

Т. А. Коновалова, А. Д. Зейферт
Екатеринбург, Россия

**МЕТАФОРА КАК КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЕ СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ
ОБРАЗА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В АРХИТЕКТУРНОЙ КАРТИНЕ МИРА**

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена описанию образа современной России на основе проведенного социологического опроса и экспериментального исследования ассоциаций студентов Уральского региона, вызываемых окружающей архитектурной средой. В эксперименте использовался методологический подход Е. Ф. Тарасова к изучению образа России, метод когнитивного моделирования ассоциативных концептов. В качестве ключевых в статье представлены ассоциативные концепты «город», «деревня». Концепты рассматриваются в сравнении с результатами ассоциативных экспериментов Ю. Н. Караулова 1988—1997 годов. Авторы обращают внимание на динамику взглядов респондентов на внешнюю составляющую окружающей среды, «лицо» страны проживания. Ассоциативное поле концептов исследуется с точки зрения ценностных аспектов, эмоционально-смысловых доминант, обращения респондентов со словом, лексического разнообразия в ассоциативных реакциях, проявления типичных когнитивных схем мышления молодежи. Результаты сопоставляются с данными социологического опроса респондентов. Авторы статьи особое внимание уделяют разнообразию и частоте использования респондентами метафорических выражений как средству репрезентации образа России в ассоциативном эксперименте и в социологическом опросе молодых людей Уральского региона. Социологические данные и результаты ассоциативного эксперимента свидетельствуют, что метафора — не только частотное средство выражения реакций респондентов, но и средство концептуализации образа России, чем подтверждается мысль лингвистов-когнитологов о том, что метафора — способ категоризации окружающего мира. Использование метафоры молодыми людьми вносит новые коннотации в лексическое разнообразие выраженных реакций о своей стране, свидетельствует о глубине и многослойности у них ментального образа России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: языковая картина мира; ассоциативные концепты; ценностные параметры; образ России; метафоры.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Коновалова Татьяна Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры социальных и гуманитарных наук, Уральский государственный архитектурно-художественный университет; 620075, Россия, Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 23; e-mail: prokanta@yandex.ru.

Зейферт Анна Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры социальных и гуманитарных наук, Уральский государственный архитектурно-художественный университет; 620075, Россия, Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 23; e-mail: seifert@inbox.ru.

Для любого современного политика важность и необходимость знания того, как воспринимают молодые люди свою страну, не подлежит сомнению. Есть разные способы и методы выявления взглядов, оценок, ценностных суждений и установок респондентов. В когнитивной лингвистике такими методами являются социологические опросы, метод интроспекции, но когнитивная лингвистика располагает и таким инструментом, как ассоциативный эксперимент. Анализ образа России у студентов, которому было посвящено наше исследование, является комплексным исследованием, предполагающим использование совокупности разных методов, позволяющих получить сопоставимые и сопоставимые результаты. Согласно мнению Е. Ф. Тарасова, «при формировании представлений о знаниях (смыслах и т. п.), входящих в образ России, целесообразно исходить из предположения, что эти знания формируются под влиянием социальной практики (под воздействием социума), с одной стороны, и под влиянием культуры в форме знаний, смыслов, концептов, смысловых конструкций и всего того, что входит в понятие „этнический (национальный) менталитет“, с другой. Социальная практика быстрой и непрерывна, текуща, а культурные знания и схемы придают устойчивость социальной практике членов конкретного этноса. Следовательно, образ России

следует понимать как совокупность знаний, отображающих социальную практику, и совокупность знаний, отображающих смысловые и концептуальные (культурные) схемы» [Тарасов 2007: 69]. Познакомить читателей с результатами эксперимента по выявлению образа России у молодежи на примере исследования социального измерения архитектуры (влияние которой, по нашему мнению, на формирование взглядов молодежи относительно своей страны ничуть не меньше, чем литературы), а также социологического опроса и выявления в ассоциативном поле респондентов образа современной России, концептуализированного и выраженного участниками эксперимента, как показывает наше исследование, часто с помощью метафоры, — цель данной статьи.

Одним из наиболее перспективных направлений в современной метафорологии, как отмечает А. П. Чудинов, стала когнитивно-дискурсивная теория метафоры, которая возникла и развивается в рамках когнитивной лингвистики. «Современная когнитивистика рассматривает метафору как основную ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира» [Чудинов 2005: 259—260]. Наши экспериментальные данные, подтверждающие эту мысль, были получены первоначально методом ассоциативного эксперимента, после изучения ассо-

циативных реакций на архитектурную среду страны. Наиболее частотные лексемы, с помощью которых выражались ассоциации респондентов, трактовались как максимально важные для психологической сферы реципиентов. Такими словами оказались номинации «город», «деревня», отражающие, как показал проведенный эксперимент, ментальный образ современной России у молодежи нашего региона. В эксперименте использовался метод когнитивного моделирования ассоциативных концептов. Основой изучения и анализа ассоциативного поля в описываемом эксперименте, который был проведен с целью изучения ментальных проекций архитектурных объектов у студентов, послужили результаты ассоциативного эксперимента, проведенного исследователем А. Т. Коноваловой, в котором участвовали 100 человек (2987 субъективных дефиниций и 303 словосочетания и метафоры). Результаты эксперимента были сопоставлены в дальнейшем с экспериментальным социологическим опросом студентов относительно образа России, проведенного исследователем А. Д. Зейферт, в котором также участвовали 100 человек, среди которых были студенты разных высших учебных заведений г. Екатеринбург.

