як «природні» для чоловіка. Проте інші паремії, наприклад, *чоловік голова, жінка шия: куди захоче, туди й поверне; коня керують уздами, а чоловіка – словами; чоловік як дуло: куди повернеш, туди йде* показують його як керованого та залежного від жіночого впливу. Лексема *голова* символізує лідерство чоловіка, тоді як лексеми *шия, поверне(ш), керують* вказують на вплив жінки на чоловіка і створюють образ жінки, яка має приховану, але реальну владу.

Частина українських паремій відображає бачення партнерства та розподілу ролей між чоловіком та жінкою у шлюбі. Низка висловів наголошують на неможливості повної соціальної реалізації людини без партнера: *жінка без мужа – то дім без фундаменту; баба без діда, як борщ без хліба; господар без жінки, як без очей*. Метафори *дім без фундаменту, борщ без хліба* створюють образ певної неповноцінності, особливо щодо ролей жінки. Поширеними є стереотипи про традиційний розподіл ролей у шлюбі: *чоловік у поле орать, а жінка руками махать; чоловікові мішок, а бабі – горщик; чоловік у домі голова, а жінка – душа; чоловік – голова в хаті, жінка – капелюх на голові*. Наведені вирази акцентують на ролі чоловіка як господаря і ролі жінки у створенні сімейного затишку.

Шлюб здебільшого зображується з негативної сторони через поведінку жінок у ньому: *де лихая жінка в хаті, там добра не сподіватись; дай жінці волю – попадеш у неволю; дим, дощ, мороз і сварлива жона – то найбільше нещастя в хаті; не квапся женитися, бо це тобі жінка стане кісткою в горлі*. Уживання одиниць *лихая, сварлива, кістка в горлі* формує негативний образ дружини. Поряд з цим зберігаються і позитивні уявлення про жінку як партнера, який підтримає і допоможе: *поможеш, боже, нежонатому, а жонатому й жінка поможе*.

Матеріально-побутовий аспект відносин відображено у висловах *жінка більше викине ложкою, як чоловік принесе лопатою; нащо тобі жінку брати, як нема своєї хати?* Шлюб постає як економічний союз, у якому жінка відповідає за побут, а чоловік – за добробут.

Описані вище гендерні стереотипи, відображені в українському паремійному фонді, сформувалися кілька століть тому і репрезентують певний діахронійний зріз української національної картини світу. Для виявлення гендерних стереотипів, актуальних для сучасних українців, у 2025 році в дистанційному форматі було проведено опитування, у якому взяли участь 55 українців віком від 18 до 68 років. Їм було запропоновано навести три найпоширеніших, на їхню думку стереотипи про жінок і три – про чоловіків.

Отримані відповіді (приклади подано в авторській редакції) дозволяють зробити висновок про глибоку вкоріненість певних стереотипів про жінок у свідомості сучасних українців. Один із найпоширеніших таких стереотипів стосується емоційної нестабільності жінки й реалізується у відповідях респондентів мовними одиницями *истеричка, невірноважена, емоційна, не вмє контролювати емоції*. Переважають лексеми з негативною оцінкою, які актуалізують уявлення про те, що жінка керується почуттями, а не логікою.

Також поширений стереотип, що жінка – це господиня: *має робити всю хатню роботу; жінка повинна займатися хатніми справами; жінка повинна створювати домашній затишок*. Часте

використання конструкцій з лексемами повинна, має фіксує стереотипність поведінки й соціальний тиск, який є основою традиційного розподілу ролей.

Інші стереотипи стосуються зовнішності та краси: *повинна дуже багато вкладати грошей часу та зусиль у свою зовнішність; повинні бути завжди красивими та стрункими; завжди має гарно виглядати; має дбати передусім про зовнішній вигляд, а вже потім про розвиток себе як особистості*. Використання лексем повинна, має, дбає закріплюють обов'язковість таких характеристик. Крім того, стереотипи зображують жінку слабкою статтю, що фіксується у відповіді *слабкі фізично; слабка; жінки мають бути слабкими, ніжними*. Цей стереотип формує уявлення про жіночу фізичну та психологічну вразливість.

