

**МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПЛІКАЦІЇ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ
У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ**
doi: 10.12958/2227-2631-2024-2-50-118-128

*Тетяна Сукаленко,
доктор філологічних наук, професор кафедри
соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5107-9914>*

У статті уточнено зміст понять «гендерний стереотип», наголошено, що гендерні стереотипи впливають на сприймання, запам'ятовування й інтерпретацію людиною інформації відповідно до сформованих у її свідомості уявлень про маскулінне і фемінне. У сучасному українському масмедійному дискурсі гендер є системою уявлень про типові характеристики жінок і чоловіків, їхні соціальні відносини тощо. Масмедійний дискурс не лише презентує наявні норми, ідеали, а й формує нові цінності та пріоритети.

Здійснено огляд праць українських науковців з проблем вивчення гендерних стереотипів, визначено актуальні аспекти досліджень.

У роботі гендерний стереотип витлумачено як узагальнене в культурі уявлення про приписувані жінкам або чоловікам риси зовнішності, характеру, статусно-рольові ознаки тощо. Наголошено, що гендерні стереотипи діють у суспільній свідомості як стандартизовані уявлення про моделі поведінки й риси характеру, що відповідають поняттям «чоловіче» і «жіноче».

Розглянуто основні підходи дослідників до класифікації гендерних стереотипів.

Визначено мовні засоби вираження гендерних стереотипів у сучасному масмедійному дискурсі. Зосереджено увагу на описі стереотипів фемінності – маскулінності; стереотипів, пов'язаних із уявленнями про розподіл між чоловіками й жінками сімейних і професійних ролей; стереотипів, які визначають специфіку змісту праці. Стереотипи фемінності – маскулінності дають уявлення про соматичні, психічні, поведінкові властивості, характерні для чоловіків і жінок. Жіночими вважають такі стереотипні ознаки, як відданість, здатність до самопожертви, терпіння, покірливість. Чоловіка розглядають як особу, яка має протилежні якості, тому чоловіче і жіноче начало усвідомлювались у категоріях влада – підкорення. Лише зміна культурних стереотипів допоможе повній реалізації особистості, що поєднує в собі і чоловічі, і жіночі якості.

Наголошено, що жінці відведено роль матері, домогосподарки, на неї покладають відповідальність за взаємини в родині, тобто головне призначення жінки – це родина, діти, а не кар'єра. Чоловікам, на відміну від жінок, притаманні професійна успішність, активність у житті

суспільства, відповідальність, ключовими для чоловіка є професійні ролі. Жіноча праця відповідно до традиційних уявлень має обслуговувальний, виконавський характер. Чоловікам властива інструментальна робота – творча, організаторська, креативна.

Відповідно до стереотипних уявлень керівні посади обіймають чоловіки. Жінку-керівника вважають винятком.

Усі динамічні процеси всередині гендерного концептуального простору відбуваються внаслідок трансформацій і нового перерозподілу гендерних ролей між чоловіками і жінками.

Масмедійний дискурс дає широкі можливості для подальшого вивчення гендерних стереотипів на тлі світових процесів гендерного розвитку, це і може слугувати предметом нових наукових студій.

Ключові слова: гендерний стереотип, чоловік, жінка, масмедійний дискурс.

Linguistic means of explication of gender stereotypes in contemporary Ukrainian media discourse

The article clarifies the meaning of the concept of «gender stereotype», emphasising that gender stereotypes affect the perception, memorisation and interpretation of information by a person in accordance with the ideas of masculine and feminine formed in his or her mind.

The paper interprets a gender stereotype as a generalised cultural idea of the features of appearance, character, status and role attributed to women or men, etc. It is emphasised that gender stereotypes operate in the public consciousness as standardised ideas about behavioural patterns and character traits that correspond to the concepts of «masculine» and «feminine».

The linguistic means of expressing gender stereotypes in modern media discourse are identified. The attention is focused on the description of femininity-masculinity stereotypes; stereotypes related to the ideas about the distribution of family and professional roles between men and women; stereotypes that determine the specifics of the content of work. Stereotypes of femininity and masculinity give an idea of somatic, mental and behavioural properties that are characteristic of men and women. The media discourse provides ample opportunities for further study of gender stereotypes against the background of global gender development processes, and this can serve as the subject of new scientific research.

