

RU

Методика ассоциативного эксперимента в контексте метафорического моделирования (на материале испанского языка)

Горностаева Ю. А., Тербалян Д. М.

Аннотация. Цель исследования - описание опыта применения методики ассоциативного эксперимента для выявления метафорических моделей, используемых при конструировании образа России в испанских СМИ. Особое внимание уделяется компонентам структуры метафорических моделей: сфера-источник, сфера-мишень, переносимые признаки, фреймы. Научная новизна исследования заключается в применении метода ассоциативного эксперимента для верификации выделенных признаков, переносимых со сферы-источника на сферу-мишень при конструировании образа России в испаноязычных массмедиа. В результате выявлены и описаны метафорические модели, применяемые испанскими журналистами для конструирования образа РФ в массмедийном пространстве, и описан опыт использования методики ассоциативного эксперимента для верификации переносимых признаков.

EN

Associative Experiment Methodology in the Context of Metaphorical Modelling (by the Material of the Spanish Language)

Gornostaeva Y. A., Terbalyan D. M.

Abstract. The aim of the study is to describe the experience of applying the associative experiment methodology to identify metaphorical models used when constructing Russia's image in the Spanish media. Particular attention is paid to the components of the structure of metaphorical models: source domain, target domain, transferred properties, frames. Scientific novelty of the study lies in applying the associative experiment method to verify the selected properties transferred from a source domain to a target domain when constructing Russia's image in the Spanish-speaking mass media. As a result, the metaphorical models used by Spanish journalists to construct the image of the Russian Federation in the mass media space have been identified and described; the experience of using the associative experiment methodology to verify transferred properties has been described.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена, во-первых, чрезвычайной метафоричностью политического дискурса, которая обладает мощным манипулятивным потенциалом, во-вторых, необходимостью верификации актуализируемых внутри метафорической модели фреймов, посредством которых происходит перенос признаков из понятийного поля сферы-источника на сферу-мишень.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие задачи: во-первых, выявить и проанализировать метафорические модели, задействованные при конструировании образа России в испаноязычных массмедийных политических текстах, во-вторых, провести свободный ассоциативный эксперимент при участии носителей испанского языка, в-третьих, провести сравнительно-сопоставительный анализ метафорических моделей и результатов эксперимента.

В работе применяются следующие методы исследования: метод ассоциативного эксперимента, метод анализа политической метафоры, лексико-семантический анализ, метод метафорического моделирования.

Теоретической базой исследования послужили труды И. А. Стернина, А. В. Рудаковой (2011), О. Е. Виноградовой (2013; Виноградова, Стернин, 2017) и Ю. Н. Караулова (1994; 1999) по методам психолингвистики, а также работы Э. В. Будаева и А. П. Чудинова (2008; Чудинов, 2003), Дж. Лакоффа и М. Джонсона (1990) по метафорическому моделированию.

Практическая значимость исследования заключается в том, что оно открывает перспективы применения метода ассоциативного эксперимента в других исследовательских работах, посвященных анализу метафорических моделей, а также представляет практическую значимость в теории и практике преподавания таких дисциплин, как стилистика, прагматика, интерпретация текста на испанском языке.

Основная часть

Ассоциативный эксперимент как лингвистический инструментарий описания ментальных образов в массовом сознании этноса

Психонейрофизиологическая природа ассоциаций достаточно давно привлекает внимание лингвистов, которые считают, что процессы порождения речи и само языковое сознание могут эффективно исследоваться через изучение семантической структуры слова. Об ассоциативном значении слова лингвисты заговорили тогда, когда поняли, что интерпретация действительности во многом зависит не только от лексического, грамматического, словообразовательного и стилистического значений слова, но и от формируемого вокруг него индивидуального и коллективного ассоциативного поля, которое, по мнению Ю. Н. Караулова (1994, с. 17), максимально приближено к отражению некоторых мыслительных образов и структур.

Механизмы ассоциирования исследовались рядом отечественных и зарубежных лингвистов, которые предлагали различные варианты проведения и интерпретации результатов ассоциативного эксперимента, ставшего одним из востребованных лингвистических инструментов, активно применяемых в рамках так называемой ассоциативной лингвистики.

