

УДК 378.096

# ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ У ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В СИСТЕМЕ НЕПРЕРЫВНОГО ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.И. Гончарова (Санкт-Петербург, Россия)

## Аннотация

*Постановка проблемы.* В статье анализируется проблема формирования положительного образа России у иностранных студентов в российском вузе, обучающихся по направлению 45.03.02 Лингвистика. Наблюдается взаимосвязь между сложившимся образом страны, в которой обучаются иностранцы, и уровнем их мотивации к получению высшего образования.

*Цель статьи* заключается в выявлении и описании представлений иностранных студентов о России в контексте филологического образования, а также в разработке рекомендаций по формированию у иностранцев положительного образа о РФ и россиян на занятиях русского языка как иностранного.

*Методология и методы исследования.* В статье обобщается опыт исследователей образа страны (Г.Д. Гачев, Е.В. Дзюба, С.А. Еремина, В.Б. Земсков) применительно к методике преподавания русского языка как иностранного в вузе при коммуникативном подходе (Е.И. Пассов). Основное внимание уделяется представлениям о России у иностранных обучающихся (А.И. Горчевова, О.М. Дедова, А.Д. Иванова, Т.Н. Чумакова). Для достижения поставленной цели использовались следующие методы: теоретический анализ передового педагогического опыта по теме исследования; эмпирические методы (анализ, анкетирование, опрос).

*Результаты исследования.* В ходе опроса 110 иностранных студентов РГПУ им. А.И. Герцена были выявлены и описаны представления о России и россиянах. Результаты показали, что негативные и некорректные представления будущих филологов касаются образа жизни россиян (69 % опрошенных), климата и географического положения России (70 % опрошенных). Наличие негативных компонентов образа России у иностранцев становится препятствием для учебы и жизни студентов-филологов, а также их дальнейшего трудоустройства. Учет негативных компонентов образа России при разработке учебных дисциплин в практике преподавания русского языка как иностранного, в свою очередь, способствует корректированию отрицательных представлений, повышая мотивацию к обучению и уровень осведомленности иностранцев о России.

*Заключение.* Настоящая тема представляется востребованной в системе непрерывного филологического образования иностранцев в вузе, поскольку образ России переживает перемены на мировом уровне. В настоящей статье предлагаются рекомендации для проектирования учебных дисциплин по филологическому профилю в вузе с учетом образа России и россиян.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, Россия, образ, филологическое образование, имагология, представления о России.

**Гончарова Екатерина Ивановна** – старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена; ORCID: 0000-0002-9937-2423; e-mail: ekaterina.goncharova1@mail.ru

**П**остановка проблемы. Непрерывное филологическое образование подразумевает освоение курсов различных гуманитарных дисциплин и предметов, формирующих мировоззрение и кругозор, изучение языка и овладение фактами истории и культуры страны изучаемого языка с целью подготовки специалиста в области филологии. Е.И. Пассов в концепции иноязычного образования подчеркивал роль культуры в процессе

овладения языком, так как она на разных уровнях содержит систему духовных и нравственных ценностей и достижений, которые создаются народом на протяжении веков<sup>1</sup>. В рамках непрерывного филологического образования предполагается освоение языка через культуру и культуры через язык.

<sup>1</sup> Пассов Е.И., Кибирова Л.В., Колларова Э. Концепция коммуникативного иноязычного образования. СПб.: Златоуст, 2007. 200 с.

Считаем, что образ страны наравне с языком и культурой также подлежит усвоению иностранными студентами в вузе [Еремина, 2019]. В настоящее время образ России претерпевает сильные изменения, фокус внимания иностранцев также переносится с фактов культуры и достижений россиян в различных отраслях общественной жизни [Гончарова, 2022]. СМИ и Интернет создают образ России часто резко негативным, поэтому, приезжая учиться в российские высшие учебные заведения, иностранцы замечают только плохое, не стараясь переключить свое внимание на положительные стороны. Чтобы исправить это, важной задачей преподавателя становится расширение фоновых знаний иностранцев о России в неразрывном единстве с образом России [Вяткина, 2017].