При изучении языкового сознания человека исследовательской единицей считают концепт (Е. Ф. Тарасов, А. А. Залевская, И. А. Стернин, З. Д. Попова, Ю. Н. Караулов, Н. В. Уфимцева и др.). Существуют разные точки зрения на то, что такое концепты. В данном исследовании мы исходили из трактовки лингвистов-когнитологов и психолингвистов (упомянутых выше), согласно которой термин «концепт» не отождествляется с понятием. Концепт — некий теоретический конструкт, модель элемента (единицы) сознания. Нам близка также точка зрения Ю. С. Степанова, согласно которой это «некий „пучок“ представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, который сопровождает слово... предмет эмоций, симпатий и антипатий, а иногда и столкновений. Концепт — основная ячейка культуры в ментальном мире человека, и концепт — это то, посредством чего человек... сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [Степанов 2004: 43].

На основании того, что архитектура относится к лингвокультурным концептам, а лингвокультурные концепты отличаются от других ментальных единиц акцентуацией ценностного аспекта [Карасик, Слышкин 2003: 12], а также на основе анализа частотности сем и смысловой сущности семем ключевой лексемы «архитектура», с учетом

семантики ассоциативных реакций респондентов, содержащихся в ассоциативном поле ассоциативного концепта «архитектура», мы выделили следующие параметры доминантных образных составляющих лексемы «архитектура» с точки зрения их ценностных составляющих для респондентов:

1. Физические и эстетические (ценностные) параметры.
2. Временные и локальные параметры.
3. Духовные параметры.
4. Социальные (идеологические, ценностные) параметры.
5. Психологические параметры.

Относительно психологического параметра отметим следующее: психическое состояние субъекта характеризуется ассоциативными маркерами как минимум с двух позиций — восприятия и воздействия архитектуры. Разумеется, такое деление не абсолютно, о преобладании той или иной составляющей лексического значения говорить трудно, однако в ассоциациях, характеризующих психическое состояние субъекта, воспринимающего архитектуру, наблюдается явное деление на группы, которые находятся в антонимических отношениях по признаку положительной или отрицательной оценки.

Подчеркнем, что мы опираемся на точку зрения Умберто Эко, который рассматривает все явления культуры в качестве коммуникативных процессов [Есо 1980: 27]. С этой точки зрения архитектура как совокупность архитектурных объектов может быть изучена лингвосемиотическими методами в рамках общей теории коммуникаций. На наш взгляд, анализ архитектуры как процесса коммуникации дает возможность рассмотреть ее не как изолированное явление, а как целостную систему, элементы которой функционируют в тесном взаимодействии, вычленив отдельные звенья этой системы. Это, с одной стороны, взаимодействие архитектора с обществом через произведения (архитектурные объекты); с другой — сам процесс создания архитектурных объектов (система: архитектор — здание или среда); затем сложная система отношений между архитектурными объектами и потребителем. Исходя из понимания того, что можно назвать архитектурной коммуникацией, мы пришли в нашем исследовании к понятию архитектурной картины мира, являющейся результатом конструирования субъектом картины мира через восприятие социально-культурной реальности и последующей над ней рефлексии посредством архитектуры.

В результате ассоциативного эксперимента в нашем исследовании было выясне-

но, что доминирующими образными составляющими лексемы «архитектура» стали наряду с ассоциатами «дом», «домá» ассоциаты «город», «деревня». В ходе эксперимента было предпринято когнитивное моделирование концептов и анализ собирательных образных составляющих ключевой лексемы «архитектура», представленных лексемами «город», «деревня», частично выявляющимися, на наш взгляд, образ современной России и отношение к ней респондентов — участников эксперимента. Не имея возможности представить результаты ассоциативного эксперимента относительно всех архитектурных объектов (финансовых, промышленных, культурно-образовательных и других, отражающих разные стороны социальной сферы страны) в рамках одной статьи, рассмотрим на примере упомянутых выше ассоциатов «город», «деревня» характер и способ употребления метафор нашими респондентами.

В ходе эксперимента выяснилось, что по физическим параметрам город ассоциируется с размерами, выраженными прилагательными: *большой* — 1, *огромный* — 1, *крупный* — 1 или *маленький*, *небольшой* — 2 (всего 5 реакций).

По эстетическим параметрам город характеризуется разными, часто противоположными качествами: *красивый* — 1, *светлый* — 1, *великолепный* — 1, *прекрасен* — 1; город имеет свое лицо: *чистый* — 1, *грязный* — 5, *пыльный*, *пыль от машин* — 1; город имеет свой запах: *дымный* — 1; город имеет свой звук: *тихий* — 2, *шумный* — 1; город имеет высоту: *великий* — 1, *высотный* — 1; город имеет свой цвет: *белый* — 1, *серый* — 1, *зеленый* — 1, *золотой* — 1; город сделан из разного материала: *деревянный* — 1, *каменный* — 1, *индустриальный* — 1. Реакции представлены в основном прилагательными (всего 24 реакции).

Вышеприведенные реакции показывают, что город воспринимается респондентами как целостный живой организм.

