

Оригинальная статья / Original article

УДК 81`23

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-1-39-54>

Репрезентация образа *России* в сознании молодёжной социально-демографической группы (на материале результатов психолингвистического эксперимента)

А.В. Анненкова¹✉, Е.А. Таныгина¹

¹Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

Резюме

Представленное исследование анализирует особенности формирования образа *России* в современном сознании молодёжной социально-демографической группы с точки зрения психолингвистики на основе результатов психолингвистического экспериментального исследования.

На современном этапе общественно-политического развития государства и общества особую значимость приобретает изучение многогранного понятия образ *России*. **Актуальность** выбранной темы исследования состоит также в том, что анализ образа *России*, сформированного в сознании молодёжи, предполагает глубокое понимание фундаментальных принципов культурного и социального развития молодёжи, а их изучение позволит глубже понять их национальную идентичность. В сфере современной гуманитарной парадигмы особое внимание уделяется пониманию сущности и механизмов, лежащих в основе формирования внутреннего и внешнего образа, стоящего за стимульным объектом. Формирование образа *России* в сознании индивида представляется как интерференция происходящих в его жизни событий, его фоновых знаний об исследуемом стимульном объекте и явлений окружающей действительности на основе подобия, сходства или аналогии.

Целью исследования стало изучение образа *России*, сформированного в сознании представителей молодёжной социально-демографической группы, и его анализ с точки зрения психолингвистики.

Основным **методом**, использованным при проведении экспериментального исследования, являлся свободный ассоциативный эксперимент. Для анализа полученных данных были применены описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы, комплексная имплементация которых позволила построить ассоциативные поля образа *России*, сформированного в сознании индивида, представляющего молодёжную социально-демографическую группу.

Материалом для исследования послужили ассоциации, полученные в ходе проведенного нами в ноябре 2021 г. свободного ассоциативного эксперимента среди студентов Юго-Западного государственного университета (г. Курск).

В результате проведённого экспериментального исследования был получен большой объём практического материала, анализ которого позволил построить лексикографическое ассоциативное поле, а также ассоциативные поля образа *России* с точки зрения семантического распределения ассоциатов и характера вербальных средств предсказания. Структура полученного нами ассоциативного поля образа *России*, сформированного в сознании молодёжи, верифицируется данными лексикографических источников.

Ключевые слова: образ; языковое сознание; ассоциативный эксперимент; *Россия*; ассоциативное поле; молодёжь.

Конфликт интересов: Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Анненкова А.В., Таныгина Е.А. Репрезентация образа *России* в сознании молодёжной социально-демографической группы (на материале результатов психолингвистического эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2025. Т. 15, № 1. С. 39-54. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-1-39-54>.

Статья поступила в редакцию 29.01.2025

Статья подписана в печать 17.02.2025

Статья опубликована 25.04.2025

© Анненкова А.В., Таныгина Е.А., 2025

The Representation of the Image of Russia in the Minds of a Youth Socio-Demographic Group (Based on the Results of a Psycholinguistic Experiment)

Antonina V. Annenkova¹✉, Elena A. Tanygina¹

¹Southwest State University

50 let Oktyabrya Str., 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

Abstract

The presented study analyzes the features of the formation of the image of Russia in the modern consciousness of the youth socio-demographic group from the point of view of psycholinguistics. The study is based on the results of a psycholinguistic experiment.

At the present stage of the socio-political development of the state and society the study of the multifaceted concept of the image of Russia is of particular importance. The relevance of the chosen research topic also lies in the fact that analyzing the image of Russia formed in the minds of young people presupposes a deep understanding of the fundamental principles of cultural and social development of young people. Their study will allow for a deeper understanding of their national identity. In the field of the modern humanitarian paradigm special attention is paid to the understanding of the essence and mechanisms of the formation of the internal and external image behind the stimulus object. The formation of the image of Russia in the consciousness of an individual represents an interference of events occurring in his life, his background knowledge about the studied stimulus object and the phenomena of the surrounding reality based on similarity or analogy.

The purpose of the study is to study the image of Russia formed in the minds of representatives of the youth socio-demographic group and to analyze it from the point of view of psycholinguistics.

The main method used in conducting the experimental study was a free associative experiment. To analyze the data obtained we used descriptive-analytical and comparative methods. The complex implementation of these methods made it possible to build associative fields of the image of Russia formed in the mind of an individual representing a youth socio-demographic group.

The material for the study was the associations obtained during a free associative experiment conducted by us in November 2021 among the students of Southwest State University (Kursk).

As a result of the conducted experimental research a large amount of practical material was obtained. The analysis of the material made it possible to construct a lexicographic associative field as well as associative fields of the image of Russia in terms of the semantic distribution of associates and the nature of verbal means of predication. The structure of the associative field of the image of Russia that we have obtained is verified by the data from lexicographic sources.

Keywords: *image; linguistic consciousness; associative experiment; Russia; associative field; youth.*

Conflict of interest: *The Authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.*

For citation: Annenkova A.V., Tanygina E.A. The Representation of the Image of Russia in the Minds of a Youth Socio-Demographic Group (Based on the Results of a Psycholinguistic Experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2025; 15(1): 39–54 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2025-15-1-39-54>.

Received 29.01.2025

Accepted 17.02.2025

Published 25.04.2025

Введение

Изучение образа *России*, сформировавшегося в сознании индивида, является актуальной проблемой различных отраслей гуманитарной науки: политологии,

социологии, философии, литературоведения, лингвистики и др. Среди социологических исследований можно отметить исследование образа *России* в сознании молодёжи постсоветских стран, в кото-

