

**А.А. Алексеева**

*Новосибирский государственный университет*

**Представления о России ее жителей  
(по данным ассоциативного эксперимента)**

*Аннотация:* В статье обобщаются данные проведенного автором ассоциативного эксперимента, позволившие выявить представления россиян о собственной стране. Полученные результаты необходимы для последующего их сравнения с образом России, который сложился в современной отечественной и зарубежной прессе.

The article summarizes the data of the associative experiment which reveal the notions Russian people have about their country. The received results are necessary to compare these notions with the image of Russia which have formed in the contemporary Russian and foreign press.

*Ключевые слова:* наивная картина мира, концепт, образ России, ассоциативный эксперимент, ассоциативно-семантическое поле.

Naïve worldview, concept, image of Russia, associative experiment, associative semantic field.

*УДК:* 811.161.1.

*Контактная информация:* Новосибирск, ул. Пирогова, 2. НГУ, гуманитарный факультет. Тел. (383) 3634230. E-mail: alina.alexeeva@gmail.com.

В последние годы проблемы, связанные с образом России, не только привлекают внимание специалистов в области политологии (Э.А. Галумова, Ю.Б. Кашлева, К.А. Хачатурова, Г.Г. Почепцова, А. де Лазари и др.), но и стали актуальными в лингвистических исследованиях (см. работы А.Н. Баранова, Ю.Н. Караулова, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал, О.П. Ермаковой, М.Р. Желтухиной, О.С. Иссерс, Н.А. Красильниковой, О.А. Шаовой, А.А. Пшенкина, О.В. Антипиной, К.И. Белоусова, В.И. Карасика, Н.А. Ключко, М. и Ю.А. Филипацци и др.). По мнению авторов коллективной монографии «Западня. Новые технологии борьбы с российской государственностью», в настоящее время происходит переориентация внимания на стратегемы иной, несиловой, не-открытой борьбы – на информационные, психологические и идеологические методы [Якунин и др., 2009, с. 5]. Влияние на сознание человека в чьих-либо интересах, т. е. навязывание определенной модели мышления, «имеет фундаментальное значение для победы в войне нового типа» [Там же, с. 17]. При этом именно лингвокогнитивные исследования способны выявить механизмы такой манипуляции.

Целью данной работы, составляющей часть исследования образа России в современной отечественной, французской и англоязычной прессе, является обобщение представлений о России ее жителей, в которых отражается личностный опыт субъекта. Результаты такого анализа важны для выяснения того, насколько образ России, который создается в СМИ, соотносится с концептом *РОССИЯ* в языковой картине мира россиян, т. е. в какой степени масс-медиа влияют на восприятие нашей страны ее гражданами.

В данной работе мы используем следующие понятия: *представления о России, концепт РОССИЯ и образ России*. Под *представлениями о России* мы понимаем совокупность наивных знаний, впечатлений, субъективных мнений о России, которая сформировалась в сознании обычных граждан, жителей этой страны. Именно представления, по нашему мнению, являются основой *концепта* – той «идеальной сущности, которая формируется в сознании человека как глобальная мыслительная единица, представляющая квант структурированного знания» [Попова, Стернин, 1999, с. 4]. Понятие *образ* очень близко понятию *концепт*, хотя первое несколько шире. Т.Э. Гринберг отмечает, что образ может быть трех типов: *субъективный*, или образ «себя» (например, представление россиян о собственной стране), *объективный*, или образ объекта, складывающийся у других участников коммуникации (представление о России, например, у иностранцев), и *идеальный*, целенаправленно создаваемый для совершенствования представлений аудитории о том или ином объекте [Гринберг]. В данной статье мы употребляем терминологические словосочетания *концепт РОССИЯ* и *образ России* как синонимы.

Эмпирический материал для анализа был получен в ходе проведенного нами ассоциативного эксперимента на основе анкетного опроса.

Анкета распространялась в бумажном и электронном вариантах в основном среди жителей Новосибирска. В эксперименте приняли участие 148 человек разных возрастных групп. Мы располагаем возрастными группами респондентов так, как принято, например, в Демографических таблицах Росстата [Росстат]: 1) подростки – школьники среднего и старшего звена в возрасте 14 – 17 лет (26 человек); 2) молодежь – студенты и недавние выпускники вузов в возрасте 18 – 24 лет (43 человека); 3) старшее поколение разных возрастов: а) 25 – 35 лет (21 человек); б) 36 – 50 лет (35 человек); в) 51 – 65 лет (15 человек); г) 66 – 79 лет (8 человек).

