

ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, ОБЩЕСТВО

УДК 81'37(81.161.1+811.581)
doi 10.17072/2037-6681-2017-2-5-12

СТЕРЕОТИП ЖЕНЩИНА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ (по материалам пилотного эксперимента)

Ван Минь

аспирант кафедры теоретического и прикладного языкознания

Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15. wmrussia@163.com

доцент кафедры русского языка

Шаньдунский женский институт

250100, Китай, провинция Шаньдун, г. Цзинань

SPIN-код: 3165-4566

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5749-5927>

ResearcherID: Q-3940-2016

Тань Ин

аспирант кафедры теоретического и прикладного языкознания

Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15. masha.tan23@mail.ru

SPIN-код: 6957-7028

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0880-2185>

ResearcherID: C-4654-2017v

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Ван Минь, Тань Ин Стереотип женщины в языковом сознании русских и китайских студентов (по материалам пилотного эксперимента) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2017. Т. 9, вып. 2. С. 5–12. doi 10.17072/2037-6681-2017-2-5-12

Please cite this article in English as:

Wang Min, Tan Ying Stereotip *zhenshchina* v yazykovom soznanii russkikh i kitayskikh studentov (po materialam pilotnogo eksperimenta) [Stereotype *Woman* in the Linguistic Consciousness of Russian and Chinese Students (Based on a Pilot Experiment)]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2017, vol. 9, issue 2, pp. 5–12. doi 10.17072/2037-6681-2017-2-5-12 (In Russ.)

Исследуется стереотип *женщина* в языковом сознании русских и китайских студентов. Язык рассматривается не только как орудие познания, источник информации о человеке и обществе, но и как средство фиксации некоторого представления об окружающей действительности. Это дает возможность исследовать хранящиеся в сознании социальные стереотипы, которые характеризуются определенным набором реакций, связанных с языковой формой. Гендерные стереотипы являются разновидностью социального стереотипа и тесно связаны с социальной ролью мужчины и женщины. Постоянные представления об образах и поведении разных полов формируются и хранятся в обыденном сознании людей. Эти представления выражают как объективные различия между женщиной и женщиной, так и субъективное отношение к мужчине и женщине, разные ожидания от мужчины и женщины и требования, предъявляемые обществом к ним. Эти ожидаемые стандарты мужественности и женственности выражаются в гендерных стереотипах.

Разные культуры и этносы создают собственные представления о мужчине и женщине, которые существуют в сознании человека в виде гендерных стереотипов. В этой статье в качестве предмета исследования выбран стереотип *женщина*, применена методика лингвистических экспериментов, на экспериментальном материале рассмотрен гендерный стереотип *женщина* (автостереотип и гетеростереотип) в языковом сознании представителей разных этносов. На основе результатов эксперимента предлагаются предварительные выводы о гендерном стереотипе *женщина* у китайских и русских студентов. Стереотип *женщина* в языковом сознании китайской и русской молодежи имеет различия и сходства, но в китайской группе он в большей степени типичен и компактен, чем в русской.

Ключевые слова: гендер; стереотип; сознание; русские; китайцы.

Гендерные исследования получили распространение, когда формировалась новая философия науки – постмодернизм. Во второй половине XX в. под влиянием постмодернизма изменилась научная парадигма гуманитарных наук. Постмодернистская философия в основном направляла свою критику на западную логоцентрическую традицию, т. е. на стремление обнаружить рациональную истину, существующую вне человеческой деятельности и независимо от нее [Кирилина, Томская 2005: 113]. Постмодернистская философия отрицает существование объективной истины, считая, что только через языковые формы возможно познание реальности, «так как действительность всегда опосредована дискурсивной практикой. Но и дискурс не отражает реальности, а лишь раскрывает отношения власти и подчинения в обществе» [там же]. Под влиянием постмодернизма повышается интерес к субъективному, к частной жизни человека, развитию новых теорий личности, в частности теории социального конструктивизма. Язык рассматривается «как орудие познания, источник информации о человеке и обществе» [Пермякова, Гаранович 2009: 4]. Язык представляет собой не только продукт сознания человека, но и средство мышления и выражения идей. Путем анализа языка можно изучать наивную картину мира человека.

Термин «стереотип» впервые был использован американским ученым У. Липпманом в труде «Общественное мнение» еще в 1922 г. Для него стереотипы – это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека. Функция стереотипа состоит в экономии усилий человека при восприятии сложных объектов мира [Липпман 2004].