ром приводится опыт «социологической оценки восприятия молодёжью постсоветских стран современных российских гуманитарных проектов, её готовности включаться в предлагаемые Россией международные образовательные проекты» [1, с. 212], и работу О.В. Ярмак, А.М. Канах и В.Е. Архипенко [2], посвящённую мониторинговому исследованию формирования образа *России* в сознании молодёжи Крыма и Севастополя. Среди политических исследований с рассматриваемой темой коррелируют работа А.В. Селезневой и И.С. Палитай [3], в которой проводится анализ восприятия образа своей страны российской молодёжью с точки зрения ценностно-символического и политико-культурного аспектов, и работа Д.А. Будко и Г.В. Лукьяновой [4], посвящённая исследованию образа идеальной России в сознании студенческой молодёжи, представленного образами страны, власти и политического лидера, являющимися «своеобразной проекцией тех политических процессов и явлений, которые происходят в настоящее время в мире» [4, с. 184]. Отдельно выделяется работа О.А. Андреевой и Л.В. Левиной, рассматривающая образ *России* с лингвофилософской точки зрения [5]. Интересны также исследования образа власти [6, 7] как неотъемлемой составляющей образа любой страны. К лингвистическим исследованиям можно отнести работы О.П. Фесенко [8] по изучению образа *России* в языковом сознании представителей СНГ, О.А. Солоповой и С.Л. Кушнерук [9] по изучению образа *России* в британских СМИ, работу Н.И. Степыкина и В.И. Гуриной по моделированию ассоциативного поля концепта *Россия* на основании данных русских и англоязычных ассоциативных словарей [10], работу О.А. Андреевой и Р.В. Попадинца [11], а также исследование О.В. Дмитровой, которая в своих работах обратилась к исследованию образа *России* в медийном пространстве США [12]. Несмотря на приведённые выше примеры работ, свя-

занных с изучением образа *России*, следует отметить недостаточную исследованность образа *России* с точки зрения лингвистики в целом и психолингвистики в частности, что послужило причиной выбора образа *России* в качестве объекта исследования.

Целью исследования выступило изучение образа *России* в сознании современной молодёжи с использованием психолингвистических методов. Основной гипотезой стало положение о том, что интерпретация образа *России* в сознании индивида является интерференцией событий и явлений окружающей действительности, связанных с Россией и её образом, на основе когнитивного механизма метафоризации¹ [13]. То есть индивид проецирует свой жизненный опыт и образы, сформированные в сознании, на предъявляемый ему стимульный объект. Выбор молодёжной социально-демографической группы в качестве основной исследовательской категории обусловлен тем, что именно данная категория составляет социально активную прослойку населения, занимающую определённое устойчивое положение в обществе как представители больших социально-профессиональных групп «Студенчество» и «Профессиональные работники», которые обладают высоким уровнем социальной мобильности и активно участвуют в формировании гражданско-правовой позиции общества.

Знания, приобретаемые человеком, непосредственно перекликаются с его эмоционально-оценочным отношением к окружающей действительности и воспринимаемой информацией, поэтому одни и те же явления, понятия или события разными индивидами оцениваются и трактуются по-разному, что влияет на

¹ Анненкова А.В. Специфика функционирования образов имиджевой рекламы в индивидуальном лексиконе (экспериментальное исследование): дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2018. 229 с.

формирование образа в сознании индивида в каждой конкретной ситуации. Формирование образа *России* в сознании опосредованно обусловлено текущими событиями и обстановкой в обществе, стране и/или в мире. Согласно В.П. Зинченко, уникальной чертой живого знания является то, что «человек узнает себя в нём, оно не выступает в качестве чуждой (отчужденной) для него реальности или силы» [14, с. 86].

Результаты и обсуждение

С целью выявления особенностей формирования образа *России* в сознании современной молодёжи было проведено экспериментальное исследование с использованием инструментария интернет-сервиса Google Forms, в котором приняли участие 606 респондентов: 390 мужчин и 216 женщин в возрасте от 17 до 35 лет. Экспериментальное исследование проводилось с использованием свободного ассоциативного эксперимента (САЭ), семантического дифференциала (СД) и метода анкетирования. Выбор указанных экспериментальных методик позволил нам всесторонне рассмотреть сформированность образа *России* в сознании индивида с позиции разных аспектуальных подходов. Уточним, что представленное экспериментальное исследование было проведено в период с ноября по декабрь 2021 г. при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31248.

В рамках данной статьи будет рассмотрена только первая часть экспериментального исследования, представленная реакциями ии. в САЭ, который является одним из наиболее эффективных методов исследования образов слов в языковом сознании индивида [15-22]. Всего в ходе эксперимента было получено 618 реакций, зафиксировано 2 отказа. Большинство ии. ограничились одной ассоциацией, однако также можно отметить наличие ряда развернутых ассоциаций, например, *водка, грязь, бедность; День-*

ги, жизнь, красота; Коррупция, нестабильность, рост цен; Лес, Медведи, Водка; Москва, Красная Площадь; Моя родина, родной дом, родная страна; Парад на 9 мая, родные поля и леса; Петергоф, Кремль, Байкал, леса. Кроме того, было получено несколько описательных реакций: «*Родина, единство людей, языка, культуры и истории*», «*Россия - это когда свои ресурсы продают своим гражданам дороже, чем за границу. Низкий уровень жизни. Прощаем долги миллиарды другим странам, а потом по телевизору собираем деньги на лечение детей*» (Прим. – эту ассоциацию мы не включили в итоговое АП), «*Строили, строили, не получилось... А и так сойдет*», «*Хорошая, большая но бессовестная*». Развёрнутые реакции такого плана характеризуют более глубокое отношение ии. к предъявляемому стимулу.

Реакции САЭ отражают корреляцию сходства, аналогии или подобия, лежащих в основе формирования и закрепления в сознании индивида языковых ассоциаций на предъявляемый стимульный объект. Отклики ии. составляют ассоциативное поле (АП) стимульного объекта [23-28], в данном случае образа *России*, сформированного в сознании ии. Для построения АП по результатам проведённого САЭ необходимо проанализировать частотность встречаемости полученных ассоциатов, а затем определить ядро, базовый слой и периферию. Реакции, полученные в результате САЭ на стимульный объект – слово *Россия*, были классифицированы и объединены в группы по семантическому критерию, анализ которых позволил выделить структурные элементы образа *России* в сознании ии. При проведении категоризации за основу нами был взят семантический критерий или категориальное грамматическое значения слова, что предполагало реализацию процесса классификации путём отнесения каждой конкретной реакции от ии. к широкой понятийной категории, характеризующейся обобщённым значени-

ем. Категоризируя ассоциаты, мы, в том числе, основывались и на результаты работы авторов, занимавшихся изучением концептов и их АП [29-34].

При построении АП нами были приняты следующие пороговые значения оценки частотности ассоциатов семантических групп для разделения их на слои: общее пороговое значение для отнесения семантической группы к ядру составило 20 % и более (самая большая по количеству входящих реакций семантическая группа), базовый слой составили группы

с процентным соотношением реакций от 10 до 20 %, к периферийному слою были отнесены все оставшиеся группы. Кроме того, следует учесть и возможность разделения периферийного слоя на ближнюю периферию (менее 10 %) и дальнюю периферию (отдельные единичные реакции, которые не отнесены ни к одной из тематических групп).