Как полагает Ю. Н. Караулов (1999), все ассоциативные реакции следует трактовать «как следы текстов, которые проходили в разное время или проходят в данный момент через ассоциативно-вербальную сеть испытуемого» (с. 14).

В традиционном понимании ассоциативный эксперимент помогает выявить ментальные образы мира, присущие тому или иному этносу, поэтому он является эффективным инструментом исследования языкового сознания и его национальной специфики.

Методика ассоциативного эксперимента применялась лингвистами для описания семантики слов (Виноградова, 2013; Коноваленко, 2011), выявления образа «себя» в языковом сознании (речевой самоидентификации) (Романова, 2017; Харченко, 2014), изучения стереотипов (Эрдниева, Абева, Бадмаева, 2018), выявления образа своей страны (Алексеева, 2011), исследования устойчивых словосочетаний (Лукашевич, Герасимова, 2018), определения влияния пандемии и других социальных явлений на сознание русскоговорящих (Салькова, 2021), изучения связи между языком и ментальностью билингвов (Алексеева, 2016); ассоциативный эксперимент использовался в методике преподавания иностранных языков (Мухаметзянова, Гарипова, Гарипова, 2013) и т.д. Таким образом, к методу ассоциативного эксперимента прибегали разные исследователи в широком спектре тем и для разных целей, но этот метод никогда не был использован для выявления и верификации понятийной области сферы источника и переносимых признаков при метафорическом моделировании.

Выделяют три вида ассоциативного эксперимента: свободный, направленный и цепочечный, каждый из которых отличается спецификой процедуры проведения, однако важным остается одно универсальное условие – ассоциативная реакция-ответ должна следовать немедленно, поскольку в этом и заключается психологическая сущность ассоциативного процесса (Фрумкина, 2007, с. 320).

В данном исследовании мы опираемся на свободный ассоциативный эксперимент, под которым понимаем вид ассоциативного эксперимента, в котором испытуемые ничем не ограничены и могут отвечать первой пришедшей в голову реакцией при предъявлении слова-стимула, потому что никаких формальных или семантических особенностей слова-реакции задано не было (Кавинкина, 2006, с. 217).

Согласно И. А. Стернину и А. В. Рудаковой (2011, с. 129), существует 4 этапа описания психолингвистического значения слова методом свободного ассоциативного эксперимента: 1. Проведение свободного ассоциативного эксперимента. 2. Обработка результатов эксперимента и построение ассоциативного поля слова-стимула. 3. Семантическая интерпретация результатов эксперимента. 4. Психолингвистическое описание значений слова-стимула и построение психологически реальной семантемы слова.

На наш взгляд, справедливо замечание С. В. Архиповой (2011, с. 7) о том, что ассоциативный эксперимент дает возможность получить некие общие ассоциативные нормы-ориентиры для изучаемого объекта и определить набор понятий, ставших его символами. Иными словами, результаты ассоциативного эксперимента позволяют сделать вывод об особенностях восприятия того или иного объекта/ситуации в массовом сознании определенного этноса. От этой мысли мы отталкивались, когда выдвигали нашу первую исследовательскую гипотезу. Так, если ассоциативный эксперимент позволяет получить универсальные для конкретной лингвокультуры характеристики объекта исследования, закрепленные в массовом сознании ее носителей, то его можно использовать в качестве способа описания особенностей восприятия данного объекта, образ которого в коллективном сознании формируется средствами массовой информации. В нашем случае речь идет об образе России, формируемом испанской и венесуэльской прессой посредством метафорической репрезентации страны.

В данной статье предпринимается попытка путем свободного ассоциативного эксперимента описать семантическое содержание слов, выступающих в качестве сфер-источников в метафорических моделях в языковом сознании испаноговорящих респондентов.

Таким образом, мы выдвигаем вторую гипотезу: если выделенные нами в испаноязычных статьях фреймы, актуализируемые внутри метафорических моделей, по результатам ассоциативного эксперимента входят в ядро ассоциативного поля слов-стимулов, являющихся сферой-источником этих метафорических моделей, то полученные в рамках проведенного языкового анализа результаты можно считать валидными.

