

Оригинальная статья  
УДК 81'276  
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-5-91-101>

## Ассоциативное поле «Брестская область» как способ моделирования фрагмента языкового сознания жителей Брестского региона

**Инна Леонидовна Ильичева**

*Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь,  
ilitcheva@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>*

**Введение.** Моделирование геополитических образов посредством антропометрических методов представляет собой новое и актуальное направление в современном научном знании. В статье рассмотрен образ Брестчины сквозь призму языкового сознания жителей Брестского региона.

**Методология и источники.** Теоретическую базу настоящего исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых в области методов лингвистических исследований (А. А. Залевская, Н. И. Курганова, А. В. Рудакова, О. Н. Селиверстова, И. А. Стернин, Н. В. Акованцева и др.), психолингвистики и языкового сознания (Е. И. Горошко, А. А. Залевская, Л. О. Бутакова, Ю. Н. Караулов, А. А. Леонтьев, А. П. Клименко, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева и др.). Исследование выполнено в рамках проекта «Брестчина глазами людей разных профессий» совместно с главным управлением идеологической работы и по делам молодежи Брестского областного исполнительного комитета. Материалом исследования послужили 1062 ассоциации, полученные в ходе проведения свободного ассоциативного эксперимента, в котором приняли участие 400 представителей сферы культуры.

**Результаты и обсуждение.** При проведении ассоциативного эксперимента использовалась методика свободной ассоциации. В анкетах респондентам было предложено за ограниченный временной промежуток написать 3–5 ассоциаций на словосочетание-стимул «Брестская область». На базе полученных ассоциативных реакций сформировано ассоциативное поле, выделено 9 тематических групп. На основе ранжирования тематических групп в соответствии с количественными данными выделены слои в когнитивной структуре образа Брестской области.

**Заключение.** Ассоциативный эксперимент является наиболее эффективным методом, который позволяет выявить отношение жителей региона к окружающей действительности. Это отношение выражается языковыми средствами и отражает понимание мира, его концептуализацию, а также стратегии общения и речевого существования индивида.

**Ключевые слова:** языковое сознание, ассоциативное поле, ассоциативная реакция, когнитивный слой

© Ильичева И. Л., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

**Для цитирования:** Ильичева И. Л. Ассоциативное поле «Брестская область» как способ моделирования фрагмента языкового сознания жителей Брестского региона // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 5. С. 91–101. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-5-91-101.

Original paper

## Associative Field “Brest Region” as a Way to Model a Fragment of the Linguistic Consciousness of Residents of the Brest Region

*Inna L. Ilyicheva*

*Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus,  
ilicheva@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>*

**Introduction.** Modeling geopolitical images using anthropometric methods is a new and relevant direction in modern scientific knowledge. The article examines the image of the Brest region through the prism of the linguistic consciousness of the inhabitants of the Brest region.

**Methodology and sources.** The theoretical basis of this study was the work of domestic and foreign scientists in the field of linguistic research methods (A.A. Zalevskaya, N.I. Kurganova, A.V. Rudakova, O.N. Seliverstova, I.A. Sternin, N.V. Akovantsev, etc.), psycholinguistics and linguistic consciousness (E.I. Goroshko, A.A. Zalevskaya, L.O. Butakova, Yu.N. Karaulov, A.A. Leontiev, A.P. Klimenko, Z.D. Popova, I.A. Sternin, E.F. Tarasov, N.V. Ufimtseva, etc.). The study was carried out within the framework of the project “Brest region through the eyes of people of different professions” together with the main department of ideological work and youth affairs of the Brest Regional Executive Committee. The research material was 1062 associations obtained during a free association experiment, in which 400 representatives of the cultural sphere took part.

**Results and discussion.** During the association experiment, the free association technique was used. In the questionnaires, respondents were asked to write 3–5 associations for the stimulus phrase “Brest region” within a limited time period. Based on the obtained associative reactions, an associative field was formed and 9 thematic groups were identified. Based on the ranking of thematic groups in accordance with quantitative data, layers in the cognitive structure of the image of the Brest region are identified.