Получившееся АП образа *Россия*, сформированного в сознании индивида, представлено на рис. 1.

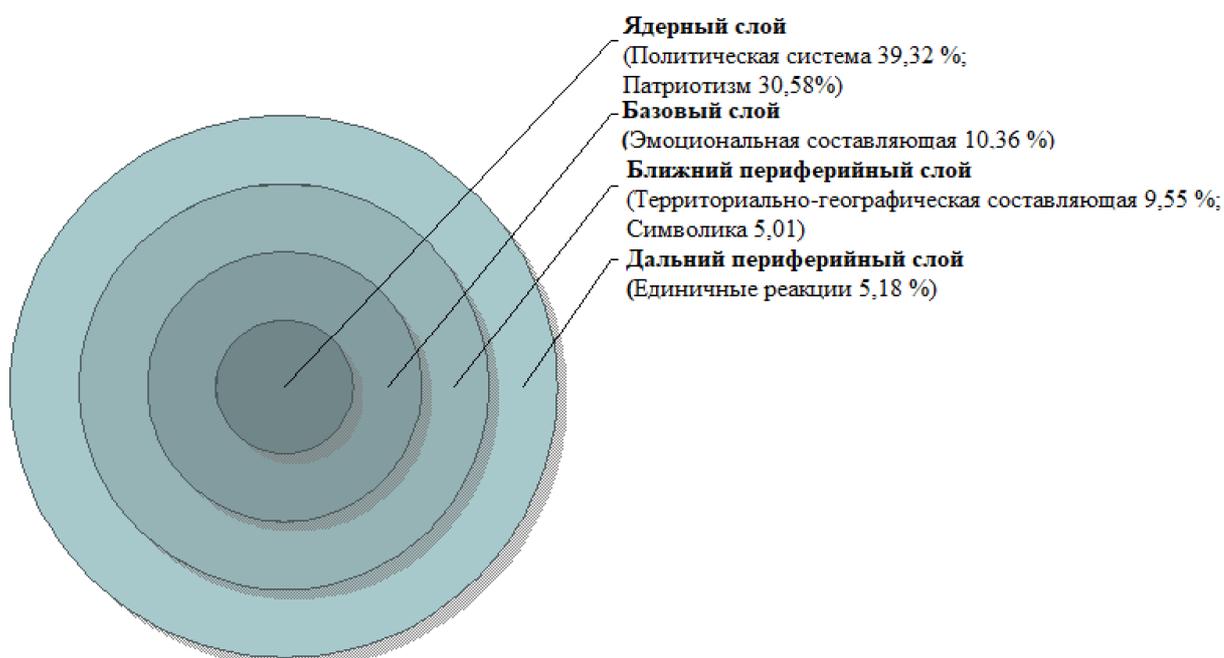


Рис. 1. Ассоциативное поле образа *Россия*, сформированного в сознании индивида

Fig. 1. The associative field of the image of *Russia* formed in the individual's mind

Если рассмотреть ассоциативное поле образа *России*, сформированного в сознании индивида (см. рис. 1), то очевидно, что ядерный слой представлен семантическими группами «Политическая система» – 39,32 % (243 реакции: *страна* 163, *Путин* 32, *государство* 12, *Россия* 7, *коррупция* 4, *империя* 3, *деньги* 2, *держава* 2, *диктатура* 2, *Расея* 2, *Русь* 2, *антиутопия*, *армия*, *застой*, *военная мощь*, *воровство*, *Россия*), *карта мира*, *федерация*, *крепостна*, *милитаризированная*

страна, *один президент*, *Советская Россия*) и «Патриотизм» – 30,58% (189 реакций: *Родина* 119, *дом* 12, *моя страна* 10, *Мать* 4, *Моя Родина* 4, *патриотизм* 4, *для русских* 3, *Матушка* 3, *священная наша держава* 3, *Моя* 2, *великая держава*, *великая история*, *великая многонациональная страна*, *где я живу*, *Родина моя*, *родной дом*, *родная страна*, *родные поля и леса*, *русская душа*, *Русские Люди*, *единая*; *единство людей*, *языка*, *культуры и истории*; *Это мой дом*, *любовь*,

любовь к Родине, Мать наша, Моя родная страна, Моя, Наша, отчизна, парад на 9 мая, патриот, Славься, страна в которой живу; русский, слава); базовый слой один и его составляет семантическая группа «Эмоциональная составляющая» – 10,36 % (64 реакции – бедность 10, гордость 4, сила 4, великая 3, Вперёд 2, грязь 2, красота 2, несправедливость 2, щедрая душа 2, The best, боль, для грустных, Россия для русских, свобода, снова воскреснет, плохие дороги, страна возможностей, Строили, строили, не получилось... А и так сойдет; плен, терпение, топ, убожество, холод, хорошая, большая но бессовестная; щедрость, многострадальная, фигня, крутая, круто, Лучшая в мире страна!!!!!!!!!!!!!!!, Надо возродить, Не великая, Не верю в нее, нестабильность, скука, дорогой бензин, хорошие дороги, быдло, нищий менталитет, нищета, низкий уровень жизни). Данные ии. ассоциаты позволили разделить периферийный слой на ближний и дальний. Ближняя периферия представлена семантическими группами «Территориально-географическая составляющая» – 9,55 % (59 реакций – Москва 16, Курск 8, большая 4, большая страна 3, леса 3, природа 3, лес 2, просторы 2, самая большая страна 2, Санкт-Петербург 2, Украина 2, территория 2, масштаб, Байкал, большая площадь, Петергоф, улицы, крупнейшая страна мира, обширная, огромная страна, от Волги до Енисея, Сибирь) и «Символика» – 5,01 % (31 реакция: флаг 8, медведь 5, водка 4, берёза 2, Кремль 2, медведи 2, дороги 2, берёзки, березы, гимн, триколор, Красная Площадь, Матрешка). Слой дальней периферии наполнен единичными реакциями – 5,18 % от всех данных откликов (32 реакции: да 10, Автоваз, будущее, в перде, Гагарин, Жигули, помойка, провинция, Рост, рост цен, Рулит, Достоевский, жизнь, запрет, зелень, история, комедии с Галустяном плохого качества, Юзгу, литература, люди, Не просила вас рожать, ок, слезы), которые достаточно

сложно отнести к какой-то одной определённой обобщённой семантической группе. Эти реакции было решено дальше более подробно не категоризировать, чтобы не перегружать АП неинформативными данными.