Дизайн экспериментальной работы

Исследование было проведено в 3 этапа:

1. Анализ текста, выявлены метафорические модели и актуализирующиеся в их структуре фреймы.
2. Проведение ассоциативного эксперимента с участием носителей испанского языка.
3. Интерпретация результатов ассоциативного эксперимента в соответствии с этапами И. А. Стернина и А. В. Рудаковой (количественная, качественная и семантическая обработка).

Метафорическое моделирование в контексте дискурсивного конструирования образа

Центральным в рамках настоящего исследования является также понятие метафорической модели, которая считается одним из продуктивных инструментов влияния на ценностные представления людей и манипулирования общественным сознанием.

Одним из направлений исследования метафоры является теория когнитивной метафоры, основоположниками которой считаются Дж. Лакофф и М. Джонсон (1990). Представители Уральской школы политической лингвистики активно занимались исследованием метафорического моделирования образа России в СМИ США (Pyushkina, Chudinov, 2019), а также в интернет-дискурсе КНР (Солопова, Будаев, Бойко, 2020).

Ключевой термин данной работы – метафорическое моделирование. Э. В. Будаев и А. П. Чудинов (2008, с. 110; Чудинов, 2003, с. 53) определяют метафорическую модель как существующую или складывающуюся схему между концептуальными сферами (сферой-магнитом и сферой-источником). Эту схему можно представить формулой «X – это Y», причем связь между этими сферами понимается не как полное соответствие, а как подобие, то есть X подобен Y. Например, «политическая деятельность – это война; избирательная кампания – это путешествие; политические ресурсы – это деньги». Процедура анализа метафорических моделей любого дискурса охватывает следующие этапы: характеристику исходной области метафорического заимствования (сферы-источника), принимающей понятийной области (сферы-мишени), анализ относящихся к данной модели фреймов, типовых слотов, базовых концептов, компонента, связывающего первичные (в сфере-источнике) и метафорические (в сфере-мишени) смыслы охватываемых данной моделью единиц, определение прагматического потенциала модели, ее продуктивности.

Результаты и обсуждение

Материалом исследования стали массмедийные политические тексты авторитетных испанских изданий *El País* (<https://elpais.com>), *El Mundo* (<https://www.elmundo.es>), а также венесуэльских изданий *El Nacional* (<https://www.elnacional.com>), *Las Últimas Noticias* (<https://www.lun.com>) общим объемом 150000 знаков, отобранные методом целевой выборки. Тексты статей содержат упоминание о России.

Языковой анализ, проведенный на первом этапе, показал, что испанские и венесуэльские журналисты применяют ряд приемов, закрепляющих в сознании аудитории определенные метафорические модели, формирующие в общественном сознании определенный образ России. В испанских СМИ ключевыми метафорическими моделями являются «Россия – продукт СССР» и «Россия – агрессор».

1. Метафорическая модель «Россия – продукт СССР»

В структуре данной метафорической модели со сферой-источником «продукт СССР» и сферой-мишенью «Россия» актуализируются такие фреймы, как: 1) советский уклад жизни; 2) недемократические методы управления; 3) претензии на звание крупнейшей сверхдержавы – наследницы СССР.

Испанские журналисты пишут о советских (авторитарных) методах управления государством, которые исключают свободу слова и право голоса. Они подчеркивают намерение президента РФ «возродить» Советский Союз, чтобы расширить зону своего влияния и стать президентом еще более могущественного государства: *URSS 2* (СССР-2), *restaurar la URSS* (возродить СССР).

Вышеупомянутая метафора репрезентирована лексически через уподобление современной России СССР. Концептуализация российской политики как преступной и авторитарной часто осуществляется через единицы, нагруженные негативными оценочными коннотациями: *represalias* (репрессии), *métodos soviéticos* (советские методы), *abismo soviético* (советская бездна), *un vacío de información* (информационный вакуум).

Еще одной плоскостью, в которой испанские журналисты уподобляют Россию Советскому Союзу, является ее стремление к первенству: *imperio poderoso* (могущественная империя), *superpotencia* (супердержава), *único rival de Estados Unidos* (единственный конкурент США), *futuro de la humanidad* (будущее человечества).

