

## Вербальне відображення гендерних стереотипів (на матеріалі українських паремій)

І. М. Гапєєва, О. В. Коваль

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь, Україна  
Corresponding author. E-mail: gapeeva.irina.1979@gmail.com

Paper received 12.03.18; Revised 19.03.18; Accepted for publication 21.03.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-159VI46-05>

**Анотація.** Стаття презентує дослідження пареміологічного фонду української мови на предмет вербального відображення в ньому гендерних стереотипних уявлень про чоловічу й жіночу поведінку та образ життя. Авторами визначено та описано способи формування гендерних стереотипів, які свідомо або несвідомо закладаються у світосприйняття людини під час прочитання нею квінтесенцій народної мудрості – прислів'їв та приказок. Висновки доводять, що мовленнєві стереотипи є комунікативними ідіомами, за якими ситуативно закріплюється гендерно марковане функціональне значення.

**Ключові слова:** вербальний, пареміологія, стереотип, гендер.

**Вступ.** Культурно вагомим фрагментом відображення дійсності є не тільки сам образ людини, але і його стереотипні характеристики, що їх зафіксовано в мові відповідними одиницями. Мова завжди відображає картину світу із глибинною логікою, продикуванано життєвим досвідом багатьох поколінь. Важливу роль у трансляції соціокультурної інформації у процесі гендерної соціалізації індивіда відіграє фольклорна спадщина народу. Відносна стабільність гендерних стереотипів, їхня здатність дуже повільно змінюватись під впливом соціокультурних факторів підсилює перспективність вивчення регулятивного потенціалу україномовних фольклорних текстів, які активно функціонують у дискурсі сучасної української культури.

**Огляд публікацій за темою.** Поняття “стереотип” активно вивчають когнітологи, етнолінгвісти, психолінгвісти, лінгвокультурологи, соціолінгвісти, представники теорії міжкультурної комунікації. Зацікавленість проблемою гендерних стереотипів підвищилася в західній соціології в 1970-х роках і не спадає дотепер. Для формування нашого погляду на проблему гендерної стереотипізації ми зверталися до робіт сучасних дослідників психології та лінгвістики. Так, В. Агєєв [1] та Т. Рєпіна [6] дослідили психологічні й соціальні функції статеролевих стереотипів. Це дало їм підстави констатувати, що соціальний контекст накладає відбиток не тільки на зміст статеролевих стереотипів, але й на загальний пафос і характер присвячених їм наукових робіт. Також вони з'ясували, що більшість дослідників цієї проблеми на Заході – це жінки, тому в роботах чітко простежується вплив феміністичної ідеології, причому часто в її перебільшених формах, коли запечується будь-яка різниця й висуваються вимоги абсолютної рівності й повної симетрії у стосунках між статями. І. Грошев досліджував жіночий образ у рекламі, де він є одним із основних методів привернення уваги. Список популярних образів невеликий і найчастіше презентує традиційний розподіл гендерних ролей у суспільстві, що призводить до безособовості жінки, перетворює її на товар, обмежує її соціальну активність та самореалізацію. Реклама розкриває перед глядачем систему відносин у суспільстві, у тому числі й гендерних, які дуже спрощуються, стандартизуються, створюються за шаблонами соціальних стереотипів та переконань [3]. С. Бартмінський говорить про етноцентризм стереотипів. Він упевнений, що мовні стереотипи передбачають семантичну стереотипізацію, яка чітко

виражена в пареміях, ідіомах, фразеологізмах, крилатих виразах та мовних кліше. Семантична стереотипізація, на його думку, допомагає зменшити кількість семантичних значень фраз, що значною мірою полегшить комунікантові вибір влучного засобу для передачі необхідної інформації, а реципієнтові – сприйняття цієї інформації [2, с. 12].

**Мета.** Аналіз змісту та способів мовного конструювання гендерних стереотипів у науковій літературі та порівняння їх з ідеальними зразками маскуліної та феміної поведінки, репрезентованими у текстах українських народних прислів'їв та приказок.

**Матеріали й методи.** Теоретичним підґрунтям дослідження слугують наукові роботи, що стосуються актуальних питань лінгвогендерології, лінгвокультурології, психолінгвістики, соціолінгвістики та ін. Практичні матеріали зібрано авторами шляхом суцільної вибірки з різних збірників українських народних прислів'їв та приказок. Для досягнення поставленої мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, першорядну роль серед яких відіграє описовий та аналітичний методи, а допоміжну - метод лінгвістичного спостереження, семантичного та концептуального аналізу. Під час систематизації фактичного матеріалу вжито *структурний* метод.