По временным параметрам город воспринимается как *город детства* — 1, *город будущего* — 1, *город будет* — 1, как *город юности* — 1, как *древний* — 1, *старый* — 3, *новый* — 2, *город настоящего* — 1, *город строится* — 1. Реакции преимущественно выражены словосочетаниями (всего 12 реакций). По месту (локусу) город представлен реакциями, отражающими разные географические точки города, выраженные словосочетаниями: это *город на Урале* — 1, *на море* — 1, *на Неве* — 1, *в Крыму* — 1, *в горах* — 1, *на карте* — 1 (всего 6 реакций).

По духовным параметрам реакции ре-

спондентов подтверждают связь города с такими ценностями, как дом, родина, страна и т. д. Реакции выражены абстрактными существительными: *город — это дом* — 5, *родина* — 3, *страна* — 2, *цивилизация* — 1 (всего 11 реакций).

По социальным параметрам город конкретизирован. Это чаще какой-то конкретный город, который как-то связан с жизнью респондента или, возможно, с сильными впечатлениями от него. Город представлен именем собственным: *Екатеринбург* — 7, *Челябинск* — 4, *Питер (Петербург)* — 2, *Москва* — 3, *Пермь* — 3, *Новосибирск* — 4, *Каменск-Уральский* — 2, *Среднеуральск* — 2, *Калининград* — 2, *на Неве (Петербург)* — 1, *Новгород* — 1, *Смоленск* — 1 (всего 32 реакции).

Выделяются оценки социального характера, относящиеся к городу, выраженные словосочетаниями прецедентного типа: *город-герой* — 2, *Изумрудный город* — 1, *город-сад* — 1, *Город солнца* — 1, *Город мастеров* — 1, *великий* — 1, *вольный* — 1, *славный* — 1 (всего 9 реакций).

По психологическим параметрам город описывается как *мой город* — 9, *муравейник* — 9, *большое скопление людей*, *машин* — 6, *дома* — 5, *люди* — 5, *населенный пункт* — 4, *наш* — 4, *село* — 2, *большая деревня* — 1. Есть и другие характеристики города, отражающие разные его стороны, например: *ночной* — 2, *провинция* — 2, *река*, *сад*, *улица* — 2, *автобус*, *трамвай* — 1, *город — это машина* — 1, *город — это башня* — 1, *безмянный* — 1, *город — это банк* — 1, *город — это бардак* — 1, *толстосумов* — 1, *в цветах* — 1, *город — это газ* — 1, *город — это огород* — 1, *дураков* — 1, *город-завод* — 1, *много домов* — 1, *многоэтажные здания* — 1 и др. (всего 80 реакций).

В психологическом отношении для респондентов город связан с людьми, домами, транспортом, сооружениями. Он вызывает как положительные, так и отрицательные впечатления. Очень много механических и образных метафор, особенно в единичных реакциях. Например, «техническая»: *город-завод*; «строительная»: *город-башня*; «финансовая»: *город-банк*; «биологическая»: *город — это муравейник*; «продуктовая»: *город-торт*. Встречается восприятие города в терминах *спелый* (фрукты), сопоставление с человеком, с его профессией и социальным положением: *город — это олигархи*, *торгашки* и, наконец, *город — это смерть*.

Благодаря таким метафорам очевидны те аспекты картины города, которые непосредственно проникают в структуру языковых единиц, вводят в лексемы оценочные

коннотации.

Общее количество реакций по всем параметрам — 179 (40 сущ., 42 прилаг., 3 глаг., 50 словосоч., 39 имен собственных, 4 мест., 1 нареч.).

В целом ядро ассоциативного концепта «город», по данным нашего ассоциативного эксперимента, представлено психологическими параметрами (42 стереотипные реакции из 80 реакций, представляющих объект по данному параметру), средние слои — социально-идеологическими (27 стереотипных реакций из 39 реакций, представляющих объект по данному параметру), духовными и эстетическими параметрами (8 стереотипных реакций из 11 реакций, представляющих объект по данному параметру), на периферии оказались единичные ассоциативные реакции респондентов, выражающие временные и локальные параметры, частично эстетические и психологические параметры с нейтральной или отрицательной коннотацией (всего 49 реакций).

Интересно было сравнить данные нашего эксперимента с аналогичным, проведенным Ю. Н. Карауловым. Распределение частотных реакций — словосочетаний с лексемой «город», представленных в исследованиях Ю. Н. Караулова, которыми он занимался с 1988 по 1997 г., по выделенным нами параметрам выглядит следующим образом.

По физическим и эстетическим параметрам город ассоциируется прежде всего с размерами и привлекательностью внешнего вида: *большой* — 55, *красивый* — 10, *огромный* — 4, *крупный* — 2, *светлый* — 4, *маленький* — 2, *небольшой* — 2, *высотный* — 1, *белый* — 1, *деревянный* — 1, *зеленый* — 1, *каменный* — 1 (всего 84 реакции).

По временным параметрам город воспринимается как город *будущего* — 4, *древний* — 4, *старый* — 3, *новый* — 2, *будет* — 1, *жил* — 1, *молод* — 1, *молодой* — 1, *умер* — 1, *юности* — 1 (всего 19 реакций).

По месту, локусу как *южный* — 3, *пригород* — 2, *провинция* — 2, *в Крыму* — 1, *в небе* — 1, *далекий* — 1, *далеко* — 1, *на Волге* — 1, *над Невой* — 1, *на карте* — 1, *на море* — 1, *на Неве* — 1, *областной* — 1 (всего 17 реакций).

По духовным параметрам: *герой* — 24, *родной* — 22, *родина* — 3, *страна* — 3, *великий* — 1, *вольный* — 1, *вперед идущий* — 1, *славный* — 1 (всего 56 реакций).