Респонденты имеют разный уровень образования: высшее (в том числе незаконченное) – 113 человек, среднее (в том числе незаконченное) или среднее специальное – 35 человек. Кроме того, респонденты различаются родом занятий: учащиеся школ и вузов – 45 человек, научные сотрудники, преподаватели школ и вузов – 27, специалисты в сфере бизнеса и финансов – 18, офисные работники (менеджеры, бухгалтеры и т. д.) – 17, медицинские работники – 7, программисты – 4, юристы – 4, инженеры – 4, представители рабочих профессий (водители, строители и т. д.) – 5, госслужащие – 2, домохозяйки – 8, неработающие пенсионеры – 7 человек.

Респонденты получали анкеты лично в руки или по электронной почте. Необходимо было выполнить 4 задания в течение 5-ти минут, причем в анкетах, распространенных в электронном виде, это требование особо оговаривалось в инструкции к заполнению, хотя мы не имеем возможности проверить соответствие эксперимента этому требованию.

В данной статье анализируются результаты только первого задания: «Напишите любые слова или сочетания слов, которые возникают у Вас при слове *Россия*».

Общее количество полученных в эксперименте ассоциатов (слов, словосочетаний, выражений, цитат, прецедентных высказываний) на слово-стимул *Россия* – 535. Они составляют ассоциативное поле концепта *РОССИЯ*. Приведем полностью данное поле (индекс в скобках указывает количество употребления ассоциатов).

*Россия* – родина (50), страна (14), великая (10), водка (8), Москва (8), просторы (8), дом (6), большая (5), гордость (5), зима (5), империя (5), флаг (5), балет (4), могучая (4), нефть (4), Новосибирск (4), патриотизм (4), сила (4), СССР (4), футбол (4), бело-сине-красный (3), береза (3), война (3), держава (3), икра (3), многострадальная (3), мощь (3), моя родина (3), моя страна (3), огром-

ная территория (3), Петр I (3), простор (3), снег (3), холодная (3), баня (2), бардак (2), бедность (2), березы (2), великая история (2), великая страна (2), гимн (2), грязь (2), дача (2), друзья (2), дураки и дороги (2), жизнь (2), история России (2), космос (2), лес (2), леса (2), литературное наследие (2), любимая страна (2), любовь (2), матушка (2), матрешка (2), медведь (2), могущество (2), независимая (2), непредсказуемость (2), обширная (2), огромная (2), орел (2), пробки (2), Путин (2), Пушкин (2), природа (2), родители (2), родная (2), родные просторы (2), российская наука (2), самая большая страна (2), Чайковский (2), чиновники (2), щедрая душа (2), щедрость (2), 1/6 часть суши (1), алкоголизм, атомная бомба, «бабушка приехала», бедная, без дорог, безалаберность, березка, березки, бесик, бескрайние просторы, бескрайние просторы полей, лесов, блины, богатая, богатая (в плане образования), богатая культура, богатая природа, богатейшая страна, богатые, боль в сердце, большая страна, большое, «В который раз, моя Россия, Ты вновь во мгле, Не то чума, не то веселье На корабле, но ты судьбу свою, не надо, Не проклинай, Родного не заменит ада Заокеанский рай», вековая, великая, но порой бестолковая страна, великая держава, великая культура, великая страна с плохими дорогами и дураками, величие, величество, вера, ветер, вечера, Владивосток, власть, внуки, «Воруют», вперед, все кадры моей жизни, все старое и испорченное, ВТО, вычурность, Гагарин, газ, гармошка, Георгий Победоносец, Гоголь, Годунов, горжусь, что я русский, гостеприимство, гостиница, государственный флаг, грибы, громадная страна, грусть, две беды, двуглавый орел, деревни, деревня, деревушки, деревянная расписная ложка, дети, диковатая, добрые люди, душа планеты, Дом-2, дороги, Достоевский, древняя, дураки, духовность, душевная, душевность, душевные люди, Европа, единая, единственная, единственная родина, Ельцин, Есенин, Жигули, за державу обидно, запах хлеба, имперские амбиции, имперское мышление, интрига, Калашников, Камчатка, колокола, коррупция, Красная площадь, Кремль, кризис, крупное, культура, леса и поля, люблю, люблю и ненавижу, маленькое население, мама / папа, маньяки, масштаб, мать, матриархат при официальном патриархате, Медвед, много, много всего, могущественная страна, молодость, мороз, мощная держава, но бесшабашная, моя семья, мы катимся вниз, «Над вечным покоем», надежда, надежда, что Россия станет самой цивилизованной и уважаемой страной, наука, национальность, наш климат во всех его проявлениях, наш флаг, наша родина, необтесанное, необъятные просторы, неоднозначность, непобедимая, непобедимость, неразбериха, народ, нет ничего, нефть / газ, неухоженная, низкий уровень жизни, нищета, Новосибир, овальность, обломовщина, огромная страна, огромные пространства, одно из самых главных государств, Октябрьская революция, отдых на природе, «Он русский? Это многое объясняет», отечество, отзывчивость, отсталость, пельмени, Питер, плакат с гербом, песня «горящие русские хаты», Петросян, плохая экономика, плохое правительство, плохая инфраструктура, плохие дороги, победа, «Побитая судьбой дама с неоправданными амбициями, сменившая за прошлое столетие трех мужчин, последнего из которых пытается воспитать, но пока это у нее выходит плохо», поля, поп-культура, поражение из-за измены верхов, президент, преступность, проселочные дороги, противоречие, протяжные песни, пшеница, развевающийся бело-сине-красный флаг, разгильдяйство, разнообразная, разруха, рассвет, революция, реки, родина слонов, родная страна, родня, Розанов, Романовы, романтика, российское кино, россияне, рубль, русский, самая большая по площади и по количеству природных запасов страна, самая богатая страна в мире по ресурсам, энергетике, полезным ископаемым, самая хорошая страна, самобытность, самое большое государство на планете, самые красивые женщины и самые сильные мужчины, сверхдержава, Священная наша держава, свободная, сгущенка, Северский, семья, серп и молот, села, сжатый кулак, Сибирь, сложная история, Смута, соборность, совесть, Сочи 2014, сплоченная, сильная, сплошные пожары ле-