Гендерные стереотипы являются разновидностью социальных стереотипов и тесно связаны с социальной ролью мужчины и женщины. Постоянные представления об образах и поведении разных полов формируются и хранятся в обыденном сознании людей. Эти представления выражают как объективные различия между мужчиной и женщиной, так и субъективные отношения к мужчине и женщине, разные ожидания от мужчины и женщины и требования к ним. Эти

ожидаемые стандарты мужественности и женственности выражаются в гендерных стереотипах: в повседневной жизни мужчина должен быть сильным, активным, самостоятельным, агрессивным, рациональным, ориентированным на индивидуальные достижения, инструментальным, а женщина – слабой, зависимой, пассивной, нежной, эмоциональной, ориентированной на других, экспрессивной и т. п.

Как считает М. В. Гаранович, гендерная стереотипизация формируется в процессе социализации людей и зависит от разных факторов, например: социальной дифференциации людей, их культурного фона, образованности и уровня научного знания, речевого поведения индивидов, представлений о различных характеристиках индивидов в языковом сознании [Гаранович 2011].

Гендерные стереотипы изучаются разными научными направлениями, такими как социолингвистика, психолингвистика, социология, психология и др. В данной статье гендерные стереотипы исследуются в социопсихолингвистическом аспекте.

В Китае многие ученые также обращали внимание на исследование гендерных стереотипов, в том числе на функции гендерных стереотипов в коммуникации как между разными культурами, так и между разными полами [Фан Цзепин 2003; Ло Хун 2005; Янь Зуэй; Ли Саохуа 2008]. Фан Цзепин с точки зрения межкультурной коммуникации раскрывает определение стереотипа и объясняет разницу между стереотипом и предубеждением. По его мнению, в учебном процессе умение обращать внимание на стереотипы в разных культурах помогает студентам повысить уровень межкультурной коммуникации [Фан Цзепин 2003].

Луо Хун считает, что гендер – это явление субкультуры, а женщина и мужчина – это две субкультурные группы. В его представлении, в межполовой коммуникации стереотипы играют пассивную роль, мешают эффективности коммуникации между разными полами и с целью обеспечения полноценной межполовой коммуникации нужно удалить, насколько возможно, гендерные стереотипы [Ло Хун 2005]. Мы полагаем, что автор недооценивает роль гендерного сте-

реотипа в коммуникации. Гендерные стереотипы – это результат социализации человека. Чтобы достичь эффективной коммуникации между мужчинами и женщинами, с одной стороны, надо иметь представление, какие гендерные стереотипы существуют в обществе, а с другой – следует глубже исследовать механизм и причины возникновения стереотипов.

В нашей статье рассматривается стереотип в языковом сознании в зависимости от факторов «гендер» (юноши и девушки) и «этнос» (китайские студенты и русские студенты).

Для исследования гендерных стереотипов в языковом сознании русских и китайцев проводится эксперимент, направленный на выявление суждений о женщине. В эксперименте приняли участие студенты в возрасте от 21 года до 25 лет. По мнению Д. Бромлей (Bromley), этот возраст считается первой стадией цикла взрослости – ранней взрослостью (21–25 лет) [Bromley 1966], – когда у молодого человека формируется самосознание и собственное мировоззрение; он стремится заново и критически осмыслить себя и всех окружающих. Это возраст активного общения: «У молодых людей большой круг знакомств, множество различных интересов, увлечений. В это время формируется и закрепляется

стиль общения» [Моргун, Ткачева 1981: 15]. К этому возрасту молодой человек уже сформировался как языковая личность со своим мнением и гендерными представлениями.

По мнению А. В. Кирилиной, можно «рассматривать гендерные стереотипы с двух позиций: в мужском и женском самосознании, с одной стороны, и в коллективном общественном сознании, с другой» [Кирилина 1999: 74]. В данной статье мы анализируем гендерные стереотипы через самосознание женщин (автостереотип) и мнение мужчин о них (гетеростереотип).

В нашем эксперименте приняли участие 104 студента из России и Китая, по 52 человека в каждой группе (31 девушка и 21 юноша). Информанты должны были ответить на два вопроса: *Женщина – это кто? Женщина, какая она?*, т. е. они должны были дать свое суждение о женщине (подробнее о методике эксперимента см.: [Васнева 2012]). Русские информанты получали вопросы и писали ответы на русском языке, китайские – на китайском (в статье приводятся только переводы реакций китайских информантов на русский язык).