До власне сучасних стереотипів, не представлених у пареміях, належать твердження, що жінки погано керують автомобілем: *жінка за кермом це халепа; жінка за кермом як мавпа з гранатою*. Інший поширений стереотип стосується материнства як певного обов'язку, невід'ємної частини життя жінки, її призначення: *жінка створена для народження дітей; повинна народити, щоб мати право називатися жінкою; жінки повинні займатися вихованням дитини; не народила – не жінка; жінка має народити*. Прикметно, що паремії хоча і вказують на важливість народження дітей і продовження роду (*діти – найбільша радість у світі; нема смерті без причини, нема щастя без дитини; хата з дітьми – базар, а без дітей – пуста*), не засвідчують уявлення про материнство як обов'язок. Водночас у відповідях учасників опитування лексеми повинна, має фіксують певний соціальний примус і формують ідею, що цінність жінки значною мірою визначається її репродуктивною функцією. Схожий стереотип транслює ідею того, що кожна жінка зацікавлена в родині та шлюбі: *завжди хоче заміж і дітей; жінка повинна обов'язково вийти заміж; всі жінки хочуть заміж*.

Загалом, результати опитування демонструють що жінка сприймається як емоційна, фізично слабка, орієнтована на родину й зовнішню привабливість. Семантичне наповнення відповідей виявляє наявність оцінної та часто зневажливої лексики.

Гендерні стереотипи про чоловіків так само глибоко закорінені у суспільній свідомості, як і ті, що стосуються жінок. Наприклад, роль чоловіка як годувальника зафіксовано у відповідях: *добувач грошей; повинен заробляти гроші; чоловік має бути годувальником сім'ї; заробіток коштів*. Лексеми *годувальник, добувач, заробіток* визначають економічну сутність ролі чоловіка.

Низка відповідей наголошують на тому, що чоловік є сильною статтю: *повинен бути*

мужнім, міцним; чоловік має бути мужнім; має бути сильним; сильна стать. Як було зазначено вище, паремії в поодиноких випадках також фіксують подібні уявлення (*слабкість чоловіка не красить*), однак не є настільки прескриптивними. Натомість повторювані у відповідях анкетування лексеми *повинен, мусить, має* мають директивний характер і виражають зобов'язання відповідати цим вимогам. Такі мовні одиниці створюють ідеалізований образ чоловіка як сильного, стійкого та витривалого, що забороняє прояви емоційності чи вразливості.

Значна частина відповідей репрезентує стереотип про неемоційність чоловіків, який у пареміях не має прямого вираження (хоча у них йдеться про емоційність як властиво жіночу рису). Такий стереотип ґрунтується на очікуванні, що чоловік не повинен демонструвати емоцій: *не можуть проявляти емоції; чоловік не повинен виражати свої емоції; не має права на емоції*. Мовні засоби заперечення *не повинен, не має права, не можна* відтворюють внутрішню заборону на вияв емоцій. Окремо варто зазначити варіант цього стереотипу, який можна узагальнено сформулювати як «чоловіки не плачуть»: *не повинен плакати; чоловікам не можна плакати; чоловік не має права плакати; справжні чоловіки не плачуть*. Лексеми *справжній, не плаче* створюють певний стандарт, ідеалізований образ чоловіка. Також тут спостерігаємо використання конструкцій-прогібітивів на кшталт *не можна, не має право*.

До сучасних стереотипів, не зафіксованих у пареміях, відносимо такі, що описують певні види діяльності як неприйнятні для чоловіків: *не може фарбувати нігті, проколювати вуха; чоловіки не носять спідниць; хлопчикам не можна гратися ляльками; чоловіки не люблять шопінг; чоловіки-танцюри – геї*. Такі вислови соціально обмежують вільний вибір чоловіків щодо інтересів, занять, поведінки тощо. Лексеми *не можна, не люблять, відтворюють заборону виходити за межі традиційної маскуліності та засуджують нестереотипну поведінку чоловіків*.

Отже, результати дослідження показали, що гендерні стереотипи є стійким елементом української національної картини світу, який виявляється як в пареміях, так і в сучасній мовній свідомості українців. Прислів'я та приказки відображають стереотипні уявлення про чоловіків та жінок які, як свідчать результати опитування, продовжують існувати та відтворюватись у мовленнєвій діяльності сучасних українців. Загалом, дані опитування респондентів вказують на те, що більшість традиційних гендерних стереотипів зберігаються в колективній свідомості, однак з часом вони можуть дещо переосмислюватися і доповнюватися новими (жінки погані водійки, чоловіки не люблять шопінг). Тож, гендерні стереотипи хоч і зазнають змін, але

лишаються значущим складником мовної картини світу українців. Перспективним видаються подальші дослідження гендерних стереотипів, зокрема в контексті їх аксіологічної інтерпретації українцями різних вікових груп і гендерної приналежності.

