

Научная статья
УДК 811.11-112
DOI: 10.18384/2949-5075-2024-5-18-26

ПРОТОТИП И СТЕРЕОТИП КАК МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ ЧЕЛОВЕКОМ ОКРУЖАЮЩЕГО МИРА

Глызина В. Е.¹, Митякина К. В.², Пашаева И. В.³

¹ Байкальский государственный университет, 664003, Иркутская обл., г. Иркутск, ул. Ленина, д. 11, Российская Федерация

² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Новороссийский филиал), 353907, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Видова, д. 56, Российская Федерация

³ Иркутский национальный исследовательский технический университет, 664074, Иркутская обл., г. Иркутск, ул. Лермонтова, д. 83, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор, e-mail: vecotd@yandex.ru

Поступила в редакцию 11.07.2024

После доработки 25.09.2024

Принята к публикации 28.10.2024

Аннотация

Цель. Анализ проблемы соотношения понятий стереотипа и прототипа, используемых при исследовании процесса категоризации человеком предметов окружающего мира.

Процедура и методы. В процессе работы использованы компонентный и сопоставительный методы лингвистического анализа, а также ключевой метод научного познания – интерпретативный, предполагающий наблюдение, сравнение и обобщение, служащий для выявления социокультурных, бытовых, политических и других национальных особенностей, под действием которых формируются определённые стереотипы и прототипы. В ходе исследования авторами применялся также метод аксиологического анализа (способ этносемиометрии), используемый для выведения значимых смыслов текста и позволяющий определить в своей целостности некоторое представление о наполнении его содержания ценностным отношением автора. Процедура исследования состояла в следующем: была проанализирована теоретическая база исследуемой проблематики и выбраны некоторые примеры прототипов из повседневной жизни людей разных наций и стереотипов из текстов немецких СМИ для компонентного и сопоставительного анализа.

Результаты. В ходе исследования определено, что стереотип и прототип относятся к разным видам человеческого опыта, хотя и имеют много общего и служат принципам его категоризации. Проанализированы примеры иноязычных прототипов и стереотипов, указывающие на их существенное различие при восприятии человеком образов окружающего мира.

Теоретическая и/или практическая значимость заключается в определённом вкладе в научную проблематику категоризации и концептуализации человеческого опыта. Фиксация информации в языковых формах, в нашем случае – в стереотипах и прототипах, является одним из основных вопросов когнитивной лингвистики, поэтому представленное исследование имеет значимость для этой науки.

Ключевые слова: категория, прототип, прототипичность, средства массовой информации, стереотип

Для цитирования:

Глызина В. Е., Митякина К. В., Пашаева И. В. Прототип и стереотип как механизмы восприятия человеком окружающего мира // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 5. С. 18–26. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-5-18-26>

Original research article

PROTOTYPE AND STEREOTYPE AS HUMAN PERCEPTION MECHANISMS OF SURROUNDING WORLD

V. Glyzina¹, K. Mityakina², I. Pashaeva³

¹ Baikal State University, ulitsa Lenina 11, Irkutsk 664003, Irkutsk region, Russian Federation

² Financial University under the Government of the Russian Federation, Novorossiysk branch, ulitsa Vidova 56, Novorossiysk 353907, Krasnodar region, Russian Federation

³ Irkutsk National Research Technical University, ulitsa Lermontova 83, Irkutsk 664074, Irkutsk region, Russian Federation

*Corresponding author, e-mail: vecotd@yandex.ru

Received by the editorial office 11.07.2024

Revised by the author 25.09.2024

Accepted for publication 28.10.2024

Abstract

Aim. To analyze the problem of the relationship between the concepts of stereotype and prototype used in the study of the process of categorization the objects in the world around by a person.

Methodology. In the course of work, the component and comparative methods of linguistic analysis were used, as well as the key method of scientific cognition – interpretative, involving observation, comparison and generalization, serving to identify social-cultural, everyday, political and other national characteristics, under the influence of which certain stereotypes and prototypes are formed. In the course of the study, the authors also used the method of axiological analysis (the method of ethnosemiometry) to derive significant meanings of the text and determine in its entirety some idea of filling its content with the value attitude of the author. The research procedure was as follows: the theoretical basis of the studied issues was analyzed and some examples of prototypes from the daily lives of people of different nations and stereotypes from the texts of the German media were selected for component and comparative analysis.

Results. The study determined that stereotype and prototype refer to different types of human experience, although they have much in common and serve the principles of its categorization. Examples of foreign language prototypes and stereotypes are analyzed, indicating their significant difference in a person's perception of images of the world around.