Городу нужно строиться — 1, *существовать* — 1 (всего 2 реакции).

По социально-идеологическим параметрам город представлен конкретизированными номинациями — названиями конкретных

городов. Это города, которые респонденты, возможно, оценили с эстетической точки зрения или с точки зрения ценности места, где они родились, живут, места, с которым связаны определенные воспоминания, с которым они себя идентифицируют: *Москва* — 17, *Челябинск* — 14, *Саратов* — 8, *Горький* — 6, *Пермь* — 5, *Ленинград* — 4, *Курск* — 3, *Владимир* — 2, *Калинин* — 2, *Батуми* — 1, *Бухара* — 1, *Гродно* — 1, *Гродов* — 1, *Златоуст* — 1, *Назрань* — 1, *Новгород* — 1, *Рига* — 1, *Таллинн* — 1 (всего 70 реакций); названия зарубежных городов, таких как *Лондон* — 2, *Иерусалим* — 1, *Клиффорд* — 1, *Нью-Йорк* — 1 (всего 5 реакций).

Социальное восприятие города отражается на наш взгляд, и в таких реакциях, выраженных абстрактными существительными, как *страна* — 2, *столица* — 1, *здания* — 1, *многоэтажные здания* — 1, *народ* — 1, *район* — 1, *строения* — 1, *квартира* — 1, *цивилизация* — 1, *урбанизация* — 1 (всего 11 реакций). По психологическим параметрам город предстает как *деревня* — 36, *родной* — 22, *село* — 20, *домá* — 15, *мой* — 9, *город детства* — 7, *любимый* — 5, *светлый* — 4 (всего 118 реакций). Все эти реакции, выраженные существительными, прилагательными и словосочетаниями, передают положительные характеристики города как чего-то близкого и родного. Город характеризуется и отрицательно, как *грязный* — 5, *грязь* — 4, *дым* — 4, *душный* — 2, *в дыму* — 1, *в пыли* — 1, *газ* — 1, *дымный* — 1, *пыльный* — 1, *пыль от машин* — 1 (всего 21 реакция).

Среди реакций респондентов есть метафоры, несущие отрицательные коннотации: город, по мнению некоторых респондентов — *это голод* — 2, *это бардак* — 2, *это коробка* — 1, *это лес* — 1, *это машина* — 1, *это мираж* — 1, *это мор* — 1, *это муравейник* — 1, *это мясо* — 1, *помойка* — 1, *суматоха* — 1, *улица с фонарями* — 1, *это завод* — 1 (всего 15 реакций). Есть грубые, отрицательные маркеры, характеризующие город как *город врунов* — 1, *дураков* — 1, *леунов* — 1, *скопление пороков* — 1, *город — это спрут* — 1, *это толпа* — 1, выраженные синтагматическими реакциями и метафорами (всего 6 реакций). Город ассоциируется с транспортом, с промышленностью: *автобус* — 1, *автомобильный* — 2, *индустриальный* — 1, *трубы* — 1, *трамвай* — 1 (всего 6 реакций). Город ассоциируется с человеком: *в шинели* — 1, *незнакомый* — 2, *странный* — 2, *тихий* — 2, *обреченный* — 1, *не важный* — 1, *не нравится* — 1, *пустой* — 1, *чужой* — 1 (всего 12 реак-

ций).

Среди реакций респондентов есть прецедентные названия и выражения, носящие стереотипный характер: *город Зеро* — 5, *невест* — 3, *Солнца* — 3, *большая деревня* — 2, *город Мастеров* — 1, *мечты* — 1, *надежды* — 1, *не спит* — 1, *сказок* — 1, *смерти* — 1, *счастья* — 1, *удачи* — 1, *золотой* — 1, *зеркал* — 1, *юности* — 1 (всего 24 реакции). Город связан со следующими ощущениями: *много домов* — 1, *много огней* — 1, *огни* — 1, *в огнях* — 1, *люди* — 1, *жизнь* — 1, *детство* — 1 (всего 7 реакций).

Общее количество реакций, отраженных в первом томе Русского ассоциативного словаря, — 549 + 212 + 1 + 150 [РАС 2002, 1: 142].

В целом структура ассоциативного концепта «город», смоделированного нами на основе ассоциативных реакций респондентов, представленных Ю. Н. Карауловым в Русском ассоциативном словаре и отражающих реакции респондентов с 1988 по 1997 г., с учетом выделенных нами параметров, выглядит следующим образом.

Ядро ассоциативного концепта «город» представлено психологическими параметрами с положительной коннотацией (всего 142 реакции), средний слой — социально-идеологическими (всего 86 реакций), физическими, эстетическими (всего 84 реакции) и духовными параметрами (всего 58 реакций), на периферии — психологические параметры с отрицательной коннотацией (всего 42 реакции), временные параметры (всего 19 реакций), локальные параметры (всего 17 реакций) и психологические параметры с нейтральной коннотацией (всего 15 реакций).

Сравнительный анализ ассоциаций респондентов показывает, что характер ассоциативных реакций, отражающих ассоциативный концепт «город», в нашем эксперименте в целом совпадает с данными Ю. Н. Караулова. Характер оценочных коннотаций лексемы «город», несмотря на разное количество представленных ассоциативных реакций, в целом и в том, и другом эксперименте тоже не различается.