По словам испанских журналистов, Россия всеми возможными путями пытается вернуть себе былое могущество и место на мировой арене, которыми обладал Советский Союз и которые были утрачены после распада страны.

Характеристики, присущие советскому периоду, испанскими журналистами приписываются России, таким образом происходит уподобление одной понятийной области другой и закрепление метафоры «Россия – продукт СССР».

2. Метафорическая модель «Россия – агрессор»

В рамках данной метафорической модели Россия предстает в роли оккупанта и завоевателя, стремящегося подчинить себе чужие территории и достигающего своих целей путем угроз и применения насилия. Актуализируются следующие фреймы: «империалистическая страна», «враг демократии», «захватчик».

В основе метафорической номинации России как агрессора почти всегда лежат концепты, связанные с военными действиями: военное вмешательство, захват чужих территорий, вторжение, ослабление соперника.

Лексическими репрезентантами особенностей агрессивного поведения России в текстах испанских СМИ являются глаголы *invadir* (вторгаться), *intervenir* (вмешиваться), *debilitar* (ослабить), *recrudescer* (ужесточить), а также словосочетания *provocar una crisis* (спровоцировать кризис), *control absoluto de todo el territorio* (абсолютный контроль над территориями), а также метафора *apetito expansivo* (аппетит к экспансии). При апеллировании к образу «завоевателя» и «оккупанта» журналисты стремятся убедить аудиторию в том, что Россию стоит воспринимать как врага, против которого справедливо вводить санкции и вести ответную агрессивную политику.

Подчеркивая империалистические намерения и агрессивную политику России, испанские журналисты стремятся закрепить в сознании аудитории ментальную схему «Россия – агрессор», которая впоследствии сделает эти две понятийные области неразделимыми для мировоззрения испанцев.

В СМИ Венесуэлы образ России конструируется при помощи других метафорических моделей: «Россия – владычица мира» и «Россия – спаситель».

3. Метафорическая модель «Россия – владычица мира»

В структуре данной метафорической модели сферой-мишенью выступает «Россия», а сферой-источником – «владычица мира», то есть признаки второго приписываются первому для реконструирования реальности посредством изменения образа сферы-мишени в картине мире реципиентов.

Метафорический перенос осуществляется при помощи фреймов «сильная экономика» и «военная держава мира».

В венесуэльских медиа регулярно подчеркивается независимость России и ее экономики от западных стран и то, как она справляется с экономическими трудностями без помощи извне: *superar las sanciones* (преодолеть санкции), *la primera potencia militar* (военная сверхдержава), *independencia del país* (независимость страны).

Венесуэльские журналисты акцентируют внимание на успешных военных действиях России, не оставляя без внимания и прошлое страны: *exitosa ofensiva* (успешное нападение), *destrozó la invasión de la Alemania nazi* (разгромила вторжение нацистской Германии).

Прагматический потенциал данной метафорической модели направлен на превознесение России, ее истории и ее лидеров. Эта ментальная схема закрепляет в сознании венесуэльцев образ России как дружественного государства и сверхдержавы со стабильной экономикой и последовательной внешней политикой.

4. Метафорическая модель «Россия – спаситель»

Последняя метафорическая модель, выделенная в данной работе, – «Россия – спаситель». В структуре данной метафорической модели «Россия» является сферой-мишенью, а «спаситель» – сферой-источником. Метафорический перенос характеристик сферы-источника на сферу-мишень происходит в контексте вакцинации и оказания гуманитарной помощи нуждающимся регионам.

Метафорическая модель «Россия – спасительница мира» закрепляет образ страны как помогающего государства с добрыми намерениями: Россия «обеспечивает безопасность» (*garantizar*), «защищает население» (*proteger, evacuar*).

Более того, метафорический перенос в текстах венесуэльских изданий часто происходит за счет концепта благодарности. Нередко употребляются конструкции *gracias a* (благодаря) и существительные «поддержка» (*apoyo*) и «помощь» (*ayuda*). Таким образом, в сознании реципиентов закрепляется идея, что Россия – союзник, которому венесуэльцы должны быть благодарны.

