

შორენა ხალური

სტირეოტიპები საზრანბეთისა და ზრანბების
შესახებ

სიტყვა სტირეოტიპი მომდინარეობს ბერძნული სიტყვისაგან stereos, რაც ნიშნავს ძლიერს, გამძლეს, მყარს, მტკიცეს და typos, რომელიც აღნიშნავს ნიშანს, კვალს, ანაბეჭდს. ხშირად ითარგმნება, როგორც მოდელი. ნიმუში, მისაბაძი მაგალითი. პირველად სტირეოტიპის ცნება გამოყენებულ იქნა 1922 წელს ამერიკელი მეცნიერის ვალტერ ლიბმანის მიერ წიგნში "საზოგადოებრივი აზრი" (Public Opinion New-York, 1950). ლიბმანი სტირეოტიპს განმარტავდა, როგორც "გარე სამყაროს" აღქმის განსაკუთრებულ ფორმას, რომელიც ჩვენს გრძნობებზე მანამდე ახდენენ ზეგავლენას, სანამ ჩვენს გონებაში არ შეიჭრებიან. მისი აზრით, სტირეოტიპები არის "წარმოდგენები თავში", რომლებიც მიესადაგება ადამიანთა ჯგუფს, ფაქტს ან მოვლენას.

სტირეოტიპმა, როგორც ფენომენმა, სხვა მრავალი მეცნიერის ყურადღებაც მიიქცია. (ი. კონი, ი. სოროკინა, ი. მარკოვინა, ა. პავლოვსკაია, ნ. უფიმცევა...).

ლეიენსის და შადრონის აზრით, სტირეოტიპები არის გაზიარებული რწმენები, რომლებიც ეხება პიროვნულ მახასიათებელ ნიშან-თვისებებს, პიროვნებათა ჯგუფის საქციელს (ი. ლეიენსი, 1994).

დ. კაცისა და კ. ბრეილის კლასიკური კონცეფციით, სტირეოტიპი არის მყარი შთაბეჭდილება, წარმოდგენა, რომელიც ძალზე ნაკლებად შეესაბამება იმ ფაქტებს, რომლის წარმოდგენაც (გადმოცემა) სურს და გამომდინარეობს ტენდენციიდან, ჯერ განვსაზღვროთ და შემდეგ დავაკვირდეთ (დ. კაცი, კ. ბრეილი, 1933, გვ. 28).

ზოგიერთი ავტორი განსაზღვრავს სტირეოტიპს, როგორც ხალხურ რწმენებს ეროვნული ხასიათის შესახებ, მათ ჭეშმარიტებაზე განსაზღვრული პოსტულატის გარეშე.

სხვა მეცნიერები უფრო შორს მიდიან და აღნიშნავენ, რომ სტირეოტიპი შეიცავს რეალობის გარკვეულ წილს. ბევრ მათგანს შეიძლება ჰქონდეს ჭეშმარიტების საფუძველი. ამგვარად, ყველა სტირეოტიპი არ შეიძლება იყოს არასწორი, არაზუსტი შეხედულება და მტკიცება, აზრი (ე. ბაბადი, 1983, გვ. 75; ე. ვინესკე, 1957).

მორანი აღნიშნავს, რომ "ცეცხლი უკვალოდ არ არის" და რადგან არსებობს გარკვეული სტირეოტიპი, მასში დევს "ჭეშმარიტების მარცვლიც" (მორანი, 1987, გვ. 58)

უნდა აღინიშნოს, რომ სტირეოტიპები მაღალი ხარისხითაა დატვირთული იმ შეგრძნებებით, რომლებიც მათთანაა დაკავშირებული, გადაჯაჭვული. ლიბმანი მათ ტრადიციის ციხე-სიმაგრეს უწოდებდა (ვ. ლიბმანი, 1922, გვ. 96).