Анализируя АП образа **Россия** (см. рис. 1), можно сделать вывод, что для ии. образ **России** коррелирует со сложившимися у респондентов представлениями о политическом устройстве страны, её президенте, а также проблематикой патриотизма и любви к своей стране, Родине, что и отражается в доминантности этих семантических групп. Важное значение при формировании образа **России** в сознании индивида играет его положение, эмоциональное состояние и окружающая его ситуация, что может окрасить сформированный в его сознании внутренний образ **России** как негативно, так и позитивно, что нашло отражение в реакциях семантической группы «Эмоциональное состояние», полученным от ии. в ситуации «здесь-и-сейчас», что также оказало влияние на восприятие слова-стимула **Россия** и продуцируемые ассоциаты.

Периферийными реакциями АП образа **России** являются ассоциаты семантических групп «Территориально-географическая составляющая» и «Символика», что отражает незначительность данных характеристик в сформированном у молодёжи многофакторном образе **России**. Единичные реакции показывают уникальные ассоциаты, связывающие восприятие ии. со словом-стимулом **Россия**. Такие ассоциации основаны на отдалённых связях, сложно предсказуемы и анализируемы, тем не менее они дают возможность определить те фрагменты действительности, с которыми в сознании индивида соотносится слово-стимул и отражают контекстные ситуации, с которыми ии. связывает слово-стимул, например, такие ассоциаты как *Достоевский, Гагарин, Автоваз* связывают слово **Россия** с прецедентными именами, широко известными в окружении ии. и в

обществе. Можно предположить, что данные реакции эксплицируют индивидуальное знание испытуемых об исследуемом стимульном объекте [35]. Кроме того, необходимо отметить высокую эмоциональность реакций, полученных от ии., которые расположены в разных семантических группах, например, *самая большая страна, родные поля и леса, великая история, многострадальная, боль, для грустных, священная наша держава*. Большинство представленных ассоциаций являются стилистически нейтральными, однако можно также отметить ряд реакций с положительной (6,2%) и отрицательной (6,68%) окраской.

Полученное нами разнообразие реакций может быть объяснено тем, что при восприятии слова-стимула у индивида происходит идентификация лексемы стимульного слова и в его сознании формируется доминантный (наиболее релевантный) образ окружающей его действительности, характеризующий индивидуализированный момент времени и ситуацию «здесь-и-сейчас» [6, 31, 35]. При выборе ассоциаций на предъявляемые ии. стимульные слова ии. опирается на знания о нём, своё эмоционально-чувственное восприятие, ситуацию взаимодействия и взаимосвязи со стимульным словом, например, *комедии с Галустяном плохого качества, Не просила вас рожать, от Волги до Енисея*.

Сравним полученные в ходе эксперимента данные с данными предыдущих исследований [36-38]. В центре ассоциативного поля по данным ЕВРАС находятся ассоциации *страна* 149 (28,01%); *Родина* 89 (16,72%); *родина* 54 (10,15%); *великая* 21 (3,95%); *мать* 18 (3,38%); *держава* 12 (2,26%); *матушка* 11 (2,07%); *государство* 10 (1,88%). По данным русского регионального ассоциативного словаря: *страна* 111 (21,98%); *родина* 72 (14,26%); *Родина* 45 (8,91%) (всего 23,17%); *великая* 21 (4,16%); *большая* 18 (3,56%); *мать* 15 (2,97%); *держава* 14 (2,77%); *матушка* 12

(2,38%). Мы видим, что по данным представленных лексикографических источников *Россия* воспринимается не только как страна, но и как Родина, причём многие испытуемые написали это слово с заглавной буквы, тем самым подчеркивая его значение. Реакции *родина* и *страна* имеют в данных исследования практически одинаковое значение и находятся в центре представленного ассоциативного поля. Так же к центру ассоциативного поля относятся такие реакции, как *великая, мать и держава*. При сопоставлении представленных результатов с данными нашего исследования можно отметить, что ядро ассоциативного поля исследуемого концепта претерпело ряд изменений. Так, роль реакции *страна* (26,38%) немного выросла относительно реакции *родина* (19,26%). Кроме того, реакции *великая, большая и мать* сместились с центра ассоциативного поля ближе к его периферии, уступив место ассоциациям *Путин* (5,18%), *Москва* (2,59%) и *государство* (1,94%) (эти реакции были также зафиксированы в предыдущих исследованиях, однако их доля была ниже).

Рассмотрим полученные в ходе ассоциативного эксперимента реакции с точки зрения характера вербальных средств предикции, согласно классификации, предложенной в работах Н.И. Степыкина [10, 39, 40, 41], который выделяет в ассоциативном поле любого ассоциата четыре вида реакций:

Понятийные реакции (всего 330 реакций, 54,3%): *страна* 163, *Родина* 119, *государство* 12, *Россия* 7, *большая* 4, *патриотизм* 4, *большая страна* 3, *империя* 3, *держава* 2, *диктатура* 2, *самая большая страна* 2, *территория* 2, *большая площадь отчизна*, *патриот*, *Россия*, *русский*, *страна в которой живу*; *федерация*.

Реакции-представления (162 реакции, 26,64%): *Путин* 32, *Москва* 16, *дом* 12, *Курск* 8, *флаг* 8, *медведь* 5, *водка* 4, *коррупция* 4, *леса* 3, *природа* 3, *берёза* 2, *грязь* 2, *деньги* 2, *дороги* 2, *Кремль* 2, *лес*

2, медведи 2, просторы 2, Расея 2, Русь 2, Санкт-Петербург 2, Украина 2, Автоваз, армия, Байкал, берёзки, березы, военная мощь, воровство, Гагарин, гимн, дорогой бензин, Достоевский, единство людей, языка, культуры и истории; Жигули, жизнь, зелень, история, карта мира, комедии с Галустяном плохого качества, Красная Площадь, литература, люди, маситаб, Матрешка, милитаризованная страна, обширная, огромная страна, один президент, парад на 9 мая, Петергоф, плохие дороги, провинция, Родина моя, родной дом, родная страна, родные поля и леса, рост, рост цен, Русские Люди, Сибирь, Советская Россия, терпение, триколор, улицы, холод, Юзгу.