Цель статьи – выявить и описать представления иностранных студентов о России в контексте филологического образования, разработать рекомендации по формированию у иностранцев положительного образа о РФ на занятиях по русскому языку как иностранному в высших учебных заведениях.

Под образом традиционно понимают текстовый конструкт, который отражает определенное содержание в сознании человека. Образ неравнозначен слову, поскольку именно слова включены в систему образов, где формой выступает содержание. Образ страны, в нашем понимании, это текстовый конструкт, который создается с помощью целенаправленно отобранных языковых средств, передающих особенности восприятия социальной действительности. Особое значение имеет образное поле, в котором находятся менее сложные ассоциации и явления, смежные со словесным образом, в котором он реализуется как модель и знак<sup>2</sup>. Образ как явление имеет несколько характеристик: pragmatичность, изобразительность, выразительность, типичность, оригинальность, фактографичность, узнаваемость и т.д. [Feng, Liu, Li, 2022].

<sup>2</sup> Зарецкий В.А. Семантика и структура словесного художественного образа: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Тартуский гос. ун-т. Тарту: [б. и.], 1966. 23 с.

Методологию исследования составляет коммуникативный подход в вузе. Основными методами исследования выступили теоретические методы: анализ, интерпретация, сравнение и обобщение передового педагогического опыта отечественных и зарубежных исследователей. Для достижения цели исследования также использовались следующие эмпирические методы: анализ, анкетирование, опрос иностранных студентов.

*Обзор научной литературы.* Изучение характера образа страны является приоритетным направлением разных научных отраслей. Образ страны является предметом анализа разных научных направлений: история, география, политика, философия, литература и т.д. (Лимонов, 1986). Так, по мнению ученого В.Б. Земского, именно наука имагология (от лат. образ) занимается изучением механизмов создания образа «других»<sup>3</sup>. Имагология, имея междисциплинарный характер и опираясь на данные других наук (культурологии, истории, политологии, социологии, этнопсихологии), учитывает иноязычную культуру, различные виды искусства, фольклор, особенности национального характера, менталитет [Папилова, 2011, с. 30–32]. Наука начала формироваться в 50-е гг. XX в. в русле литературоведения, но в контексте других наций [Антонов и др., 2021]. М.Ф. Гийяр, автор «Сравнительного литературоведения», исследовал образ «другого» в 1951 г. В отечественной науке изучением сравнительного анализа страны занимались В.М. Жирмунский, М.П. Алексеева, Н.И. Конрад и др. Г.Д. Гачев в своем труде «Национальные образы мира» сравнивает культуру и миропонимания разных народов через соотношение ландшафта, национального характера и ментальности. Понимание, что существует «другой» народ, происходит через анализ образа жизни и быта носителей иноязычной культуры<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Земсков В.Б. Образ России в современном мире и иные сюжеты / отв. ред., сост. Т.Н. Красавченко. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив: Гнозис, 2015. 343 с. (Российские Пропилеи). URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/2015-03-001-zemskov-v-b-obraz-rossii-v-sovremennom-mire-i-inye-syuzhety-otv-red-sost-krasavchenko-t-n-m-spb-tsentr-gumanitarnyh-initiativ-gнозис/viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/2015-03-001-zemskov-v-b-obraz-rossii-v-sovremennom-mire-i-inye-syuzhety-otv-red-sost-krasavchenko-t-n-m-spb-tsentr-gumanitarnyh-initiativ-gnозис/viewer) (дата обращения: 10.10.2025).

<sup>4</sup> Гачев Г.Д. Космо-Психо-Логос: Национальные образы мира. 3-е изд. М.: Академический Проект, 2020. 511 с.

Интерес к проблеме «другого», процессу диалога культур и формированию национальной идентичности является следствием глобализации и развития межкультурной коммуникации [Bhatt, Vakkayil, Romdhane, 2025]. Различие менталитета и особенности национального характера одного народа делают имагогицию востребованной дисциплиной и в XXI в.