**Conclusion.** An association experiment is the most effective method that allows us to identify the attitude of residents of a region to the surrounding reality. This attitude is expressed by linguistic means and reflects the understanding of the world, its conceptualization, as well as the strategy of communication and verbal existence of the individual.

**Keywords:** linguistic consciousness, associative field, associative reaction, cognitive layer

**For citation:** Ilyicheva, I.L. (2024), “Associative Field “Brest Region” as a Way to Model a Fragment of the Linguistic Consciousness of Residents of the Brest Region”, *DISCOURSE*, vol. 10, no. 5, pp. 91–101. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-5-91-101 (Russia).

**Введение.** В процессе восприятия окружающей действительности, осмысления происходящих событий и явлений человек стремится вербально зафиксировать результаты своего познания в виде некой структурированной целостности – картины мира. Согласно Т. В. Цивьян, базовый каркас модели мира можно вообразить как «сокращенное и упрощенное отображение всей суммы представлений о мире в данной традиции, взятых в их системном и операционном аспекте... <...> ...переработка происходит как бы в два этапа: первичные данные, воспринятые органами чувств, подвергаются вторичной перекодировке с помощью знаковых систем» [1, с. 5].

Совокупность получаемых человеком знаний антропоцентрична, поскольку, как писал Павел Флоренский: «Человек есть сумма мира, сокращенный конспект его; мир есть раскрытие Человека, проекция его» [2, с. 187].

В процессе познания мира ведущая роль принадлежит языку. В свое время В. фон Гумбольдт отмечал, что «язык возник из внутреннего духовного побуждения, стремящегося облечь и воплотить в звук все, что воспринято от действительности и находится в связи с духовными задатками народа... <...> ...Постигая предметы, человек сближается с внешней природой – так образуются понятия. Понятия оформляются в языке с помощью слова. Этот процесс относится к области языкового сознания» [3, с. 108].

В трактовке Н. В. Уфимцевой и Е. Ф. Тарасова «языковое сознание – это знания, ассоциированные с языковыми знаками для овнешнения в процессе общения первичных и вторичных образов сознания» [4, с. 24]. Н. В. Уфимцева отмечает, что «поскольку каждый человек смотрит на мир сквозь систему предметных значений, которую он усваивает в процессе социализации, то культуру можно рассматривать в том числе и как систему сознания» [5, с. 8].

Любая картина мира является проекцией целостного восприятия внешнего мира определенным типом человеческого сознания: индивидуальным, коллективным. По словам Н. И. Кургановой, «живое коллективное знание конструируется людьми в процессе коммуникации, оно всегда опосредовано языком и семантически структурировано... <...> ...на семантическом уровне коллективное знание можно описать в виде определенной совокупности концептов – национальной концептосферы, в которой зафиксирован опыт взаимодействия лингвокультурного сообщества с окружающим миром. Концептосфера повседневности представляет собой особый слой коллективного знания, в котором представлен первичный опыт освоения мира, что обуславливает его особый статус в структуре коллективного знания и в сознании индивида» [6, с. 20].

В статье предпринята попытка реконструкции семантического содержания образа Брестчины в коллективном сознании жителей региона. В данной работе мы рассматриваем образ территории как сложное образование, функционирующее в сознании лингвосоциума, как систему образов и представлений, связанных между собой.

На современном этапе науки накоплен достаточный опыт в области изучения способов формирования образа территорий (стран и регионов). Выбирая в качестве эмпирической базы медиатексты, исследователи изучают и описывают механизмы конструирования положительного образа территорий в СМИ: Р. Н. Мингалеев «Конструирование имиджа региона российскими СМИ: на примере Республики Татарстан» [7]; Г. Д. Золина «Формирование положительного образа Краснодарского края в средствах массовой информации» [8], И. А. Сушенкова «Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа: на примере Омской области» [9], Т. А. Морозова «Медиатизация технологий конструирования имиджа города» [10], А. В. Худякова «Формирование положительного образа сельской территории Крайнего Севера региональной печатью (на примере районов Архангельской области)» [11].