ლიბმანს ჰქონდა ინტუიცია, რომ სტირეოტიპი შეიძლება შეიცვალოს განათლების გავლენით (ლავსონი, 1972).

თუმცა, სოციალური რეალობები უფრო სწრაფად იცვლება, ვიდრე მათთან დაკავშირებული სტერეოტიპები.

არსებობს ავტო და ჰეტერო სტერეოტიპები. ავტო-სტერეოტიპი ინდივიდის მიერ მიყენებულია საკუთარ კულტურაზე. ჰეტერო-სტერეოტიპი კი მიესადაგება სხვა კულტურას.

მარინმა და სალაზარმა დაადგინეს, რომ ავტო-სტერეოტიპი, ზოგადად, უფრო კეთილგანწყობილია, ვიდრე ჰეტერო-სტერეოტიპი. (ქ. მარინი, 1985, გვ. 403-433)

სტერეოტიპები გამომდინარეობს საზოგადოებიდან და კულტურიდან. ისინი შეიძლება შეიცავდნენ ერთსა და იმავე დროს დადებითსა და უარყოფით რწმენებს სხვადასხვა სოციალური ჯგუფის ნიშან-თვისებების მიმართ. სტერეოტიპები ხდება პრობლემატური, როცა ისინი არის არაზუსტი, არასწორი და როცა ეწინააღმდეგება ცვლილებას მაშინაც კი, როცა ინფორმაციები მისი საპირისპიროა.

არსებობს სტერეოტიპების რამდენიმე სახე: კულტურული, რასისტული, ეთნიკური, ეროვნული ანუ ნაციონალური, რეგიონული...

ცნობილია ძალზე გავრცელებული შეხედულებები სხვადასხვა ეროვნების ხალხის მიმართ. მაგალითად, იტალიელებს უყვართ ხელებით ლაპარაკი, აღმერთებენ პიცას და მაკარონს.

ყველამ იცის, რომ ინგლისელები არიან საუკეთესო კომერსანტები, არაფერს ისე არ აკეთებენ, როგორც სხვები, გამოირჩევიან ექსცენტრული ხასიათით, დაბადებული არიან მებაღეებად და უყვართ ჩაი.

რუსებს უყვართ სასმელი, განსაკუთრებით, არაყი.

ჩინელები არიან ყველგან, ჭამენ ძაღლის ხორცს.

შვეიცარიელები ამყობენ თავიანთი ნეიტრალიტეტით, კარგი მანერებითა და თავიანთი ქვეყნის სისუფთავით. უყვართ სიზუსტე.

გერმანელებს უყვართ წესრიგი. არიან პორნო ფილმების მიმდევარნი. იკვებებიან განსაკუთრებით ძვხვეულით და სვამენ ბევრ ლუდს. ისინი ამყობენ თავიანთი ტექნოლოგიური მიღწევებით და დიდ ყურადღებას აქცევენ მანქანებს.

იაპონელები არიან ინოვატორები, არიან ინტროვერტები (თეოთჰარმაგებულები) ყველანი ერთმანეთს ჰგვანან. მუშაობენ ჭიანჭველებივით, უყვართ სუში.

ქართველები განთქმული არიან სტუმართმოყვარეობით, ხელგაშლილობით, თუმცა უყვართ სმა და ღრეობა. საქართველო ცნობილია თავისი მდიდარი ისტორიული წარსულით, კულტურით, ძეგლებით და ა.შ.

ყველა ქვეყნის ხალხს აქვს გარკვეული წარმოდგენა სხვადასხვა ქვეყნებისა და ხალხის შესახებ. ხშირ შემთხვევაში, ძნელია, გაარკვიო ეს რეალობა თუ მხოლოდ გადაჭარბებული, ცუდ გამოცდილებაზე დამყარებული სტერეოტიპი. არავითარ ეჭვს არ იწვევს ის ფაქტი, რომ ზოგიერთი სტერეოტიპი ძალზე მცდარია და შორსაა რეალობისგან. მაგრამ ისინი ღრმადაა გამჭდარი ადამიანის აზროვნებაში და თაობიდან თაობას გადაეცემა.