Данная метафорическая модель закрепляет в сознании аудитории идею о том, что сфера-мишень (Россия) обладает чертами, присущими сфере-источнику (спасителю). Так создается образ добродетельного государства, стремящегося прийти на помощь дружественным странам.

Чтобы верифицировать полученные результаты и показать, правильно ли определены признаки сферы-источника, переносимые на сферу-мишень, на втором этапе мы провели свободный ассоциативный эксперимент.

Для описания результатов эксперимента была использована модель интерпретации И. А. Стернина и А. В. Рудаковой (2011), включающая количественную (подсчет ответов-реакций), качественную (создание ассоциативного поля слов-стимулов), а также семантическую обработку (разделение на семантические группы) результатов эксперимента. В свободном ассоциативном эксперименте мы ставили перед собой **исследовательскую задачу** определить, какую семантику, по мнению носителей языка, имеют слова, являющиеся сферой-источником внутри выявленных нами метафорических моделей.

Испытуемые: носители испанского языка в возрасте от 18 до 30 лет. Задействовано 70 респондентов: 34 человека из Испании и 36 – из Венесуэлы.

Отбор материала для эксперимента был проведен следующим образом: из каждой из 4 выявленных нами метафорических моделей была взята сфера-источник и представлена участникам эксперимента в качестве слова-стимула. Испытуемым из Испании были предложены слова-стимулы, являющиеся сферой-источником в метафорических моделях, выявленных в СМИ Испании: 1) *agresor* (агрессор); 2) *el producto de USSR* (продукт СССР). Респонденты из Венесуэлы, в свою очередь, давали ответы на слова-стимулы, являющиеся сферой-источником в метафорических моделях, выявленных в СМИ Венесуэлы: 1) *la jefa del mundo* (владычица мира); 2) *el salvador del mundo* (спаситель мира).

Эксперимент проводился при помощи сервиса Google Forms. В скобках указано количество повторов реакции на слово-стимул.

1. Слово-стимул EL PRODUCTO DE URSS (ПРОДУКТ СССР)

«Продукт СССР» для испанцев связан в первую очередь с топонимами *Rusia* (Россия) (6), *Moscú* (Москва) (2); а также с коммунизмом, его атрибутами: *comunismo* (коммунизм) (11), *socialismo* (социализм) (4), *revolución* (революция) (2), *ideología* (идеология) (2), *colectivismo* (коллективизм), *bandera* (флаг), *golpe de estado* (государственный переворот), *izquierda* (левые), *expropiación* (национализация, экспроприация).

Некоторые ассоциации описывают «железный занавес»: *cerrado al mundo* (закрытый), *inaccesible* (недоступный), *lejano* (далекий).

Многие из респондентов дали негативные по отношению к советской идеологии ассоциации: *desintegración de una nación grande* (разобщение большой нации), *humanismo irrealista* (нереалистичный гуманизм), *fracaso ideológico* (идеологический провал), *estancamiento* (застой), *sufrimiento* (страдания), *polémico* (полемичный), *hundimiento* (оседание), *mentiras* (вранье), *enemigos* (враги), *corrupción* (коррупция), *separación* (разделение), *división* (дробление).

«Продукт СССР» в сознании испанцев часто ассоциируется с людьми и качеством их жизни: *pobreza* (бедность), *gente agradable* (приятные люди).

Советский период для испанцев тесно связан с политическими гонениями и диктатурой: *opresión* (угнетение), *violación de derechos humanos* (нарушение прав человека), *restricciones* (ограничения), *control* (контроль), *represalias* (репрессии), *dictadura* (диктатура), *represión* (подавление), *totalitario* (тоталитарный), *opreme a las personas* (подавляет людей).

Слово-стимул «Продукт СССР» в сознании испанцев ассоциируется с атрибутами советской жизни, причем как негативными, связанными с бедностью, недемократическими методами управления страной и угнетением, так и позитивными, такими как технологический прогресс, развитое производство и важный вклад в мировую историю.