Теоретические и практические результаты научной дисциплины эффективно используются в методике преподавания иностранных языков [Дзюба и др., 2021]. Государственная итоговая аттестация является важным этапом обучения в вузе, она проводится с целью выявления соответствия результатов освоения учебных программ студентами [Аркадьева и др. 2020]. В рамках усвоения программы, согласно ФГОС по направлению 45.03.02 Лингвистика<sup>5</sup> (уровень бакалавриата), выпускники должны быть готовы осуществлять педагогическую, переводческую, консультационную и научно-исследовательскую деятельность. Универсальные компетенции, предписанные в ФГОС, подразумевают способность выпускника осуществлять коммуникацию в устной и письменной форме, воспринимать межкультурное разнообразие общества. Общепрофессиональные компетенции выпускника включают подготовку выпускника по разным направлениям: фонетика, грамматика, лексика и т.д. На наш взгляд, образ страны проходит через все этапы подготовки специалиста-филолога, учитывает вышеперечисленные компетенции и знания. Успешность подготовки иностранного студента по направлению 45.03.02 Лингвистика зависит от его представлений о России и россиянах и, соответственно, его мотивации к овладению русским языком как иностранным.

Изучение образа России представляется востребованным, так как оно дает возможность увидеть страну глазами иностранцев<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Федеральный государственный образовательный стандарт [Электронный ресурс]. URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-03-02-lingvistika-969/?ysclid=mgm8lwre5a87276781> (дата обращения: 11.10.2025).

<sup>6</sup> Россия XV–XVII вв. глазами иностранцев / подг. текстов, вступ. ст. и комм. Ю.А. Лимонова. Л.: Лениздат, 1986. 543 с.

При этом обучение восприятию образа страны в вузе – сложный процесс, требующий подготовки преподавателя русского языка как иностранного. Иностранные студенты имеют негативные представления о России и россиянах, что оказывает сильное влияние на их успеваемость и мотивацию [Еремина, 2019]. Положительные представления о России вызывают у иностранцев желание узнать о культуре страны, они с большей готовностью участвуют в образовательном процессе, что отражается на их эффективности овладения языком. Компоненты образа страны оказывают сильное влияние на характер протекания образовательного процесса, поэтому преподаватели русского языка как иностранного учитывают их при планировании уроков в иностранной аудитории [Дедова, Корнев, 2016]. Под компонентами образа страны мы понимаем ее имидж, бренды, идентичность, репутацию [Buhmann, 2016; Lopez, Balabanis, 2020; Shen, Jo, Joppe, 2022].

*Результаты исследования.* С целью выявления компонентов образа России у иностранных студентов был проведен опрос 110 будущих филологов. Студентам Института русского языка как иностранного ФГБОУ ВО «РГПУ им. А.И. Герцена» были заданы вопросы о том, что они знают о России, какие ассоциации присутствуют в их сознании, если слышат слова «Россия» и «россияне». При анализе ответов иностранных обучающихся также необходимо обратиться к общенаучным методам исследования: наблюдение, описание, анализ, синтез.

Знания о России студентов из Китая, Вьетнама, Эфиопии, Монголии, Узбекистана, Туркмении и других стран содержат факты об исследовании россиянами космоса, строительстве кораблей и других средств передвижения, достижении армии и оружии. Представления о России как военной державе формируются у иностранцев со школьной скамьи. На уроках истории в школах часто делается акцент на русской военной технике, например крейсер «Аврора» (рис. 1).