По мнению многих исследователей, «целенаправленная репрезентация региона в общественном сознании является важным этапом стратегического планирования и существенным условием динамичного развития территории. Одним из наиболее действенных инструментов достижения этих целей становится формирование эффективного имиджа территории в средствах массовой информации» [12, с. 3].

Бесспорно, в силу своей доминантной позиции в коммуникативном пространстве медиатексты служат идеальной текстовой канвой для конструирования имиджа региона. Однако, на наш взгляд, любую деятельность по формированию имиджа региона целесообразно начинать с изучения образа региона, реально существующего в обыденном языковом сознании его жителей. И в этом случае важным инструментом может служить ассоциативный эксперимент.

**Результаты и обсуждение.** В октябре 2023 г. в рамках выполнения диссертационного исследования «Коммуникативное пространство Брестчины» кафедрой речеведения и теории коммуникации Минского государственного лингвистического университета совместно с главным управлением идеологической работы и по делам молодежи Брестского областного исполнительного комитета был проведен ряд ассоциативных экспериментов среди жителей Брестского региона под общим названием «Брестчина глазами людей разных профессий».

В ходе ассоциативного эксперимента были опрошены 9 групп испытуемых – 2960 представителей различных сфер деятельности (образование, культура, производство, сельское хозяйство, коммунально-бытовое обслуживание, спорт, туризм, здравоохранение). Объем каждой выборки составлял 200–600 чел. в возрасте от 17 до 70 лет; соотношение респондентов мужского и женского пола было представлено практически в равном количестве.

При отборе респондентов в группы использовались два вида отборочных критериев. Первый из них вытекает непосредственно из целей исследования – выявление специфики вербального ассоциирования на одинаковый стимул у представителей разной профессиональной деятельности. Вторым критерием послужил учет представленности различных типов населенных пунктов Брестской области.

Исследование проводилось в два этапа. В 2022 г. был проведен пилотажный эксперимент, в 2023 г. – основной эксперимент на территории Брестской области.

Объектом данного исследования является ассоциативное поле, смоделированное на базе ассоциатов, полученных в свободном ассоциативном эксперименте, проведенном с представителями сферы культуры (400 чел.). Среди участников эксперимента – музейные работники, искусствоведы, культурологи, библиотекари, писатели, литераторы. Незначительное количество участников составляют государственные служащие, определяющие стратегические приоритеты развития сферы культуры в Брестской области.

На фоне других групп респондентов данная группа выделяется рядом характеристик. Во-первых, в соответствии с возложенными задачами работники сферы культуры обеспечивают охрану и бережение историко-культурных ценностей, способствуют популяризации различных видов искусства. Представители данной сферы деятельности также участвуют в реализации государственной культурной политики на территории разных населенных пунктов Брестской области, координируют деятельность учреждений культуры и в рамках своей компетенции сотрудничают с общественными объединениями. Все перечисленные факты свидетельствуют о значительной степени вовлеченности данной группы респондентов в процесс производства и распространения культурной продукции.

Интегральный подход с учетом методик анализа сразу нескольких научных дисциплин (когнитивной лингвистики, лингвистической семантики, теории коммуникации, психолингвистики и лингвокультурологии) обусловили междисциплинарный ракурс исследования.

Перейдем непосредственно к описанию ассоциативного эксперимента.

В ходе заполнения анкеты испытуемым было предложено указать свой возраст, пол, род деятельности; с помощью первых 3–5 реакций ответить на вопрос: «С чем у Вас ассоциируется Брестская область?» Обработке подвергались все ответы, включая единичные реакции.

На первом этапе анализа было составлено ассоциативное поле (1062 реакции). В данном исследовании под «ассоциативным полем» мы, вслед за А. П. Клименко, понимаем все слова-реакции на заданное слово-стимул [13, с. 19].