Research implications. The study makes a certain contribution to the scientific problems of categorization and conceptualization of human experience. Recording information in linguistic forms, in our case – in stereotypes and prototypes, is one of the main issues of cognitive linguistics, therefore this study is significant for the science. The article may be useful for researchers, linguist students, a wide range of readers.

Keywords: category, prototype, prototypicality, media, stereotype

For citation:

Glyzina, V. E. & Mityakina, K. V. & Pashaeva I. V. (2024). Prototype and stereotype as human perception mechanisms of surrounding world. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 5, pp. 18–26. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-5-18-26>

Введение

Понятия стереотип и прототип исследуются в различных научных направлениях учёными многих стран. В лингвистике изучение данного вопроса связано прежде всего с процессом познания окружающего мира и языковыми механизмами, способными прогнозировать возможные действия при коммуникативном общении. Всё материальное, социальное и интеллектуальное подлежит категоризации, которая способна упорядочить и систематизировать окружающий нас мир. Многие теоретические и практические исследования посвящены вопросам, относительно тождественности между такими явлениями, как стереотип и прототип. Проводятся многочисленные эмпирические исследования относительно проблемы категоризации человеческого опыта. Прежде всего, необходимо упомянуть таких учёных, как Т. А. ван Дейк, Н. Н. Болдырев, С. Г. Тер-Минасова, В. В. Красных, Э. Рош, Дж. Лаккофф, Дж. Тейлор, Р. Лангакер. Наиболее известными являются исследования Э. Рош, подтверждающие теорию прототипов: автором были проанализированы такие категории, как мебель, фрукты, транспорт, оружие, овощи, инструменты; среди них автор выбрала наилучшие, т. е. те, с которыми любой человек контактирует ежедневно [1, р. 27-28]. Согласно Э. Рош, прототипом в определённой категории является тот элемент, который наиболее схож с другими элементами этой категории и имеет наименьшее количество общих черт с элементами других категорий. Люди устанавливают принадлежность объекта или идеи к определённой категории, сопоставляя их с прототипом данной категории. В работе известного французского учёного Чарльза У. Моррисса¹, которая относится к 1946 году, была сформулирована мысль о том, что через язык человеку передаётся

заранее сформированный и эмоционально окрашенный опыт. Далее этот опыт воспринимается как единственно верный, даже несмотря на то, что он может не соответствовать феноменологическому опыту [2, с. 2915].

В качестве общей трактовки термина «стереотип» приведём определение Т. Г. Добросклонской: понятие «стереотип» обычно используется для обозначения устойчивого распространённого представления о предмете или явлении действительности, обладающего выраженной эмоционально-оценочной окраской, обусловленной социокультурными факторами. Стереотипы оказывают влияние на систему ценностей и отношений, на идеологическую подоснову, что в свою очередь неизбежно влияет на восприятие окружающей действительности [3, с. 167].

Материалом исследования явились труды зарубежных и отечественных учёных по проблеме категоризации человеческого опыта, иноязычные новостные сайты, немецкоязычные средства массовой информации.

Прототип и стереотип: разграничение и пересечение понятий

Наше исследование основывается на фундаментальных направлениях когнитивной лингвистики и психологии. Данный подход характеризуется взаимосвязью между языком и культурными традициями определённой нации, между речью и особенностями менталитета. Изучение культуры народа через его язык является важной задачей, поскольку язык отражает способ концептуализации понимания мира, влияющей на процесс коммуникации с представителями другой культуры. [4, с. 435; 5, с. 102]. Каждое общество имеет стереотипные представления о поведении и традициях «своего» и «чужого» культурного пространства [6, с. 89]. Процесс познания предполагает некую категоризацию объектов, при которой происходит упрощение социальной ре-

¹ Morris Ch. Science, language an behavior. New York: Prentice Hall Inc., 1946, 374 p.

альности. Личностный жизненный опыт человека имеет определённые ограничительные рамки, пространство вокруг человека представляет сложную систему, поэтому такая категоризация является необходимой и упрощает восприятие действительности. В процессе познания мира и категоризации различных видов явлений формируются прототипы и стереотипы.