Рис. 1. Обложка учебника по истории для китайских школьников 9-го класса

Fig. 1. Textbook cover for 9th-grade Chinese students

По мнению 95 % опрошенных иностранцев Россия также ассоциируется с санкциями. Все опрошенные иностранные обучающиеся знают В. Путина, М. Ломоносова, Ю. Гагарина, но затрудняются назвать имена русских художников или композиторов. Негативными являются представления иностранцев об образе жизни и чертах характера россиян. 70 % иностранных студентов указывают, что Россия ассоциируется с холодным климатом. Россияне неулыбчивые и хмурые, не готовы знакомиться и неохотно идут на контакт с иностранцами, по мнению 23 % опрошенных студентов. Иностранные студенты указывают, что россияне часто нарушают

правила дорожного движения (22 % опрошенных). Иностранцы (14 % студентов) считают, что россияне злоупотребляют алкоголем. Большая часть опрошенных студентов отмечают, что Россию всегда изображают в виде бурого медведя на фоне снега. Поддержанию этого факта способствует популярный китайский мультипликационный фильм *那年那兔那些事儿*. В нем рассказывается об исторических событиях XX в. в мире, главные герои – животные, которые символизируют различные государства. Россия представлена холодной и снежной, ее образом является бурый медведь, который часто ленив и очень зол (рис. 2, 3).



Рис. 2. Скриншот заставки китайского мультипликационного фильма  
«那年那兔那些事儿»

Fig. 2. Screenshot of the screensaver for a Chinese animated film 那年那兔那些事儿



Рис. 3. Скриншот китайского мультипликационного фильма «那年那兔那些事儿» с изображением России в образе медведя

Fig. 3. Screenshot of the Chinese animated film 那年那兔那些事儿 featuring Russia as a bear

Мнение иностранцев является негативным и нуждается в дальнейшей корректировке для их эффективной профессиональной подготовки. Анализ успеваемости иностранных студентов показал, что наилучшие показатели и хорошие отметки имеют те иностранцы, чьи ответы об образе России являются положительными. Те, чьи ответы были резко негативными, имели низкие показатели успеваемости. Представляется важным расширить кругозор и фоновые знания студентов по направлениям (климат и география России, образ жизни россиян, искусство и наука в России), делая акцент на положи-

тельных моментах и воспитывая толерантное и уважительное отношение к русской культуре. Представляется, что существует взаимозависимость между сложившимся образом России у иностранцев и их успеваемостью в вузе по направлению 45.03.02 Лингвистика. Для проверки настоящей гипотезы были разработаны занятия, цель которых – обучение восприятию положительного образа России и россиян. Отобранные 24 текста публицистического жанра были объединены в четыре раздела, согласно ответам опрошенных 110 иностранных студентов (рис. 4).



Рис. 4. Тематические разделы в обучении восприятию словесного образа России  
Fig. 4. Thematic sections in teaching the perception of the verbal image of Russia

Тексты разделов содержат информацию об истории, культуре, искусстве и науке России, быте россиян и др. Они призваны воспитывать у иностранных обучающихся позитивный интерес к культуре и науке России, жизни в стране и тем самым поднимать их внутреннюю мотивацию к овладению русским языком. Основными лексическими единицами, отражающими образ России по направлению историко-географического раздела, являются: император (императрица, императорская семья), держава, скипетр, Иван Сусанин, Михаил Федорович Романов, Петр I, Александр III, Николай II, область, край, населенный пункт, заповедник, усадьба, вологодское кружево, дымковская игрушка, тобольская резьба по кости и др. Лек-

ические единицы искусствоведческого раздела отобраны из фильмов («Братья Карамазовы» (1968), «Чайковский» (1970), «А зори здесь тихие» (1972), «Дерсу Узала» (1975), «Белый Бим Черное ухо» (1977), «Москва слезам не верит» (1979)), картин известных художников (И. Билибин, И. Крамской, В. Васнецов, И. Репин, В. Поленов, К. Коровин) и др. Общественно-бытовой раздел призван корректировать негативные представления о русских и содержит следующие лексические единицы: образованность, верность, искренность, преданность, семантическость, семейный очаг, хранительница очага, кругозор, саморазвитие, техническая литература, деловое издание, документалистика, акция «Библионочь», акция «Ночь музеев» и др.