Список використаної літератури

1. Акімова Л. Гендерні стереотипи і гендерна ідентичність особистості. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*. 2019. № 15. С. 28–138.
2. Венгринюк М. І., Мельник О. М. Особливості вербалізації етнічних та гендерних стереотипів у виданні Осне Саерстад «Кабульський книгар». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 4. Ч. 2. С. 12–17. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-2/03>
3. Вік живи – вік учись / упоряд. І. П. Березовський. Київ : держ. учбово-пед. вид-во «Рад. шк.», 1961. 41 с.
4. Гаврилова В. Теоретичні засади вивчення паремій. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2015. № 7. С. 11–20.
5. Гендер для медій: підручник / ред.: М. Маєрчик та ін. Київ : Критика, 2013. 217 с.
6. Демченко О. І., Рибалка Я. І. Гендерні стереотипи у літературі ХХ ст. (на матеріалі творчості Павла Глазового). *Journal “Ukrainian sense”*. 2014. №1. URL: <https://ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/view/74>
7. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери / Алексєнко Т. Ф. та ін. Київ; Сімферополь: Універсум, 2012. 535 с.
8. Загнітко А. П., Богданова І. В. Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів 3-є вид., перероб. і доп. / за ред. А. П. Загнітка. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с.
9. Калько В., Калько М. Не такий страшний чорт, як його малюють: паремія й антипаремія в сучасному українському мовному просторі. *Slavia orientalis*. 2023. Т. 72, № 1. С. 157–172.
10. Камінська Н. В., Чернявський С. С., Перунова О. С. Засади розуміння гендеру та гендерної рівності: лекція. Київ: Нац. акад. внутр. справ, 2020. 20 с.
11. Куравська Н. Гендерні стереотипи як джерело гендерної дискримінації та сексизму. *Збірник наукових праць: психологія*. 2018. № 22. С.55–62. <https://doi.org/10.15330/psp.22.55-62>
12. Маковійчук Л. В. Гендерні стереотипи та їх вплив на мовну ідентичність. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2025. № 212. С. 180–185. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-212-26>
13. Марценюк Т. Гендер для всіх. Виклик стереотипам. Київ: Основи, 2017. 254 с.
14. Марценюк Т. О. Гендерні стереотипи зовнішньої реклами (на прикладі Подолі міста Києва). *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2009. Т. 96: С. 82–88.
15. Москаленко В. Соціальна психологія: підручник. 2-ге вид. Київ: Центр учб. літ., 2008. 688 с.
16. Музика М. Паремія як одиниця мовної свідомості людини (на матеріалі асоціативного експерименту). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2017. № 59. С. 148–154.
17. Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. Київ: “К.І.С.”, 2004. 536 с.
18. Резнік А. Гендерні стереотипи та патріархальний дискурс у фразеології української мови. *Молодий дослідник*. 2025. №7. С. 112–118.
19. Сукаленко Т. Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*. 2021. № 48, С. 174–183. <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23>
20. Сукаленко Т., Шпетна С. Гендерні стереотипи в медіапросторі: типологія і механізми репродукції. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2025. № 3, С. 129–135. <https://doi.org/10.32782/apv/2025.3.19>
21. Ткаченко В.Т. Вербалізація гендерних стереотипів у складі мовного образу свята (на матеріалі української радянської і сучасної публіцистики). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2021. Вип. 88. С.116–122. <http://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-18>
22. Українські народні прислів'я та приказки / упоряд. В. Бобкова та ін. Київ: Держ. вид-во худож. літ., 1963. 791 с.
23. Українські прислів'я, приказки та порівняння з літературних пам'яток / упоряд. М. М. Пазяк. Київ : Наук. думка, 2001. 392 с.
24. Українські прислів'я та приказки / ред.: С. Д. Зубков та ін. ; упоряд.: С. В. Мишанич, М. М. Пазяк. Київ: Вид-во худож. літ. «Дніпро», 1984. 389 с.
25. Шкіцька І. Відображення стереотипних уявлень про жінок у пареміях: польсько-українські паралелі. *Мова: класичне – модерне – постмодерне*. 2024. № 10. С. 136–161.

26. Яницька О. М. Поняття символу та стереотипу в лінгвокультурологічному дослідженні концепту (на матеріалі концепту "BIPA" в англійській, українській і французькій мовах). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Т. 31, № 3. С. 89–91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2017_31\(3\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2017_31(3)_24)
27. Allport G. W. *The nature of prejudice*. Cambridge, Mass : Addison-Wesley Pub. Co., 1955. 537 p.
28. Beukeboom C. J., Burgers C. How stereotypes are shared through language: a review and introduction of the social categories and stereotypes communication (SCSC) framework. *Review of Communication Research*. 2019. Vol. 7. P. 1–37.
29. Lippmann W. *Public opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A: Transaction Publishers, 1997. 427 p.