Key words: gender stereotype, man, woman, media discourse.

Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)



Вступ. Засоби масової інформації мають вагомий вплив на формування гендерних цінностей і закріплення їх у свідомості мовців, відбивають стан культурного життя та зміни в гендерних стереотипах масової свідомості. У сучасному українському масмедійному дискурсі гендер є системою уявлень про типові характеристики жінок і чоловіків, їхні соціальні відносини тощо. Масмедійний дискурс не лише презентує наявні норми, ідеали, а й формує нові цінності та пріоритети.

Актуальність теми полягає в тому, що вона спрямована на з'ясування мовних засобів експлікації гендерних стереотипів, закріплених у сучасному українському масмедійному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній лінгвогендерології наявні загальнонаукові підходи до тлумачення гендерних стереотипів у суспільстві, мові ЗМІ (В. Агеєва, А. Волобуєва, О. Дудоладова, О. Кісь, Т. Кравець, А. Мартинюк, М. Мамич, В. Слінчук, Л. Ставицька, О. Фоменко та ін.). Проблема гендерних стереотипів є об'єктом наукових студій багатьох дослідників. Л. Андрушко розглядає основні тенденції розвитку гендерних стереотипів у рекламі телебачення України, досліджує проблему стереотипного мислення в суспільстві, динаміку гендерної нерівності, аналізує поширені гендерні стереотипи й закріплені суспільною свідомістю ролі чоловіка та жінки (Андрушко, 2012). Г. Бежнар вивчає гендерні стереотипи в рекламі, які створюються шляхом тривалого впливу рекламних образів на споживачів, що призводить до певних соціальних ефектів (Бежнар, 2021). О. Блинова окреслює смислові межі поняття «стереотип», визначає його особливості, описує негативні й позитивні властивості стереотипу, здійснює порівняльний аналіз понять, що позначають сталі, повторювані форми поведінки: «кліше», «стандарт», «зразок», «ритуал», «соціальна норма» (Блинова, 2014). О. Васьківська розглядає проблему гендерних стереотипів у медіа й висвітлює прояви сексизму в українських ЗМІ (Васьківська, 2023). А. Петрова зіставляє поняття «лінгвокультурний типаж» із базовим поняттям гендерології – гендерним стереотипом, визначає їхні характерні ознаки й окреслює місце в новітніх наукових парадигмах системи гуманітарних наук (Петрова, 2018). Р. Трифонов, О. Стратілат дослідили мовне втілення стереотипів у тексті популярного тревелогу Максима Кідрука про Мексику, виділили два типи когнітивних операцій зі стереотипами: їхнє відтворення і спростування (деконструкцію), наголосили на важливій ролі емоційної та оцінної лексики й фразеології, морфологічних і синтаксичних засобах (Трифонов, Стратілат, 2013). Т. Фісенко, О. Балюн, Ю. Росковінська розглянули приклади використання популярних гендерних стереотипів на прикладі світових і українських брендів (Фісенко, Балюн, Росковінська, 2023).

Актуальною для сучасної лінгвістики залишається проблема мовного вираження гендерних стереотипів, закріплених у сучасному масмедійному дискурсі.

Поява гендерних стереотипів зумовлена тим, що гендерні розбіжності чоловіків і жінок домінували над індивідуальними. Слушною вважаємо думку Л. Ставицької: «Поява гендерних стереотипів зумовлена тим, що модель гендерних стосунків вибудовувалась у спосіб, згідно з яким статеві відмінності розташовувались над індивідуальними, якісними відмінностями особистості чоловіка й жінки» (Ставицька, 2015, с. 34). Серед основних причин виникнення певних уявлень про маскуліність і фемініність, тобто гендерних стереотипів, Т. Кравець називає гендерну стратифікацію праці, «гендерні ролі в родині й суспільстві, гендерні розбіжності в релігійній, політичній, культурній сферах людського життя» (Кравець, 2021b, с. 46).