Рассмотрим реакции информантов, данные на первый вопрос: *Женщина – это кто?* (см. табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

**Реакции информантов на стимул *Женщина – это кто?*
Reactions of informants to the stimulus *Woman – who is it?***

Реакция русских на вопрос	Кол-во реакций русских		Реакция китайцев на вопрос	Кол-во реакций китайцев	
	М	Ж		М	Ж
Человек	9	11	Мать	9	
Мать		10	Жена	5	20
Хранительница очага	1	1	Подруга	2	1
Богиня	1	1	Спутница	1	1
Тайный / загадочный человек	1	1	Красавица	1	1
Жена	1		Женщина		4
Колдун	1		Человек		1
Тварь	1		Любящий книги человек		1
Бабочка	1		Девушка		1
Возникающие проблемы	1		«Белый воротничок»		1
Бабочка	1		Родной	1	
Спутница	1		Бабушка	1	
Женщина	1				
Красавица	1				
Кошка		1			
Актриса		1			
Вселенная		1			
Добрый человек		1			
Жизнь		1			
Герой		1			
Помощница		1			

При анализе полученных данных мы отметили, что в ответах на вопрос *Женщина – это кто?* между китайскими и русскими студентами суще-

ствуют заметные этнические различия. В русской группе и юноши, и девушки дали следующие общие реакции: *человек* (9 и 11 у девушек и

юношей соответственно), *хранительница очага* (1 и 1), *богиня* (1 и 1), *тайный/загадочный человек* (1 и 1); в китайской группе общими суждениями стали следующие: *мать* (9 и 20), *подруга* (2 и 1), *спутница* (1 и 1), *красавица* (1 и 1). Исходя из количественных данных видно, что в основе стереотипа *женщина* у русских студентов лежит категориальный признак (*Женщина – это человек*), а у китайских студентов – ролевой признак (*Женщина – это мать*).

Гендерный гетеростереотип у русских и китайских юношей имеет такие общие признаки: *жена* (1 и 5 у русских и китайцев соответственно), *бабочка* (1 и 1), *подруга* (1 и 2), *спутница* (1 и 1), *красавица* (1 и 1). Однако в реакциях русских и китайских юношей наблюдается большая разница между частотными реакциями. У русских лексема *человек* появилась 9 раз. У китайцев лексема *мать* встретилась 9 раз, лексема *жена* – 5 раз, *подруга* – 2 раза. Все частотные лексемы у китайских юношей связаны с ролью женщины в семье. Кроме того, китайцы дали единичные реакции *бабушка* (1), *родной* (1), которые имеют отношение к родственным связям. Русские юноши, в отличие от китайцев, дают отрицательную оценку женщине: *колдун* (1),

тварь (1), *возникающие проблемы* (т. е. женщина создает проблемы) (1).

Гендерный автостереотип у русских и китайских девушек имеет общий ролевой признак – *мать* (10 и 20 у русских и китайцев соответственно). Однако обратим внимание на то, что у русских девушек, в отличие от китайянок, имеется еще одна высокочастотная реакция – *человек* (11). Довольно интересно, что китайские женщины отвечают на вопрос повтором, словом *женщина* (4 ответа), это значит, что в сознании китайских женщин присутствуют совокупные представления об образе женщины. Единичные реакции русских девушек представляют облик женщины с разных сторон: *кошка* (1), *актриса* (1), *вселенная* (1), *жизнь* (1), *добрый человек* (1), *помощница* (1). Единичные реакции у китайских женщин: *девушка* (1), *любящий книги человек* (1), *«белый воротничок»* (1) – говорят о том, что в Китае женщины высоко оценивают молодость, образование и высокооплачиваемую работу. Анализ количественных данных показывает, что стереотип *женщина* у китайцев имеет более жесткую структуру, чем у русских.