В ядро составленного нами ассоциативного поля вошли 10 наиболее частотных реакций (суммарно 630 единиц): Беловежская пуца (175), Брестская крепость (172), красивый лесной и озерный край (95), зубр (57), малая родина (27), Полесье (23), культурные события (23), красота (20), лес (20), чистота (18). По этим данным сразу заметна достаточно высокая плотность ядра (59 % от всех полученных реакций) и наличие определенной структуры: ядро, ближняя периферия, дальняя периферия. Практически для каждого третьего респондента Брестская область – это прежде всего уникальный реликтовый лес Беловежская пуца и мемориальный комплекс «Брестская крепость», на долю которых приходится 33 % от общего количества реакций.

Затем на этапе семантической интерпретации сходные по смыслу ассоциативные реакции были обобщены и распределены по 9 тематическим группам.

1. Ассоциаты (530), связанные с географическими и природно-ландшафтными особенностями: Беловежская пуца (175), природа (107), зубр (57), Полесье (23), лес (20), васильки (17), реки (17), болота (16), поле (9), клубника (7), земля (7), клюква (5), чистый воздух (5), озеро (5), Белое озеро (5), Ольманские озера (5), лен (5), река Буг (4), Юго-Запад Беларуси (4), луга (4), зелень (3), поля (3), дуб, аист, река Мухавец, Дуга Струве, Огинский канал, полевые цветы, березовая роща, бусел, самая теплая область, вкусные деревья, Лобелия Дортмана.

2. Ассоциаты (286), связанные с историко-культурным наследием региона: Брестская крепость (172), культурные события (32), Белая вежа (14), Дворец Пусловских (9), Картозеанский монастырь (7), Коссовский замок (6), Каменецкая башня (5), Кобринский музей (5), культура (5), музей Великой Отечественной войны (3), музей Суворова (3), Лунинецкие клубнички (3), Мотольские присмаки (3), фонарщик (3), усадьба Немцевичей (2), богатое историческое наследие (2), дворцы и усадьбы (2), областной краеведческий музей (2), богатое историческое прошлое, музей-усадьба «Пружанский палацк», насыщенная культура, музей «Бездежский фартушок», областной центр ООКЦ, подвойное ткачество, Брестская библия, ЦМТ, фестиваль «Читающий бульвар», литературно-музыкальный фестиваль «Восень у Завоссі», книжный альманах «Берасцейская скарбніца».

3. Ассоциаты (125), связанные со сферой «личное отношение»: малая родина (27), чистота (18), дом (12), Брест (12), теплота (7), мирное небо (7), радует природа (7), семья (6), гостеприимная (6), красивая (4), спокойная (3), душевная (3), любовь (3), стабильность (3), хочется вернуться (2), любимая работа (2), Столин (2), Кобрин (2), Ивацевичи, Пинск, агрогородок Страдечь, Иваново, Березовский район, душевное тепло, спокойствие, радость, любимая, трудолюбие, мирная, родная, близкая, солнечная, самая красивая область, цветущая, современность, дети и внуки, многодетные жилые районы, бабушка и дедушка.

4. Ассоциаты (35), связанные со сферой «население»: дружелюбные люди (10), гостеприимные люди (6), добрые люди (5), П. Климук (3), М. Пташук (2), замечательные люди,

модные стильные люди, отзывчивые люди, А. Бадак, Г. Марчук, И. Штейнер, М. Шелехов, А. Брестский, Н. Орды, Л. Пронченко, высокий интеллектуальный уровень населения

5. Ассоциаты (33), связанные со сферой туризма: скульптура зубра на трассе М1 (7), улица Советская (7), архитектура (7), достопримечательности (5), резиденция Деда Мороза (4), агроусадьбы (4), аллея фонарей (3), Споровские сенокосы (3), парк «Диприз» (3), музей ж/д (2), экскурсии (2), важный туристический регион, туризм (2), достопримечательности.

6. Ассоциаты (24), связанные с экономической сферой: урожай (7), ОАО «Савушкин продукт» (6), продукция ОАО «Ляховичок» (3), ОАО «Санта Бремор» (2), маленькие зарплаты, драники, сыр, фермеры, мясомолочные продукты высокого качества, ОАО «Пинскдрев», дожинки, развитый агропромышленный комплекс, лидер в уборочной компании, сельское хозяйство, молочная промышленность.