Методи дослідження. У роботі застосовано дескриптивний метод із метою характеристики способу фіксації мовних фактів, опису гендерних стереотипів. Метод суцільної вибірки використано у процесі збору фактичного матеріалу. Ми послуговувались методиками контекстологічного аналізу, який дав змогу встановити значення досліджуваного елементу тексту, і дистрибутивного аналізу, що має на меті встановлення ознак і функційних властивостей певної мовної одиниці шляхом визначення сукупності сполучуваних із нею елементів (дистрибуції, оточення).

Мета статті – дослідження гендерних стереотипів у сучасному українському масмедійному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Гендерні стереотипи діють у суспільній свідомості як стандартизовані уявлення про моделі поведінки й риси характеру, що відповідають поняттям «чоловіче» і «жіноче». «Стереотипи жіночості й чоловічості часто приписують людям, залежно від статі, певні психологічні властивості, норми поведінки, заняття, професії тощо» (Андрушко, 2012, с. 399).

Л. Андрушко тлумачить гендерні стереотипи як «внутрішні установки щодо місця, ролі, значення чоловіка та жінки в суспільстві, сім'ї» (Андрушко, 2012, с. 398 – 399). Т. Кравець тлумачить гендерні стереотипи як «соціопсихічні утворення колективної свідомості, що визначають соціокультурні норми, вимоги, очікування та оцінки щодо поведінки чоловіків і жінок» (Кравець, 2021a, с. 14).

Ми розглядаємо гендерний стереотип як узагальнене в культурі уявлення про приписувані жінкам або чоловікам риси зовнішності, характеру, статусно-рольові ознаки тощо (Сукаленко, 2021, с. 176).

Значення гендерно маркованої одиниці мови в царині гендерних стереотипів постає «як соціокультурно детерміноване уявлення про чоловіка й жінку, їхні типові та бажані якості, моделі поведінки, соціальні ролі, що залучає весь спектр стереотипних асоціацій, які визначають соціокультурний зміст маскуліності та фемініності в певній лінгвокультурі» (Ставицька, 2015, с. 36).

Гендерні стереотипи як узагальнені уявлення про чоловіків і жінок виявляються насамперед як гендерно-рольові стереотипи, що стосуються

прийнятності різноманітних ролей і видів діяльності для чоловіків і жінок, а також як стереотипи гендерних рис, тобто психологічних і поведінкових характеристик, притаманних чоловікам і жінкам. Ці два компоненти гендерних стереотипів тісно пов'язані між собою. Переважну прийнятність якої-небудь соціальної ролі для людини певної статі обґрунтовують ступенем наявності в неї певних рис і характеристик. Отже, уявлення про психологічні й поведінкові відмінності статей є основою формування й відтворення гендерно-рольових стереотипів (Основи, 2004, с. 158).

М. Ткалич і О. Васьківська поділяють гендерні стереотипи на стереотипи маскулінності-фемінності (чоловікам притаманне активне, творче начало, логічне мислення й компетентність, жінкам – природно-репродуктивне начало); стереотипи про професійні ролі жінок і чоловіків (жінкам властиві сімейні ролі, чоловікам – професійні); стереотипи про зміст праці (жінкам відведено виконавчу й обслуговуючу діяльність, чоловікам – творчу й інструментальну працю) (Ткалич, 2016, с. 161 – 162; Васьківська, 2023, с. 34).

Розглянемо стереотипи фемінності – маскулінності, пов'язані з уявленнями про розподіл між чоловіками й жінками сімейних і професійних ролей; стереотипи, які визначають специфіку змісту праці, що фігурують у сучасному масмедійному дискурсі.

Перша група репрезентує **стереотипи фемінності – маскулінності**, які «полягають у нормативних уявленнях про соматичні, психічні, поведінкові властивості, характерні для чоловіків і жінок» (Чуйко, Куравська, 2019, с. 137).