**Результати та їх обговорення.** Поняття гендерного стереотипу нам видається логічним розглядати й визначати в контексті теорії соціального конструювання гендеру. Психологія у межах цієї теорії визначає його як стандартизоване уявлення про моделі поведінки та риси характеру, які відповідають поняттям *чоловіче* й *жіноче*. Уявлення про конструювання гендеру дозволяє враховувати історичний і культурний контекст під час аналізу гендерних стереотипів. Так, А. Кириліна розуміє під гендерними стереотипами культурно та соціально обумовлені погляди на якість, атрибутику й норми поведінки представників обох статей і відображення їх у мові, вона також зауважує, що гендерна стереотипізація фіксується в мові на всіх її рівнях [4, с. 99]. Під час розвитку й засвоєння мовлення, дитина засвоює особливості культури, людського способу дій та образу життя. Багато з цього занурюється у підсвідомість і дитина власне соціалізується. Стереотип акумулює певний стандартизований колективний досвід і, навіяний індивіду в процесі навчання і спілкування з іншими, допомагає орієнтуватися в житті й направляє його поведінку. Пареміологічний фонд української

мови – важливе джерело інтерпретації, оскільки це стереотипи народної самосвідомості.

У прислів'ях і приказках відображено переважно чоловічу картину світу та чоловічу владу в ньому, де чоловіки як адресанти або адресати домінують кількісно. Зробивши вибірку прикладів із збірників прислів'їв та приказок, можемо узагальнити, які стереотипні уявлення зафіксовані у народній мудрості. Так, із вибраних нами чоловічих стереотипів негативну конотацію має лише схильність чоловіків зловживати алкоголем та їхня пристрасть до їжі. Всі інші приклади спрямовані на підкреслення чоловічої значущості, розуму та звитяги. Розмір чоловічого простору в пареміях значно більший за жіночий. Навіть у тих прислів'ях, які можуть бути застосовані до обох статей, імпліцитно фігурує саме чоловічий рід: *не спиться – хліб сниться; плаває, як вареник в маслі; голодному і хруці – м'ясо*. У наведених прикладах окрім чоловічого роду слів, які входять до складу паремій, на гендер вказує стереотип **“Чоловіча пристрасть до їжі”**: *як молодим бував, то сорок вареників їдав, а тепер хамелю-хамелю і насилу п'ятдесят умелю; дурний Грицько млинці пекти, він краце тістечко з'їсть*. У кожної людини є природна потреба в їжі, як у джерелі енергії для нормальної життєдіяльності людського тіла, проте саме жінки найчастіше дотримуються дієт і їжа розглядається ними переважно як задоволення фізичних потреб, тому в народному арсеналі ми майже не знайшли приклади паремій на підтвердження жіночої пристрасті до їжі. Натомість багато зразків указують на те, що місце жінки біля печі (тобто готувати їсти та годувати родину). У досліджуваних пареміях має місце опозиція “чоловіче – жіноче” з конотаціями “правильне – неправильне”, адже за стереотипом **“Чоловіки розумніші за жінок”** теж маємо достатньо прикладів: *під його й комар носа не підточить; не бажай синові багатства, а бажай розуму; козак мовчить, а все знає*. Серед прислів'їв на підтвердження цього стереотипу виділяємо й ряд паремій, що вказують на чоловічу мудрість у стосунках із жінкою: *гарний чоловік і погану жінку красить; як чоловік жінку любить, то й лиха жінка доброю буде; за хорошим чоловіком і свинка господинька*. Часто в українських пареміях зустрічаємо стереотип **“Сила в родині”**, де чоловік висувається переважно на перший план: *найлучча спілка – чоловік і жінка; не потрібен і клад, коли у чоловіка з жінкою лад; чоловік у домі – голова, а жінка – душа*, а звідси й поради чоловікам: *і в лиху годину не кидай дружину; вчи жінку до дітей, а дітей без людей*. Сюди ж відносимо прислів'я, які показують інший бік подружнього життя, коли щось складається не так: *як оженився, так зажурився: треба горшка, миски і колиски; не лихо журисть і чужа сторона, а невдала жона*. Відображається не тільки залежність жінки від чоловіка, але й зворотне: *крайце сім раз горіти, аніж один раз овдовіти; вдовець – дітям не отець, бо й сам крулий сирота*. У сучасному українському суспільстві роль чоловіка в сім'ї часто буває недооцінена. Дуже важливу роль він має у вихованні синів, адже хто, як не справжній чоловік, своїм прикладом навчить дитину тому, як треба ставитися до жінки, піклуватися про сім'ю, ділити між усіма членами сім'ї тягар господарських турбот, вирішувати конфлікти та створювати гармонію. Тут бачимо наступний стереотип **“Чоловічий приклад”**: *які самі, такі сини;*