7. Ассоциаты (24), связанные с транспортной сферой: граница (20), плохие дороги, отсутствие придорожного сервиса, хорошие дороги, одна из важных транспортных артерий.

8. Ассоциаты (3), связанные со сферой здравоохранения: санаторий «Ружанский», санаторий «Берестье», областная больница.

9. Ассоциаты (2), связанные со сферой образования: Национально-экспериментальная база «Журавинка», БрГТУ.

Как видно из вышеперечисленных реакций, вербализация визуального образа Брестчины имеет ряд особенностей. Во-первых, в ответах респондентов четко прослеживается параллелизм природного феномена «пространства» с понятием «малой родины», обладающей богатым историко-культурным наследием. Респонденты сравнивают Брестчину с малой родиной, в пространстве которой они приобщились к определенным ценностям жизни, традициям, символам, к природе, окружающей социальной среде. Для респондентов данной группы малая родина – это системное понятие, включающее в себя воспоминания о детстве, семье, родителях, родственниках (родная, дети и внуки, многодетные жилые районы, бабушка и бабушка, семья).

Во-вторых, присутствующий в сознании респондентов территориальный образ наполнен маркерами чувственного восприятия: зрительного, слухового, осязательного, обонятельного и вкусового (зелень, васильки, реки, болота, клубника, клюква, полевые цветы, березовая роща, бусел, самая теплая область, вкусные деревья, Лобелия Дортмана, чистый воздух, самая теплая область, солнечная, цветущая). Именно благодаря органам чувств в сознании человека, как и любого другого живого существа, складывается перцептивный образ того или иного предмета, а также картина мира в целом [14, с. 39].

Для представителей сферы культуры характерно стремление оценок к положительному полюсу и для других тематических групп. Так, в ответах респондентов прослеживалась прочная ассоциация Брестчины с развитой промышленностью и сельским хозяйством: ОАО «Савушкин продукт», продукция ОАО «Ляховичок», ОАО «Санта Бремор», сыр, мясомолочные продукты высокого качества, урожай, фермеры, дожинки, развитый агропромышленный комплекс, лидер в уборочной кампании, сельское хозяйство.

Привлекательность Брестчины тесно связана и с туристическими объектами: резиденция Деда Мороза, агроусадьбы, аллея фонарей, парк «Диприз». В процессе дефинирования образа региона в данном направлении участники эксперимента фокусировали свое внима-

ние на таких характеристиках, как важный туристический регион, транспортная артерия. Следует отметить, что некоторые реакции, например, дворец Пусловских, Коссовский замок, Каменецкая башня, можно отнести одновременно к двум тематическим группам: с одной стороны, данные достопримечательности являются туристическими объектами, с другой – объектами культурно-исторического наследия.

Некоторые респонденты, участвовавшие в ассоциативном эксперименте, воспринимают регион антропоцентрически – сквозь призму его жителей. Важно отметить, что в своих ответах респонденты обращают внимание на следующие положительные характеристики жителей региона: отзывчивые, гостеприимные, добрые, замечательные, высокий интеллектуальный уровень, дружелюбные люди, добрые люди, модные, стильные люди.

Таким образом, разновекторный характер полученных реакций свидетельствует о том, что жители воспринимают Брестскую область как самодостаточный регион, занимающий важное место в Республике Беларусь. Мы полагаем, что выделенные тематические группы можно трактовать как когнитивные слои, образующие каркас модели восприятия региона: 1) Брестская область – регион с уникальным природным достоянием и богатым историко-культурным наследием; 2) Брестская область – малая родина; 3) Брестская область – регион, где проживают добрые, отзывчивые и талантливые люди; 4) Брестская область – экономически развитый регион; 5) Брестская область – приграничный регион с туристическим потенциалом; 6) Брестская область – регион с развитой медицинской и образовательной сферами.