საინტერესოა, რას ფიქრობენ სხვადასხვა ქვეყნის წარმომადგენლები საფრანგეთისა და ფრანგების შესახებ.

სოციოლოგიურ კვლევებზე დაყრდნობით, პირველი წარმოდგენა რაც გონებაში მოსდით უცხოელებს, როცა საფრანგეთზე ეკითხებიან, არის: ვიფელის

კოშკი (28 %), ღვინო (20 %), გასტრონომია (20 %), პარიზი (12 %), ბაგეტი (მატონი პური) (6%), ზიდანი, ლოკოინა, ძველი ქუჩები (4-4-4 %).

უცხოელებისათვის მაინც ძირითადი წარმოდგენა, საფრანგეთზე არის ეიფელის კოშკი, გასტრონომია და ღვინო.

დადებითი სტერეოტიპები ეყრდნობა სამხარეულოსა და კარგ გასტრონომიას, ყველის ასობით სახეობას, იმ ფაქტს, რომ ფრანგები არიან გურმანები და იციან მაგიდასთან მოხდენილად თავის დაჭერა. მიჩნეულია, რომ საფრანგეთი არის ქვეყანა, სადაც შესანიშნავადაა დაცული ბალანსი მამაკაცებსა და ქალებს შორის, რომ ქალები არიან ძალზე ემანსიპირებული. ფრანგებს აქვთ კარგი სოციალური საფარველი. საფრანგეთი მიჩნეულია, როგორც ფუფუნებისა და მაღალი მოდის ქვეყანა. საფრანგეთი ცნობილია თავისი დედაქალაქით — პარიზით, უამრავი ისტორიული და კულტურული ძეგლით, მუზეუმით და ა. შ.

მსოფლიო მასშტაბით საფრანგეთი აღიარებულია, როგორც ძველი ქვეყანა, ცნობილი თავისი დემოკრატიით. ევროპული და მსოფლიო შეხედულება საფრანგეთზე არის აღტაცების შემცველი და ამას თავისი მრავალი მიზეზი აქვს:

— ტექნოლოგიური პროგრესი, როგორცაა TGV, ანუ ჩქაროსნული მატარებელი, მისი მონაწილეობა ევროპულ ტექნიკურ პროგრესში, მაგალითად, ევროპულ საჰაერო სივრცით პროექტში რაკეტა არიანთან დაკავშირებით.

— მისი მონაწილეობა ევროპულ კონსტრუქციებში: ევროპული სავალუტო სისტემა, Airbus-ი, პარლამენტის ადგილსამყოფელი სტრასბურგში...

— მისი საყოველთაო მოწოდება ადამიანთა უფლებების საკითხებში.

— ასევე ხშირად აღნიშნავენ საფრანგეთში ცხოვრების გარკვეულ ხარისხს, გარკვეულ მშენიერებას, ფრანგულ დახვეწილობას... ბევრს ალაფრთოვანებს ფრანგული სოციალური მოდელი, ძალზე პროტექციონისტური და თითქმის უნიკალური მსოფლიოში.

მოკლედ, საფრანგეთი აღქმულია პატარა, მშენიერ ქვეყნად, მაგრამ დიდი ერთი და ფრანგები მიჩნეულნი არიან პრივილეგირებულ, იღბლიან ადამიანებად.

საფრანგეთი სიმბოლოა ელევანტურობის, მოხდენილობისა და დახვეწილობის. ფრანგული ენა კი ელიტისა და არისტოკრატიის ენადაა აღიარებული. ასევე, იგი მიჩნეულია როგორც სიყვარულისა და ფლირტის ენა. საფრანგეთი ცნობილია როგორც რევოლუციონერების ქვეყანა, ხოლო პარიზი მოდის დედაქალაქადაა მიჩნეული.