*який куц, така й хворостина, який батько, така й дитина; який дуб, такий тин; який батько, такий син*. Тільки в повноцінній сім'ї, де з дитинства прищеплюються належні стереотипи внутрішніх сімейних взаємин, можливо підготувати дитину до майбутнього дорослого життя. Стереотип **“Чоловіча робота”** розкривається такими прислів'ями, які передають нам давні людські переконання, що чоловіки більш сильні, стійкі та вправні, відповідно й з роботою вони справляються краще: *для нашого Федота не страшна робота; не той молодець, що починає, а той, що кінчає*. У більшості паремій зустрічаємо лише згадку про певну професію, але й це уже дає змогу зробити висновок про приналежність її чоловікам: *коваль клепле, доки тепле; Мусій, гречку сій, як хочеш кашу їсти; добре тому ковалеві, що на обі руки кує; без сокири не тесляр, без голки не кравець; в умілого й долото рибу ловить*. Стереотип **“Чоловіки наполегливі та завзяті”** знаходить відображення у таких прислів'ях: *такий, що із вареної крашанки курча висидить; сказав, як сокирою одрубав; сказав, як зірвонка забив; став, як окунь проти води; уперся, як кілок в тин; ти йому про Тараса, а він – півторака*. Завзятість допомагає людині завжди тримати перед очима кінцеву мету і зупинитися тільки після того, як вона буде досягнута. Однак чоловіча впертість часто має і негативну конотацію, що також відображено у прислів'ях: *упертий, як цап; ти його хрести, ти його святи, а воно в болото лізе*. У XV ст., коли на вільні прикордонні землі Польсько-Литовської держави приходили найбільш сміливі й відчайдушні люди, яких умови тодішнього життя примушували до військової організації, починає зароджуватися українське козацтво. Саме відтоді укріплюється стереотип **“Чоловіки козаки”** або принаймні мають ними бути, що підтверджує цілий масив прислів'їв, які розповідають про козацьку звитягу та свободу: *козака потилиця панам ляхам не хилиться; що буде, те й буде, а козак панцини робить не буде; коли козак у полі, то він на волі; де козак, там і слава; береженого бог береже, а козака шабля стереже*. До цієї ж групи відносимо й прислів'я про чоловічу стійкість, терплячість та непохитність: *козак – душа не вередлива, в пеклі не мерзне, в ополонці не пріє; не той козак, що за водою пливе, а той, що проти води; хліб та вода – козацька їда; козак із пригоріці нап'ється, а з долони пообіда*. Ще один різновид чоловічих стереотипів, закріплений у народній мудрості, – це стереотип **“Чоловіки п'яниці”**. Уміння багато випити – це помилкова ознака чоловічої сили. Добре відомо, що жіноча залежність від алкоголю сильніша та зловживання жінками теж має місце, однак українські народні прислів'я та приказки демонструють нам лише андроцентричний погляд на цю проблему: *не братайся з козаками пити; крамар, що комар, – де не сяде, там п'є; і монахи люблять пити, та уміють скрити; іноки в трапезниці їдять, а в келії запивають*.

У жіночій картині світу, наявній в українських прислів'ях та приказках, виділяємо дев'ять семантичних груп, які формують стереотипні уявлення про роль жінки в суспільстві. Так, візьмемо нейтральну групу із означених нами стереотипів **“Жіноча робота”**. Значна частина щоденних жіночих обов'язків не були сезонними, їх належало виконувати безперервно протягом усього року, витрачаючи багато часу та зусиль [5, с. 67].