В лингвистическом аспекте с учетом структурных особенностей все полученные реакции можно разделить на четыре основных типа: 1) реакции-слова; 2) реакции-словосочетания; 3) реакции-предложения; 4) реакции-тексты.

Преобладание реакций-слов в нашем материале может свидетельствовать о том, что в лексиконе испытуемых названия объектов и явлений действительности представляются чаще, чем сами свойства этих предметов. Среди ассоциатов-существительных встречаются: 1) личные номинации: люди, дети, внуки, предки, писатели; 2) абстрактные понятия: спокойствие, стабильность, теплота, уют, любовь, радость, отвага; 3) названия природных объектов: вальки, дуб, деревья, клубника, аист; 4) имена собственные: а) антропонимы: Наполеон Орда, Михаил Пташук, Петр Климук, Александр Бадак, Леонид Пронченко, Георгий Марчук, Иван Штейнер, Михаил Шелехов; б) топонимы (названия внутригородских топографических объектов): ул. Советская, набережная, музей «Берестье», музей Суворова, парк «Диприз», музей Великой Отечественной войны.

Образ Брестчины «присваивается» респондентами и оценивается с помощью эмоционально окрашенной лексики: любимая, гостеприимная, мирная, родная, близкая, солнечная, красивая область, цветущая, душевная.

Значительное количество ассоциатов наполняет третий и четвертый типы реакций – реакции-предложения и реакции-тексты, что свидетельствует о том, что образ Брестской области находится в активной зоне сознания:

– Вторая родина, где много лет живу, вырастил и воспитал двух сыновей.

– Радует природа, урожай, дети, внуки, мир над головой.

– Брестская область – это красивая природа и старинная архитектура. Это заповедники и заказники, национальный парк «Беловежская пуца», мемориал «Брестская крепость-герой».

– Брестская крепость. Беловежская пуца. Здесь живут самые гостеприимные и талантливые люди, которые берегут красоту и чистоту всех городов.

Примечательно, что в ряде случаев письменные ответы респондентов представляют собой лексико-синтаксическое единство, дополненное изобразительным рядом. С целью усиления выразительности текста, повышения экспрессивности высказывания некоторые респонденты используют сегментированные экспрессивные синтаксические конструкции, открытые ряды однородных членов, несвободные синтаксические конструкции, устойчивые выражения:

– Это родина моя. Хлебные поля. Золотой колос.

– Работай и все у тебя будет. Под лежащий камень вода не течет.

– Значимые объекты природы: Беловежская пуца, Ольманские озера, самобытные традиции и обряды, трудолюбивые люди.

Структурированию воплощенной в ответах мысли и повышению эмоциональности способствуют зафиксированные нами элементы синграфематики, супраграфематики и топографематики. Являясь носителями определенной информации, как справедливо отмечает Е. Е. Анисимова, «паралингвистические средства приобретают особую значимость в тексте, формируют наряду с вербальными средствами его содержательный и прагматический аспекты и выступают в качестве релевантных для его типобразования» [15, с. 72]. С помощью механизмов шрифтового и пунктуационного варьирования респонденты стремились письменно выразить свое личное отношение: Каб любіць Беларусь нашу мілую, Трэба ў розных краях пабываць!!!; Брэсцкая вобласць – Радзіма мая! Лепшай ў свеце наогул няма!; #Первый регион!; МОЯ МАЛАЯ РОДИНА!

Интересно и то, что в двух ответах респондентов присутствует ассоциат-стихотворение:

«Прыедзь у край мой ціхі...»

Прыедзь у край мой ціхі,

Тут продкаў галасы,

Тут белыя бусліхі

І мудрыя лясы.

Хапае на Палессі

І сонца, і вады.

І што ні двор – то песня,

Што вёска – то сады» [16].

Использование в качестве модели стилизации другого типа текста, включение в графическую структуру анкеты прецедентного текстового блока придает ей эмоциональность, позволяет автору необычным образом передать свои чувства и эмоции.