2. Слово-стимул AGRESOR (АГРЕССОР)

Концепт «агрессор» (*agresor*) в сознании испанцев в первую очередь связан со словами, однокоренными слову «жестокость»: *violencia* (жестокость) (11), *violente* (жестокий) (8), *violador* (наильник, нарушитель прав) (8); «насилие»: *abuso* (насилие) (7); «господство»: *dominante* (господствующий), *dominador* (тот, кто доминирует); а также «плохой»: *malo* (плохой), *maltrato* (жестокое обращение).

«Агрессор» в сознании испанцев обладают следующими качествами: он «плохой» (*malo*), виновный (*culpable*), агрессивный (*agresivo*), неподконтрольный (*descontrolado*), хладнокровный (*sin remordimientos*).

«Агрессор» в сознании испанцев отождествляется с «человеком» (*hombre*), а также с различными наименованиями для преступников: «вор» (*ladrón*), «преступник» (*delincuente*), «правонарушитель» (*maltratador*), «угнетатель» (*discriminador*), «хулиган» (*bravucón*), «маньяк» (*acosador*), «мошенник» (*maleante*), «бандит» (*matón*), «правонарушитель», «разбойник» (*forajido*).

Значительная часть ассоциаций описывает способы проявления жестокости, к которым может прибегнуть «агрессор»: *amenaza* (угроза) (4), *intimidación* (устрашение) (4), *matar* (убить) (3), *pegar* (бить) (3), *opresión* (притеснение) (3), *forzar* (заставлять), *lastimar* (причинять боль), *agredir/atacar* (нападать).

Материальные инструменты, которыми пользуется «агрессор» для достижения своих целей и причинения вреда: *cuchillo* (нож), *navaja* (складной нож), *armas* (оружие), *bomba* (бомба), *tanque* (танк).

Помимо всего прочего, в сознании испанцев слово «агрессор» вызывает ассоциации с определенными личностями из мира политики: В. В. Путин (*Putin*), Аугусто Пиночет (*Pinochet*), Николас Мадуро (*Nicolas Maduro*).

Таким образом, слово-стимул «агрессор» имеет исключительно негативные ассоциации в сознании испанцев, поскольку оно связано с насилием, военными действиями, негативными эмоциями, известными диктаторами, а также жертвами агрессивных действий.

3. Слово-стимул LA JEFA DEL MUNDO (ВЛАДЫЧИЦА МИРА)

Концепт «владычица мира» (*la jefa del mundo*) в сознании испанцев в первую очередь связан со словами-топонимами: *EEUU* (США) (21), *China* (Китай) (18), *Rusia* (Россия) (11), *Alemania* (Германия) (2), *Canadá* (Канада), *Corea* (Корея), *India* (Индия), *Japón* (Япония).

Значительная часть ответов-реакций связана с религией, природой и мифами: *La Pacha Mamá* (божество в мифологии инков) (2), *oculto* у *oscuro* (темный и сакральный), *la Virgen María* (Дева Мария), *naturaleza* (природа), *Dios* (Бог).

В отдельную группу мы объединили ассоциации, связанные с влиянием: *poder* (сила) (2), *influencia* (влияние), *control del mundo* (контроль над миром), *autoridad* (власть); деньгами и богатством: *dinero* (деньги), *exceso* (избыток), *riqueza* (богатство); развитой экономикой и возможностями: *tecnología* (технологии), *recursos* (ресурсы), *gasolina* (газ), *energía* (энергия).

Слово-стимул «владычица мира» создает в сознании венесуэльцев образ сильного, могущественного государства с развитой экономикой и неограниченными ресурсами и влиянием. Однако образ этот имеет некоторые негативные аспекты, связанные с захватническими целями и войной.

4. Слово-стимул EL SALVADOR DEL MUNDO (СПАСИТЕЛЬ МИРА)

В силу религиозности венесуэльцев основными ассоциациями на слово-стимул «спаситель» являются ассоциации, связанные с религией: *Dios* (Бог), *Jesucristo* (Иисус Христос), *religión* (религия), *Papa Francisco* (Папа Франциск).