Про це свідчать і прислів'я: *жіноча робота ніколи не лягає спати; жіноча праця пропадає у помиях*. У нашій вибірці чи не найбільша кількість паремій стосується приготування їжі та догоджанню чоловікам: *вміла готувати, та не вміла подавати; доки баба спече книші, в діда не буде душі; видно, що кума пироги пекла, бо їй ворота в тісті; піч варила, а я солила; що зварила, те їй на стіл поставила; дарма, що кума бліда, аби пиріг спекла*. Інші різновиди жіночої роботи, які у наш технологічний вік залишаються у минулому, але зафіксовані у прислів'ях та приказках – це прання, прядиво та деякі польові роботи: *влітку і качка прачка, а зимою і Тереса не береться; як прядлось, так спалось, а як перестала прядти, то не хочеться спати; пішла Настя в поле жати та їй забула серп узяти. Серп узля – хліб забула, так-то Настя вдома була*. Семантично близькі групи стереотипів із позитивною конотацією це певним чином залежні одна від одної категорії **“Приваблива зовнішність”**, **“Заміжжя”**, **“Материнство”**, **“Хазяйновитість”**. Ідеальна суспільна думка саме такими упередженнями веде молоду дівчину дорогою життя, тобто за стереотипами дівчина-красуня виходить заміж, народжує дітей та добре порадиться по господарству. Отже, стереотип **“Приваблива зовнішність”** представлений прислів'ями та приказками, які окрім констатації факту краси, дають поради, як обирати наречену: *гарна дівчина, як у лузі калина; нашій Горпині гарно і в хустині; і воза не возила, а двір украсила; хороша, вродлива, тільки біда, що сварлива; траву дивись вдень, як обсохне роса, а дівку – в будень, як невбрана та боса*. У сучасному світі ми можемо спостерігати, як жінки у гонитві за ідеальною красою здатні занепасти себе та як вони на догоду міфів, що чоловіки полюбують красивих та не дуже розумних, переступають через власну гордість та амбіції: *дарма що дурна, аби чорноброва*. Одна з найбільших груп прислів'їв та приказок відображає гендерні стереотипи, пов'язані із **“Заміжжям”**. Оскільки в традиційній українській культурі статус жінки визначався через її стосунки до чоловіка, то за його відсутності жінка випадала зі звичайних соціальних мереж, стаючи певною маргіналкою: її майнові права були обмежені, для неї були повністю чи частково недоступні інші соціальні чи ритуальні жіночі ролі [5, с. 78]. Така сумна перспектива формувала серед дівчат переконання у тому, що слід неодмінно вийти заміж, створити сім'ю за будь-яку ціну: *хоч за вола, аби дома не була; хоч за старця, аби не остаться; засватана дівка усім гарна; тоді дівка тишина, як заміж вийшла; за старого піду – солодкою накрию, а молодого сама нагрію*. У давні часи жінок часто віддавали заміж без їхньої згоди, або з часом побут перекреслював кохання і тоді прислів'я передавали гіркий жіночий досвід: *в дівках сиділа – плакала, заміж пішла – вити стала; заміж іти – не дощову годину перестоять*. Поширеність уявлень про жінку як істоту, нерівну чоловікові, свідчать приказки, у яких жінка порівнюється з тваринами сумнівної вдачі: *не вір жінці, як чужому собаці; не вір ніколи жінці, коняці їй собаці; свинка та жінка єдин мають нрав*. Позитивних конотацій, які пов'язані з поняттями емоційного тепла, уваги та піклування, сповнений жіночий стереотип **“Материнство”**. З образом матері асоціюються такі якості жінки як материнська турбота, співчуття, ніжність, мудрість та духовне піднесення: *дити-*

