

Научная статья

УДК 82091

doi: 10.20323/2499-9679-2021-4-27-158-164

**Лексико-семантический анализ образа России
(на материале современной французской прессы)**

Светлана Борисовна Барушкова^{1✉}, Анастасия Рустамовна Комиссарова²

¹Кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского». 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108/1

²Студентка 3 курса факультета иностранных языков ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского». 150000 г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108/1

¹svetlana.barushkova@yandex.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0002-2488-4977>

²nastya-kom.724@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9175-6588>

Аннотация. Целью настоящей статьи является формирование образа современной России, создаваемого во французской прессе на материале лингво-культурного контент-анализа фактического материала, отобранного методом сплошной выборки из статей современных популярных французских изданий: «Le Monde»; «Paris Match»; «L'Express»; «Le Figaro»; «Le Point»; «L'Équipe»; «Les Échos»; «Le Nouvel Observateur». Подборка лингвистического материала осуществлялась из различных рубрик указанных печатных изданий. В ходе исследования были изучены следующие сферы, освещаемые во французской прессе: политика (Politique), экономика (Économie), культура (Culture), спорт (Sport), здоровье (Santé (COVID – 19)); события (Événement), которые, в свою очередь, были разбиты на более мелкие тематические группы.

Перечисленные выше печатные издания Франции входят в число самых популярных среди населения страны и за её пределами. Так, например, «Le Monde» – одно из самых известных и цитируемых во всем мире французских ппизначально являющаяся сатирическим литературным журналом-еженедельником, трансформированным в середине XIX века в бесцензурную сенсационную газету.

Основные результаты исследования представляют собой классифицированный по тематической составляющей пласт лингвистических единиц, описывающих образ России во французской прессе. Отметим, что оценочная маркированность варьируется в зависимости от сферы освещения. Так, например, в политике, экономике и новостях, описывающие вопросы пандемии (COVID-19), образ России, как правило, рисуется с негативной точки зрения, что находит отражение в выборе лингвистических и стилистических средств. В сфере спорта, коннотация используемых единиц может носить как положительную оценку (освещение новостей из мира большого тенниса), так и отрицательную (допинг российских спортсменов). Результаты исследования представлены в виде цифрового показателя, что наглядно демонстрирует, как выбор освещаемых проблем, так и распределение фактического материала внутри данных тематик.

Ключевые слова: Россия, образ, пресса, рубрики, тематические группы

Для цитирования: Барушкова С. Б., Комиссарова А. Р. Лексико-семантический анализ образа России (на материале современной французской прессы) // Верхневолжский филологический вестник. 2021. № 4 (27). С. 158–164. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2021-4-27-158-164>

Original article

Lexical-semantic analysis of Russia's image in the modern french press

Svetlana B. Barushkova^{1✉}, Anastasia R. Komissarova²

¹Candidate of philological sciences, associate professor, romance languages department, Yaroslavl state pedagogical university named after K. D. Ushinsky. 150000, Yaroslavl, Respublikanskaya st., 108/1

²3rd year student, faculty of foreign languages, Yaroslavl state pedagogical university named after K. D. Ushinsky. 150000, Yaroslavl, Respublikanskaya st., 108/1

¹svetlana.barushkova@yandex.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0002-2488-4977>

²nastya-kom.724@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9175-6588>

Abstract. The purpose of this article is to form the image of modern Russia, created in the french press on the basis of linguistic and cultural content analysis of factual material made by the method of continuous sampling of articles from such modern popular french publications as: «Le Monde», «Paris Match», «L'Express», «Le Figaro», «Le Point», «L'Équipe», «Les Échos», «Le Nouvel Observateur». The selection of linguistic material was carried out from various headings of the above mentioned publications. The study examined the following areas covered in the french press: politics (Politique), economy (Économique), culture (Culture), sport (Sport), Santé (COVID-19); events (Événement) which, in turn, were divided into smaller thematic groups.