*сов, полей, степь, страна без надлежащего достойного руководства в регионах, страна, в которой я живу, страна, где я родилась, училась, живу, страна с большим потенциалом, страна с огромным разгулом бандитизма, такой контур нашей страны, как будто «вырванный» из географической карты мира (коричневого цвета, с горами, реками и полезными ископаемыми), тайга, танк, текст из песни: «я люблю свою страну, но ненавижу государство», территория, толпа, Третья, Третья царство, триколор, «Умом Россию не понять», «Умом Россию не понять <...> В Россию можно только верить!», успех, флаг трехцветный, хоккей, холод, хорошо, что женского рода, хорошее образование, Хохлома, христианство, царь, Цветаева, церковь, Чехов, чинуши, чрезмерные амбиции, чувство юмора, широкая, широкие просторы, широкое необустроенное пространство, широта, шоколад, шум деревьев, щедрая душа, ядерное оружие, это лучше, чем СССР, Crazy Russians».*

Ассоциаты репрезентируют признаки концепта *РОССИЯ*. Все множество признаков образует семантическое поле данного концепта. Учитывая совокупность ассоциаций и совокупность семантических признаков, назовем поле концепта *РОССИЯ* ассоциативно-семантическим. В его границах мы выделили 21 тематическую группу (ТГ) ассоциаций на основании общих сем (архисем). При классификации ассоциаций неизбежна субъективность их интерпретации, поэтому некоторые из них мы включили в разные группы. Выделенные ТГ далее приводятся в порядке убывания количества входящих в них ассоциатов, но при этом располагаем рядом семантически близкие ТГ.

**1. ТГ ‘родина’** (85 ассоциаций): *родина, моя родина, страна, отечество, держава, Москва*. В данной ТГ представлены ядерные ассоциаты, репрезентирующие основные (ядерные) признаки концепта *РОССИЯ*. Эти ассоциаты повторяются в словосочетаниях, характеризующих Россию по тем или иным признакам: *великая страна, самая большая страна, громадная страна, могущественная страна, любимая страна, великая держава* и др. Мы их включили в соответствующие ТГ.

**2. ТГ ‘дом’** (8 ассоциаций): *дом, страна, в которой я живу, страна, в которой я родилась, училась, живу*. Эта ТГ связана с предыдущей: родина – место, где человек родился, а дом – место, где он живет в данный момент, причем место рождения и место проживания могут не совпадать.

