

В условиях межгосударственной конкуренции на мировом рынке и национального соперничества государств, политический дискурс максимально использует прагматический потенциал метафорических моделей, который особенно ярко представлен в субсфере «Социум» и «Артефакты» в русском и английском языках соответственно.

Ни одно освещение политических событий не обходится без использования метафоры. Обращение к метафорическому потенциалу выражений позволяет обнаружить подсознательные установки говорящего, является ярким показателем национального, социального и личностного сознания.

1. Чудинов А. П., Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры, Урал. гос. пед. ун-т. (2001).

LA IMAGEN DE RUSIA EN ESPAÑA Y DE ESPAÑA EN RUSIA EN PUBLICIDAD TURÍSTICA

Safina A.R.

Universidad Estatal de Chelyabinsk, Chelyabinsk, Rusia

*E-mail: tarabaeva.sasha@mail.ru

Annotation. The article deals with the image of Russia and Spain in mass media in terms of tourism industry. The work dwells on disadvantages and advantages of Spanish and Russian tourism market as well as perspectives and problems of Russo-Spanish relationships. Special attention is given to the aims and benefits of visiting these two countries.

En este trabajo se analiza la imagen de Rusia en España y de España en Rusia en publicidad turística.

Al principio hay que decir, que la imagen del país cambia con el paso del tiempo, y también depende de las condiciones socioeconómicas y políticas. La imagen del país, basada en los estereotipos existe, sin duda, y es conocida en todo el mundo. Hay que añadir que ahora tanto Rusia como España luchan por proyectar una nueva imagen, una nueva marca y ganar territorio en el ámbito internacional.

El objetivo de este trabajo analizar la posición moderna y las perspectivas del desarrollo de las relaciones rusas-españolas en el ámbito turístico.

En general, el turismo es un sistema que ofrece todas las posibilidades para el conocimiento de la historia, cultura y costumbres de su pueblo, de los valores espirituales y religiosos del país.

Referencia a España, hay que decir que la imagen de España como destino turístico es muy sólida y la cantidad de turistas que la visitan ha aumentado más de dos veces.

Por desgracia, el flujo de los turistas españoles a Rusia no es grande. Al día de hoy a Rusia llega en diez veces menos que los rusos a España. Según los resultados

de la opinión pública, pasada entre los españoles, se puede distinguir algunas causas por qué los españoles visitan a Rusia raramente. Al principio hay que decir que es difícil obtener el visado a Rusia, también el servicio mal, la ausencia de la seguridad, el género de vida caótico, la mafia y el embotellamiento en las carreteras. A pesar de esto, en España siempre aprecian la cultura rusa.

También hay que notar que ahora España es una de las destinos más populares de los turistas rusos, pero Rusia comienza a ocupar las posiciones análogas en el mercado español turístico.

Rusia se interesa en la colaboración con España, incluso en la esfera del turismo, a saber en la realización de los proyectos de inversiones, por ejemplo, en la construcción de los hoteles y otros objetos de la infraestructura turística.

Y al fin del trabajo hay que llegar a conclusión que las relaciones rusa-españolas en ámbito turístico continúa desarrollarse en los últimos años.

Y para los dos países es importante que el turismo crece y refleja la aspiración de los rusos y los españoles uno a otro con cada año.

СОСТАВЛЕНИЕ АССОЦИАТИВНОГО ПОЛЯ КОНЦЕПТА «СЕМЬЯ» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ПУТЕМ ПРОВЕДЕНИЯ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Сермягина Е.А., Поршнева А.С.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

E-mail: elena_sermy@mail.ru

FORMATION OF THE ASSOCIATIVE FIELD OF THE “FAMILY” CONCEPT IN THE RUSSIAN LANGUAGE BY CONDUCTING A FREE ASSOCIATIVE EXPERIMENT

Sermyagina E.A., Porshneva A.S.

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

Annotation. The work describes a free associative experiment conducted among native speakers of the Russian language. The aim of the experiment was to form the associative field of the “family” concept in the Russian language and to classify and analyze it. The experiment showed that the most frequent reactions to the stimulus “family” include words related to the functions of the family, its characteristics and composition, and the significance of the family in a person’s life.

Целью данного исследования является составление ассоциативного поля концепта «семья» в русском языке. Для ее достижения был проведен свободный ассоциативный эксперимент путем анкетирования. В ходе проведения экспери-