Науковедческий раздел формирует представления о достижениях российской науки и содержит следующие лексические единицы: научная экспедиция, научно-исследовательское судно, флора и фауна, издательство, концепция, лауреат, монография, интеллектуальный, гениальность и др.

Корректировка сложившегося образа России происходит благодаря лексике с положительной коннотацией в описании страны по тематическим разделам, поскольку такие прилагательные, описывающие Россию и россиян, как «выдающийся», «живописный», «известный», «именитый», «красивый» и т.д., будут ассоциироваться у иностранцев с Россией.

Представленные разделы охватывают направления, которые отражены в пособиях по русскому языку как иностранному, на разных этапах обучения, но, очевидно, что они не призваны корректировать негативные представления о России через замещение их на положительные, тем самым формировать положительный образ России у иностранцев.

После изучения тематических разделов был проведен повторный опрос, анализ ответов которого выявил, что уровень внутренней мотивации в овладении русским языком и культурой значительно вырос. Демонстрируется позитивный интерес к России, достижениям в различных областях и событиям в стране.

**Заключение.** Анализ полученных данных позволил выявить:

1) положительный образ России становится стимулом к овладению русским языком как иностранным в вузе в контексте непрерывного филологического образования. Целенаправленная работа по обучению восприятию иностранцами – будущими филологами образа России должна быть организована преподавателем согласно тематическим разделам,

которые способствуют замещению негативных представлений на положительные;

2) необходимо сосредоточиться на фактах истории, географии и культуры России, а также быте и образе жизни людей в стране с целью корректировки негативных представлений о России у иностранцев;

3) в системе непрерывного филологического образования важно воспитывать личность выпускника, готового осуществлять иноязычную коммуникацию на профессиональном уровне через работу по расширению его кругозора и фоновых знаний;

4) компетенции, предусмотренные ФГОС 45.03.02 Лингвистика (бакалавриат), могут учитьывать составляющие образа России и россиян с целью всесторонней подготовки будущих специалистов-филологов, так как образ России отражает их уровень страноведческой компетенции с позиции лингвистики.

Подводя итог, можно сделать следующие выводы. Образ России состоит из фоновых знаний, которые присутствуют в жизни иностранцев. Сильное влияние на формирование образа страны оказывают мировые СМИ и Интернет. Целенаправленная работа по обучению восприятию образа России на занятиях по русскому языку как иностранному призвана воспитывать у иностранцев позитивный интерес к культуре и истории России, поддерживать их мотивационный уровень и способствовать углублению знаний иностранцев – будущих филологов. Работа по созданию положительного образа России также способствует формированию личности иностранных студентов – *homo moralis* – человека духовного, нравственного, образованного, способного осуществлять успешную коммуникацию в рамках диалога культур (Е.И. Пассов) в контексте непрерывного филологического образования.

## Библиографический список

1. Антонов В.А., Буллер А., Галкина О.И. «Свои» / «Другие» / «Чужие» = «Own» / «Other» / «Aliens»: из истории взаимодействия и противоборства Запада, Востока и России / отв. ред.: проф. Т.Л. Лабутина; Российская академия наук, Институт всеобщей истории. СПб.: Алетейя: Независимый альянс, 2021. 596 с.