**3. ТГ ‘родные и близкие люди’** (10 ассоциаций): *моя семья, родители, родня, друзья* и др. Единицы этих трех ТГ семантически близки, они репрезентируют базовые ценности, связанные в сознании россиян именно с Россией, которая является, в первую очередь, их родиной, истоком и домом, где живут родные и близкие.

**4. ТГ ‘могущество, власть, величие’** (53 ассоциации): *могущество, могущественная страна, мощь, сила, могущественная страна, мощная держава* и др. Эти ассоциации выражают представление о России как о мощном государстве.

**5. ТГ ‘масштаб, размер’** (43 ассоциации): *большая, большое, большая страна, крупное, огромная, огромная страна, огромная территория, обширная, широкая* и др. Данную ТГ формируют прилагательные с архисемой ‘большой’. Приведена форма превосходной степени прилагательного *большой (самая большая страна)*, которая воплощает идею превосходства России над другими странами в своем размере.

ТГ 4 и ТГ 5 тесно связаны между собой: величие и мощь России, ее весомая позиция на мировой арене в наивных представлениях говорящих ассоциируется с ее размерами. Несмотря на то, что Россия не относится к наиболее развитым странам, как многие европейские государства, сам ее масштаб позволяет воспринимать ее как империю, сверхдержаву: в перечисленных ассоциациях отражается русское экспансивное мышление, ориентация скорее на категорию количества, а не качества.

**6. ТГ ‘география России’** (40 ассоциаций). Такие ассоциации репрезентируют топонимы *Москва, Питер, Новосибирск, Владивосток, Сибирь* и др.

**7. ТГ ‘климат и природа’** (39 ассоциаций): *зима, холод, мороз, снег, богатая природа, береза* и др. Россия в сознании респондентов нередко ассоциируется с холодным климатом, несмотря на то, что в действительности она характеризуется разнообразием климатических и погодных условий. Это, видимо, неслучайно, потому что нашими респондентами в основном являются сибиряки, жители Новосибирска.

**8. ТГ ‘богатство и природные ресурсы’** (11 ассоциаций): *нефть, газ, самая богатая страна в мире по ресурсам, энергетике, полезным ископаемым* и др.

**9. ТГ ‘социально-экономические проблемы’** (38 ассоциаций): *нищета, преступность, разруха, дураки и дороги, коррупция, мы катимся вниз* и др. Часть приведенных ассоциаций в обобщенном виде репрезентируют социальные проблемы; в других случаях респонденты называют конкретные проявления социальных проблем. Довольно высокая частота ассоциаций данной ТГ демонстрирует тот факт, что жителей нашей страны не устраивает существующее положение дел. В основном респонденты отмечают низкий уровень жизни населения в стране, экономическую отсталость, несовершенство политической системы, а также такие пороки российского общества, как высокий уровень преступности и алкоголизм: *плохая экономика, кризис, маньяки, страна с огромным разгулом бандитизма, алкоголизм* и др.

**10. ТГ ‘история России’** (32 ассоциации): *история России, сложная история, многострадальная, Петр I, Гагарин* и др. В данную ТГ мы включили ассоциации, характеризующие историческую судьбу России, а также называющие различные исторические личности. Ассоциации с Советским Союзом (*СССР, серп и молот, Октябрьская революция* и др.) составляют четвертую часть ассоциаций данной группы (8), однако их доля в общем количестве ассоциаций не столь значительна. Это может быть свидетельством того, что в сознании россиян, причем даже представителей старшего поколения, большую часть жизни проживших в Советском Союзе, Россия и СССР являются разными государствами. В этом состоит основное отличие представлений россиян о собственной стране от того мнения, которое сложилось у представителей иностранной общественности, нередко отождествляющих Россию с СССР. Например, чешский историк П. Вагнер отмечает: «<...> в Центральной Европе <...> Россия воспринимается как наследник Советского Союза, так как и Советский Союз раньше воспринимался здесь как Россия» [Вагнер, 2010, с. 16].

**11. ТГ ‘культура, духовное наследие, искусство’** (28 ассоциаций): *культура, Пушкин, литературное наследие, христианство* и др. Россия в сознании ее жителей тесно связана с тем богатым культурным пространством, которое формировалось в течение многих веков. Среди полученных ассоциаций можно выделить обобщающие слова и словосочетания, такие как *культура, богатая культура*, а также ассоциации с конкретными видами искусства (литературой, балетом, музыкой, живописью, кинематографией), философией и религией: *Чехов, Есенин, Гоголь, балет, Чайковский, Розанов, российское кино, церковь* и др.