Для многих «спасителем» являются общечеловеческие ценности: *paz* (мир) (3), *el amor* (любовь), *civilización* (цивилизованность), *empatía* (эмпатия), *humanidad* (человечность), *unión* (союз), *apoyo* (поддержка), *acuerdo* (согласие), *justicia* (справедливость), *igualdad* (равенство), *amistad* (дружба).

В сознании многих венесуэльцев «спаситель» вызывает ассоциации, связанные с положительными качествами человека: *benevolente* (доброжелательный), *pacífico* (мирный), *respetado* (уважаемый), *querido* (любимый), *coraje* (смелость), *determinación* (решительность).

Среди реакций на слово-стимул «спаситель мира» были ответы религиозного характера, а также ответы, отрицающие существование какого-либо «спасителя». Несмотря на это, большая часть ассоциаций создает образ сильного и справедливого человека с добрыми намерениями.

Проанализировав полученные в ходе эксперимента ассоциации носителей языка, мы пришли к следующим выводам: ответы-реакции носителей испанского языка на данные нами слова-стимулы во многом перекликаются с фреймами, актуализируемыми в выделенных нами метафорических моделях: все фреймы, выделенные нами при анализе языкового материала на испанском языке, входят в ядро ассоциативного поля слов-стимулов. Сравнение производится в Таблице 1.

Таблица 1. Сравнение результатов эксперимента

Метафорическая модель «Россия – продукт СССР» (фреймы)	Слово-стимул «продукт СССР» (ассоциации)
Советский уклад жизни, недемократические методы управления, претензии на звание крупнейшей сверхдержавы – наследницы СССР.	Идеология, страдания, ядерное оружие, угнетение, ограничения, репрессии, нарушение прав человека, закрытый от мира, война за превосходство.
Метафорическая модель «Россия – агрессор» (фреймы)	Слово-стимул «агрессор» (ассоциации)
Захватчик, империалистическая страна, враг демократии.	Жестокость, агрессивный, оружие, насилие, преступник, убивать, подавление, угроза.
Метафорическая модель «Россия – владычица мира» (фреймы)	Слово-стимул «владычица мира» (ассоциации)
Освободитель мира от гегемонии США, освободитель мира от нацистов, военная держава мира, сильная экономика.	США, Китай, Россия, сила, власть, деньги, безопасность, технологии, ресурсы, военная мощь, интересы, влияние.
Метафорическая модель «Россия – спаситель» (фреймы)	Слово-стимул «спаситель» (ассоциации)
Спаситель от ковида, поставщик вакцины, спаситель мирного населения, всегда придет на помощь.	Иисус, религия, согласие, дружба, мир, единство, справедливость, равенство.

В Таблице 1 наглядно показано сходство семантики преобладающей части ассоциаций носителей испанского языка на данные им слова-стимулы и выделенных в метафорических моделях фреймов. Так, выявленные ранее признаки, переносимыми со сферы-источника на сферу-мишень, являются синонимичными или совпадают с большинством ассоциаций носителей испанского языка на слова-стимулы, а значит, они были определены корректно. Следовательно, метафорические модели были правильно сформулированы, а результаты исследования являются валидными.

Заключение

Таким образом, нами были выявлены и проанализированы метафорические модели, применяемые для конструирования образа России в испаноязычных СМИ. Мы пришли к выводу, что метод ассоциативного эксперимента, во-первых, может быть использован для выявления закрепленных в массовом сознании представлений определенной лингвокультуры характеристик-ассоциаций объекта исследования, в том числе переносимых со сферы-источника на сферу-мишень в рамках метафорического моделирования. Во-вторых, данная экспериментальная методика дает возможность верифицировать выявленные в ходе языкового анализа фреймы, актуализируемые в рамках конкретной метафорической модели. В-третьих, становится возможным сделать вывод о том, насколько эффективны манипулятивные стратегии воздействия, применяемые средствами массовой информации для конструирования «удобного» им образа политического оппонента, поскольку можно понять, действительно ли переносимые на сферу-мишень характеристики закрепляются в сознании массового адресата. И наконец, по результатам ассоциативного эксперимента можно косвенно судить о продуктивности метафорических моделей, поскольку многие ответы-реакции испытуемых являются прямой демонстрацией их позиции и взглядов, сформированных современными медиатекстами (например, ответы «США» на слово-стимул «владыка мира» и т.д.).