Для лексемы «деревня» в нашем эксперименте зафиксированы следующие результаты.

По физическим и эстетическим параметрам реакции респондентов отражают, кроме размера и эстетических составляющих деревни, еще и образные составляющие (дома, хижина, избы), выраженные в основном прилагательными и словосочетаниями: *большая* — 4, *маленькая* — 1, *красивая* — 3, *небольшая* — 3, *деревянная* — 1, *низкие*

дома — 1, *много домов* — 1, *бревенчатая хижина* — 1, *бревно* — 1, *желтая изба* — 1 (всего 17 реакций).

По временным и локальным параметрам реакциями респондентов представлено различное географическое положение деревни и ее временные характеристики. Реакции выражены прилагательными, словосочетаниями и наречиями, отражающими предполагаемое респондентами время, характеризующее объект, расстояние и место: *старая* — 5, *далекая, дальняя* — 2, *далеко* — 4, *в лесу* — 3, *на отшибе* — 1, *ближняя* — 1, *в глуши, вдалеке* — 1, *в сельской местности* — 1, *глубинка* — 1, *глухомань, глухость, глушь* — 1, *у коровника* — 1, *за городом* — 1, *на горке* — 1, *на Урале, на холме* — 1, *недалеко* — 1, *периферия* — 1, *рядом* — 1 (всего 27 реакций).

Духовные параметры, отраженные в реакциях респондентов, демонстрируют связь концепта «деревня» с такими ценностями, как дом, родина, Россия, мать, семья. Этот же факт подтверждает проведенное одним из авторов статьи А. Д. Зейферт исследование, в котором Россия представлена такими частотными реакциями, как *мой дом* — 24, *моя семья* — 16, *моя деревня, мой дом родной* — 8, *родная душа* — 8 и др. (всего 99 реакций).

В основном реакции респондентов выражены прилагательными, абстрактными существительными и названиями членов семьи — существительными с уменьшительно-ласкательными суффиксами: *родная* — 9, *дом* — 5, *бабушка, природа* — 2; *бабушкина родина* — 3, *земля* — 2, *матушка, деда, дедушка* — 1, *Россия* — 1 (всего 23 реакции).

По социальным параметрам деревня представлена ассоциатами, подчеркивающими статус деревни по количеству проживающих в ней жителей, их национальной принадлежности, их деятельности, образу жизни, степени развития деревни, реальности или ирреальности существования деревни: *село* — 4, *город* — 3, *русская* — 2, *поселок* — 1, *колхоз* — 1, *неперспективная* — 1, *башкирская* — 1, *фазенда* — 1, *колхозная, колхозник, колхозница* — 1, *крестьянин* — 1, *маленькое селение* — 1, *моя дорогая колхозная* — 1, *отсталость* — 1, *перестраивается* — 1, *поселение* — 1, *сельское хозяйство* — 1, *хлебное поле* — 1, *этнос* — 1, *где скука (смертная)* — 2, *„Кому на Руси жить хорошо“* — 1, *деревня-матушка* — 1, *Потемкинская* — 1, *Пушкина* — 1 и др.

Реакции респондентов выражены абстрактными существительными, прилага-

тельными, словосочетаниями и именами собственными, имеющими иногда прецедентный характер, подчеркивающими ту или иную особенность (в частности, ирреальность, поэтичность, патриархальность деревни; всего 31 реакция). По психологическим параметрам реакции респондентов представляют деревню противоречно; с отрицательной стороны деревня выглядит как забытая, грязная, отсталая и умирающая в глуши: *заброшенная* — 2, *грязь* — 3, *захолустная* — 1, *пустая* — 1, *забитая, захудалая, нищая, отсталая* — 2, *ветхая* — 2, *вымерла* — 2, *забытая* — 2, *без крестьян* — 1, *вымирает, вымирающая* — 1, *глухомань, глухость, глушь, грязьница (в смысле ле дороги плохие)* — 1, *деревья, домишки* — 1, *захолустье* — 1, *тоска* — 1, *стонет* — 1, *ужас* — 1, *умерла* — 1. Реакции выражены преимущественно прилагательными и причастиями, абстрактными существительными, глаголами, отражающими процесс гибели: *вымирает, вымерла, умерла* (всего 24 реакции).

Однако к деревне сохраняются теплые чувства, и она характеризуется и с положительной стороны, ассоциируется с родным домом, родиной, местом покоя и уединения: *моя* — 3, *любимая, милая* — 2, *наша, картина, лето, осень, простор* — 1, *речка* — 1, *сарай, сено* — 1, *хорошая* — 1, *чистый воздух* — 2, *блаженство* — 1, *дом родной* — 1, *лето, коза, кол, колея* — 1, *летний отдых* — 1, *лошадь, луг* — 1, *на деревню к дедушке* — 1, *сад* — 1, *садовый участок* — 1, *светлая* — 1, *светло* — 1, *своя* — 1, *сказка* — 1, *снег, солнце, спокойствие* — 1, *стоит* — 1, *строится* — 1, *тихий уголок* — 1, *тишина* — 1, *только в мечтах* — 1, *трава* — 1, *три дома* — 1, *у реки* — 1, *лес, ягоды* — 1. Реакции респондентов выражены притяжательными местоимениями (*моя, наша*), прилагательными, отражающими чувства и оценку (*любимая, милая светлая, хорошая*). Предметные реакции отражают отдельные детали в картине деревни, названные абстрактными существительными и словосочетаниями (*речка, сарай, сено, садовый участок, тихий уголок и др.*), животных (*коза, лошадь*). Метафоры представляют деревню как *картину, сад, сказку*, глаголы отражают процесс строительства деревни (*стоит, строится*), а словосочетания — желание оказаться в деревне (*на деревню к дедушке, только в мечтах*) (всего 33 реакции). По психологическому параметру в целом насчитывается 57 реакций.