Рассмотрим ответы, полученные на второй вопрос *Женщина – какая она?* (см. табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

**Реакции информантов на стимул *Женщина – это какая?*
Reactions of informants to the stimulus *Woman – what is she like?***

Реакция русских на вопрос	Кол-во реакций у русских		Реакция китайцев на вопрос	Кол-во реакций у китайцев	
	М	Ж		М	Ж
Красивая	7	9	Красивая	5	17
Заботливая	3	2	Нежная	5	1
Женственная	1	1	Добродетельная	3	3
Милая	1	1	Добрая	1	2
Добрая		4	Великая	1	1
Сильная		4	Чуткая	1	1
Нежная		1	Сильная	1	1
Терпеливая		1	Изящная	1	1
Очаровательная		1	Любящая	1	1
Сексуальная		1	Симпатичная	1	
Плодовитая		1	Мягкая	1	
Слабая		1	Интересная		1
Грациозная		1	Трудолюбивая		1
Обольстительная		1	Разная		1
Элегантная		1			
Любящая		1			
Разная	1				
Невероятная	1				
Интересная	1				
Привлекательная	1				
Хитрая	1				
Умная	1				
Коварная	1				
Живая	1				
Простая	1				

Отметим, что при ответе на вопрос *Женщина – какая она?* русские и китайские информанты дали более разнообразные реакции. Все участники эксперимента – и китайцы, и русские – называют признак *красивая*. Однако этот признак в большей степени важен для автостереотипа женщин, чем для гетеростереотипа мужчин.

Для русских юношей и девушек общими ответами являются: *заботливая* (3 и 2 у юношей и девушек соответственно), *женственная* (1 и 1), *милая* (1 и 1); для китайских юношей и девушек – *добрая* (1 и 2), *добродетельная* (3 и 3), *великая* (1 и 1), *чуткая* (1 и 1), *изящная* (1 и 1), *сильная* (1 и 1), *нежная* (5 и 1), *любящая* (1 и 1). Эти ответы отражают разные признаки гендерного стереотипа *женщина* у русских и китайцев. Русские считают, что самой главной чертой женщины является *заботливость* (3 и 2), а китайцы – *доброта* (4), *добродетельность* (5) и *нежность* (5 и 1).

Рассмотрим отличительные черты гендерного гетеростереотипа и автостереотипа. Русские женщины, в отличие от русских мужчин, отметили еще два важных женских качества: *добрая* (4 ответа) и *сильная* (4 ответа). В их ответах единичные реакции занимают 38,7 % от общего количества ответов, среди них: *нежная*, *терпеливая*, *очаровательная*, *сексуальная*, *плодовитая*, *слабая*, *грациозная*, *обольстительная*, *элегантная*, *любящая*. В своих ответах русские женщины называют только положительные черты. Единичные реакции русских мужчин составляют 52,4 %, таковыми являются: *разная*, *женственная*, *невероятная*, *интересная*, *привлекательная*, *хитрая*, *умная*, *милая*, *коварная*, *живая*, *простая*. В единичных реакциях мужчин отмечаются как положительные, так и отрицательные черты женщин.

У китайских информантов картина гендерного стереотипа *женщина* более компактна. Китайские юноши выделяют в качестве наиболее важной женской черты – *нежная* (5 раз), а девушки назвали это качество только один раз. Единич-

ные реакции у китайских юношей занимают 38 %, а у девушек – 29 % от общего количества реакций. По одному разу в обеих группах отмечены такие качества женщин, как *великая*, *чуткая*, *сильная*, *изящная*, *любящая*. Только для гетеростереотипа мужчин характерны качества *симпатичная*, *мягкая*, а для автостереотипа женщин – *интересная*, *трудолюбивая*, *разная*.

По результатам анализа частотных реакций табл. 2 можно сделать следующие выводы. Во-первых, и в русском, и в китайском языковом сознании на первый план выдвигается внешний образ женщины – *красивая*. Во-вторых, кроме красоты, для русских важными оказались признаки: *заботливая* (5 раз), *добрая* (4 раза) и *сильная* (4 раза), при этом русские мужчины акцентируют свое внимание на качестве *заботливая* (3 раза), а женщины – на качествах *добрая* (4 раза) и *сильная* (4 раза). Для китайцев, кроме женской красоты, значимыми оказались признаки: *нежная* (6 раз), *добродетельная* (6 раз), *добрая* (3 раза).

Анализ единичных реакций табл. 2 показал, что ответ *Женщина – разная* является общим и для русских, и для китайцев. Другие реакции, называющие положительные характеристики: *великая*, *чуткая*, *сильная*, *симпатичная*, *мягкая*, *изящная*, *любящая*, *интересная*, *трудолюбивая*, – являются общими только для китайских юношей и девушек. У русских юношей стереотип *женщина* включает в себя и положительную (*умная*, *привлекательная*, *интересная*, *живая*), и отрицательную (*хитрая*, *коварная*), и нейтральную оценку (*простая*, *разная*). У русских девушек реакции связаны как с внутренними (*сильная*, *слабая*, *любящая*, *терпеливая*), так и с внешними характеристиками женщины (*очаровательная*, *элегантная*, *обольстительная*, *сексуальная*).