Многочисленные исследования показывают, что прототип следует считать одним из наиболее частотных и полных представителей какой-либо категории. Основой прототипа являются знания, накопленные обществом в процессе жизнедеятельности. Для наглядности приведём пример. Ярким образцом прототипических различий является чашка, у которой, например, в китайской культуре отсутствует ручка и блюдце [7, с. 276]. В европейской культуре чашка (по Дж. Тэйлору) – это: “... *the prototypical cup* has a handle, it is made of porcelain, it comes with a saucer; it has a certain overall shape and a typical size; cups are used for drinking hot tea or coffee, and you usually buy them in sets of six” [8, p. 270] («... прототипическая чашка имеет ручку, изготовлена из фарфора, в комплекте идёт блюдце; имеет определённую общую форму и типичный размер; чашки используются для питья горячего чая или кофе, и вы обычно покупаете их наборами по шесть штук»¹). Материал, из которого изготовлена чашка, также отличается своей прототипичностью: так, один народ прототипическим материалом для чашки считает фарфор, в другой культуре – это стекло и т. д.

Такие различия определяются личностным опытом при взаимодействии с предметами. Наблюдения А. Вежбицкой показывают, что даже пейзаж люди воспринимают по-разному в силу отсутствия или наличия определённых знаний и опыта [9, с. 321]. Далее приведём пример с прототипом птицы, для большин-

ства русскоговорящих это будет воробей. Однако те представители русской культуры, которые проживают на берегу моря, считают прототипической птицей чайку. Следовательно, прототип обладает определёнными свойствами (такими, например, как место жительства носителя прототипа), которые влияют на остальных членов категории и полностью зависят от него. Все остальные менее типичные представители сравниваются с прототипом по схожести или различию от центра к периферии.

Прототип не является эмоционально-окрашенным явлением; к нему нельзя относиться с положительной или отрицательной стороны; различные представления о каком-либо предмете не могут вызвать непонимание при взаимодействии людей с различными культурами. Поскольку прототип формируется согласно той среде, к которой принадлежит носитель языка, нельзя говорить об его универсальности. В самобытной культуре любого этноса существуют свои понятия относительно предметов, которые не должны находить соответствие прототипу в других культурах. Однако, как отмечает Б. Гаспаров, возможно, люди, принадлежащие к одной культуре, могут использовать различные прототипы одной и той же категории. Это связано с бесчисленным количеством различных ситуаций, которые возникают между людьми при индивидуальном взаимодействии вокруг определённого прототипа [10, с. 244].

Осмысливая такое понятие, как стереотип, исследователи доказывают, что это готовый некий эмоционально окрашенный образ, который функционирует в конкретном обществе. Основой стереотипа являются различные источники информации, которые формируют определённое мнение относительно какой-либо группы людей или отдельно взятого человека или явления. Особенностью стереотипа является его множественная воспроизводимость в языке. В частности, многие литературные стереотипы отно-

¹ Здесь и далее перевод авторов статьи – В. Г. К. М.

сятся к стереотипам, с которыми человек не может вступить в коммуникативное взаимодействие, они существуют только как языковые образы. Чаще всего такие образы мы наблюдаем в научной фантастике или фэнтэзи. Приведём примеры из книг всемирно известных писателей-фантастов Д. Р. Р. Толкина, Н. Перумова, А. Сапковского, в произведениях которых присутствуют изменённые образы известных сказочных персонажей (эльфы и гномы). Заимствованные из мифологии других культур гномы в современном представлении – это очень сильные, коренастые существа, которые хорошо владеют техникой, а эльфы не только изысканы и красивы, но являются великолепными стрелками. Поскольку герои произведений вымышленные, то феноменологический опыт отсутствует, и поэтому распространение литературных стереотипов возможно только благодаря коммуникативной деятельности. В силу того, что стереотип является знанием, в структуру которого включены эмоции человека, то в процессе коммуникации может возникнуть сложность. Эмоциональность стереотипа выражается в поддержании положительного образа «Я» в противоположность отрицательному «Они». При попытке изменить уже сформированный стереотип включаются негативные эмоции, которые могут препятствовать взаимодействию. Устоявшийся стереотип не всегда соответствует действительности, тем не менее это мнение большинства людей определённого этноса, и в связи с этим он будет функционировать в языке.

Несомненным является тот факт, что стереотип – понятие более объёмное: если прототип может быть выражен одной лексемой, то стереотип – это всегда образное представление о некоем субъекте или явлении. Стереотип всегда имеет оценочный компонент [11, с. 215], тогда как прототип – констатация факта. Отличие этих двух понятий также заключается в том, что стереотип, как правило, даёт реципиенту информацию о предме-

те или явлении, с которым он лично не взаимодействовал; прототип – это всегда знакомый человеку объект.