Общее количество реакций — 155 (50 сущ., 43 прилаг., 7 глаг., 48 словосоч., 7 причаст.).

Ассоциативный концепт «деревня»

представлен в ядре преимущественно духовными параметрами (17 стандартных реакций — *родина, родная, дом* и др. — из 23 реакций, представляющих объект по данному параметру) в сочетании с физическими и временными параметрами (*большая, старая*) (10 стандартных реакций из 44 реакций, представляющих объект по данным параметрам), средний слой представлен преимущественно социально-идеологическими (*город, русская, село* и др.) и психологическими параметрами (сюда относятся как частотные реакции отрицательного характера: *грязь, заброшенная, вымерла, отсталая, забытая, нищая, захудалая* и др. — всего 20 реакций, так и частотные реакции положительного характера: *моя, любимая, милая, чистый воздух* — всего 7 реакций), на периферии находятся единичные реакции, представляющие локальные, физические и психологические параметры деревни нейтрального и отрицательного характера (всего 122 реакции).

Среди единичных реакций отрицательного характера есть глаголы, например *стонет, умерла*, отражающие такой когнитивный признак, как «смерть», и *строится, перестраивается*, связанные с когнитивным признаком «жизнь». Единичные реакции, выражающие психологические ощущения, носят противоречивый характер: с одной стороны, это выражение теплых чувств к деревне (*дом родной*), с другой — резкое неприятие, выраженное лексическими единицами, носящими экспрессивный пренебрежительный характер (*грязьница, ужас*). Есть и нейтральные реакции, носящие характер констатации фактов (*без крестьян, три дома* и др.). Встречаются прецедентные названия, например: *Потемкинские, Пушкина, «Кому на Руси жить хорошо», деревня-матушка*, выражающие, на наш взгляд, с одной стороны, чувство ирреальности существования самой деревни, сожаления по поводу ушедшего в прошлое, с другой, возможно, известное только из русской литературы ощущение родной и близкой, хоть и всегда непростой и трудной, деревенской жизни.

По приведенным выше ассоциативным реакциям респондентов (и указанной частоте употреблений) очевидно, что лексема «деревня» занимает третье место после лексем «дом» и «город» (всего 155 реакций), а ощущение, что город — это большая деревня, достаточно широко представлено в менталитете современных молодых людей Уральского региона. Образ деревни связан в сознании респондентов с деревянными строениями небольшого размера где-нибудь в глуши (*изба, домик в лесу*), а образ горо-

да — с крупными строительными объектами (*многоэтажными зданиями, множеством домов, сооружений*). Различаются и оценочные коннотации: противоречивые у города и преимущественно негативные у деревни (связанные с чувством безысходности от разрушения деревни), но в целом (несмотря на экономические изменения в стране со времен Советского Союза) демонстрирующие теплые чувства к своей стране. По данным социологического опроса у тех же респондентов, проведенного А. Д. Зейферт, Россия представлена такими частотными метафорами, как *мой дом — 24, моя семья — 16, красивая природа, сильные люди — 14, мой город — 10, моя деревня, мой дом родной — 8, родная душа — 8*, и такими менее частотными, как *красота — 2, сила — 2, мишки на Севере — 1, богатырь — 1, родина моя — 3, леса и поля — 1* и др. (всего 99 реакций).

В целом по данным ассоциативного эксперимента можно утверждать следующее.

Внешненнные лексемами «*город*», «*деревня*» и именами собственными — названиями конкретных городов, разнообразными метафорами образные составляющие концепта-лексема «*архитектура*», представленные ассоциатами респондентов, относящимися к современной России, как показывает наш эксперимент, проведенный на выборке студентов Уральского региона, в сравнении с данными ассоциативного словаря Ю. Н. Караулова, претерпевают изменения. Это отражается в характере ассоциативного наполнения реакций, отражающих современные (профессиональные, энциклопедические и культурные) знания респондентов об окружающей архитектуре, их представления, ценностные ориентации, оценки, мнения.

В реакциях респондентов четко прослеживается дихотомия «*город/деревня*», «*личное/общественное*» с преобладанием (по количественной и качественной составляющим, обладающим положительной коннотацией в ассоциативных реакциях участников эксперимента) города над деревней, личного над общественным. Заметим, что по духовным параметрам концепт «*деревня*» значительно количеству респондентов ближе, чем концепт «*город*». На наш взгляд, это обусловлено как социально-историческими, так и психологическими (возрастными, гендерными, индивидуальными) факторами, что, как показывает эксперимент, не только вносит новые коннотации в соответствующие концепты, но и вызывает изменение ментальной архитектурной картины мира респондентов в целом.

Характерной особенностью языка ураль-

ских респондентов мы считаем метафоричность. Эту творческую способность мыслить образно, метафорично мы объясняем образовательной и профессиональной принадлежностью наших респондентов. Известно, что метафора — способ представления порожденного смысла, а следовательно, «отчасти задает и способ его восприятия» [Пищальникова 2002: 159].