The french publications listed above are among the most popular both in the country and abroad. For example, «Le Monde» is one of the most famous and quoted french publications in the world, and «Le Figaro» is the oldest national French newspaper, originally a weekly satirical literary magazine, transformed in the middle of the XIX century into an uncensored sensation newspaper.

The main result of the study is a layer of linguistic units classified according to the thematic component that describe the image of Russia in the french press. It should be noted that the evaluation marking varies depending on the scope of coverage. Thus, for example, in politics, economics and news covering the pandemic (COVID-19), the image of Russia is usually presented from a negative point of view, which is reflected in the choice of linguistic and stylistic means. In the field of sports, the connotation of the units used can be both positive (news coverage from the world of lawn tennis) and negative (doping of russian athletes). The results of the study are presented in the form of a digital indicator, which clearly demonstrates both the choice of the problems covered and the distribution of the actual material within these topics.

Key words: Russia, image, press, categories, thematic groups

For citation: Barushkova S. B., Komissarova A. R. Lexical-semantic analysis of Russia's image in the modern french press. *Verhnevolski philological bulletin*. 2021;(4):158-164. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2021-4-27-158-164>

Введение

В любой национальной культуре сформировано представление о том или ином мировом событии отдельной страны в произведениях различных видов искусства, в создании которого отчасти принимают участие средства массовой информации (далее СМИ), к которым, несомненно, относится и пресса.

Образ России, отраженный в любых зарубежных СМИ, является базой для формирования у иностранных граждан личного отношения к освещаемой проблеме, стране в целом. Безусловно, многие повседневные, бытовые ситуации оцениваются индивидом с позиции личного жизненного опыта, в то время как образ иноязычной культуры в сознании личности формируется с подачи журналистов того или иного печатного издания, которое отбирает информацию и освещает её исходя из направленности журнала или газеты [Нешина, 2017].

Основополагающим аспектом в создании образа России во Франции является роль авторитетных печатных изданий и их Интернет-версий. В этой связи подчеркнем, что к гигантам печатной прессы относятся: «Le Monde»; «Paris Match»; «L'Express»; «Le Figaro»; «Le Point»; «L'Équipe»; «Les Échos»; «Le Nouvel Observateur». Данные издания не просто публикуют информацию, излагают её, осуществляя тем самым информационную функцию, они под-

вергают представляемый материал анализу, что, безусловно, оказывает влияние на читательскую позицию не только в вопросах отношении к России в целом, но и к ее роли в международных отношениях, в частности в отношениях с Францией.

Методы исследования

Образ современной России, представленный в разных сферах, был проанализирован на материале 60 статей из 8 различных французских печатных изданий («Le Monde»; «Paris Match»; «L'Express»; «Le Figaro»; «Le Point»; «L'Équipe»; «Les Échos»; «Le Nouvel Observateur») с точки зрения лингво-стилистических особенностей использования отобранного методом сплошной выборки фактического материала. На начальном этапе сбора информации по анализируемой теме отбор статей, представленных в электронном виде на интернет-платформах французских печатных изданий, осуществлялся по двум параметрам: **тематическому**, то есть по поиску в текстах статей ключевых слов, связанных тем или иным образом с Российской Федерацией; **временному**, то есть, поиск информации был ограничен определенным временным промежутком, а именно, все отобранные статьи датированы периодом с 20.06.2020 по 15.11.2020.

По результатам начального этапа работы нами был сформирован корпус материалов, куда вошли информационные сводки, в заголовках и

кратком описании которых фигурировало название страны. Далее отобранный фактический материал был классифицирован по рубрикам, что позволило вывести количественное и процентное соотношение частотности появления статей, связанных с Россией в той или иной тематическом разделе. Так, было выявлено следующее соотношение в порядке убывания: политика *Politique* – 31.5 % (19 статей); события (*Événement*) – 18.5 % (11 статей); спорт (*Sport*) – 16.5 % (10 статей); культура (*Culture*), – 16.5 % (10 статей); экономика (*Économie*), – 8.5 % (5 статей); здоровье (*Santé (COVID-19)*) – 8.5 % (5 статей). Представленные данные показывают, что самой популярной сферой, связанной с Россией, является политика.