აზიაში მოლიერის ენა მიჩნეულია, როგორც მგრძნობიარე და რომანტიკული. ფრანგულ ენას თვლიან “ფუფუნების ენად”. მათ სურთ შვილებს ასწავლონ ფრანგული მათი სოციალური სტატუსის ჩვენების მიზნით.

აფრიკაში ფრანგულს თვლიან ერთ-ერთ ლამაზ ენად. მისი ქლერადობა, ლექსიკური მრავალფეროვნება და კულტურული მემკვიდრეობა კვლავაც ხიბლავთ მათ.

ზოგადად, ცხოვრების ხელოვნება, კულტურული სიმდიდრე, პარიზის გლამურულობა, რეგიონების მოზაიკა დამახასიათებელია საფრანგეთის იმიჯისთვის და მას დღესდღეობითაც ანიჭებს გარკვეულ აუტრას.

როცა საზღვარგარეთ საუბრობენ საფრანგეთზე, უმეტესწილად ეს ეხება პოლიტიკას, მედიას, გაფიცვებსა და ქუჩაში მობილიზაციას. უცხოელებს რჩებათ შთაბეჭდილება, რომ ფრანგული სპეციალობა, განსაკუთრებული ქცევა არის ქუჩაში გამოსვლა, რომ რევოლუციის შემდეგ ეს გახდა ადგილობრივი მშვენიერი ჩვეულება, ქუჩა და მთავრობა ნეიტრალიზებულია და, ამგვარად, საფრანგეთი თითქოს არის ქვეყანა, რომელიც ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ არ იძვრის ადგილიდან. იგი რჩება მსოფლიოს ქვეყნად, სადაც ყველაზე მეტს საუბრობენ, სადაც არის ყველაზე მეტი კომისია, საჯარო დებატები, რომელსაც არაფერი მოაქვს და არაფერი იცვლება.

უცხოელები ასევე ფიქრობენ, რომ ფრანგი სრულადაა მინდობილი “მფარველ, დამცველ სახელმწიფოს”, და რომ ფრანგი ყველაფერს სახელმწიფოსაგან ელოდება და სამაგიეროდ არასოდეს არაფერს აძლევს, ან აძლევს მინიმუმს (ამერიკელებისთვის ეს თვალშისაცემია. საკმარისია, გავიხსენოთ კენედი, რომელიც თავის თანამემამულეებს უცხადებდა: “სანამ იკითხავდე, თუ რა გაგიკეთა ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა, შენს თავს ჰკითხე, თუ რა გააკეთე შენ აშშ-სთვის.”

ფრანგები მიჩნეული არიან, მოხერხებულ, მომხიბვლელ, პატრიოტ, ინტელექტუალ, ზრდილობიან ხალხად, რომელსაც უყვარს სიდიადე, იციან დაფასება ცხოვრების სიფაქიზის და ცხოვრებით ტკობა.

ბევრი უცხოელის წარმოსახვაში საფრანგეთი და ფრანგი ასოცირებულია ელეგანტურობასთან. ამ მხრივ განსაკუთრებით ფრანგ ქალებს შეუძლიათ იყვნენ მშვიდად; ფრანგი ქალი სინონიმია მოხდენილობისა და ელეგანტურობისა. საფრანგეთში მაღალი წრის ვაზში ყოველთვის დახვეწილობისა და კარგი გემოვნების დამადასტურებელია.

მიიჩნევა, რომ საფრანგეთში ყველას აქვს შესანიშნავი სტილი.

ფრანგი ერი მიიჩნევა კულტურულად უაღრესად განვითარებულ ერად. ეს ქვეყანა ცნობილია თავისი დიდებული კულტურით, ხელოვნებით, პოეზიით, ენით, ლიტერატურითა და ფილოსოფიით. საფრანგეთი არის ადამიანის უფლებათა ქვეყანა, მეცნიერების, თანამედროვეობის, ჰუმანიზმის ქვეყანა.