Частотность разнообразных метафоричных ассоциаций респондентов (наличие в ассоциативных реакциях метафор «*технических*», «*строительных*», «*финансовых*», «*биологических*», «*продуктовых*», «*физических*» и т. д.) свидетельствует о том, что такие понятия, как «*город*», «*деревня*», «*дом*», ассоциируются либо с живым (биологическим) организмом, либо с человеком, имеющим свое лицо, запах, настроение, либо с машиной и устройством, техническими и физическими сооружениями и т. д.

Частотными для респондентов являются метафоры, базирующиеся на внутримодальном сенсорном сходстве (по форме, цвету, звуку и т. п.), метафоры, основанные на сходстве между предметами, которые принадлежат к разным классам, но функционируют сходным образом (*город — это завод, город — это банк, город — это муравейник, город — это торт, деревня — это сад, деревня — это сказка* и др.).

Метафоры демонстрируют и психофизический тип сходства — между сенсорными признаками физического объекта и психологическими свойствами человека (например, *город — это человек в шинели, незнакомый, странный, тихий; деревня — это тоска, деревня — это матушка* и т. д.).

Предметность природы архитектурной метафоры позволяет выделить как универсальные, так и профессиональные опоры, используемые индивидом при ее опознании. К универсальным относятся опоры по линиям универсального энциклопедического и культурного знания, профессионально-специфическими опорами являются специальное знание и профессионально выработанные перцептивные навыки. Наблюдение за функционированием метафоры в разных профессиональных группах молодежи позволяет говорить о наличии единого когнитивного ядра в возрастном лексиконе молодежи, как юношей, так и девушек. Метафора представляет собой способ осмысления архитектурных реалий через обращение к иным областям знания, прежде всего к наивным знаниям о человеке и его основных потребностях, к профессиональным и культурным, энциклопедическим знаниям.

Таким образом, ассоциативный экспери-

мент по восприятию архитектурных объектов и подтверждающий его результаты социологический опрос, на основе которых была предпринята попытка выявления ментального образа России у молодежи Уральского региона, демонстрируют, что «человек не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, познает при помощи метафор тот мир, в котором он живет, а также стремится в процессе коммуникативной деятельности преобразовывать существующую в сознании адресата языковую картину мира, ввести новую категоризацию в представление, казалось бы, хорошо известных феноменов» [Чудинов 2005: 259].

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. — М.: Прогресс, 1974. 386 с.
2. Арутюнова Н. Д. От образа к знаку // Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект. — М., 1988.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. — М., 1998
4. Выготский Л. С. Мышление и речь. Психика, сознание, бессознательное: сб. тр. — М.: Лабиринт, 2001. 368 с.
5. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избр. тр. — М.: Гнозис, 2005. 542 с.
6. Караулов Ю. Н. Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: 13-й Междунар. симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации: тез. докл. — М.: ИЯ РАН, 2000. С. 107—109, 194.
7. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Базовые характеристики лингвокультурных концептов. Антология концептов. Т. 1. — Волгоград, 2005.
8. Кубрякова Е. С. В начале XXI века (Размышления о судьбах когнитивной лингвистики на рубеже веков) // Когни-

тивная семантика. — Тамбов, 2000. Ч. 1.

9. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М., 2004.
10. Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб.: Норинт; М.: РИПОЛ классик, 2008. 1536 с. = НБТС, 2008.
11. Пищальникова В. А. Метафора как способ представления личностного смысла // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты / под ред. В. А. Пищальниковой. — М., 2006. Вып. 11. 201 с.
12. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивно-семантический анализ языка: моногр. — Воронеж: Истоки, 2006. 226 с.
13. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 1. От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. — М.: Астрель: АСТ, 2002. 784 с. = РАС, 2002
14. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 2. От реакции к стимулу: более 100 000 реакций. — М., 2002. 992 с. = РАС, 2002.
15. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. — М.: Академический проект, 2004. 992 с.
16. Тарасов Е. Ф. Образ России. Методология исследования. Вопросы психолингвистики / Ин-т языкознания РАН. 2007. № 4. С. 69.
17. Уфимцева Н. В., Тарасов Е. Ф. Проблемы изучения языкового сознания // Вопросы психолингвистики / НОУ ВПО «Москов. ин-т лингвистики» № 7714981 от 3 апр. — М., 2003. С. 18.
18. Уфимцева Н. В. Ядро языкового сознания русских // Межкультурная коммуникация и перевод: материалы межвуз. науч. конф. — М., 2002.
19. Чудинов А. П. Новые русские метафоры // Новая Россия: новые явления в языке и науке о языке: материалы Всерос. науч. конф. (14—16 апр. 2005 г., Екатеринбург, Россия) / под ред. Л. Г. Бабенко. — Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2005. 554с.
20. Eco U. Function and Sign: The semiotic of Architecture // Signs, Symbols and Architecture. 1980. P. 27.