Результаты исследования.

Особенностью создания образа, представления, мифологемы о своей или иноязычной культуре в целом или отдельном феномене действительности частности отметим процесс стереотипизации. Указанное явление свойственно также и печатной французской прессе. Являясь инструментом социального воздействия, пресса создает социальные стереотипы. Вслед за В. С. Агеевым подчеркнем, что характерной чертой подобных стереотипов, «полных этноцентризма, предрассудков, враждебности и т.п.», является их отрицательное свойство, способствующее искажающему восприятию отличных энокультур [Агеев, 1987, с. 87].

1. Именно этим объясняется создание отрицательного образа РФ в рамках рубрики здоровья (*Santé (COVID-19)*), где государство, не имеющее устойчивой базы социального обеспечения, рисуется угнетенным, не способным к борьбе, неготовым противостоять пандемии. Изображается лишь внешняя сторона проблемы – это переполненные больницы, нехватка мед.персонала, средств защиты и так далее, однако недостаточно информации о достижениях России в этой области – а именно, в создании вакцины. Изложенное выше нашло выражение в использовании лингвистических средств с отрицательной коннотацией: *hôpitaux bondés*; *morgues débordées*; *manque de moyens et de personnel soignant*; *des malades allongés sur le sol*; *un système de soins dépassé*; *le ministère de la santé, lui, interdit aux médecins de s'exprimer dans les médias sans autorisation* [«L'express» – *Actualités Politique, Monde, Economie et Culture, «Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu, «Le*

Monde» – Actualités et Infos en France et dans le monde].

В освещении спортивных тем также формируется отрицательный образ, основанный, например, на таком стереотипе, появившемся сравнительно недавно – использование запрещенных препаратов (допинга) российскими спортсменами. Исходя из представленных в прессе материалов, можно сделать вывод о том, что Франция, как и многие другие европейские государства, требует исключения России из числа участников мировых и международных соревнований: *le vaste scandale de tricheries à répétition opposant la Russie à l'Agence mondiale antidopage (WAMA) la Russie doit être exclue pour quatre ans des compétitions internationales; le trucage des fichiers informatiques du laboratoire antidopage de Moscou; l'absence la bonne foi russe* [«L'Équipe» – *L'actualité du sport en continu*]. Всё это формирует негативный образ России. Создается впечатление, что в её адрес направлены всевозможные обвинения и упрёки. Страна никак не может оправдать себя в этом деле, арбитражные суды и другие мировые организации стремятся сделать всё, чтобы лишить страну спорта и возможности участвовать в соревнованиях.

Экономические показатели развития той или иной страны определяют место и роль любого государства в мировой экономике. В анализируемом материале образ России представлен с отрицательной стороны, поскольку с помощью лексических единиц подчеркивается статус страны с ослабленной экономикой, подорванной чередой кризисов и санкциями. Более того, в мировой экономике наблюдается экономический спад, связанный с захватившей мир пандемией, что усугубило положение дел в России и в других государствах. Страна скорее изображена слабой, находящейся в затруднительном экономическом положении об этом можно судить по такой лексике как: *rebond des ventes de voitures*; *une grande flexibilité – большая гибкость*; *une baisse des ventes de 2,3% en 2019*; *un pouvoir d'achat déprimé*; *une économie amorphe*; *crise économique*; *l'importance de la stabilité des prix de l'or noir – важность стабильности цен на черное золото*; *la plongée des prix et la volatilité des marchés offrent de nouvelles opportunités pour la politique de substitution*; *l'inflation poursuit sa hausse – инфляция продолжает расти*; *l'affaiblissement du rouble – ослабление рубля*; *le ralentissement économique mondial* [«L'express» –

Actualités Politique, Monde, Economie et Culture, «Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu, «Le Monde» – Actualités et Infos en France et dans le monde, «Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique].