Стереотип складывается под влиянием определённых социальных условий и предшествующего опыта – в этом заключается его схожесть с прототипом. Общая особенность стереотипа и прототипа также заключается в том, что чрезмерная приверженность стереотипам и прототипам вредит пониманию другой культуры. И стереотип, и прототип присущи массовому сознанию: они функционируют и в повседневной жизни, и в литературе, и в СМИ. Причём для массмедиа стереотипы более характерны, чем прототипы: средства массовой информации имеют практически неограниченные возможности для формирования стереотипов. Мнения, распространяемые СМИ, вытесняют индивидуальные установки, если они есть, и становятся мнением людей, заменяя им опыт личного общения. Такое сильное влияние объясняется тем, что многие люди воспринимают информацию, распространяемую СМИ, как истинно верную и неоспоримую.

Рассмотрим примеры из немецкоязычных СМИ начала 2000-х годов, демонстрирующие формирование у немецкого реципиента негативных стереотипов о нашей стране.

Например, в ряде немецкоязычных СМИ нами выявлено частое употребление перифразы “Reich” по отношению к России [7, с. 99]:

– “Staatspräsident Putin wird bei uns viel kritisiert, weil er seine persönliche Macht autokratisch zu festigen sucht. Seine gelenkte Demokratie entspricht nicht unseren Vorstellungen von Freiheit, Gewaltenteilung, Transparenz, Teilhabe. Andererseits weiss niemand im Westen, wie ein solches *Viel-Völker-, Viel-Kulturen – und Viel-Religionen-Reich* nach langer kommunistischer Diktatur angemessener zu regieren sei, ohne in Anarchie zu stürzen”¹ («Президента Пу-

¹ Christ in der Gegenwart. 2006. No. 4.

тина в нашей стране много критикуют за то, что он стремится автократически консолидировать свою личную власть. Его контролируемая демократия не соответствует нашим идеям свободы, разделения властей, прозрачности и участия. С другой стороны, никто на Западе не знает, как такой многоэтнической, многокультурной и многорелигиозной империей можно управлять более адекватно после длительной коммунистической диктатуры, не погружаясь при этом в анархию»).

– “Mit den Reformen Peters I, und dem Sieg des Russischen *Reiches* im Krieg gegen Schweden Russland jedoch im 18. Jahrhundert zu einer wichtigen europäischen Großmacht neben Großbritannien, Frankreich, Österreich und Preußen”¹ («Благодаря реформам Петра I и победе Российской империи в войне со Швецией Россия стала важной европейской державой XVIII века наряду с Великобританией, Францией, Австрией и Пруссией»).

– “Dafür haben auch die Bürger des *Riesenreichs* im Osten ein sicheres Gespür. So gross ist die Rolle der Orthodoxie, die nach dem Ende der kommunistischen Sowjetunion das ideologische Vakuum füllen will”² («Это остро чувствуют и граждане огромной империи на востоке. Такова роль ортодоксальности в заполнении идеологического вакуума после распада коммунистического Советского Союза»).

В приведённых выше примерах мы наблюдаем, как немецкие журналисты создают стереотип самодержавной, империалистической страны, употребляя лексему *Reich* («Империя, королевство, рейх»). Мы используем следующую дефиницию слову «империя» – сфера господства короля или кайзера, охватывающая территорию многих племён и народов.

Следовательно, понятие *Reich* не соответствует действительности, так как в России никогда не правила ни король, ни кайзер [7, с. 100].

В немецком медиадискурсе начала 2000-х гг. также довольно распространён стереотип представления России как советской державы. Так, уже заголовки некоторых статей содержат отрицательную оценку, которая влияет на дальнейшее негативное восприятие информации: “Russland wie bei *Breschnew*”³ («Россия как при Брежнев»), “Obama klagt über *Kalten Krieger* Russland”⁴ («Обама жалуется на холодную войну России»), “Vom *Gulag* zur *Avantgarde*”⁵ («От ГУЛАГа до авангарда»), “*Perestrojka* mit manisch Glücklichen”⁶ («Перестройка с маниакально счастливыми людьми»). Можно предположить, что в сознании реципиентов формируется негативный стереотип, содержащий в себе следующий смысл: Россия живёт советским прошлым; эпоха СССР проецируется на современную ситуацию в российском обществе, что свидетельствует об отсутствии прогресса, отсталости от передовых государств.