T. A. Konovalova, A. D. Seifert
Ekaterinburg, Russia

METAPHOR AS A COGNITIVE-DISCURSIVE MEANS OF REPRESENTING THE IMAGE OF MODERN RUSSIA IN THE ARCHITECTURAL PICTURE OF THE WORLD

ABSTRACT. *The article is devoted to the description of the image of modern Russia on the basis of the conducted sociological survey and experimental research of associations of students of the Ural region on the surrounding architectural environment. The methodological approach of E.F. Tarasov was used in the experiment in the study of Russia's image - the method of cognitive modeling of associative concepts. Associative concepts "city", "village" are presented as key in the article. These concepts are considered in comparison with the results of associative experiments of Yu. N. Karaulov of 1988 to 1997. The authors pay attention to the dynamics of respondents' views on the external component of the environment, the "face" of the country where respondents live. The associative field of concepts is explored from the point of view of value aspects, emotional and semantic dominants, the relations of respondents with the word, lexical diversity in pronounced associative reactions, and manifestations of typical cognitive schemes of youth thinking. The results are compared with the data of the survey. The authors of the article pay particular attention to the diversity and frequency of respondents' use of metaphorical expressions as a means of representing the image of Russia in an associative experiment and in the sociological survey of young people in the Urals region. Sociological data and the results of the associative experiment show that metaphor is not only a frequent tool for expressing the views, but also a means of conceptualizing the image of Russia, confirming the idea of linguists-cognitivists that metaphor is a way of categorizing the world around us. The use of metaphor by young people introduces new connotations into the lexical variety of the views of their country, and testifies to the depth and multilayeredness of their mental image of Russia.*

KEYWORDS: *language worldview; associative concepts; evaluative parameters; image of Russia; metaphors.*

ABOUT THE AUTHORS: *Konovalova Tatiana Aleksandrovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Professor of Department of Social Sciences and the Humanities, Ural State University of Architecture and Arts, Ekaterinburg, Russia.*

Seifert Anna Dmitrievna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Social Sciences and the Humanities, Ural State University of Architecture and Arts, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Arnkheim R. Iskustvo i vizual'noe vospriyatie. — М.: Progress, 1974. 386 s.
2. Arutyunova N. D. Ot obraza k znaku // Myshlenie, kognitivnye nauki, iskusstvennyy intellekt. — М., 1988.
3. Arutyunova N. D. Yazyk i mir cheloveka. — М., 1998
4. Vygotskiy L. S. Myshlenie i rech'. Psikhika, soznanie, bes-

soznatel'noe: sb. tr. — М.: Labirint, 2001. 368 s.

5. Zalevskaya A. A. Psikholingvisticheskie issledovaniya. Slovo. Tekst : izbr. tr. — M. : Gnozis, 2005. 542 s.
6. Karaulov Yu. N. Semanticheskiy geshtal't assotsiativnogo polya i obrazy soznaniya // Yazykovoe soznanie: sodержanie i funktsionirovanie : 13-y Mezhdunar. simpozium po psikholingvistike i teorii kommunikatsii : tez. dokl. — M. : IYa RAN, 2000. S. 107—109, 194.
7. Karasik V. I., Slyshkin G. G. Bazovye kharakteristiki lingvokul'turnykh kontseptov. Antologiya kontseptov. T. 1. — Volgograd, 2005.
8. Kubryakova E. S. V nachale XXI veka (Razmyshleniya o sud'bakh kognitivnoy lingvistiki na rubezhe vekov) // Kognitivnaya semantika. — Tambov, 2000. Ch. 1.
9. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafor, kotorymi my zhi- vem. — M., 2004.
10. Noveyshiy bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka / gl. red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint ; M. : RIPOL klassik, 2008. 1536 s. = NBTS, 2008.
11. Pishchal'nikova V. A. Metafora kak sposob predstavleniya lichnostnogo smysla // Yazykovoe bytie cheloveka i etnosa: psikholingvisticheskiy i kognitivnyy aspekty / pod red. V. A. Pishchal'nikovoy. — M., 2006. Vyp. 11. 201 s.
12. Popova Z. D., Stermin I. A. Kognitivno-semanticheskiy analiz yazyka : monogr. — Voronezh : Istoki, 2006. 226 s.
13. Russkiy assotsiativnyy slovar'. V 2 t. T. 1. Ot stimula k reaktsii : ok. 7000 stimulov / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov. — M. : Astrel' : AST, 2002. 784 s. = RAS, 2002
14. Russkiy assotsiativnyy slovar'. V 2 t. T. 2. Ot reaktsii k stimulu : bolee 100 000 reaktsiy. — M., 2002. 992 s. = RAS, 2002.
15. Stepanov Yu. S. Konstanty : slovar' russkoy kul'tury. Izd. 3-e, ispr. i dop. — M. : Akademicheskiiy proekt, 2004. 992 s.
16. Tarasov E. F. Obraz Rossii. Metodologiya issledovaniya. Voprosy psikholingvistiki / In-t yazykoznaniya RAN. 2007. № 4. S. 69.
17. Ufimtseva N. V., Tarasov E. F. Problemy izucheniya yazykovogo soznaniya // Voprosy psikholingvistiki / NOU VPO «Moskov. in-t lingvistiki» № 7714981 ot 3 apr. — M., 2003. S. 18.
18. Ufimtseva N. V. Yadro yazykovogo soznaniya russkikh // Mezhkul'turnaya kommunikatsiya i perevod : materialy mezhvuz. nauch. konf. — M., 2002.
19. Chudinov A. P. Novye russkie metafor // Novaya Rossiya: novye yavleniya v yazyke i nauke o yazyke : materialy Vseros. nauch. konf. (14—16 apr. 2005 g., Ekaterinburg, Rossiya) / pod red. L. G. Babenko. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural.un-ta, 2005. 554s.
20. Eco U. Function and Sign: The semiotic of Architecture // Signs, Symbols and Architecture. 1980. P. 27.