Гендерні стереотипи, пов'язані з мовним вираженням фемінності й маскулінності, реалізуються в сукупності не лише вербальних одиниць, а й невербальних компонентів. Вияв фемінності й маскулінності на різних рівнях мови має абсолютно різну дію на концептуалізацію гендеру у свідомості носіїв мови (Сукаленко, 2010, с. 28).

До маскулінності належать такі риси особистості: впевненість, активність, домінантність, здатність до лідерства.

У сучасному масмедійному дискурсі чоловіки стереотипізуються за такими характеристиками:

– чоловік має бути сильним: **Чоловіки – сильні**, цілеспрямовані, наполегливі, амбітні. Вони прагнуть бути успішними, бути переможцями, щоб ними гордились, їх поважали, ними захоплювались (В мудрої, 2018); **Сильний чоловік** – це відповідальний і мудрий чоловік (Кузнєцов, 2016); *Коли чоловік сильний, тоді він і за себе повністю відповідає, і може нести відповідальність не тільки за одну, а й за кількох жінок (своїх дружин)* (Кузнєцов, 2016);

– чоловіки є красномовними ораторами: *Іван Степанович справді гарний оратор. Його виступ депутати сприйняли на «ура» і ще довго не відпускали оплесками* (Глуховський, 2005); *Він дуже хороший оратор, і у нього навіть була своя програма на телебаченні* (Шевченко,

2017); **Яскравий оратор**, він завжди перетворював презентацію нової продукції або виступ перед публікою на перформанс. Джобс мав що сказати, тому залишив по собі не тільки надзвичайно успішну компанію, а й багато мудрих думок (25 наснажливих, 2024);

– чоловік має бути освіченим і компетентним фахівцем: – *Дениса [Денис Нечипоренко, майстер спорту України з легкої атлетики] багато хто поважає, насамперед, завдяки його **освіченості**, людяності та спортивним досягненням (В мудрої, 2018); Дідо був **освічений чоловік**, вмів вести справи, вільно володів польською і німецькою мовами (Дуляба, 2018); І потім, коли ми з ним заприятелювали, я зрозумів, наскільки він розумний і **освічений** чоловік, – додає театральний режисер Андрій Бондаренко. Після закінчення факультету журналістики Євген Гулевич вирішив продовжити навчання на магістерській програмі з культурології (Чуття, 2023);*

– чоловік уміє приховувати власні почуття й розв'язувати проблеми без сторонньої допомоги: *Вважається, що **чоловіки** не емоційні, принаймні порівнюючи з жінками, **приховують свої почуття і думки**, особливо якщо це стосується симпатії та закоханості (Носова, 2024); Владний чоловік – **чоловік, який приймає рішення, вирішує проблеми**, захищає, але і сам потребує віддачі (Владні, 2024); **Чоловік не плаче, він сам вирішує свої проблеми** – і так далі (Що, 2018).*

Фемінність виявляється в експресивних характеристиках, до яких належать емоційність, залежність, низька самооцінка, турботливість, схвильованість.

Основними гендерними стереотипами жінок є такі:

– жінку вважають успішною тільки тоді, коли вона виходить заміж: *Коли жінка **успішна**, вона може **легко вийти заміж** – чи не виходити (Шварц, 2015). Пор.: В очах громадськості **жінка, яка не має сім'ї, виглядає невдахою**, і за нею закріплюється принизливий статус «старої діви» (Чуйко, Куравська, 2019, с. 139);*

– жінки менш цінні працівники, їм платять менше: *Жінки в Україні **отримують зарплату на 18% менше чоловіків**, в уряді хочуть це змінити (Жінки, 2021); Жінки в Україні **отримують зарплату на 18% менше чоловіків**, в уряді хочуть це змінити (Жінки, 2021); Згідно з даними Програми розвитку ООН в Україні, у 2020 році **жінки в середньому отримали заробітну плату на 23% менше за чоловіків** (Огренчук, 2021); За даними Держстату, у 2021 році **жінки заробляли в середньому на 18,6% менше**, ніж чоловіки, що на 7,4% більше порівняно з 2015 роком (Розрив, 2023);*

– жінки не такі гарні керівники, як чоловіки: ***Жінок-керівниць набагато менше**, ніж чоловіків, однак упереджень про жінок-босів чимало. Звичайно, є питання клієнтські. Ми працюємо з першими особами компаній, з урядовими організаціями. Коли йдеться про керівника компанії, то досить часто він хоче бачити чоловіка, й ми це відчуємо (Ярошук, 2017).*

О. Чуйко і Н. Куравська наголошують, що «у професійній ієрархії жінкам найчастіше належать найнижчі щаблі, керівні ж посади здебільшого належать чоловікам» (Чуйко, Куравська, 2019, с. 141).