Следующий стереотип о России, заключается в том, что ее считают страной-угрозой демократии. Он получил новый виток развития в связи с выборами президента США – 2020. Анализируя статьи из раздела политики, посвященные президентской кампании этого года, стоит отметить, что французские СМИ настроены негативно в отношении России и её роли, а точнее вмешательстве в американские выборы. Образ России в данной сфере изображен больше с отрицательной стороны, чем с положительной. Например, *la politique de sanctions; ingérences russes dans la campagne américaine, cyberattaques, espionnage, gazoduc Nord Stream 2... -; la relation entre Washington et Moscou; se dégrader; une déception; les sanctions contre Moscou* [«Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique, «Le Point» Actualité Politique, Monde, France, Economie, High-Tech, Culture].

Негативный образ страны в политической сфере был дополнен и нашумевшим делом об отравлении «Новичком» оппозиционера Алексея Навального. Французская пресса поддержала общую точку зрения о том, что это был заказ Москвы. Используя приём метонимии, заменяя термином Кремль понятие всей России – это ещё раз подчёркивает обвинительную позицию не только прессы, но и целого государства. В связи с этим статьи, освещающие данную тему, содержат следующий лингвистический материал: *Vladimir Poutine se refuse à prononcer le nom; Sa sortie... rend encore un peu plus délicate la confrontation du pouvoir russe avec son nouveau « problème Navalny »; la chronique de son rétablissement est suivie avec ferveur sur les réseaux sociaux -; Alexei Navalny accuse Vladimir Poutine d'avoir commandité son empoisonnement, ce que Moscou continue de contester; Cette accusation est "sans fondement et inacceptable" – это обвинение необоснованно и неприемлемо* [«Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique, «Le Point» Actualité Politique, Monde, France, Economie, High-Tech, Culture].

Рассматривая политическую сферу нельзя не отметить конфликт в Нагорном Карабахе. Вопреки сложившемуся стереотипу, что Россия – это страна агрессор и захватчик, французская пресса формирует положительный образ страны

в данной военной кампании. Об этом свидетельствуют следующие лексические единицы: *cessez-le-feu total; l'égide de Moscou; Moscou sera le garant du respect du cessez-le-feu dans le Haut-Karabakh; un accord de paix – мирное соглашение; le rôle de la Russie comme arbitre ultime du conflit; les soldats de maintien de la paix* [«L'express» – Actualités Politique, Monde, Economie et Culture, «Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu, «Le Monde» – Actualités et Infos en France et dans le monde, «Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique].

Все эти примеры указывают на признание действий России в зоне конфликта исключительно как миротворческих, так как все ее действия, отмеченные французской прессой, направлены исключительно на мирное урегулирование данного военного конфликта.

Переходя к оценке положительного образа России в прессе Франции, стоит отметить культурную сферу. Неудивительно, что именно она несет в себе позитивную окраску, поскольку Россия является страной с богатейшей историей, которую она бережно хранит в объектах культуры, например, таких как архитектура. Именно этому и посвящены многие статьи во французских изданиях. Об этом свидетельствуют следующие выражения: *La cathédrale orthodoxe de Nice; la Chambre d'ambre; le trésor des tsars de Russie -; le palais Catherine à Pouchkine; le troisième palais d'hiver de Saint-Petersbourg; Considéré comme la «8e merveille du monde»; la technique de la mosaïque florentine; Les précieux panneaux d'ambre; la couronne impériale* [«Le Nouvel Observateur» (L'OBS) – Actualités du jour en direct, «Le Point» Actualité Politique, Monde, France, Economie, High-Tech, Culture].