Надійшла до редакції 02 лютого 2026 р.

Прийнята до друку 02 квітня 2026 р.

Опублікована 29 травня 2026 р.

References

1. Akimova, L. (2019). Gender Stereotypes and Gender Identity of the Individual. *Collection of Scientific Papers 'Problems of Modern Psychology'*. 15, 28–138. [in Ukrainian].
2. Venhryniuk, M. I., & Melnyk, O. M. (2021). Peculiarities of Verbalization of Ethnic and Gender Stereotypes in the Publication 'The Bookseller of Kabul' by Åsne Seierstad. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*. Vol. 32 (71), No. 4, Part 2, 12–17. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-2/03>.
3. Berezovskyi, I. P. (Ed.). (1961). *Live and Learn*. Kyiv: Radianska shkola. [in Ukrainian].
4. Havrylova, V. (2015). Theoretical Principles of Studying Paremias. *Scientific Notes of Berdyansk State Pedagogical University*. 7, 11–20. [in Ukrainian].
5. Maierchuk, M. et al. (Eds.). (2013). *Gender for Media: Textbook*. Kyiv: Krytyka. [in Ukrainian].
6. Demchenko, O. I., & Rybalka, Ya. I. (2014). Gender Stereotypes in the Literature of the 20th Century (Based on Pavlo Hlavovyi's Works). *Journal "Ukrainian Sense"*. 1. URL: <https://ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/view/74> [in Ukrainian].
7. Aliksieienko, T. F. et al. (2012). *Encyclopedia for Social Sphere Specialists*. Kyiv; Simferopol: Universum. [in Ukrainian].
8. Zahnitko, A. P., & Bohdanova, I. V. (2017). *Linguoculturology: Textbook for Higher Education Students*. 3rd ed. Vinnytsia: Vasyl' Stus Donetsk National University. [in Ukrainian].
9. Kalko, V., & Kalko, M. (2023). The Devil Is Not So Terrible as He Is Painted: Pemia and Antipemia in Modern Ukrainian Linguistic Space. *Slavia Orientalis*. 72 (1), 157–172. [in Ukrainian].
10. Kaminska, N. V., Cherniavskiy, S. S., & Perunova, O. S. (2020). *Principles of Understanding Gender and Gender Equality: Lecture*. Kyiv: National Academy of Internal Affairs. [in Ukrainian].
11. Kuravska, N. (2018). Gender Stereotypes as a Source of Gender Discrimination and Sexism. *Collection of Scientific Papers: Psychology*. No. 22, 55–62. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.15330/psp.22.55-62>.
12. Makoviychuk, L. V. (2025). Gender Stereotypes and Their Influence on Linguistic Identity. *Scientific Notes. Series: Philological Sciences*. 212, 180–185. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-212-26>.
13. Martsenyuk, T. (2017). *Gender for Everyone. Challenging Stereotypes*. Kyiv: Osnovy. [in Ukrainian].
14. Martsenyuk, T. O. (2009). Gender Stereotypes of Outdoor Advertising (Case Study of Podil, Kyiv). *Scientific Notes of NaUKMA. Sociology*. 96, 82–88. [in Ukrainian].
15. Moskalenko, V. (2008). *Social Psychology: Textbook*. 2nd ed. Kyiv: Center of Educational Literature. [in Ukrainian].
16. Muzyka, M. (2017). Pemia as a Unit of Human Linguistic Consciousness (Based on an Associative Experiment). *Linguistic and Conceptual Pictures of the World*. 59, 148–154. [in Ukrainian].
17. *Foundations of Gender Theory: Training Manual*. (2004). Kyiv: 'K.I.S.'. [in Ukrainian].
18. Reznik, A. (2025). Gender Stereotypes and Patriarchal Discourse in the Phraseology of the Ukrainian Language. *Young Researcher*. 7, 112–118. [in Ukrainian].
19. Sukalenko, T. (2021). Gender Stereotypes in the Language of Modern Media. *Problems of Humanities: Collection of Scientific Works of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University. Series 'Philology'*. 48, 174–183. [in Ukrainian]. doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23.
20. Sukalenko, T., & Shpetna, S. (2025). Gender Stereotypes in the Media Space: Typology and Reproduction Mechanisms. *Acta Paedagogica Volynienses*. 3, 129–135. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32782/apv/2025.3.19>.