Эмоционально-оценочные реакции (92 реакции, 15,13%): бедность 10, да 10, моя страна 10, гордость 4, Мать 4, Моя Родина 4, сила 4, великая 3, Матушка 3, красота 2, Моя 2, несправедливость 2, The best, антиутопия, боль, будущее, быдло, в перде, великая держава, великая история, великая многонациональная страна, запрет, застой, крепостна,

крупнейшая страна мира, крутая, круто, Лучшая в мире страна!!!!!!!!!!!!!! , любовь, любовь к Родине, Мать наша, многострадальная, Моя родная страна, Моя, Наша, Не великая, Не верю в нее, нестабильность, низкий уровень жизни, нищета, нищий менталитет, помойка, свобода, скука, слава, слезы, тлен, топ, убожество, фигня, хорошая, большая но бессовестная; хорошие дороги, щедрость, Это мой дом.

Операциональные ассоциаты (24 реакции, 3,95%): для русских 3, священная наша держава 3, Вперёд 2, щедрая душа 2, где я живу, для грустных, единая, Надо возродить, Не просила вас рожать, ок, от Волги до Енисея, Россия для русских, Рулит, русская душа, Славься, снова воскреснет, страна возможностей, Строили, строили, не получилось... А и так сойдет.

Структура полученного в нашем эксперименте ассоциативного поля с точки зрения характера вербальных средств предсказания представлена на рис. 2.

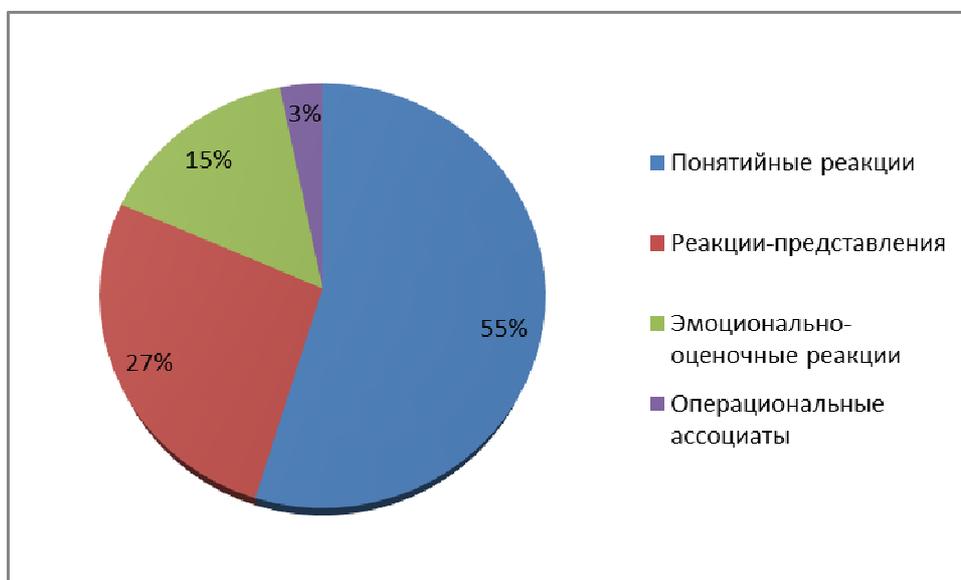


Рис. 2. Структура ассоциативного поля образа **России**

Fig. 2. The structure of the associative field of the image of **Russia**

По сравнению с данными аналогичного анализа ассоциативных словарей

русского языка, приведенного в работе Н.И. Степыкина и В.И. Гуриной [10, с.54-

56], можно отметить, что за последнее время в ассоциативном поле концепта *Россия* произошло увеличение числа понятийных ассоциаций. Так, по данным РАС и СИБАС доля понятийных ассоциаций была 40% и 41% соответственно, в нашем же эксперименте доля таких реакций составила 54,3%. В то же время уменьшилась доля эмоционально-оценочных реакций с 25% (СИБАС) и 27% (РАС) до 15,13%. По доле понятийных (26,64%) и операциональных (3,95%) реакций данные нашего эксперимента близки к данным СИБАС (30% и 4%). В РАС же зафиксировано 15% и 18%. Полученные нами данные подтверждают высказанную в работе Н.И. Степыкина мысль о нивелировании языковых ориентиров в сознании рядовых носителей русского языка. Подобная тенденция отмечалась нами ранее при изучении процесса трансформации образа цвета в сознании носителей русской культуры [42, 43].

Выводы

Данные проведённого психолингвистического эксперимента с использованием методики свободных ассоциаций и последующий их анализ с привлечением описательно-аналитического и сравнительно-сопоставительного методов позволили построить ассоциативное поле образа *России*, сформированного в сознании индивида, представляющего молодёжную социально-демографическую группу.

Так, ассоциативно-семантическое поле образа *России* доминантно представлено ассоциатами, принадлежащими семантическим группам «Политическая система» и «Патриотизм», что отражает существующую в современном российском обществе доминанту на заинтересованность внутренней общественно-политической системой страны, её международными контактами, а также подъём идей патриотизма, который занимал и занимает важное место не только в духов-

ной жизни российского общества, но и во всех основных сферах деятельности индивида – в идеологии, политике, культуре, экономике и т.п., своеобразно «переплетая» между собой реакции семантических групп «Политическая система» и «Патриотизм», которые вместе и составляют ядро ассоциативного поля образа *России* (69,9 %). Интересен тот факт, что реакции, характеризующие территориально-географическое положение страны и образы её символики, не являются ведущими при формировании образа *России* в сознании индивида, а лишь дополняют его, добавляя эмоциональный окрас.

Полученные нами реакции на слово-стимул *Россия*, составляющие образ *России* в сознании молодёжи, верифицируются и данными лексикографических источников (2008, 2014 гг.), согласно которым ядерными реакциями лексикографического ассоциативного поля *России* являются такие ассоциаты, как *Родина, страна, великая, мать, матушка, держава, государство, большая*, но в проведённом нами эксперименте ассоциаты *великая, мать, матушка держава* смещаются из центра ассоциативного поля ближе к его периферии, а в ядро добавляются ассоциаты *Путин* и *Москва*, что указывает на смещение при восприятии слова-стимула *Россия* фокуса внимания в сторону политики и связанных с ней сфер.

Если говорить об ассоциативном поле образа *Россия* с точки зрения характера вербальных средств предикции, то тут наблюдается доминирование понятийных реакций (55 %), отражающих ведущую роль когнитивных ориентиров при восприятии индивидом стимульного слова *Россия* и формировании образа *России* в его сознании.