ფრანგებს აქვთ საუკეთესო საკვები და ღვინო მსოფლიოში.

ფრანგები არიან რომანტიკულები.

საფრანგეთი არის მდიდრული ქვეყანა. საყოველთაოდ ცნობილია ისეთი ბრენდები, როგორიცაა დიორი, შანელი, ივ-სენ-ლორანი, ლაკოსტი, ლუი ვუტონი და სხვა.

საფრანგეთი იდეალური ქვეყანაა სასიყვარულო შეხვედრებისთვის.

თუმცა, არსებობს უამრავი უარყოფითი სტერეოტიპი ფრანგების შესახებ. უცხოელები ფიქრობენ, რომ ფრანგები მიიჩნევენ პარიზს მსოფლიოს ცენტრად. ისინი არავეითარ პატივს არ სცემენ ბუნებას და არ გააჩნიათ მაღალი საზოგადოებრივი მოვალეობის შეგრძნება. საფრანგეთი მიჩნეულია ქვეყნად, რომელსაც არ უყვარს უცხოელებისთვის თავშესაფრის მიცემა. ამბობენ, რომ საფრანგეთში ადმინისტრაციული საქმიანობა არის ძალზე ნელი.

ფრანგები მიჩნეული არიან ინდივიდუალისტებად, ქედმაღლებად, ცივებად, ეგოისტებად, მედიდურებად, აგრესიულებად, ამაყ და იმპულსურ ადამიანებად, რომლებიც წუწუნებენ ყველაფერზე, ფიქრობენ, რომ არიან ყოველთვის მართალი და აკრიტიკებენ სხვებს.

ფრანგი ტურისტების საქციელი ნამდვილად არაა სამაგალითო. ამას თავისი მიზეზებიც აქვს: მოუთმენლები, ბუზღუნები, ნაკლებ თავაზიანები, ზმამალა აცხადებენ, რომ ვერაფერი შეედრება საფრანგეთს. სხვათა შორის, საერთაშორისო კვლევამ ფრანგ ერს მიანიჭა წოდება ყველაზე აუტანელი ტურისტისა.

მიიჩნევა, რომ ფრანგები არიან ზარმაცები, განუწყვეტილად მიემგზავრებიან არდადეგებზე და არიან მუდამ გაფიცულები. ზოგადად, ფრანგები მართლაც ნაკლებს მუშაობენ, ვიდრე, მაგალითად, ამერიკელები. მათ აქვთ უფრო მოკლე სამუშაო კვირა და სარგებლობენ 5 კვირიანი შვებულებით.

ფიქრობენ, რომ ყველა ფრანგი ეწევა. 15-დან 85 წლამდე, ფრანგი მოსახლეობის თითქმის 30 % მოიხმარს თამბაქოს. თუმცა, ბოლო პერიოდში ნაკლები პიროვნება ეწევა, ვიდრე გასულ წლებში. დიდ ქალაქებში, ბევრ კაფეში, ბარსა და რესტორანში აკრძალულია შენობაში მოწევა.

ფრანგი ქალები არიან იოლად მისაწვდომი, მამაკაცები ტემპერამენტუანები და მაცდურები.

უცხოელებს მიაჩნიათ, რომ ფრანგები ჰიგიენაში მოიკოჭლებენ. ფიქრობენ, რომ ფრანგები უპირატესობას ანიჭებენ სუნამოს და არა საპონს. ეს აზრი, შესაძლებელია მოდის ლუი XIV-ის ეპოქიდან: მეფე და მისი კარი თავიანთი სხეულის სუნს ფარავდნენ სუნამოთი. თუმცა, მრავალი უცხოელი ამ აზრს აფუძნებს ლუდნანების ტუალეტებზე, პარიზულ მეტროებზე, რომელთაც მართლაც რომ აკლიათ სისუფთავე და ჰიგიენა.