На основе ответов, полученных на два разных вопроса: *Женщина – это кто?* и *Женщина – какая она?* – мы составили таблицу параметров корпуса ответов-реакций (см. табл. 3).

Таблица 3 / Table 3

Параметры корпуса реакций, полученных в результате двух экспериментов
Parameters of the corpus of responses in two experiments

Параметры выборки	Информанты					
	Русские			Китайцы		
	М	Ж	Всего	М	Ж	Всего
Количество информантов	21	31	52	21	31	52
Объем выборки	42	62	104	42	62	104
Объем словника	26	28	47	19	21	27
Плотность словника	1,6	2,2	2,2	2,2	3,0	3,9
Объем корпуса частотных слов	3	6	10	6	5	15
Объем корпуса единичных слов	23	22	37	13	16	9

В таблице приведены параметры выборки: объем выборки – количество реакций, полученных на вопросы-стимулы; объем словника – количество разных реакций; плотность словника – соотношение объема выборки к объему словника (плотность – показатель стандартности, типичности реакций, чем выше плотность словника, тем выше стандартность реакций) [Агibalов 1995]; объем корпуса частотных слов показывает количество слов, встреченных в реакциях больше одного раза; объем корпуса единичных слов показывает количество реакций, встреченных один раз [Васнева 2012].

Как видим, все информанты дали по одному ответу на одно слово-стимул, поэтому в каждой этнической группе было получено по 104 реакции.

Рассмотрим параметры корпуса реакций русской группы информантов. В ней получены 47 разных лексем, в том числе объем корпуса частотных слов составил 10, а единичных – 37. Плотность словника в целом по группе русских информантов – 2,2.

Русские юноши (21 чел.) дали 26 разных лексем. Из них только 3 лексемы встречены в реакциях больше одного раза, остальные 23 лексемы появились только по одному разу. Плотность словника у русских юношей составила 1,6. Русские девушки (31 чел.) дали 28 разных лексем. Из них 6 лексем появились больше одного раза, а 22 лексемы встречены только по одному разу. Плотность словника у русских девушек составила 2,2. Как видим, явной разницы между объемами подкорпусов ответов русских юношей и девушек не отмечается. Однако следует указать, что у мужчин объем корпуса частотных слов в 2 раза меньше, чем у женщин, и плотность словника значительно ниже, чем у девушек. Это можно трактовать следующим образом: русские юноши гораздо менее согласованы в своих представлениях о женщине, чем девушки, т.е. гетеростереотип в данном случае менее «стереотипен», чем автостереотип.

По сравнению с русской группой в китайской почти в два раза меньше объем словника: в русской группе объем словника составил 47, а китайской – 27. Корпус частотных слов в китайской группе больше, чем в русской (в русской группе – 10, а в китайской группе – 15). Явная разница замечена в объеме единичных реакций: в русской группе получено 37 лексем, которые встретились только один раз, а в китайской группе – только 9 лексем. Плотность словника в целом равна 3,9. Следовательно, в китайской группе стереотип *женщина* в большей степени типичен и компактен, чем в русской группе, т.е. в китайском языковом сознании данный стерео-

тип более устойчив, имеет более определенные черты.

В реакциях китайских юношей 6 лексем встретились больше одного раза и 13 лексем появились только один раз. У девушек объем корпуса частотных слов и объем корпуса единичных слов соответствует 5 и 16 лексемам. Это указывает на то, что у китайских юношей и девушек нет большой разницы в представлении стереотипа *женщина*. В то же время плотность словника у китайских юношей составила 2,2, у девушек – 3,0, что соответствует тенденции, отмеченной на русских информантах: гетеростереотип имеет более расплывчатые границы, чем автостереотип.

Итак, результаты двух экспериментов позволили прийти к следующим выводам:

1. В языковом сознании русских слово-стимул *женщина* прежде всего ассоциируется с понятием *человек*, а в языковом сознании китайских студентов подчеркивается ее социальная роль – роль *матери*. Кроме того, ответы русских студентов более разнообразны, среди них встречаются положительные и даже отрицательные представления о женщине; большинство китайских информантов связывает стереотип *женщина* с ее ролью в семье.