Важно подчеркнуть, что в сознании молодого поколения прочно укоренилось положительное восприятие и сформировался положительный образ *России*. В сознании представителей молодёжной со-

циально-демографической группы сформирован образ *России* как сильного современного государства, в котором живут люди с высокоразвитыми патриотическими качествами и проявлениями, кроме того, образ *России* в сознании индивида, несмотря на нейтральную окрашен-

ность ассоциатов, характеризуется достаточно большим количеством реакций эмоциональной направленности, что свидетельствует о заинтересованности и высокой вовлечённости индивида в конструирование образа *России*.

Список литературы

1. Вилисов М.В., Батоврина Е.В., Михайлова О.В. Образ России в сознании молодёжи постсоветских стран: опыт социологической оценки // *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2021. Т. 14. № 5. С. 212-230. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2021-14-5-11>.
2. Ярмач О.В., Канах А.М., Архипенко В.Е. Образ России в сознании студенческой молодёжи Крыма и Севастополя: результаты социологического исследования // *Дискурс*. 2018. № 6. С. 71-79.
3. Селезнева А.В., Палитай И.С. Восприятие своей страны российской молодежью: ценностно-символический и политико-культурный аспекты // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки*. 2019. Т. 10, № 2. С. 123-135. <https://doi.org/10.18721/JHSS.10211>.
4. Будко Д.А., Лукьянова Г.В. Образ идеальной России в сознании студенческой молодежи // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2019. Т. 21, № 2. С. 184-194. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2019-21-2-184-194>.
5. Андреева О.А., Левина Л.В. Детерминация образа России с древности до современности: лингвофилософский подход // *Общество: философия, история, культура*. 2021. № 9 (89). С. 33-38. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.9.5>.
6. Анненкова А.В., Таныгина Е.А., Попадинец Р.В. Образ современной власти в России на основе сетевых комментариев // *Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции*. Курск: ЮЗГУ, 2022. С. 19-24.
7. Романович Н.А. Образ власти в России и его базовые характеристики // *Вестник Томского государственного университета*. 2019. № 444. С. 110-119. <https://doi.org/10.17223/15617793/444/13>.
8. Фесенко О.П. Образ России в структуре языкового сознания молодежи СНГ // *Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность*. 2017. № 2. С. 43-46.
9. Solopova O.A., Kushneruk S.L. War yesterday and today: The image of Russia in British media discourse // *Russian Journal of Linguistics*. 2021. Vol. 25, no 3. P. 723-745. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-723-745>.
10. Степыкин Н.И., Гурина В.И. Моделирование ассоциативного поля Россия/Russia по данным ассоциативных словарей // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*. 2023. Т. 13, № 3. С. 51-60. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-3-51-60>.
11. Попадинец Р.В., Андреева О.А. Образ России в сознании современной молодежи через восприятие слов-стимулов «глобализация» и «культура» (по материалам ассоциативного эксперимента) // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия:*

Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, №2. С. 31-42. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-31-42>.

12. Дмитрова О.В. Образ России в медийном пространстве США (на примере американских комедийных сериалов) // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. Т. 5, № 4. С. 10-18. <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-2>.

13. Зубкова О.С. Метафора в профессиональной семиотике. Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2011. 334 с.

14. Зинченко В.П. Деятельность. Знание. Духовность // Высшее образование в России. 2003. №5. С. 81-91.

15. Таныгина Е.А., Нефедов Н.Г., Рубцов Н.Ю. Образ современной школы в сознании русскоязычных студентов // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Курск: ЮЗГУ, 2020. С. 412-416.

16. Чанышев О.Г., Пуртов А.М. Ассоциативные поля предметных областей // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Системный анализ и информационные технологии. 2013. № 1. С. 177-181.

17. Касаткина Т.Ю. Ассоциативное поле как модель анализа значения слова // Ежегодник финно-угорских исследований. 2020. Т. 14, № 4. С. 589-603. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2020-14-4-589-603>.

18. Баркова Т.П. Текстовое ассоциативное поле и моделирование структуры концепта. // Концепт. 2015. № 11 (ноябрь). С. 151–155.

19. Zagidulina A.F., Gilazetdinova G.K., Islamova E.A. Associative fields of lexemes "Homeland" and "Vatan" in Russian and Tatar linguistic consciousness // Journal of Language and Literature. 2016. Vol. 7, no 2. P. 289-292. <https://doi.org/10.7813/jll.2016/7-2/55>.

20. Shaklein V., Lonskaia A. Metaphorical images of government in Russian media texts // The European proceedings of social and behavioral science. Grozny: European Publisher, 2020. 2115-2120. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.05.278>.

21. Алексеева Е.М. Ассоциативная репрезентация психических состояний: экспериментальное исследование речевых реакций // Вопросы психолингвистики. 2017. № 33. С. 10-18.

22. Поречная В.И. Интерференция профессионального фактора на восприятие стимула с пространственным компонентом: некоторые результаты экспериментального исследования // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции. Курск: ЮЗГУ, 2022. С. 143-148.

23. Архипова С.В. Ассоциативный эксперимент в психолингвистике // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. №11. С. 6-9.

24. Борисова Ю.А. Ассоциативный эксперимент в современных психолингвистических исследованиях // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2019. Т.8, № 1. С. 265-275.

25. Абрамова Е.С. Ассоциативно-смысловое поле концепта // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 1. С. 2.

26. Деева Н.В., Рыбникова Е.Е. Ассоциативно-смысловое поле лексемы «Россия» в репрезентации представителей китайской лингвокультуры // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 1 (92). С. 320-322. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-320-322>

27. Руль Н.Н., Гуц Е.Н., Куруленок А.А. Принципы моделирования ассоциативного поля: лексикографический аспект (на материале ассоциативных экспериментов с респон-

дентами, изучающими русский язык как иностранный) // Филология и культура. 2018. № 4(54). С. 74-80.

28. Попадинец Р.В. Нравственные и ценностные идеалы представителей современного поколения (опыт психолингвистического эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2015. № 4(17). С. 59-64.

29. Пименова М.В. Политическая концептуальная система // Политическая лингвистика. 2010. № 2. С. 47-55.

30. Шагбанова Х.С. Лингвокультурная природа концепта «патриотизм» // Litera. 2023. № 4. С. 11-19. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2023.4.40116>.

31. Анненкова А.В. Особенности восприятия образной составляющей имиджевой рекламы (некоторые результаты ассоциативного эксперимента) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2017. Т. 7, № 3(24). С. 58-66.