Заключение

Исследование показывает, что такие явления, как прототип и стереотип, имеют свои особенности, заключающиеся в различиях между видами опыта, который является основой феноменологического (опыт при взаимодействии со средой) и структурального знания (готовая языковая форма) [11; 12; 13]. Несмотря на то, что прототип формируется через личное наблюдение, при личностном взаимодей-

³ Financial Times Deutschland (22.08.2009).

⁴ Der Spiegel (06.07.2009).

⁵ Follath E. Vom Gulag zur Avantgarde [Электронный ресурс] // DER SPIEGEL : [сайт]. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/vom-gulag-zur-avantgarde-a-b1cf52f0-0002-0001-0000-000067398860> (дата обращения: 10.05.2024).

⁶ Steiner E. Perestrojka mit manisch Glücklichen [Электронный ресурс] // Die Presse : [сайт]. URL: <https://www.diepresse.com/522074/perestrojka-mit-manisch-gluecklichen> (дата обращения: 10.05.2024).

¹ Frankfurter Rundschau. 2008. No. 4 (05.01.2008).

² Schepp M. Feierliche Einsetzung von Patriarch Kirill: Ein Modernisierer für Moskau [Электронный ресурс] // DER SPIEGEL : [сайт]. URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/feierliche-einsetzung-von-patriarch-kirill-ein-modernisierer-fuer-moskau-a-604812.html> (дата обращения: 10.05.2024).

ствии с объектом, немаловажную роль играют социальные установки. Однако эти установки влияют на формирование стереотипа только косвенно, опосредованно тем, что в одной и той же культуре или группе область применения какого-либо предмета будет одинаковой. Собственное понимание об объекте позволяет человеку свободнее ориентироваться в окружающем его пространстве. В отличие от прототипа стереотип, в основе которого лежит структуральное знание, базируется на приобретённом опыте в процессе языкового взаимодействия в социокультурной среде. Следует, однако, отметить, что прототип и стереотип могут изменяться. Что касается прототипа, то это происходит в случае отсутствия опыта при взаимодействии человека с предметами или иной категорией, когда он попадает в другой географический район или страну с иной культурой. Чтобы изменился стереотип, требуется время, поскольку изменения могут быть вызваны различными как социальными, так

и политическими процессами при многочисленном взаимодействии с представителями какой-либо группы.

Несмотря на то, что прототип и стереотип являются относительно близкими друг к другу явлениями, поскольку оба реализуют функцию категоризации человеческого опыта, нельзя между ними ставить знак равенства. Стереотип и прототип представляют упрощённый и схематизированный образ, но они имеют разный вектор категоризации. Так, категоризация прототипа происходит от центра категории к периферии, определяя отдалённость или близость объекта к той или иной категории, а стереотип – это стандартная эмоционально окрашенная установка, включающая опыт коммуникативного взаимодействия общества с представителем определённой группы, где процесс категоризации имеет обратный вектор, от периферии к центру. Таким образом, эти два феномена имеют в своей основе различные типы опыта человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Rosch E. Principles of categorization // *Cognition and Categorization* / ed. by E. Rosch, B. B. Lloyd. Hillsdale; New York: Erlbaum Associates, 1978. P. 27–48.
2. Зырянова И. Н., Косяков В. А. Суггестивное воздействие стереотипов (на материале современных англоязычных СМИ, создающих образ России) // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2022. Т. 15. № 9. С. 2914–2919. DOI: 10.30853/phil20220488.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Едиториал УРСС, 2008. 202 с.
4. Задорин А. В. Конфликтный и интеграционный потенциал межэтнических и миграционных отношений в Красноярском крае в настоящее время // *Иркутский историко-экономический ежегодник: 2020*. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2020. С. 433–442.
5. Ярков А. П. Гендерные и демографические факторы в укладе хозяйства мусульман Сибири // *Иркутский историко-экономический ежегодник: 2019*. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2019. С. 87–93. DOI: 10.17150/978-5-7253-3001-4.11.
6. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов; 3-е изд. испр. М.: КДУ, 2011. 350 с.
7. Шахеров В. П. Культурное влияние Китая на приграничные города Байкальской Сибири в XVIII–XIX вв. // *Иркутский историко-экономический ежегодник: 2023*. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2023. С. 98–106. DOI: 10.17150/978-5-7253-3124-0.08.
8. Taylor J. R. *Linguistic categorization. Prototypes in linguistic theory*. Oxford: Claderon Press, 1995. 328 p.
9. Вежбицкая А. *Язык, культура, познание*. М.: Русские словари, 1996. 411 с.
10. Гаспаров Б. М. *Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования*. М.: Новое литературное обозрение, 1996. 352 с.

11. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
12. Костина К. В., Солдатенко И. В. Имагологические инструменты воздействия в иноязычном медиапространстве // Казанская наука. 2022. № 10. С. 98–100.
13. Гусева А. Е., Прокофьева О. В. Этнические стереотипы в текстах немецких и британских СМИ // Вопросы современной лингвистики. 2023. № 6. С. 21–29. DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-21-29.

REFERENCES

1. Rosch, E. (1978). Principles of categorization. In: Rosch, E. & Lloyd, B. B., eds. *Cognition and Categorization*. Hillsdale; New York: Erlbaum Associates, 1978. P. 27–48.
2. Zyryanova, I. N. & Kosyakov, V. A. (2022). Suggestive Impact of Stereotypes (by the Material of Modern English-Language Media That Create the Image of Russia). In: *Philology. Theory & Practice*, 15 (9), 2914–2919. DOI: 10.30853/phil20220488 (in Russ.).
3. Dobrosklonskaya, T. G. (2008). *Medialinguistics: a systematic approach to studying the language of the media*. Moscow: Editorial URSS publ. (in Russ.).
4. Zadorin, A. V. (2020). Confliction and integration potential of interethnic and migration relations in Krasnoyarsk region today. In: *Irkutsk Historical and Economic Yearbook: 2020*. Irkutsk: Baikal State University publ., pp. 433–442 (in Russ.).
5. Yarkov, A. P. (2019). Gender and demographic factors in the way farming Muslims of Siberia. In: *Irkutsk Historical and Economic Yearbook: 2019*. Irkutsk: Baikal State University publ., pp. 87–93. DOI: 10.17150/978-5-7253-3001-4.11 (in Russ.).
6. Kornilov, O. A. (2011). *Language pictures of the world as derivatives of national mentalities*. Moscow: KDU publ. (in Russ.).
7. Shakherov, V. P. (2023). Cultural influence of china on the border towns of Baikal Siberia in the XVIII-XIX centuries. In: *Irkutsk Historical and Economic Yearbook: 2023*. Irkutsk: Baikal State University publ., pp. 98–106. DOI: 10.17150/978-5-7253-3124-0.08 (in Russ.).
8. Taylor, J. R. (1995). *Linguistic categorization. Prototypes in linguistic theory*. Oxford: Claderon Press.
9. Wierzbicka, A. (1996). *Language, Culture, Cognition*. Moscow: Russkiye slovari publ. (in Russ.).
10. Gasparov, B. M. (1996). *Language, memory, image. Linguistics of language existence*. Moscow: Novoye literaturnoye obozreniye publ. (in Russ.).
11. Lippman U. *Obshchestvennoe mnenie*. M.: Obshchestvennoe mnenie, 2004.
12. Kostina, K. V. & Soldatenko, I. V. (2022). Imagological instruments of influence in a foreign language mediaspace. In: *Kazan Science*, 10, pp. 98–100 (in Russ.).
13. Guseva, A. E. & Prokofeva, O. V. (2023). Ethnic stereotypes in the texts of German and British media. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 6, 21–29. DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-21-29.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Глызина Вера Евгеньевна (г. Иркутск) – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для профессиональных целей Байкальского государственного университета; ORCID: 0009-0004-2445-7547; e-mail: vecotd@yandex.ru

Митякина Ксения Викторовна (г. Новороссийск) – кандидат филологических наук, доцент кафедры «Информатика, математика и общегуманитарные науки», ведущий научный сотрудник Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Новороссийский филиал); ORCID: 0009-0005-9496-0639; e-mail: ksenia_kostina84@mail.ru

Пашаева Ирина Валерьевна (г. Иркутск) – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Иркутского национального исследовательского технического университета; ORCID: 0009-0006-3536-4746; e-mail: pashaeva@istu.edu

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vera E. Glyzina (Irkutsk) – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign Languages for Professional Purposes, Baikal State University;
ORCID: 0009-0004-2445-7547; e-mail: vecotd@yandex.ru

Ksenia V. Mityakina (Novorossiysk) – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Computer Science, Mathematics and General Humanitarian Sciences, Leading Researcher, Financial University under the Government of the Russian Federation, Novorossiysk branch;
ORCID: 0009-0005-9496-0639; e-mail: ksenia_kostina84@mail.ru

Irina V. Pashaeva (Irkutsk) – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign Languages № 2, Irkutsk National Research Technical University;
ORCID: 0009-0006-3536-4746; e-mail: pashaeva@istu.edu