**Заключение.** Проведенный свободный ассоциативный эксперимент позволяет сделать следующие выводы.

1. Ассоциативный эксперимент служит важным инструментом, который позволяет выявить отношение жителей региона к окружающей действительности. Это отношение выражается языковыми средствами и отражает понимание мира, его концептуализацию, а также стратегии общения и речевого существования индивида. Ассоциативное значение слова выявляет его коммуникативный потенциал – то, что обуславливает способность слова участвовать в общении в качестве элемента высказывания.



2. Описание психолингвистического значения слова имеет системно-целостный характер, и его целесообразно «выполнять по заданному алгоритму, включающему в себя ряд последовательных действий по семантической интерпретации психолингвистических данных» [17, с. 12].

3. Полученные в ходе ассоциативного эксперимента результаты, безусловно, обладают прикладным потенциалом, поскольку ярко свидетельствуют о целесообразности использования антропометрических методов в интенсивно развивающихся областях топонимического имиджирования и когнитивного картографирования территорий. Полученные результаты полностью подтверждают тезис о том, что исходной точкой формирования успешного имиджа региона является изучение образа региона, существующего в обыденном языковом сознании его жителей.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цивьян Т. В. Текст: семантика и структура. М.: Наука, 1983.
2. Флоренский П. А. Статьи и исследования по истории и философии искусства и археологии. М.: Мысль, 2000.
3. Гумбольдт В. Язык и философия культуры / пер. с нем. М. И. Левиной, О. А. Гулыги, А. В. Михайлова и др. М.: Прогресс, 1985.
4. Уфимцева Н. В., Тарасов Е. Ф. Проблемы изучения языкового сознания // Вопросы психолингвистики. 2009. № 10. С. 22–29.
5. Уфимцева Н. В. Региональное языковое сознание коми, русских, татар: проблемы взаимодействия. Ярославль: Канцлер, 2017.
6. Курганова Н. И. Роль и место смыслового поля при моделировании структурных и операциональных параметров значения слова: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / ТвГУ. Тверь, 2012.
7. Мингалеев Р. Н. Конструирование имиджа региона российскими СМИ: на примере Республики Татарстан: дис. ... канд. социол. наук / Казан. гос. технол. ун-т. Казань, 2004.
8. Золина Г. Д. Формирование положительного образа Краснодарского края в средствах массовой информации: дис. ... канд. филол. наук / Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 2007.
9. Сушенкова И. А. Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа: на примере Омской области: дис. ... канд. филол. наук / Омск. гос. ун-т. Омск, 2011.
10. Морозова Т. А. Медиатизация технологий конструирования имиджа города: дис. ... канд. филол. наук / Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 2013.
11. Худякова А. В. Формирование положительного образа сельской территории Крайнего Севера региональной печатью (на примере районов Архангельской области): дис. ... канд. филол. наук / Академия медиаиндустрии. М., 2016.
12. Прасолова О. В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации: на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2010.
13. Клименко А. П. Лексическая системность и ее психолингвистическое изучение. Минск: МГПИИЯ, 1974.
14. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика // Избранные труды: в 2 т. Т. 1. М.: Языки русской культуры, 1995.
15. Анисимова Е. Е. Лингвистика и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Academia, 2003.
16. Янішчыц Я. Прыездзь у край мой ціхі... // Вершы, паэмы. Мінск : Маст. літ., 2000. С. 21.
17. Рудакова А. В. Теоретические и прикладные проблемы психолингвистической семасиологии и лексикографии: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2022.

### Информация об авторе.

**Ильичева Инна Леонидовна** – кандидат филологических наук (2008), доцент кафедры речеведения и теории коммуникации Минского государственного лингвистического университета, ул. Захарова, д. 21, Минск, 220034, Беларусь. Автор более 55 научных публикаций. Сфера научных интересов: медиалингвистика, межкультурная коммуникация, лингвокультурологи, социалингвистика, теория коммуникации.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.  
Поступила 12.01.2024; принята после рецензирования 19.02.2024; опубликована онлайн 20.11.2024.