2. Аркадьева Т.Г., Васильева М.И., Владимира С.С., Федотова Н.С., Шарри Т.Г. Подготовка обучающихся к государственной итоговой аттестации (особенности и трудности в работе с иностранными студентами) // Актуальные проблемы преподавания филологических дисциплин: матер. докл. и сообщений XXV Междунар. науч.-метод. конф., Санкт-Петербург, 07 февраля 2020 г. СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун-т промышл. технологий и дизайна, 2020. С. 344–349. EDN: ZYQPXL. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42508703> (дата обращения: 26.10.2025).
3. Вяткина Л.Б. Современные модели корпоративной культуры // Успехи современной науки и образования, 2017. Т. 2, № 6. С. 250–253. EDN: ZCOZTJ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29821182&ysclid=mgrylw8773498201309> (дата обращения: 10.10.2025).
4. Гончарова Е.И. Образ России в контексте преподавания русского языка как иностранного // Педагогический журнал, 2022. Т. 12, № 6-1. С. 400–406. DOI: 10.34670/AR.2022.17.60.056. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=51295519> (дата обращения: 10.10.2025).
5. Горчеева А.И. Роль национальных стереотипов и предрассудков в изучении русского языка // Казанский вестник молодых ученых. 2018. № 5 (8). С. 142–146. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-natsionalnyh-stereotipov-i-predrassudkov-v-izuchenii-russkogo-yazyka> (дата обращения: 13.10.2025).
6. Дедова О.М., Корнев В.А. Преодоление предрассудков и стереотипов в сфере межкультурной коммуникации // Проблемы преподавания филологических дисциплин иностранным учащимся: сб. матер. IV Междунар. науч.-метод. конф., Воронеж, 28–30 января 2016 г. Воронеж: Научная книга, 2016. С. 331–337. EDN: YUWJIG. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32742835&ysclid=mgrz8mb8p219179912> (дата обращения: 13.10.2025).
7. Дзюба Е.В., Еремина С.А., Миков В.Ю., Пирожкова И.С., Ткаченко Ю.Г. Аспекты изучения образа родной страны в учебниках для иностранцев. Практические вопросы языкового образования: монография / под общ. ред. Е.В. Дзюбы. Екатеринбург: [б.и.], 2021. С. 7–136. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48452385> (дата обращения: 10.10.2025).
8. Еремина С.А. Специфика презентации образа России в учебниках русского языка как иностранного для франкофонов // Филологический класс. 2019. № 3 (57). С. 86–94. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-prezentatsii-obraza-rossii-v-uchebnikah-russkogo-yazyka-kak-inostrannogo-dlya-frankofonov> (дата обращения: 12.10.2025).
9. Иванова А.Д. Роль стереотипов в формировании языковой картины мира (на примере стереотипов «Россия» и «русские») // Язык текущего момента: матер. II Межвуз. студ. науч.-практ. конф., М., 15 мая 2019 г. М.: Книгодел, 2019. С. 126–129. EDN: JLEXLI. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=jlexli&ysclid=mgrzcq6unc418640196> (дата обращения: 13.10.2025).
10. Папилова Е.В. Имагология как гуманитарная дисциплина // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филологические науки. 2011. № 4. С. 31–40. EDN: OORQMV. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17304687&ysclid=mgrzee5l4t438319204> (дата обращения: 13.10.2025).
11. Чумакова Т.Н., Бирючинская Л.Б. Стереотипы, предрассудки и их роль в межкультурной коммуникации // Заметки ученого. 2021. № 6-1. С. 542–546. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46241046> (дата обращения: 10.10.2025).
12. Bhatt, M., Vakkayil, J., & Romdhane M.B. (2025). We are not who they think we are! Examining responses of qualified Tunisian immigrants in France to country-of-origin based image discrepancies. *European Management Journal*, 43 (1), 17–29. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.02.001>
13. Buhmann, A. (2016). *Measuring country image. Theory, method, and effects*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15407-3>

14. Diamantopoulos, A., Szőcs, I., Florack, A., Kolbl, Ž., & Egger, M. (2021). The bond between country and brand stereotypes: insights on the role of brand typicality and utilitarian/hedonic nature in enhancing stereotype content transfer. *International Marketing Review*, 38 (6), 1143–1165. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2020-0209>
15. Feng, W., Liu, Y., & Li, D. (2022). Emotional or rational? The congruence effect of message appeals and country stereotype on tourists' international travel intentions. *Annals of Tourism Research*, 95, 103423. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103423>
16. Lopez, C., & Balabanis, G. (2020). The influence of a country's brands and industry on its image. *European Journal of Marketing*, 55 (1), 27–62. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2018-0414>
17. Shen, Y., Jo, W. M., & Joppe, M. (2022). Role of country image, subjective knowledge, and destination trust on travel attitude and intention during a pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 275–284. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.003>

# FORMATION OF RUSSIA'S IMAGE AMONG FOREIGN UNIVERSITY STUDENTS IN THE SYSTEM OF CONTINUOUS PHILOLOGICAL EDUCATION

**E.I. Goncharova (Saint Petersburg, Russia)**

## Abstract

*Statement of the problem.* The article analyzes the problem of forming a positive image of Russia among foreign students at a Russian university specializing in Linguistics. There is a correlation between the current image of the country where foreigners study and the level of their motivation to obtain higher education.