*на плаче, а матері боляче; у дитини заболить пальчик, а в мами – серце; матері кожної дитини жаль, бо котрого пальця не вріже, то все болить; матері своїх дітей жаль, хоч найменшого, хоч найбільшого*. Материнство з погляду соціуму розглядається як джерело комфорту та піклування: *на сонці тепло, а біля матері добре; дити ягнятка скачуть, доки матір бачать; у кого є ненька, у того їй голівонька гладенька*. Також суспільна думка вимагає від дітей такої ж повноцінної віддачі, шанобливого ставлення до батьків, застерігає від помилок у спілкуванні з ними: *без любові до матері немає і любові до людей; шануй батька й неньку, то буде скрізь гладенько; нема того краму, щоб купити маму*. Моделювання поведінки жінки-матері відбувається упродовж століть і за стереотипними уявленнями бути матір'ю – покликання жінки, її головна мета як продовжувачки роду, одна з її найдавніших ролей, але сьогодні у гонитві за сучасними феміністичними тенденціями все більше жінок із різних причин позбавляють себе радості материнства. Прислів'я та приказки, які ілюструють стереотип **“Хазяйновитість”**, відображають домінуючу роль жінки у веденні домашнього господарства. Ця традиція дуже давня, притаманна не лише українському, але й переважній більшості інших суспільств, вона пов'язана зі стереотипним уявленням про жінку – хранительку домашнього вогнища: *господар без жінки, як без очей; без господаря двір плаче, а без господині – хата; газду можна пізнати по дворіві, а газдиню по коморі*. Навички господарювання українці цінують вище за дівочу красу і це неодмінно відображено в народній мудрості: *не в цім хороша, що чорноброва, а в тім, що діло робить; з красивого лиця води не п'ити, аби вміла їсти варити*. Переважна більшість прислів'їв і приказок наголошують на тому, що основне місце перебування та діяльності жінки – дім, і її завдання підтримувати його в належному стані: *без господині хата – що день без сонця; за господинею у хаті всі кути плачуть; господиня в дому – покрови всьому; у доброї господині і півень несеться; у доброї господині нема ніколи по обіді*. Народна мудрість помітила також, що наявність в одній хаті декількох господинь не є запорукою порядку та злагоди, а швидше навпаки: *де дві газдині, там каша несолена і хата не метена; де багацько господинь, то ту хату хоч покинь; де дві газдині, там голодні й свині*. Стереотипи із негативною конотацією почнемо розглядати з найпоширенішої групи зі значенням **“Балакучість”**. Народна мудрість зберігає приклади жіночої лінгвістичної активності ще з давніх часів: *гомонила, доки одубіла; знає кума – знає пів села; вмішалася як середа в тиждень; хоч варила не варила, аби добре говорила; ледве від сімох відгавкалась*. Балакучість жінки полягає у звичайному обговоренні певних життєвих ситуацій, проте через надмірну вербальну активність суспільство приписує їм і такі якості як брехливість та пліткарство, що їй відбивається у народних прислів'ях та приказках: *наговорила: на осіці кислиці, а на вербі груші; одна збрехала, друга не розібрала, а третя по-своєму перебрехала*. Стереотип **“Безглуздий та непередбачуваний характер”** застосовується теж тільки до жінок, хоча дії чоловіків також не завжди виглядають логічними: *невгода нашій бабці ні на печі, ні на лавці; ще книжки в сумці, а вже хлопці на думці; варися борці, а я побіжу москаля побачу; сама б собі на це їсти не дала; то їй*

не жінка, як сім раз на день не обманить чоловіка; де чорт не зможе, там баба pomoже. Стереотип “Підступність” також представлений в українських пареміях переважно жіночими варіантами: *в середу постила, а кобилу вкрала; сама баба сметану злизала, а на kota сказала.* Також частина прислів’їв, порівнюючи жінку із чортом, показуючи її норовливий характер, замовчує самі причини такої поведінки – безвідповідальних чоловіків-п’яничок, які знаходяться поруч і потребують постійного контролю з боку жінки: *баба і чорт, то собі рідня; відпусти Боже гріха, в кого жінка лиха; і моя недобра; де дідько не посіє, там ся баба вродить; з бабою і дідько справу програв.* Найпоширеніший серед чоловіків жіночий стереотип “Слабкий та нелогічний розум” досить популярний і в сучасному суспільстві. Чоловіки здатні зараховувати жінок не зовсім до дієздатних осіб, приписуючи їм нісенітність та навіженість: *недогода бабиній дівці! Захотілося мерзлого в петрівку; вибирала дівка, та вибрала дідька; жартувала баба з колесом, доки у спицях застрягла; не йде дівка до церкви богу молиться, а йде на хлопців дивиться.* Трапляється це переважно через жіночу часом неконтрольовану емоційність, яку сильна стать просто не розуміє: *бабині сльози чим більше спинай, тим більше вони ллються; баб’ячий розум – баб’яче коромисло; і криве, і зазубрите, і на обидва боки; собака розумніша від баби: на хазяїна не гавка.*