32. Морель Морель Д.А. Сопоставительный анализ ассоциативных полей, отличающихся по времени фиксации, как средство выявления динамики концепта // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12-2(42). С. 115-119.

33. Потапова О.Е. Вербальная репрезентация концепта. Лексико-семантическое поле как фрагмент языковой картины мира (на материале ЛСП «море»). Чебоксары: ООО «Издательский дом «Среда». 2020. 164 с. <https://doi.org/10.31483/a-105>.

34. Грибер Ю.А., Йонаускайте Д., Мор К. Цвета эмоций: экспериментальное исследование ассоциативных связей в современном русском языке // Litera. 2019. № 1. С. 69-86. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2019.1.28892>.

35. Анненкова А. В. К вопросу о восприятии образной составляющей поликодового текста имиджевой рекламы: гендерный фактор (экспериментальное исследование) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2019. Т. 9, № 2(31). С. 21-32.

36. Черкасова Г.А. Русский сопоставительный ассоциативный словарь. сайт. 2008. URL: <http://it-claim.ru/Projects/ASIS/RSPAS/zapusk.htm>

37. Русский ассоциативный словарь: сайт. URL: <http://thesaurus.ru/dict/>

38. Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В. Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус ЕВРАС: сайт. Институт языкознания Российской академии наук. URL: <https://iling-ran.ru/web/ru/publications/evras>

39. Степыкин Н.И. Ассоциативное поле как модель ментальной репрезентации: когнитивный, эмотивный и языковой аспекты // Известия Юго-Западного государственного университета. 2024. 28(1). С. 88-99. <https://doi.org/10.21869/2223-1560-2024-28-1-88-99>

40. Степыкин Н.И. Опыт моделирования ассоциативных полей (по материалам проекта «Мультилингвальный ассоциативный тезаурус вежливости») // Научный диалог. 2021. №3. С. 106-120. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-3-106-120>

41. Степыкин Н.И. Ассоциативное поле: продукт ассоциативного эксперимента и инструмент анализа значения слова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Лингвистика и педагогика. 2016. № 3 (20). С. 110-114.

42. Таныгина Е.А. Внутренний образ цветообозначения красный в сознании носителя русской культуры // Вопросы психолингвистики. 2011. № 1 (13). С. 166-173.

43. Таныгина Е.А. Образ цвета в сознании носителя русской культуры (на примере цветообозначения розовый) // Вестник ИГЛУ. 2011. № 4. С. 69-75.

References

1. Vilisov M.V., Batovrina E.V., Mihajlova O.V. The Image of Russia in the Minds of the Student Youth of the Crimea and Sevastopol: the Results of a Sociological Survey. *Kontury global'nyh transformacij: politika, ekonomika, pravo = Outlines of global transformations: politics, economics, law*. 2021;14(5):212-230. (In Russ.). <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2021-14-5-11>.
2. Yarmak O.V., Kanakh A.M., Arkhipenko V.E. The image of russia in the minds of the student youth of the crimea and sevastopol: the results of a sociological survey. *Diskurs = Discourse*. 2018;4(6):71-79. (In Russ.). <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2018-4-6-71-79>
3. Selezneva A.V., Palitaj I.S. Perception of their own country of russian youth: value-symbolic and political and cultural aspects. *Nauchno-tekhicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences*. 2019;10(2):123-135. (In Russ.). <https://doi.org/10.18721/JHSS.10211>.
4. Budko D.A., Luk'yanova G.V. Image of an ideal Russia in the consciousness of student youth. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Politologiya = RUDN Journal of Political Science*. 2019;21(2):184-194. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2019-21-2-184-194>.
5. Andreeva O. A., Levina L. V. Determination of the image of Russia from ancient to modern time: linguo-philosophical approach. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura = Society: Philosophy, History, Culture*. 2021;(9):33–38. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/fik.2021.9.5>.
6. Annenkova A.V., Tanygina E.A., Popadinec R.V. The image of modern authorities in russia on the basis of network comments. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda: sbornik nauchnykh statei IX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language or specific purposes: system, function, environment. Collection of scientific articles of the VIII international scientific and practical conference*. Kursk: SWSU; 2022. P. 19-24 (In Russ.).
7. Romanovich N.A. The Image of Power in Russia and Its Basic Characteristics. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. = Tomsk State University Journal*. 2019;(444):110-119. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/15617793/444/13>.
8. Fesenko O.P. Image of russia in the structure of the language consciousness of the cis youth. *Omskij nauchnyj vestnik. Seriya Obshchestvo. Istoriya. Sovremennost' = Omsk Scientific Bulletin. Series Society. History. Modernity*. 2017;(2):43-46. (In Russ.).
9. Solopova O.A., Kushneruk S.L. War yesterday and today: The image of Russia in British media discourse. *Russian Journal of Linguistics*. 2021;25(3):723-745. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-723-745>.
10. Stepykin N.I., Gurina V.I. Modeling of the Associative Field Россия/Russia According to Associative Dictionaries. *Izvestija Jugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*. 2023;13(3):51-60. (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-3-51-60>.
11. Popadinets R.V., Andreeva O.A. The image of Russia in the Minds of Modern Youth Through the Perception of the Stimulus Words "Globalization", "Culture" (Based on the Materials of an Associative Experiment). *Izvestija Jugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*. 2023;13(2):31-42. (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-2-31-42>.

12. Dmitrova O.V. The image of Russia in the US media (on the example of American TV comedies). *Nauchnyi rezul'tat. Voprosy teoreticheskoi i prikladnoi lingvistiki = Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*. 2019;5(4):10-18. (In Russ.). <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-2>.

13. Zubkova O.S. Metaphor in professional semiotics. Kursk: Izd-vo Kursk.gos.un-ta; 2011. 334 p. (In Russ.)

14. Zinchenko V.P. Activity. Knowledge. Spirituality. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. 2003;(5):81-91. (In Russ.)

15. Tanygina E.A., Nefedov N.G., Rubtcov N.Yu. The image of modern school in language consciousness of Russian students. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda: sbornik nauchnykh statei VIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language or specific purposes: system, function, environment. Collection of scientific articles of the VIII international scientific and practical conference*. Kursk: SWSU; 2020. P. 412-416 (In Russ.).