*The purpose of this article* is to identify and describe foreign students' perceptions of Russia within the context of philological education, and to develop recommendations for fostering a positive image of Russia and Russians during foreign language (RFL) classes.

*Methodology and methods.* The article draws upon research on national image (G.D. Gachev, E.V. Dzyuba, S.A. Eremina, V.B. Zemskov) and applies it to the methodology of teaching Russian as a foreign language in higher education, based on a communicative approach (E.I. Passov). The primary focus is on perceptions about Russia among foreign students (A.I. Gorcheeva, O.M. Dedova, A.D. Ivanova, A.P. Sadokhin, T.N. Chumakova). To achieve the research goal, the following methods were used: theoretical analysis of relevant pedagogical literature and empirical methods, including analysis, and surveys.

*Research results.* A survey of 110 foreign students at Herzen State Pedagogical University of Russia identified and described perceptions of Russia. The results revealed that the negative perceptions of these future philologists are linked to the Russian lifestyle (69 %), climate, and geography (70 %). The presence of these negative components in Russia's image poses an obstacle to the studies, daily life, and future employment of philology students. Addressing these negative perceptions by incorporating them into the development of academic disciplines for teaching RFL helps to correct misconceptions, thereby increasing motivation to learn and improving foreigners' understanding of Russia.

*Conclusion.* This topic is highly relevant within the system of continuing philological education for foreigners, as Russia's global image is currently undergoing significant changes. This article provides recommendations for designing university-level philological courses that incorporate and address the image of Russia.

**Keywords:** *Russian as a foreign language, Russia, image, philological education, imagology, perceptions of Russia.*

---

**Goncharova, Ekaterina I.** – Senior Lecturer, Department of Russian as a Foreign Language and Its Methodology, Herzen State Pedagogical University of Russia (St. Petersburg, Russia); ORCID: 0000-0002-9937-2423; e-mail: ekaterina.goncharova1@mail.ru

---

## References

1. Antonov, V.A., Buller, A., & Galkina, O.I. (2021). "Svoi" / "Drugie" / "Chuzhie" = "Own" / "Other" / "Aliens": *iz istorii vzaimodeystviya i protivoborstva Zapada, Vostoka i Rossii* ['Own', 'Other', and 'Aliens': A History of Interaction and Confrontation between the West, the East, and Russia]. St. Petersburg, Russia.
2. Arkadyeva, T.G., Vasilyeva, M.I., Vladimirova, S.S., Fedotova, N.S., & Sharri T.G. (2020, February 7). Preparation of students for the state final certification (features and difficulties in working with international students). In *Aktualnye problemy prepodavaniya filologicheskikh distsiplin* [Actual problems of teaching philological disciplines]. The 15<sup>th</sup> International Scientific and Methodological Conference, Saint Petersburg, Russia. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42508703> (access date: 26.10.2025).
3. Vyatkina, L.B., & Bogdanov, S.A. (2017). Modern models of corporate culture. *Uspekhi sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Achievements in Modern Science and Education], 2 (6), 250–253. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29821182&ysclid=mgrylw8773498201309> (access date: 10.10.2025).
4. Goncharova, E.I. (2022). The image of Russia in the context of teaching Russian as a foreign language. *Pedagogicheskiy zhurnal* [Pedagogical Journal], 12 (6-1), 400–406. DOI: 10.34670/AR.2022.17.60.056. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=51295519> (access date: 10.10.2025).