Друга група гендерних стереотипів формує **уявлення про розподіл між чоловіками й жінками сімейних і професійних ролей**. Жінці відведено насамперед роль матері, домогосподарки, на неї покладають відповідальність за взаємини в родині: – *Я [Керолайн Євпак, дружина лідера руху «Нові Люди», голови ІТ-компанії «Ecreative» Віктора Євпака] не знаю, як я допомагаю йому бути успішним, тому що сама багато помиляюсь. Але через велику зайнятість чоловіка я беру на себе велику відповідальність всього, що пов'язано з дітьми, оселею задля благополуччя нашої сім'ї* (ВиЧЕРпно, 30.05.2018), тобто головне призначення жінки – це родина, діти, а не кар'єра: – *Зазвичай, про дружин чоловіків, котрі є успішними у своїй кар'єрі, можна скласти певний психологічний портрет. Вони будуть велику увагу приділяти сім'ї, дбати про комфорт чоловіка, створювати йому умови для відпочинку, спокою, затишку. Більшість з них самі рідко роблять кар'єру і не створюють чоловікові конкуренцію... Зазвичай, такі жінки здатні до великої самопожертви заради сім'ї, чоловіка, дітей* (В мудрої, 2018); *В родині у нас традиційні цінності, тому основні рішення приймаються чоловіком, а от затишок в родині, відчуття дому, настрій – це вже дружина, – сказала Анжела [Анжела Бойко, завідувач кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ, дружина ректора ЧДТУ Олега Григора]* (В мудрої, 2018).

У сучасному масмедійному дискурсі жінці приписують лідерську роль у родині й вихованні дітей: **Жінки ж є більш сильними. Вони здатні виконувати роль глави сім'ї** (Гендерне); *Київ – Типова для України картина: жінка штовхає візок з немовлятком, жінка веде за руку маленьку дитину, жінка гуляє з дітьми у парку. Побачити чоловіка, який прогулюється сквером чи вулицею з дитячим візочком або ж бавить малюка, можна значно рідше* (Костюк, 2013).

Як свідчить ілюстративний матеріал, жінці приписують приватну сферу життя – дім, народження дітей тощо.

Чоловікам, на відміну від жінок, притаманні професійна успішність, активність у житті суспільства, відповідальність, ключовими для чоловіка є професійні ролі: – *Для чоловіків часто робота, професійна діяльність, кар'єра має пріоритетне значення. І це не обов'язково означає, що інші сфери, зокрема стосунки, приносяться в жертву кар'єрі. Просто самооцінка чоловіка напряму залежить від його успішності і досягнень* (Відмінності, 2022).

Цінність чоловіка визначають його заробітком та успішністю на роботі: *Якщо чоловік дуже успішний, володіє бізнесом, має успіх і багатий, але це дістається йому тяжкою працею без вихідних, то ви будете багато часу проводити на самоті* (Типи, 2020); *Самостійний чоловік може бути не дуже багатий, але успішний, тому*

що щасливий і задоволений своїм життям, а це значить, що він зможе поділитися своїм щастям з коханою жінкою (Типи, 2020).

Третя група гендерних стереотипів передбачає **специфіку змісту праці**. Жіноча праця відповідно до традиційних уявлень має обслуговувальний, виконавський характер: *Є досвід, коли під час кризи жінка приходить із порадами, однак її не відразу сприймають, тільки через деякий час, коли з'являється певний рівень довіри* (Ярошук, 2017). Тому жінки працюють у сфері освіти, торгівлі, охорони здоров'я. Чоловікам властива інструментальна робота – творча, організаторська, креативна.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, гендерні стереотипи – це сукупність символів і образів, які характеризують «чоловіка» й «жінку» в культурі.