Пласт отобранного фактического материала, обладающий положительной оценочной коннотацией, стоит дополнить статьями из раздела спорт (Sport), посвященными большому теннису. Данная тема раскрыта с помощью такой лексики, как: *le Russe Daniil Medvedev; vainqueur du Masters 1000 de Paris ; un troisième trophée; l'adversaire russe qui a pris l'avantage; le Russe Andrey Rublev ; le joueur qui a remporté le plus de titres dans une saison 2020 amputée de cinq mois; le Russe n'a pas concédé un seul jeu de service; Avec Medvedev et Rublev, la Russie aura deux représentants en simple au Masters pour la première fois depuis 2000* [«L'Équipe» – L'actualité du sport en continu, «Paris Match»]. Россия пред-

ставлена победами и достижениями конкретных спортсменов, которые боролись честно и упорно, их победы заслужены и для мира тенниса.

Заключение

Отобранный из различных рубрик (политика (Politique), экономика (Économie), культура (Culture), спорт (Sport), здоровье (Santé (COVID-19)); события (Événement)) современных французских печатных изданий лингвистический материал, позволивший сформировать образ России, существующий в иноязычной культуре, позволяет заключить, что Россия является довольно популярной страной во французской печатной прессе.

Двукомпонентный характер стереотипа как социолингвистического явления подтверждается наличием отрицательной и положительной оценочной коннотации исследуемого материала. Так, в наиболее освещаемой сфере политической жизни страны из 19 отобранных по данной теме статей, только в 3 (15 %) отмечается формирование положительного образа РФ, остальной материал (85 %) содержит критику и негативную оценку действий государства как во внутренней политике, так и во внешней. Следующая рубрика Événement, в которой чаще всего встречается материал, посвященный событиям в России, содержит примерно равное количество статей, как с положительной, так и с отрицательной оценкой (54 % и 63 % соответственно). Спортивные победы и достижения российских спортсменов отмечены в 7 статьях (70 % – положительная коннотация), вопросы и споры, связанные с употреблением запрещенных препаратов освещены в 3 статьях (30 % – отрицательная коннотация). Также преобладание материалов с положительной оценочностью наблюдается в рубрике Culture (100 %). Экономика страны освещается исключительно с точки зрения слабости и уязвимости государства (100 % – отрицательная оценка), та же тенденция прослеживается при описании сферы здравоохранения (100 % – отрицательная коннотация). В общей сложности, процентное соотношение на шкале оценочности распределяется следующим образом – 60 % отобранного фактического материала формирует отрицательный образ РФ в иноязычной прессе, 40 % – положительный.

Создание оценочности в представленных текстах осуществляется за счет использования авторами эпитетов, превосходной степени, наличия противопоставлений и сравнительных кон-

струкций, применение числительных. Немалую роль в создании образа России сыграли заголовки, содержащие прямое указание на чье-либо мнение «*Si la Biélorussie tombe, la prochaine sera la Russie*», estime Loukachenko, а также представленные в виде вопроса «*Pourquoi la Russie s'intéresse autant à l'Arctique?*» [«L'express» – Actualités Politique, Monde, Economie et Culture, «Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu].

Библиографический список

- Агеев В. С. Стереотипизация как механизм социального восприятия // Общение и оптимизация совместной деятельности / под ред. Г. М. Андреевой, Я. Яноушека. Москва : Моск. ун-т, 1987. 253 с.
- Гуревич П. С. Стереотип // Современная западная социология: словарь. Москва : Наука. 1990. 332 с.
- Зарипов Р. И. Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе : монография. Москва : Р. Валент, 2016. 220 с.
- Ильюшкин В. В. A stereotyped as an important factor in the perception and cognition of people to each other / Стереотипизация как важный фактор в восприятии и познании людьми друг друга : EUROPEAN SCIENCE. 2014. №1. С. 31–36.
- Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Москва : Яз. славянской культуры, 2005. 544 с.
- Нешина Е. Б. Франкоязычные СМИ как источник формирования имиджа России // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 11. URL: <https://research-journal.org/culture/frankoyazychnye-smi-kak-istochnik-formirovaniya-imidzha-rossii/> (дата обращения 17.11.2020).
- Ощепков А. Р. Образ России во французской литературе XIX в. : монография. Москва : МПГУ, 2011. 318 с.
- Пашукова Т. И., Ухлинова Н. С. Структура имиджа России во французских печатных СМИ // Прикладная юридическая психология. 2013. №2 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-imidzha-rossii-vo-frantsuzskih-pechatnyh-smi/viewer> (дата обращения 05.12.2020)
- Полякова О. А. Репрезентация образа России во французской литературе в оценках российских компаритивистов : научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № 9.
- Сергеева А. В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. Москва : Наука, 2006. 320 с.
- Цилюрик Д. Д. Образ России в современном французском политическом медиадискурсе (по материалам электронных версий ежедневных газет «Монд», «Фигаро» и «Либерасьон» за 2008–2012 гг.) : научно-методический электронный журнал «Концепт». 2013. № 5. Москва.