2. В ответах на вопрос *Женщина – какая она?* больше всего внимания уделяется красоте женщин, несмотря на различия пола и национальности информантов. Кроме качеств внешности, информанты разного пола и разной национальности обращают внимание на разные аспекты: для русских юношей важным является качество *заботливая*, а для русских девушек – *добрая* и *сильная*; для китайских юношей – *нежная*, а для китайских девушек – *добродетельная*. К тому же как китайские юноши, так и китайские девушки подчеркивают положительные и внутренние характеристики женщины. Русские юноши дали и положительные, и отрицательные, и нейтральные оценки женщине; русские девушки обратили внимание и на внутренние, и на внешние характеристики женщины.

3. У китайских студентов объем словника, фиксирующий стереотип *женщина*, получился в два раза меньше, чем у русских. Плотность словника китайской группы тоже выше в два раза, чем у русских. Таким образом, мы считаем, что гендерный стереотип *женщина* в большей степени типичен и компактен, чем в русской группе.

Список литературы

Агibalов А. К. Вероятностная организация внутреннего лексикона человека: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1995. 18 с.

Васнева О. И. Гендерные стереотипы в языковом сознании русских и татар // Проблемы социо- и психолингвистики. 2012. Вып. 16. С. 144–154.

Гаранович М. В. Вариативность гендерных стереотипов в зависимости от социальных параметров говорящих: дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2011. 272 с.

Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. 155 с.

Кирилина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005. № 2. С. 112–132.

Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчунова; под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Общественное мнение, 2004. 384 с.

Ло Хун Стереотип и межполовая коммуникация // Вестник Юньнаньского педагогического университета. 2005. № 3. С. 60–63. 骆洪. 定型现象与跨性别交际 // 云南师范大学学报. 2008(3). P. 60–63. (Luo Hong. Ding xing xian xiang yu kua xing bie jiao ji // Yun nan shi fan da xue xue bao. 2008(3). P. 60–63.)

Моргун В. Ф., Ткачева Н. Ю. Проблема периодизации развития личности в онтогенезе: учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 82 с.

Пермякова О. В., Гаранович М. В. Гендерная стилистика / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2009. 159 с.

Фан Цзепин О содержании и функции «стереотипов» в межкультурной коммуникации // Иностранные языки и обучение иностранным языкам. 2003 № 10. С. 27–30. 范捷平. 论 Stereotype 的意蕴及在跨文化交际中的功能 // 外语与外语教学. 2003 (10). P. 27–30. (Fan Jieping. Lun Stereotype de yi yun ji zai kua wen hua jiao ji zhong de gong neng // Wai yu yu wai yu jiao xue. 2003 (10). P. 27–30.)

Янь Хуэй, Ли Сяохуа О гендерных стереотипах в коммуникации // Вестник Яньнаньского университета (гуманитарные науки). 2008 (3). С. 108–111. 延辉, 李小华. 略论交际中的性别定型 // 延安大学学报. 2008 (3). P. 108–111. (Yan hui, Li Xiaohua. Lue lun jiao ji zhong de xing bie ding xing // Yan an da xue xue bao. 2008(3). P. 108–111.)

Bromley D. B. The Psychology of Human Ageing. England: Penguin Books, 1966. 366 p.

References

Agibalov A. K. *Veroyatnostnaya organizatsiya vnutrennego leksikona cheloveka*. Avtoreferat diss. kand. filol. nauk [Probabilistic organization of the

internal lexicon. Abstract of Cand. philol. sci. diss.]. St. Petersburg, 1995. 18 p. (In Russ.)

Vasneva O. I. Gendernye stereotipy v yazykovom soznanii russkikh i tatar [Gender stereotypes in the linguistic consciousness of Russian and Tatars]. *Problemy sotsio- i psikholingvistiki*. [Problems of socio- and psycholinguistics]. Perm, 2012, issue 16, pp. 144–154. (In Russ.)

Garanovich M. V. *Variativnost' gendernykh stereotipov v zavisimosti ot sotsial'nykh parametrov govoryashchikh*. Diss. kand. filol. nauk [The variability of gender stereotypes depending on the social features of the speakers. Cand. philol. sci. diss.]. Perm, 2011. 272 p. (In Russ.)