**Висновки.** Мовне конструювання гендеру має різні рівні експлікації. Найбільш очевидним (семантично прозорим) є номінативний спосіб – використання гендерно маркованих лексичних одиниць, що містять в тій чи тій формі вказівку на стать референта. Такий спосіб супроводжується виробництвом гендерних смислів у вигляді дискурсивних значень, створюваних у процесі комунікації з опорою на гендерні стереотипи, асоціації, уявлення. Так, у нашому дослідженні задля визначення приналежності висловлювання певній статі ми поклалися на наявні в них мовні засоби; рід використаних лексем – це найперший показник. В українській пареміології андроцентричність посідає основне місце та відображає чоловічий погляд на світ, однак і образ жінки не подається із негативною та повністю протилежною конотацією. Негативізм стереотипів стосується переважно концептів *жінка / баба*, але в жодному разі не концепту *мати*, який скрізь має позитивний, піднесений контекст. Чітке несприйняття має місце лише по відношенню до процесу жіночого говоріння. Він конотується майже лише негативно. Андроцентричність мови в українській пареміології має місце, однак жіноча картина світу в ній також не є маргінальною й засвідчує певну самостійність жінок навіть у давній період. Урахування ж гендерного параметра в лінгвістичному описі дозволяє краще розуміти як мову, так і суспільство.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1]. Агеев В. С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов / В. С. Агеев // Вопросы психологии. – 1987. – №2. – С. 47–53.
- [2]. Бартминский Е. Этноцентризм стереотипа: польские и немецкие студенты о своих соседях / Е. Бартминский // Славяноведение. – 1997. – №1. – С. 12–24.
- [3]. Грошев И. В. Женский образ в рекламе / И. В. Грошев // Гендер LAND: Московский центр гендерных исследований. – 1998. – №3(7). – С. 19–20.
- [4]. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации / А. В. Кирилина // Гендер как интрига познания: Сборник научных трудов. – М., 2000. – С. 47–80.
- [5]. Кись О. Жінка в традиційній українській культурі (друга половина XIX – початок XX ст.) / О. Кись. – Львів, 2012. – 287 с.
- [6]. Репина Т. А. Анализ теорий полоролевой социализации в современной западной психологии / Т. А. Репина // Вопросы психологии. – 1987. – № 2. – С. 158–166.

#### REFERENCES

- [1]. Ageev V. S. Psychological and social functions of gender stereotypes / V. S. Ageev // Questions of psychology. – 1987. – №2. – P. 47–53.
- [2]. Bartminskiy E. Ethnocentrism of the stereotype: Polish and German students about their neighbors / E. Bartminskiy // Slavic Studies. – 1997. – №1. – P. 12–24.
- [3]. Groshev I. V. Female image in advertising / I. V. Groshev // Gender LAND: Moscow Center for Gender Studies. – 1998. – №3(7). – P. 19–20.
- [4]. Kirilina A. V. Gender aspects of mass communication / A. V. Kirilina // Gender as an intrigue of cognition: Collection of scientific works. – Moscow, 2000. – P. 47–80.
- [5]. Qis O. A woman in traditional Ukrainian culture (second half XIX and early XX centuries) / O. Qis. – Lviv, 2012. – 287 p.
- [6]. Repina T. A. Analysis of theories of gender socialization in contemporary Western psychology / T. A. Repina // Questions of psychology. – 1987. – № 2. – P. 158–166.

#### Verbal reflection of gender stereotypes (on the material of Ukrainian Proverbs)

I. N. Gapyeyeva, O. V. Koval

**Abstract.** This article deals with a study of Parameological Fund of the Ukrainian language for the verbal reflection of gender stereotypes about male and female behavior and lifestyle. The authors define and explain the ways of formation of gender stereotypes that are consciously or unconsciously placed in the person's world while reading the quintessence of folk wisdom – proverbs and sayings. The conclusions summarize that speech stereotypes are communicative idioms, on which the gender-marked functional significance is situationally fixed.

**Keywords:** verbal, paremiology, stereotype, gender.

#### Вербальное отображение гендерных стереотипов (на материале украинских паремий)

И. Н. Гапеева, О. В. Коваль

**Аннотация.** Статья презентует исследование паремииологического фонда украинского языка на предмет вербального отображения в нём гендерных стереотипных представлений о мужском и женском поведении и образе жизни. Авторами определяются и описываются способы формирования гендерных стереотипов, которые осознанно или неосознанно закладываются в мировоззрение человека при прочтении им квинтэссенции народной мудрости – пословиц и поговорок. Выводы обобщают, что речевые стереотипы являются коммуникативными идиомами, за которыми по ситуации закрепляются гендерно маркированные функциональные значения.

**Ключевые слова:** вербальный, паремииология, стереотип, гендер.