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более детальном изучении метода ассоциативного эксперимента как инструмента верификации метафорических моделей, выявлении новых метафорических моделей в политических массмедийных текстах, а также в привлечении материала на другом иностранном языке.

Источники | References

1. Алексеева А. А. Представления о России ее жителей (по данным ассоциативного эксперимента) // Сибирский филологический журнал. 2011. № 2.
2. Алексеева Е. М. Билингвальная репрезентация психических состояний на ассоциативном уровне // Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2016. № 5.
3. Архипова С. В. Ассоциативный эксперимент в психолингвистике // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. № 11.
4. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации: монография. М.: Флинта; Наука, 2008.
5. Виноградова О. Е. Направленный ассоциативный эксперимент в описании семантики слова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2013. № 161.
6. Виноградова О. Е., Стернин И. А. Психолингвистические методы в описании семантики слова // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6 «Языкознание: реферативный журнал». 2017. № 3.
7. Кавинкина И. Н. Проявление гендера в речевом поведении носителей русского языка. Гродно: ГрГУ, 2006.
8. Караулов Ю. Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: ИРЯ РАН, 1999.
9. Караулов Ю. Н. От структуры ассоциативного словаря к структуре языковой способности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Филология. Журналистика». 1994. № 1.
10. Коноваленко И. В. Структура концепта ВЛАСТЬ (по данным ассоциативного эксперимента) // Вестник Омского государственного университета. 2011. № 3.
11. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми живем. М., 1990.
12. Лукашевич Н. В., Герасимова А. А. Определение устойчивых словосочетаний методом ассоциативного эксперимента // Вестник Московского университета. Серия 9 «Филология». 2018. № 1.
13. Мухаметзянова Л. Р., Гарипова Л. Р., Гарипова Г. Р. Использование ассоциативного эксперимента в методике преподавания иностранных языков // Вестник Казанского технологического университета. 2013. № 18.
14. Романова Т. В. Речевая самоидентификация по данным ассоциативного эксперимента // Политическая лингвистика. 2017. № 6.
15. Салькова В. В. Влияние пандемии COVID-19 на динамику ассоциативных рядов у носителей русского языка (по данным ассоциативного эксперимента) // Тульский научный вестник. Серия «История. Языкознание». 2021. № 3 (7).
16. Солопова О. А., Будаев Э. В., Бойко А. В. Метафорический образ будущего России в неинституциональном политическом интернет-дискурсе КНР // Политическая лингвистика. 2020. № 6 (84).
17. Стернин И. А., Рудакова А. В. Психолингвистическое значение слова и его описание: монография. Саарбрюккен: Lambert Academic Publishing, 2011.
18. Фрумкина Р. М. Психолингвистика. М.: Академия, 2007.
19. Харченко Е. В. Я-идентификация современных студентов (на примере ассоциативного эксперимента) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2014. № 1.
20. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография. Екатеринбург: УГПУ, 2003.
21. Эрдниева Э. В., Абеева О. Н., Бадмаева А. П. Стереотипные и индивидуальные сравнения (по результатам ассоциативного эксперимента) // Вестник Калмыцкого государственного университета. 2018. № 4 (40).
22. Pyushkina M., Chudinov A. Metaphorical Modeling of Russia's Image in the Mass Media: The Case of American Press // Язык и культура. 2019. № 45.

Информация об авторах | Author information**RU****Горностаева Юлия Андреевна¹**, к. филол. н.**Тербалян Диана Мовсесовна²**^{1,2} Сибирский федеральный университет, г. Красноярск**EN****Gornostaeva Yulia Andreevna¹**, PhD**Terbalyan Diana Movsesovna²**^{1,2} Siberian Federal University, Krasnoyarsk¹ yulyatald@yandex.ru, ² dianaterb@gmail.com**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 28.07.2022; опубликовано (published): 10.10.2022.

Ключевые слова (keywords): политический массмедийный дискурс; метафорическое моделирование; сфера-мишень; сфера-источник; ассоциативный эксперимент; political mass media discourse; metaphorical modelling; target domain; source domain; associative experiment.