Гендерні стереотипи визначено як основні уявлення про якості, суттєві властивості, моделі поведінки й соціальні ролі, спільні або які поєднати одночасно не можна з образом справжнього чоловіка або жінки у свідомості певної лінгвокультурної спільноти на історичному етапі його розвитку.

Гендерні стереотипи діють як когнітивні гендерні схеми, спрямовують хід, перебіг процесу опрацювання надаваної інформації, впливають на розвиток людини, тому що вона сприймає, запам'ятовує й інтерпретує цю інформацію відповідно до того, які сформовані в неї уявлення про маскулінне й фемінне.

У сучасному медійному дискурсі представлені стереотипи фемінності – маскулінності, пов'язані з уявленнями про розподіл між чоловіками й жінками сімейних і професійних ролей; стереотипи, які визначають специфіку змісту праці.

Жіночими вважають такі стереотипні ознаки, як відданість, здатність до самопожертви, терпіння, покірливість. Чоловіка розглядають як особу, яка має протилежні якості, тому чоловіче і жіноче начало усвідомлювали в категоріях влада – підкорення. Лише зміна культурних стереотипів допоможе повній реалізації особистості, що поєднує в собі як чоловічі, так і жіночі якості.

Жінці відведено насамперед роль матері, домогосподарки, на неї покладають відповідальність за взаємини в родині, тобто головне призначення жінки – це родина, діти, а не кар'єра. Чоловікам, на відміну від жінок, притаманні професійна успішність, активність у житті суспільства, відповідальність, ключовими для чоловіка є професійні ролі.

Жіноча праця відповідно до традиційних уявлень має обслуговувальний, виконавський характер. Чоловікам властива інструментальна робота – творча, організаторська, креативна.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні українського суспільства на основі світових процесів гендерного розвитку, які відбуваються у світі.

Література

- Андрушко, Л. (2012). Гендерні стереотипи в українській телерекламі. *Вісн. Львів. нац. акад.ї мистецтв*. Вип. 23. С. 397 – 407.
- Бежнар, Г. П. (2021). Гендерні стереотипи в рекламі: проблеми й перспективи. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. Вип. 32. С. 3 – 7.
- Блинова, О. Є. (2014). Поняття «стереотипу» у просторі наукових категорій. *Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту*. Вип. 1. Т. 2. С. 7 – 11.
- Васьківська, О. Є. (2023). Гендерні стереотипи в українському інформаційному просторі. *Матеріали другого науково-методологічного семінару «Права людини: відображення у медіапросторі»*. К.: ФМВ, 2023. С. 34 – 36.
- Кравець, Т. В. (2021a). *Гендерні стереотипи в сучасному українському масмедійному дискурсі*: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – українська мова. К., 19 с.
- Кравець, Т. В. (2021b). *Гендерні стереотипи в сучасному українському масмедійному дискурсі*: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – українська мова. К., 250 с.
- Основи теорії гендеру (2004). К.: К.I.C., 536 с.
- Петрова, А. В. (2018). Сучасні дослідження гендерології: зіставлення понять «гендерний стереотип» і «лінгвокультурний типаж». *Наук. вісн. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту імені Івана Франка*. № 10. С. 95 – 98.
- Ставицька, Л. О. (2015). *Гендер: мова, свідомість, комунікація*. К., 440 с.
- Сукаленко, Т. М. (2010). *Метафоричне вираження концепту ЖІНКА в українській мові*. К., 240 с.
- Сукаленко, Т. (2021). Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ. *Проблеми гуманітарних наук: зб. наук. пр. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту імені Івана Франка*. № 48. С. 174 – 183.
- Ткалич, М. (2016). *Гендерна психологія*. К., 256 с.
- Трифонов, Р. А. & Стратілат, О. В. (2013). Мовні засоби вербалізації та деконструкції стереотипів у книзі Максима Кідрука «Мексиканські хроніки». *Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В.Н.Каразіна*. Вип. 67. С. 102 – 107.
- Фісенко, Т. В., Балюн, О. О., & Росковінська, Ю. Ю. (2023). Гендерна стереотипізація в рекламі. *Обрії друкарства*. № 2. С. 226 – 242.
- Чуйко, О. М. & Куравська, Н. В. (2019). *Гендер і кар'єра*. Івано-Франківськ, 372 с.