**12. ТГ ‘русские традиции и бытовые предметы’** (9 ассоциаций): *баня, матрешка, деревянная расписная ложка, Хохлома* и др. Данная ТГ связана с предыдущей, поскольку включенные в них слова тоже отражают реалии культуры, но не духовной, а материальной. К этой небольшой ТГ мы отнесли ассоциации, которые имеют отношение к русским традициям, старому русскому быту и народным промыслам.

**13. ТГ ‘пища и напитки’** (15 ассоциаций): *водка, икра, блины, пельмени, шоколад, сгущенка*. Почти половина (8) слов, входящих в данную ТГ, репрезентирует представление о водке, традиционном русском алкогольном напитке.

**14. ТГ ‘государственная символика’** (23 ассоциации): *флаг, бело-синекрасный, орел, гимн* и др. Частотность ассоциаций данной ТГ демонстрирует важность российской государственной атрибутики, в особенности ее визуальной составляющей, в образе России.

**15. ТГ ‘русские и черты их характера’** (22 ассоциации): *русский, россияне, душевные люди, гостеприимство, обломовщина, разгильдяйство* и др. Среди ассоциатов есть слова и словосочетания, репрезентирующие положительные и отрицательные качества характера и внешности русских. Кроме того, в сознании россиян имеются ассоциации, которые передают восприятие русских людей иностранцами: *‘Crazy Russians!’* (сумасшедшие русские), *‘Он русский? Это многое объясняет’* – прецедентное высказывание: цитата из кинофильма «Сибирский цирюльник».

**16. ТГ ‘общая характеристика России’** (13 ассоциаций): *щедрость, соборность, диковатая, великая, но порой бестолковая страна* и др. В данную ТГ мы включили ассоциации, характеризующие не отдельного человека, а Россию в целом.

**17. ТГ ‘чувства, связанные с Россией’** (21 ассоциация): *любовь, люблю, патриотизм, грусть, гордость, горжусь, что я русский* и др. Самые распространенные ассоциации в этой группе – это чувства любви и гордости, однако среди ассоциатов есть названия отрицательных, а также противоположных эмоций, например: *боль в сердце, грусть, люблю и ненавижу, текст из песни: «я люблю свою страну, но ненавижу государство».*

**18. ТГ ‘образование и наука’** (8 ассоциаций): *хорошее образование, богатая (в плане образования), наука, школа* и др.

**19. ТГ ‘политика России’** (5 ассоциаций): *президент, Путин, Ельцин, плохое правительство.* Небольшое количество ассоциаций данной ТГ позволяет утверждать, что политическая система России не относится к числу базовых признаков, формирующих образ России в сознании ее жителей.

**20. ТГ ‘война, вооружение’** (6 ассоциаций): *война, ядерное оружие, атомная бомба, танк.* Несмотря на историю многочисленных войн, в которых Россия участвовала на протяжении всего своего существования, ассоциации с войной и вооружением редки.

**21. ТГ ‘спорт’** (6 ассоциаций): *футбол, хоккей, Сочи 2014.*

Таким образом, ассоциативно-семантическое поле концепта *РОССИЯ* в явном сознании россиян представляет собой многокомпонентную иерархическую структуру, в которой отражены довольно разнообразные признаки. Опираясь на количественные показатели ассоциаций, в нем можно выделить разные зоны. Ядерную зону поля составляют представления о России как о родине и доме, где живут близкие люди (ТГ 1–3, всего 103 ассоциации). Ближайшей к ядерной зоне оказались такие характеристики России, как могущество и масштаб, особенности географического положения и климатических условий, природные богатства, социально-экономические проблемы, историко-культурные особенности и духовное наследие (ТГ 4–13, всего 308 ассоциаций). Дальше от ядерной зоны находятся ассоциаты, называющие элементы государственной символики, характеризующие русских людей и Россию в целом, а также передающие личное отношение к России (ТГ 14–17, всего 79 ассоциаций). Периферию ассоциативно-семантического поля концепта составляют представления, связанные с образованием и наукой, политикой, войной и спортом (ТГ 18–21, всего 25 ассоциаций).