Amossy Ruth, Anne Herdchberg Pierrot. *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société.* 3-me édition. Paris : Armand Colin. 2011. 325 p.

Aronson, Joshua; Stelle, Claude M. Chapter 24: Stereotypes and the Fragility of Academic Competence, Motivation, and Self-Concept. New York : Guilford Press. 2005. P. 436–443.

Levontina I. B., Shmelyov A. D. Key ideas of the Russian language picture of the world. M.: Yaz. Slavyanskoy kultury, 2005. 544 p.

Operario, Don; Fiske, Susan T. *Stereotypes: Content, Structures, Processes, and Context* Malden: MA: Blackwell. 2003. P. 22–44.

Tajfel, Henri. *Social stereotypes and social groups : Intergroup behaviour.* Oxford: Blackwell. 1981. P. 144–167.

«L'express» – Actualités Politique, Monde, Economie et Culture. URL: <https://www.lexpress.fr/> (дата обращения 29.09.2020)

«Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu. URL: <https://www.lefigaro.fr/> (Дата обращения 8/10/2020)

«Le Monde» – Actualités et Infos en France et dans le monde. URL: <https://www.lemonde.fr/> (дата обращения 27.09.2020)

«Le Nouvel Observateur» (L'OBS) – Actualités du jour en direct. URL: <https://www.nouvelobs.com/> (дата обращения 26.10.2020)

«Le Point» Actualité Politique, Monde, France, Economie, High-Tech, Culture. URL: <https://www.lepoint.fr/> (дата обращения 11.09.2020)

«L'Équipe» – L'actualité du sport en continu. URL: <https://www.lequipe.fr/> (дата обращения 24/09/2020)

«Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique. URL: <https://www.lesechos.fr/> (дата обращения 23.11.2020)

«Paris Match» URL: <https://www.parismatch.com/> (дата обращения 23.09.2020).

Lippman Walter, *Public opinion* New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. 380 p.

Reference list

Ageev V. S. Stereotipizacija kak mehanizm social'nogo vosprijatija = Stereotyping as a mechanism of social perception // *Obshhenie i optimizacija sovmestnoj dejatel'nosti / pod red. G. M. Andreevoj, Ja. Janousheka.* Moskva : Mosk. un-t, 1987. 253 s.

Gurevich P. S. Stereotip = Stereotype // *Sovremennaja zapadnaja sociologija: slovar'.* Moskva : Nauka. 1990. 332 s.

Zaripov R. I. Metaforicheskoe modelirovanie obraza Rossii v sovremennom francuzskom politicheskom diskurse = Metaphorical modeling of Russia' image in contemporary French political discourse : monografija. Moskva : R. Valent, 2016. 220 s.

Il'jushkin V. V. A stereotyped as an important factor in the perception and cognition of people to each other / *Stereotipizacija kak vazhnyj faktor v vosprijatii i poznanii*

ljud'mi drug druga : EUROPEAN SCIENCE. 2014. №1. S. 31–36.

Levontina I. B., Shmelev A. D. Ključevye idei russkoj jazykovoj kartiny mira = Key ideas of the Russian linguistic world picture. Moskva : Jaz. slavyanskoy kul'tury, 2005. 544 s.