Джерела

- Відмінності між чоловічою і жіночою психологією. URL: <https://www.sens.lviv.ua/vidminnosti-mizh-cholovichoyu-i-zhinochoyu-psyhologiyeyu/> (дата звернення: 19.08.2024).
- Владні чоловіки та з чим їх їсти. Поговоримо? (2024, квітень 01). *Букнет*.

- В мудрої жінки успішний чоловік: як дружини відомих черкашан сприяють їхньому успіхові. (2018, травень 30). *ВиЧЕрно*.
- Глуховський М. Голос із місця. (2005, жовтень 05). *Україна молода*.
25 наснажливих цитат Стіва Джобса. URL:
<https://vogue.ua/article/vogueman/lifestyle/25-vdohnovlyayushchih-citat-stiva-dzhobsa-43716>. (дата звернення: 15.08.2024).
- Дуляба, Н. Зиновій Бокійчук: «Покоління воїнів УПА відходить, так і не побачивши тієї України, за яку віддавало своє життя». (2018, серпень 04). *Львівський портал*.
- Жінки в Україні отримують зарплату на 18% менше чоловіків, в уряді хочуть це змінити. (2021, серпень 04). *Економічна правда*.
- Костюк, Б. Українські татусі здебільшого «відсторонені» від виховання дітей – експерти. (2013, серпень 26). *Радіо Свобода*.
- Кузнєцов, А. Хто такий – сильний чоловік, і як жінці з ним «співіснувати»? URL: <https://uk-ua.vedavrat.org/Jyotish/10968/%D1%85%D1%82%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%87%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BA> (дата звернення: 15.08.2024).
- Носова, Г. 7 ознак, які свідчать, що чоловік у вас закохався. (2024, березень 12). *TCH*.
- Огрєнчук, А. Зарплатний унісекс: чому важливо, щоб жінки і чоловіки отримували однакову винагороду за роботу. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2021/05/23/244979/> (дата звернення: 15.08.2024).
- Розрив зарплатні між чоловіками та жінками за 7 років скоротився на 7, 4% – Мінекономіки. (2023, серпень 01). *Укрінформ*.
- Типи успішних чоловіків, які принесуть у життя жінки найбільшу кількість позитивних емоцій. URL: <https://molbuk.ua/news/201465-typy-uspishnykh-cholovikiv-yaki-prynesut-v-zhyttya-zhinky-naybilshukilkist-pozytyvnykh-emociy.html> (дата звернення: 19.08.2024).
- Чуття правди. Історія філософа, перекладача і культуролога Євгена Гулевича, який загинув на фронті. (2023, травень 11). *Новинарня*.
- Шварц, П. Чому жінки не хочуть виходити заміж. (2015, грудень 02). *NV.ua*.
- Шевченко, І. Майор Ірина Баранова: Було дуже багато випадків, коли сини сиділи заблоковані у військових частинах в Криму, а їхні матері чи тещі ходили на референдум голосувати за Росію. (2017, лютий 23). *УНІАН*.
- Що не так із міфом про «справжнього чоловіка» (2018, січень 27). *Life.NV*.
- Ярошук, О. Коли ми кажемо, що жінка м'яка, то завжди є сумнів у її компетенції – Оксана Монастирська. URL: <https://povaha.org.ua/koly-my-kazhemo-scho-zhinka-myaka-to->

zavzhdy-je-sumniv-u-jiji-kompetentsiji-oksana-monastyrska/
(дата звернення: 15.08.2024).

Стаття надійшла до редакції 12.11.2024 р.

Прийнято до друку 18.11.2024 р.

Рецензент – доктор філол. наук, проф. Глуховцева К. Д.