Kirilina A. V. *Gender: lingvisticheskie aspekty* [Gender: the linguistic aspects]. Moscow, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 1999. 155 p. (In Russ.)

Kirilina A. V., Tomskaya M. V. Lingvisticheskie gendernye issledovaniya [Linguistic gender studies]. *Otechestvennye zapiski* [Notes of the Fatherland], 2005. issue 2, pp. 112–132. (In Russ.)

Lippmann U. *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion]. Transl. by T. V. Barchunova. Ed. by K. A. Levinson, K. V. Petrenko. Moscow, Obshchestvennoe mnenie Publ., 2004. 384 p. (In Russ.)

Luo Hong. Stereotip i mezhpоловая kommunikatsiya [Stereotype and Transgender Communication]. *Vestnik Yun'nan'skogo pedagogicheskogo universiteta* [Journal of Yunnan Normal University], 2005, issue 3, pp. 60–63. (In Chinese.)

Morgun V. F., Tkacheva N. Yu. *Problema periodizatsii razvitiya lichnosti v ontogeneze: ucheb. posobie* [The Problem of periodization of the personality development in ontogenesis]. Moscow, Moscow University Press, 1981. 82 p. (In Russ.)

Permyakova O. V., Garanovich M. V. *Gender-naya stilistika* [Gender stylistics]. Perm, Perm State University Press, 2009. 159 p. (In Russ.)

Fan Jieping. O soderzhanii i funktsii «stereotipov» v mezhekul'turnoy kommunikatsii [On Implications of “Stereotype” and its Functions in Cross Cultural Communication]. *Inostrannye yazyki i obuchenie inostrannym yazykam* [Foreign Languages and Their Teaching], 2003, issue 10, pp. 27–30. (In Chinese.)

Yan Hui, Li Xiaohua O gendernykh stereotipakh v kommunikatsii [A Brief Analysis of Sex Stereotypes in Communication]. *Vestnik Yun'nan'skogo universiteta (gumanitarnye nauki)* [Journal of Yanan University (Social Science Edition)], 2008, issue 3, pp. 108–111. (In Chinese.)

Bromley D. B. *The Psychology of Human Ageing*. England, Penguin Books, 1966. 366 p. (In Eng.)

**STEREOTYPE *WOMAN* IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS
OF RUSSIAN AND CHINESE STUDENTS
(Based on a Pilot Experiment)**

Wang Min

Postgraduate Student in the Department of Theoretical and Applied Linguistics

Perm State University

15, Bukireva st., Perm, 614990, Russian Federation. wmrussia@163.com

Associate Professor in the Department of Russian Language

Shandong Women's University

Jinan, Shandong province, 250100, China

SPIN-code: 3165-4566

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5749-5927>

ResearcherID: Q-3940-2016

Tan Ying

Postgraduate Student in the Department of Theoretical and Applied Linguistics

Perm State University

15, Bukireva st., Perm, 614990, Russian Federation. masha.tan23@mail.ru

SPIN-code: 6957-7028

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0880-2185>

ResearcherID: C-4654-2017v

This article considers the stereotype *woman* in the linguistic consciousness of Russian and Chinese students. Language is considered to be not only an instrument of cognition, a source of information about a person and society, but also a means of fixing a particular notion of the reality. This makes it possible to explore social stereotypes stored in consciousness, which are characterized by a certain set of reactions connected with the linguistic form. Gender stereotypes are a kind of the social stereotype and closely related to the social role of men and women. Constant ideas of the images and behavior of different sexes are formed and stored in ordinary consciousness of people. These notions express both objective differences between men and women and subjective attitudes to men and women, different expectations and demands from them. These expected standards of masculinity and femininity manifest themselves in gender stereotypes. Different cultures and different ethnic groups create different ideas about a man and a woman, which exist in a person's mind in the form of gender stereotypes. In this article, the authors deal only with the stereotype *woman*, applying the method of linguistic experiments; the gender stereotype *woman* (auto-stereotype and hetero-stereotype) is studied in the linguistic consciousness of representatives of different ethnic groups. Based on the experiment results, preliminary conclusions about the gender stereotype *woman* are drawn. There are some differences and similarities of this stereotype among the Chinese and Russian youth. On the whole, the stereotype *woman* in the Chinese group is more typical and coherent than in the Russian group.

Key words: gender; stereotype; consciousness; Russians; Chinese.