21. Tkachenko, V. T. (2021). Verbalization of Gender Stereotypes within the Linguistic Image of Holiday (Based on Ukrainian Soviet and Modern Publicism). *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series 'Philology'*. 88, 116–122. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-18>.
22. Bobkova, V. (1963). *Ukrainian Folk Proverbs and Sayings*. Kyiv: Derzhavne Vydavnytstvo Khudozhnoi Literatury. [in Ukrainian].
23. Paziak, M. M. (2001). *Ukrainian Proverbs, Sayings, and Comparisons from Literary Monuments*. Kyiv: Naukova Dumka. [in Ukrainian].
24. Zubkov, S. D. et al. (Eds.). (1984). *Ukrainian Proverbs and Sayings*. Kyiv: Dnipro Publishing House. [in Ukrainian].
25. Shkitska, I. (2024). Reflection of Stereotypical Conceptions of Women in Paremias: Polish-Ukrainian Parallels. *Language: Classic – Modern – Postmodern*. 10, 136–161. [in Ukrainian].
26. Yanytska, O. M. (2017). The Concept of Symbol and Stereotype in the Linguoculturological Study of the Concept (Based on the Concept 'FAITH' in English, Ukrainian, and French). *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University*. 31 (3), 89–91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2017_31\(3\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2017_31(3)_24) [in Ukrainian].
27. Allport, G. W. (1955). *The Nature of Prejudice*. Cambridge, Mass: Addison-Wesley Pub. Co.
28. Beukeboom, C. J., & Burgers, C. (2019). How Stereotypes are Shared Through Language: A Review and Introduction of the Social Categories and Stereotypes Communication (SCSC) Framework. *Review of Communication Research*. Vol. 7, 1–37.
29. Lippmann, W. (1997). *Public Opinion*. New Brunswick, N.J., U.S.A: Transaction Publishers.

Submitted February 02, 2026.

Accepted April 02, 2026.

Published May 29, 2026.

Mariia Bobro, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of General and Applied Linguistics, Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine); e-mail: m.bobro@karazin.ua; <https://orcid.org/0000-0003-4086-4607>

Mariia Semernina, 4-year bachelor student of the Faculty of Philology, Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine); e-mail: mariia.semernina@student.karazin.ua

Dynamics of Gender Stereotypes in the Ukrainian Linguistic Worldview

The article analyzes the dynamics of gender stereotypes in the Ukrainian linguistic worldview. The aim of the study is to identify the peculiarities of the perception and reproduction of gender stereotypes in Ukrainian linguistic worldview. In particular, it aims to find out which gender stereotypes are fixed in Ukrainian paremias and, through an experimental survey, compare them with modern Ukrainians' ideas regarding the stereotypical perception of men and women.

The analysis of Ukrainian proverbs and sayings shows that traditional images of women and men are deeply rooted. The female image in paremias is mostly limited to the domestic sphere (hearth mother, housewife), where diligence is the main indicator of value, while psychological stereotypes emphasize emotionality, talkativeness, and inconstancy. The image of a man is represented through the roles of the breadwinner, a strong and financially responsible person, although some contexts record the possibility of female influence. Marriage in paremias is often interpreted as a union with a clear division of roles, where the man is the 'head' and the woman is the 'soul'.

An experimental study conducted in 2025 made it possible to trace the transformation of these ideas in modern linguistic consciousness. The survey results confirmed the persistence of traditional stereotypes, such as the emotionality of women and their role of a housewife, alongside the strength of men and their role in supporting the family. However, the study also new prescriptive attitudes. Modern stereotypes include prejudices regarding women's ability to drive a car, mandatory nature of motherhood, and idealization of appearance. Regarding men, modern stereotypes impose prohibitions on the expression of emotions ('men don't cry') and limit the choice of activities that fall outside traditional masculinity, such as painting nails or playing with dolls.

Keywords: gender stereotypes, Ukrainian linguistic picture of the world, paremias, gender roles, experimental research.

Внесок авторів: всі автори зробили рівний внесок у цю роботу

Конфлікт інтересів: автори повідомляють про відсутність конфлікту інтересів

Author Contributions: All authors contributed equally to this work

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest

Як цитувати: Бобро, М., & Семерніна, М. (2026). Динаміка гендерних стереотипів в українській мовній картині світу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*, (98), 61-67. <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2026-98-09>

Cite as: Bobro, M., & Semernina, M. (2026). Dynamics of Gender Stereotypes in the Ukrainian Linguistic Worldview. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series Philology*, (98), 61-67. <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2026-98-09> [in Ukrainian]