16. Chanyshv O.G., Purtov A.M. Associative field of subject areas. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sistemnyi analiz i informatsionnye tekhnologii = Proceedings of Voronezh State University. Series: Systems Analysis and Information Technologies*. 2013;(1):177-181 (In Russ.).

17. Kasatkina T.Yu. Associative field as a model for word meaning analysis. *Ezhegodnik finno-ugorskikh issledovaniy = Yearbook of Finno-Ugric Studies*. 2020;14(4):589-603. (In Russ.). <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2020-14-4-589-603>.

18. Barkova T.P. An associative text field and the concept's framework modelling. *Kontsept = Konzept*. 2015;(11):151-155 (In Russ.).

19. Zagidulina A.F., Gilazetdinova G.K., Islamova E.A. Associative fields of lexemes "Homeland" and "Vatan" in Russian and Tatar linguistic consciousness. *Journal of Language and Literature*. 2016;7(2): 289-292. <https://doi.org/10.7813/jll.2016/7-2/55>.

20. Shaklein V., Lonskaia A. Metaphorical images of government in Russian media texts. In: *The European proceedings of social and behavioral science*. Grozny: European Publisher; 2020. P. 2115-2120. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.05.278>.

21. Alekseeva E.M. Associative representation of mental states: experimental study of speech reactions. *Voprosy psiholingvistiki = Questions of Psycholinguistics*. 2017;(33):10-18. (In Russ.).

22. Porechnaya V.I. Interference of the professional factor on the perception of a stimulus with a spatial component: some results of an experimental study. In: *Yazyk dlya spetsial'nykh tselei: sistema, funktsii, sreda. Sbornik nauchnykh statei VIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Language or specific purposes: system, function, environment. Collection of scientific articles of the IX international scientific and practical conference*. Kursk: SWSU; 2022. P. 143-148 (In Russ.).

23. Arkhipova S.V. Associative experiment in psycholinguistics. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Buryat State University*. 2011;(11):6-9 (In Russ.).

24. Borisova Yu.A. Associative experiment in modern psycholinguistic research. *Psihologiya. Istorikokriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya = Psychology. Historical and Critical Reviews and Contemporary Research*. 2019;8(1):265-275 (In Russ.).

25. Abramova E.S. Associative and semantic field of the concept. *APRIORI. Seriya: Gumanitarnye nauki = APRIORI. Series: Humanities*. 2014;(1):2. (In Russ.).

26. Deeva N.V., Rybnikova E.E. Associative-sense field of the lexema "Russia" in representation by members of the Chinese linguoculture. *Mir nauki, kul'tury, obrazovanija = The world of science, culture and education*. 2022;(1):320-322. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-320-322>

27. Ruhl N., Guts E.N., Kurulenok A.A. Modeling principles of associative fields: a lexicographic aspect (based on a series of associative experiments with the russian language learners). *Filologija i kul'tura = Philology and Culture*. 2018;(4):74-80. (In Russ.)

28. Popadinec R.V. Moral and value ideals of the representatives of current generation (experience of psycholinguistic experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2015;(4):59-64 (In Russ.).

29. Pimenova M.V. Political conceptual system. *Politicheskaja lingvistika = Political Linguistics*. 2010;(2):47-55. (In Russ.).

30. Shagbanova H.S. The linguistic and cultural nature of the concept of "Patriotism". *Litera*. 2023;(4):11-19. (In Russ.). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2023.4.40116>.

31. Annenkova A.V. Perception peculiarities of figurative component of image advertising (some results of association experiment). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*. 2017;(3):58-66. (In Russ.)

32. Morel' Morel' D.A. Comparative analysis of associative fields differing in fixation cycle as a means for identifying dynamics of a concept. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*. 2014;(12-2):115-119. (In Russ.)

33. Potapova O.E. Verbal representation of a concept. The lexico-semantic field as a fragment of the linguistic picture of the world (based on the material of the LSP "the sea"). *Cheboksary*; 2020. P. 164. (In Russ.). <https://doi.org/10.31483/a-105>.

34. Griber Yu.A., Jonauskajte D., Mor K. The colors of emotions: experimental research of associative relations in modern Russian. *Litera*. 2019;(1):69-86. (In Russ.). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2019.1.28892>.

35. Annenkova A.V. To the question of perception peculiarities of figurative component of polycode image advertising: gender factor (experimental research). *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*. 2019;9,(2):21-32. (In Russ.).

36. Cherkasova G.A. Russian comparative associative dictionary: site. 2008. (In Russ.). Available at: <http://it-claim.ru/Projects/ASIS/RSPAS/zapusk.htm>.

37. Russian comparative associative dictionary: site. 2008. (In Russ.). Available at: <http://thesaurus.ru/dict/>

38. Cherkasova G.A., Ufimtceva N.V. Russian regional associative dictionary-thesaurus EVRAS: site. (In Russ.). Available at: <https://iling-ran.ru/web/ru/publications/evras>

39. Stepykin N.I. Associative Field as a Model of Mental Representation: Cognitive, Emotive and Linguistic Aspects. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*. 2024;28(1):88-99. (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-1560-2024-28-1-88-99>

40. Stepykin N.I. Experience in Modeling Associative Fields (Project "Multilingual Associative Thesaurus of Politeness"). *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*. 2021;(3):106-120. (In Russ.). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-3-106-120>.

41. Stepykin N.I. Associative field: the product of an associative experiment and a tool for analyzing the meaning of a word. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2016;(3):110-114 (In Russ.).

42. Tanygina E.A. The Inner Image of the Color term Red in the Consciousness of the bearer of Russian Culture. *Voprosy psiholingvistiki = Questions of Psycholinguistics*. 2011;(1):166-173 (In Russ.).

43. Tanygina E.A. The image of color in the mind of the bearer of Russian culture (on the example of the color term pink). *Vestnik IGLU = Bulletin of the ISLU*. 2011;(4):69-75 (In Russ.).

Информация об авторах / Information about the Authors

Анненкова Антонина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: Antonina-1984@yandex.ru,
ORCID: 0000-0001-6870-8126

Antonina V. Annenkova, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor, Assistant Professor of Foreign Languages Department, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: Antonina-1984@yandex.ru,
ORCID: 0000-0001-6870-8126

Таныгина Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: eabel@yandex.ru,
Researcher ID: 0000-0002-5488-4185

Elena A. Tanygina, Candidate of Sciences (Philological), Associate Professor, Assistant Professor of Foreign Languages Department, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: eabel@yandex.ru,
Researcher ID: 0000-0002-5488-4185