5. Gorcheyeva, A.I. (2018). The role of national stereotypes and prejudices in learning the Russian language. *Kazanskiy vestnik molodykh uchenykh* [Kazan Bulletin of Young Scientists], 5 (8), 142–146. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-natsionalnyh-stereotipov-i-predrassudkov-v-izuchenii-russkogo-yazyka> (access date: 13.10.2025).
6. Dedova, O.M., & Kornev, V.A. (2016, January 28–30). Overcoming prejudices and stereotypes in the sphere of intercultural communication. In *Problemy prepodavaniya filologicheskikh distsiplin inostrannym uchashchimsya* [Problems of teaching philological disciplines to foreign students]. Voronezh, Russia. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32742835&ysclid=mgrz8mb8p219179912> (access date: 13.10.2025).
7. Dzyuba, E.V., Eremina, S.A., Mikov, V.Yu., Pirozhkova, I.S., & Tkachenko, Yu.G. (2021). Aspects of studying the image of the native country in textbooks for foreigners. *Prakticheskie voprosy yazykovogo obrazovaniya: Monografiya* [Practical issues of language education: A monograph]. Ekaterinburg, Russia. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48452385> (access date: 10.10.2025).
8. Eremina, S.A. (2019). Specifics of presenting the image of Russia in textbooks of Russian as a foreign language for Francophones. *Filologicheskiy klass* [Philological Class], 3 (57), 86–94. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifikasi-prezentatsii-obraza-rossii-v-uchebnikah-russkogo-yazyka-kak-inostrannogo-dlya-frankofonov> (access date: 12.10.2025).
9. Ivanova, A.D. (2019, May 15). The role of stereotypes in the formation of the linguistic worldview (on the example of the stereotypes ‘Russia’ and ‘Russians’). In *Yazyk tekushchego momenta* [Language of the current moment]. 2<sup>nd</sup> Interuniversity Student Scientific and Practical Conference, Moscow, Russia. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=jlexli&ysclid=mgrzcq6unc418640196> (access date: 13.10.2025).
10. Papilova, E.V. (2011). Imagology as a humanitarian discipline. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta im. M.A. Sholokhova. Filologicheskie nauki* [Vestnik of Moscow State Humanitarian University named after M.A. Sholokhov. Philological Sciences], 4, 31–40. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17304687&ysclid=mgrzee5l4t438319204> (access date: 13.10.2025).
11. Chumakova, T.N., & Biryuchinskaya, L.B. (2021). Stereotypes, prejudices and their role in intercultural communication. *Zametki uchenogo* [Scholar’s Notes], 6 (1), 542–546. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46241046> (access date: 10.10.2025).
12. Bhatt, M., Vakkayil, J., & Romdhane M. B. (2025). We are not who they think we are! Examining responses of qualified Tunisian immigrants in France to country-of-origin based image discrepancies. *European Management Journal*, 43 (1), 17–29. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.02.001>
13. Buhmann, A. (2016). *Measuring country image. Theory, method, and effects*. Wiesbaden: Springer VS. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15407-3>
14. Diamantopoulos, A., Szőcs, I., Florack, A., Kolbl, Ž., & Egger, M. (2021). The bond between country and brand stereotypes: insights on the role of brand typicality and utilitarian/hedonic nature in enhancing stereotype content transfer. *International Marketing Review*, 38 (6), 1143–1165. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2020-0209>
15. Feng, W., Liu, Y., & Li, D. (2022). Emotional or rational? The congruence effect of message appeals and country stereotype on tourists’ international travel intentions. *Annals of Tourism Research*, 95, 103423. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103423>
16. Lopez, C., & Balabanis, G. (2020). The influence of a country’s brands and industry on its image. *European Journal of Marketing*, 55 (1), 27–62. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2018-0414>
17. Shen , Y., Jo, W.M., & Joppe, M. (2022). Role of country image, subjective knowledge, and destination trust on travel attitude and intention during a pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 275–284. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.003>