Сравним полученные нами результаты с результатами, приведенными в автореферате кандидатской диссертации Ж.Б. Есмурзаевой, которая анализировала экспликацию концепта *РОДИНА* на основе ассоциативного эксперимента, проведенного среди 320 студентов г. Омска.

Автор выделяет «14 групп лексико-семантических репрезентаций исследуемого концепта» [Есмурзаева, 2010, с. 17–20]. Некоторые из них совпадают с ТГ,

выделенными нами, хотя названы эти группы иначе: например, группа 'географическая среда обитания' в классификации Ж.Б. Есмурзаевой соответствует ТГ 'география России' в нашей классификации. Некоторые группы, имея совершенно разные названия в двух классификациях, тем не менее включают в себя сходные ассоциации. Например, Ж.Б. Есмурзаева выделяет группу «символы», которая включает в себя «этнокультурные образы, сложившиеся в национальном сознании (*икра, балалайка, богатырь* и т.д.)» [Есмурзаева, 2010, с. 20]. В нашей классификации такие ассоциаты отнесены в ТГ 'русские традиции и бытовые предметы' и ТГ 'пища, напитки'.

Сравнение двух классификаций ассоциатов дает представление о различных соотношениях некоторых признаков концептов *РОССИЯ* и *РОДИНА* в сознании людей разных возрастных групп. Так, у студентов, опрошенных Ж.Б. Есмурзаевой, слово *Родина* не вызвало ассоциаций, связанных с богатым культурным наследием и историей России. Проведенный нами эксперимент, охвативший людей в возрасте от 14 до 79 лет, выявил довольно большое количество ассоциаций (60), связанных с культурой, духовным наследием, а также историей России.

Результаты двух экспериментов показывают, что, хотя концепты *РОССИЯ* и *РОДИНА* являются очень близкими (о чем свидетельствует, например, высокая частотность ассоциаций '*родина*' на слово-стимул *Россия*), они не совпадают по количеству признаков. Концепт *РОССИЯ* шире концепта *РОДИНА*: Россия представляется ее жителям не просто родиной, но и страной с многовековой и сложной историей, находящейся на определенном этапе социального и экономического развития, обладающая богатым культурным и духовным наследием. Кроме того, Россия часто воспринимается ее жителями в сравнении с другими государствами, в частности, как самая большая, лучшая, уникальная и т. д. страна. Еще одно отличие этих концептов состоит в том, что слово *родина* вызывает в основном положительные ассоциации: родина человека – это его истоки, место, где жили его предки; родина является одной из базовых человеческих ценностей. Концепт *РОССИЯ* включает в себя не только те признаки, которые оцениваются положительно, такие как богатая природа, мощь государства, великая история и культура, но и признаки, связанные с негативными сторонами, например, проблемами в экономической и социальной сферах жизни – низкий уровень жизни населения, преступность, пьянство и др.

Полученные нами представления о России в наивном сознании россиян важны для сравнения их с тем образом России, который отражается в средствах массовой информации, для того, чтобы ответить на вопрос, в какой мере СМИ способны превращать формируемый ими стереотип (настойчиво повторяемый образ) в фактор индивидуального или массового сознания. Наконец, поскольку ассоциативная составляющая концепта *РОССИЯ* высвечивает важные дополнительные к семантической составляющей конкретизирующие признаки, отмеченные национально-культурной спецификой, плодотворным представляется сравнительный анализ данных аналогичного эксперимента на слово-стимул *Россия*, который может быть проведен среди носителей английского и французского языков. Сопоставление мнений иностранцев с представлениями о себе самих русских признается актуальной задачей (см., например: [Свак, 2010, с. 9]). Это является одним из направлений дальнейшего нашего исследования.

## Литература

Вагнер П. Образ России в Центральной Европе: бремя истории и его отголоски // Образ России с центрально-европейским акцентом. Будапешт, 2010. С. 16–21.

Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/252>.

Есмурзаева Ж.Б. Концепт *Родина* в педагогическом дискурсе на рубеже XX–XXI вв.: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2010.

Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж, 1999.

Росстат: демография. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/population/demography/#>.

Свак Д. Россия и ее имидж // Образ России с центрально-европейским акцентом. Будапешт, 2010. С. 9–16.

Якунин В.И., Багдасарян Б.Э., Сулакшин С.С. Западня. Новые технологии борьбы с российской государственностью. М., 2009.