ფრანგებს მიიჩნევენ, აგრეთვე, უხეშებად. თვლიან, რომ ისინი არ არიან გულდიები, არ უდიმიან უცხოელებს ქუჩაში. ზოგადად, ფრანგები უფრო დიდ ღროს ანდომებენ მეგობრობის ჩამოყალიბებას, ვიდრე ზოგიერთი სხვა ერი. ესაა კულტურული განსხვავება, რომელიც ფრანგებს უხეშებად წარმოაჩენს.

ფრანგი მამაკაცების უმეტესობას მიიჩნევენ ჰომოსექსუალად.

ფიქრობენ, რომ ძალზე სუსტები არიან სამხედრო საქმეში.

ფრანგებს აქვთ სურვილი, ყველაფერი ახსნან, იმსჯელონ თეორიულად აბსურდამდეც კი.

ფრანგებს იოლად გამოარჩევ მათი გამაღიზიანებელი კილოთი, რაც მათ სნობებად წარმოაჩენს.

მიიჩნევა, რომ ფრანგები არიან შოვინისტები, თუმცა მათ მოიგეს მსოფლიო თასი 1998 წელს.

მიიჩნევა, რომ ფრანგები ცუდად ატარებენ მანქანას და ბევრს ასიგნალებენ.

საფრანგეთში ფული წარმოადგენს ტაბუდადებულ თემას.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ფრანგები არიან ძალიან სუსტი უცხო ენების ცოდნაში, რომ ისინი ლაპარაკობენ მხოლოდ ფრანგულად. ფრანგების უმეტესობამ იცის ინგლისური, თუმცა უარს ამბობს მის გამოყენებაზე.

საინტერესოა ერთი რეკლამა ენათა სკოლისთვის: "ისწავლეთ ფრანგული, ეს გაცილებით იოლია, ვიდრე შეეცადო გაიგო ფრანგის, რომელიც ინგლისურად ლაპარაკობს".

ფრანგებს აქვთ რეპუტაცია, რომ სწავლობენ ძალიან ცოტა უცხო ენას და რომ უცხოურ სიტყვებს წარმოთქვამენ ფრანგული მანერით.

მიიჩნევა, რომ ფრანგები ჭამენ ლოკოკინებს, ბაყაყის ბარკლებს და დასეირნობენ ყოველთვის იდლიაში ბაგეტით.

ცნობილია გამოთქმა: ფრანგი უღვაშის, ბაგეტისა და ბერეტის გარეშე არ არის ფრანგი.

უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სტერეოტიპთა უმეტესობა მართლაც რომ გაზვიადებულია. გამოკითხულთა უმეტესობა არ ჰქმს ბაყაყის ბარკლებს და არც ლოკოკინებს. 92%-ს არ აქვს ბერეტი და არ დადის ილიაში ბაგეტით. 100 % აცხადებს, რომ იბანს ყოველდღე.

მიუხედავად იმისა, რომ სტერეოტიპთა უმეტესობა არ გამოხატავს რეალობას, მათ მაინც მოაქვთ გარკვეული სარგებლიანობა. ზოგიერთ სტერეოტიპს ფრანგები იყენებენ საერთაშორისო რეკლამაში ფრანგული პროდუქციის გაყიდვის მიზნით. მართლაც რაა ამაზე უკეთესი, რომ სწრაფად გაყიდო ფრანგული პროდუქცია და ამაში გამოიყენო წარმოდგენა, ხატება, რაც უცხოელს საფრანგეთს მოაგონებს?! ეს სწორედ იმის წყალობით ხდება, რომ ეს სტერეოტიპები ყველა უცხოელის გონებაშია. ასე რომ, ეს სტრატეგია მართლაც მომგებიანია.