### REFERENCES

1. Tsiv'yan, T.V. (1983), *Tekst: semantika i struktura* [Text: Semantics and Structure], Nauka, Moscow, USSR.
2. Florenskii, P.A. (2000), *Stat'i i issledovaniya po istorii i filosofii iskusstva i arkheologii* [Articles and research on the history and philosophy of art and archeology], Mysl', Moscow, RUS.
3. Humboldt, W. (1985), *Sprache und Philosophie der Kultur*, Transl. by Levina, M.I., Gulyga, O.A., Mikhailov, A.V. et al., Progress, Moscow, USSR.
4. Ufimtseva, N.V. and Tarasov, E.F. (2009), "Problems of studying linguistic consciousness", *J. of Psycholinguistics*, no. 10, pp. 22–29.
5. Ufimtseva, N.V. (2017), *Regional'noe yazykovoe soznanie komi, russkikh, tatar: problemy vzaimovliyaniya* [Regional linguistic consciousness of Komi, Russians, Tatars: problems of mutual influence], Kantsler, Yaroslavl', RUS.
6. Kurganova, N.I. (2012), "The role and place of the semantic field in modeling the structural and operational parameters of the word meaning", Abstract of Dr. Sci. (Philology) dissertation, TSU, Tver, RUS.
7. Mingaleev, R.N. (2004), "Construction of the image of the region in Russian mass media: on the example of the Republic of Tatarstan", Can. Sci. (Sociology) Thesis, KSTU, Kazan', RUS.
8. Zolina, G.D. (2007), "Formation of a positive image of the Krasnodar region in the media", Can. Sci. (Philology) Thesis, Kuban State Univ., Krasnodar, RUS.
9. Sushenkova, I.A. (2011), "Lingvocognitive study of regional image: on the example of Omsk region", Can. Sci. (Philology) Thesis, Omsk State Univ., Omsk, RUS.
10. Morozova, T.A. (2013), "Mediatization of technologies for constructing the image of the city", Can. Sci. (Philology) Thesis, Kuban State Univ., Krasnodar, RUS.
11. Khudyakova, A.V. (2016), "Formation of a positive image of the rural territory of the Far North by the regional press (on the example of the districts of the Arkhangelsk region)", Can. Sci. (Philology) Thesis, Academy of Media Industry, Moscow, RUS.
12. Prasolova, O.V. (2010), "Formation of the image of the region in the media: on the example of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra", Abstract of Can. Sci. (Philology) dissertation, Voronezh State Univ., Voronezh, RUS.
13. Klimenko, A.P. (1974), *Leksicheskaya sistemnost' i ee psiholingvisticheskoe izuchenie* [Lexical systematicity and its psycholinguistic study], MGPIIYA, Minsk, USSR.
14. Apresyan, Yu.D. (1995), "Lexical semantics", *Izbrannye trudy* [Selected works], in 2 vol., vol. 1, Yazyki russkoi kul'tury, Moscow, RUS.
15. Anisimova, E.E. (2003), *Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov)* [Linguistics and intercultural communication (based on creolized texts)], Academia, Moscow, RUS.
16. Yanishchyts, Ya. (2000), "Pryedz' u krai moi tsikhi...", *Vershy, paemy* [Poems, poems], Mast. lit., Minsk, BLR, p. 21.
17. Rudakova, A.V. (2022), "Theoretical and applied problems of psycholinguistic semasiology and lexicography", Abstract of Dr. Sci. (Philology) dissertation, Voronezh State Univ., Voronezh, RUS.

**Information about the author.**

**Inna L. Ilyicheva** – Can. Sci. (Philology, 2008), Associate Professor at the Department of Speech Science and Theory of Communication, Minsk State Linguistic University, 21 Zakharova str., Minsk 220034, Belarus. The author of more than 55 scientific publications. Area of expertise: media linguistics, intercultural communication, linguoculturology, sociolinguistics, communication theory.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.*

*Received 12.01.2024; adopted after review 19.02.2024; published online 20.11.2024.*