Neshina E. B. Frankojazychnye SMI kak istochnik formirovaniya imidzha Rossii = The francophone media as a source of shaping Russia's image // *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal.* 2017. № 11. URL: <https://research-journal.org/culture/frankoyazychnye-smi-kak-istochnik-formirovaniya-imidzha-rossii/> (data obrashhenija 17.11.2020).

Oshhepkov A. R. Obraz Rossii vo francuzskoj literature XIX v. = Russia's image in the XIX century French literature : monografija. Moskva : MGU, 2011. 318 s.

Pashukova T. I., Uhlinova N. S. Struktura imidzha Rossii vo francuzskih pechatnyh SMI = The structure of Russia's image in the French printed media // *Prikladnaja juridicheskaja psihologija.* 2013. №2 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-imidzha-rossii-vo-frantsuzskih-pechatnyh-smi/viewer> (data obrashhenija 05.12.2020)

Poljakova O. A. Reprezentacija obraza Rossii vo francuzskoj literature v ocenkah rossijskij komparativistov = Representation of Russia in French literature as evaluated by Russian compativists : nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept». 2016. № 9.

Sergeeva A. V. Russkie: stereotipy povedenija, tradicii, mental'nost' = Russians: behavioural stereotypes, traditions, mentality. Moskva : Nauka, 2006. 320 s.

Ciljurik D. D. Obraz Rossii v sovremennom francuzskom politicheskom mediadiskurse (po materialam jelektronnyh versij ezheдневnyh gazet «Mond», «Figaro» i «Liberas'on» za 2008–2012gg.) = The image of Russia in contemporary French political media discourse (based on the electronic versions of the dailies Le Monde, Le Figaro and Liberation, 2008–2012) : nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept». 2013. № 5. Moskva.

Amossy Ruth, Anne Herdchberg Pierrot. *Stéréotypes et clic hés. Langue, discours, société.* 3-me édition. Paris : Arm and Colin. 20 11. 325 r.

Aronson, Joshua; Stelle, Claude M. Chapter 24: Stereotypes and the Fragility of Academic Competence, Motivation, and Self-Concept. New York : Guilford Press. 2005. P. 436–443.

Levontina I. B., Shmelyov A. D. Key ideas of the Russian language picture of the world. M.: Yaz. Slavyanskoy kultury, 2005. 544 p.

Operario, Don; Fiske, Susan T. *Stereotypes: Content, Structures, Processes, and Context* Malden: MA: Blackwell. 2003. R. 22–44.

Tajfel, Henri. *Social stereotypes and social groups : Intergroup behaviour.* Oxford: Blackwell. 1981. R. 144–167.

«L'express» – Actualités Politique, Monde, Economie et Culture. URL: <https://www.lexpress.fr/> (data obrashhenija 29.09.2020)

«Le Figaro» – Actualités en direct et informations en continu. URL: <https://www.lefigaro.fr/> (Data obrashhenija 8/10/2020)

«Le Monde» – Actualités et Infos en France et dans le monde. URL: <https://www.lemonde.fr/> (data obrashhenija 27.09.2020)

«Le Nouvel Observateur» (L'OBS) – Actualités du jour en direct. URL: <https://www.nouvelobs.com/> (data obrashhenija 26.10.2020)

«Le Point» Actualité Politique, Monde, France, Economie, High-Tech, Culture. URL: <https://www.lepoint.fr/> (data obrashhenija 11.09.2020)

«L'Équipe» – L'actualité du sport en continu. URL: <https://www.lequipe.fr/> (data obrashhenija 24/09/2020)

«Les Échos» – Actualités en direct, Economie, Finance, Politique. URL: <https://www.lesechos.fr/> (data obrashhenija 23.11.2020)

«Paris Match» URL: <https://www.parismatch.com/> (data obrashhenija 23.09.2020).

Lippman Walter, Public opinion New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. 380 r.

Статья поступила в редакцию 24.10.2021; одобрена после рецензирования 11.11.2021; принята к публикации 12.11.2021.

The article was submitted on 24.10.2021; approved after reviewing 11.11.2021; accepted for publication on 12.11.2021.