დამოწმებული ლიტერატურა

- ე. ბაბადი, 1983 - Babad, Elisha Y, The social self: group influences on personal identity, Sage, London, 1983.
- დ. კაცი, კ. ბრეილი, 1933- Katz D, Braly K., Racial stereotypes in one hundred college students // Journal of abnormal and social psychology, 1933.
- ი. ლეიენსი, 1994 - Levens, J. P. Yzebert, V. Shadron, G., Stereotypes and social cognition, sage Publications LTD, London, 1994.
- ვ. ლიპმანი, 1922- Lippmann, W., Public opinion, New-York, 1922.
- გ. მარინი, უ. სალაზარი, 1985 - Marin, G. Salazar, J. M. ,Determinants of hetero and autostereotypes: distance, level of contact and socioeconomic development in seven nations, 1985 .
- ე. ვინესკე, 1957- Vinecke, E., Stereotypes as social concepts, 1957.

SHORENA KHADURI

STEREOTYPES ABOUT FRANCE AND THE FRENCH

The subject matter of the article is that the word “stereotype” that comes from a Greek language. It is often translated as a “model”, “pattern”. The notion “stereotype” was first used by American scientist Walter Lippmann in 1922. Lippmann refers the notion of stereotype as “images in a head”, which corresponds to a group of people, fact or event. The phenomenon of a stereotype attracted the attention of a number of other scientists before long.

Stereotypes are categorized as auto and hetero stereotypes. Auto stereotypes are specified as a culture by the individual. As for hetero stereotype, it refers to a different culture.

Stereotypes derive from society and culture. They might consist contrasting beliefs simultaneously, either positive, or negative about habits and customs of diverse social groups.

The article discusses prevalent views towards different nations. Here is an extensive talk about the attitudes towards France and the French people of the representatives of different countries. The stereotypes are plenty in a number, holding positive as well as negative meanings.

Positive stereotypes primarily refer to cuisine and proper gastronomy. Balance between men and women are believed to be on an exceptional level, women are highly emancipated. France is recognized in a world scale as the old country, famous with its democratic values. France is considered to be the symbol of elegance, grace and perfection. France is known as a country of revolutions, and Paris is seen as the capital of fashion. Generally the art of life, cultural wealth, glamour of Paris, mosaic of regions are inherent values for the image of France. It's believed that in France everyone has remarkable style.

French people are considered to be adroit, attractive, patriot, intellectual, polite people. For many foreigners France and the French people are associated with elegance, romance ... It's also believed that French have the best wine and comestibles in the world. The French are regarded as the people with a highly developed culture with its fabulous art, poetry, language, literature, philosophy ... It's a country of human rights, science, modernity, humanism. France is famous as an ideal meeting place for paramours.

However, there are numerous negative stereotypes about France and French people. Foreigners think: the French are always on strike and going on strike is a kind of profession for them. France is supposed to be the country which always keeps the same position, where everything is verbalized a lot, where there are more commissions and public debates than anywhere else and still they are unable to change anything. It is proclaimed that administrative work in France is held in a very slow pace. French people are considered to be individualist, arrogant, reserved, egoist, aggressive, proud and impulsive kind of people, who complain about everything, think that they are always right and criticize others. It's believed that French are lazy for always going on holidays and being on strike. It's believed that every French smoke a cigarette. Many think that French women don't bother themselves avoiding needless hair and are easily accessible. Men are considered to be hot and seductive. French people are thought to be rude, for not being extroverts. The majority of French men are suspected to be homosexual. They are assumed to be very weak in military work. They drive dreadfully and hoot a lot. It's noted that the French are very weak in studying languages and they speak only French. The majority of them knows English however, they refuse using it.

It should be remarked that from the stereotypes given above most of them are exaggerated to say the least, most of them are preposterous and don't express reality. French use some stereotypes in advertisements in order to sell French production. Thus, stereotypes have some benefits and this strategy is really profitable.