

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
Направление 45.03.02 «Лингвистика»
Кафедра русского языка как иностранного

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТА «ГОРОД» В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

УДК 81'42:338.48

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
1512А3	Чжан Юнчан		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры РКИ	Исаева Е.В.	к.ф.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
РКИ	Владимирова Т.Л.	к.ф.н., доцент		

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P1	Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в процессе обеспечения межкультурной коммуникации
P2	Применять знания теории языка, теории перевода, теории межкультурной коммуникации в решении задач по обеспечению межкультурной коммуникации
P3	Осуществлять эффективную устную и письменную речевую коммуникацию на иностранном языке в ситуациях межъязыкового общения
P4	Выполнять функции языкового посредника в ситуациях официального и неофициального общения, учитывая специфику взаимодействия представителей различных культур
P5	Осуществлять подготовку мероприятий различного уровня с использованием нескольких рабочих языков
P6	Решать конкретные проблемы межкультурной коммуникации, влияющие на эффективность межкультурных и межъязыковых контактов
P7	Проводить комплексные исследования проблем межкультурной коммуникации, включая поиск необходимой информации, эксперимент, анализ и интерпретацию данных, представление результатов исследования
P8	Демонстрировать особые компетенции, связанные с уникальностью задач, объектов и видов профессиональной деятельности в области межкультурной коммуникации на предприятиях и в организациях – потенциальных работодателях, а также готовность следовать их корпоративной культуре
<i>Универсальные компетенции</i>	
P9	Эффективно работать индивидуально и в качестве члена команды при решении профессиональных задач, демонстрировать личную ответственность, готовность следовать профессиональной этике
P10	Демонстрировать знание правовых, социальных и экологических аспектов деятельности языкового посредника, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности
P11	Демонстрировать способность к самостоятельному обучению в течение всей жизни и непрерывному самосовершенствованию в профессиональной деятельности

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
 Направление подготовки (специальность) 45.03.02 «Лингвистика»
 Кафедра русского языка как иностранного

УТВЕРЖДАЮ:
 И.о. зав. кафедрой РКИ
 _____ Т.Л. Владимирова
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:
 бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
1512A30	Чжану Юнчану

Тема работы:

Структурные особенности концепта «город» в туристическом дискурсе: межкультурный аспект	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 10513/с от 07.12.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:	05.06.2017
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Исследования в области когнитивной лингвистики; и лингвокультурологии; научные статьи по проблемам выявления спектра языковых средств, репрезентирующих структуру концепта "город" в русском языке. Материал исследования: тексты отзывов российских туристов о Китае с сайтов туристических и рекламных компаний. Методы анализа материала: описательный метод с приёмами сбора, классификации и анализа материала; прием сплошной выборки; дискурс-анализ; сопоставительный метод.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	Аналитический обзор научной литературы по проблемам когнитивной лингвистики, лингвокультурологии; определение категориально-понятийного аппарата исследования; описание особенностей семантического поля концепта «город»; определение системы микроконцептов, его составляющих. Выявление языковых средств лексического уровня, репрезентирующих структуру концепта «город». Формулирование результатов работы и перспектив дальнейшего исследования.

Перечень графического материала	Нет.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы Нет.	
Раздел	Консультант
–	Нет

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	07.12.2016
---	------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент каф. РКИ	Исаева Е.В.	К.ф.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
1512A30	Чжан Юнчан		

Реферат

Бакалаврская работа 74 с., 53 источника.

Ключевые слова: КОНЦЕПТ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС, СТРУКТУРА КОНЦЕПТА, ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ.

Объект исследования – концепт «город» как составляющая концептосферы русского языка. Предмет – структура концепта «город», объективированная через комплекс языковых единиц в отзывах российских туристов о Китае. Цель работы – определить структурные особенности концепта «город» в туристическом дискурсе.

Были решены следующие задачи: осуществлен аналитический обзор литературных источников и определен категориально-понятийный аппарат исследования; произведен сбор и интерпретация эмпирического материала; описана структура концепта «город» и составляющие его микроконцепты; выявлены языковые средства, репрезентирующие концепт «город» в отзывах российских туристов.

Результаты исследования: концепт «город» структурирован, с одной стороны, в виде четырех составляющих его микроконцептов: древний город, современный город, город-сад и туристический город; с другой стороны, данный концепт структурируется с позиции выявления понятийного, образного и ценностного компонентов, по разному репрезентированных средствами русского языка.

Материал исследования: 90 текстов отзывов российских туристов, в которых вербализован концепт «город».

Метод научного описания с приемами классификации, дефиниционного, контекстного анализа, лингвокультурологического комментария, дискурс-анализа.

Практическая значимость: результаты исследования могут быть применены в практике преподавания русского языка как иностранного, в практическом курсе русского языка как основного иностранного, а также в спецкурсах по межкультурной коммуникации.

Abstract

Bachelor's work 74 pp., 53 sources.

Keywords: CONCEPT, CONCEPTOSPHERE, STRUCTURE OF THE CONCEPT, LANGUAGE MEANS OF OBJECTIFICATION.

The object of research is the concept "city" as a component of the conceptual sphere of the Russian language. The subject is the language units that represent the concept of "city" in the responses of Russian tourists about China. The aim of the work is to identify and describe a complex of linguistic means of objectifying the concept of "city" in the responses of Russian tourists about China. The following tasks were accomplished: an analytical review of the literature sources was carried out and a categorical-conceptual research apparatus was defined; Collection and interpretation of empirical material; The structure of the concept "city" and its constituent microconcepts are described; Language tools are revealed that represent the concept of "city" in the responses of Russian tourists.

Results of the research: the concept of "city" is structured, on the one hand, in the form of three components of its micro-concoctions: an ancient city, a modern city and a garden city; On the other hand, this concept is structured from the point of view of conceptual, figurative and value components, which are differently represented by means of the Russian language.

Material of the study: 90 texts of reviews of Russian tourists, in which the concept "city" is verbalized.

Method of scientific description with the methods of classification, definition, context analysis, linguistic and cultural commentary.

Practical significance: the results of the research can be applied in the practice of teaching Russian as a foreign language, in the practical course of the Russian language as the main foreign language, and also in special courses on intercultural communication.

Оглавление

Введение	8
Глава 1. Теоретические основы исследования	11
1. Концепт как объект лингвистических исследований	11
1.1 Определение понятия «концепт» в когнитивной лингвистике	11
1.2 Определение понятия «концепт» в лингвокультурологии.....	14
1.3 Соотношение терминов «понятие» и «концепт»	16
2. Структура концепта	18
3. Методы выявления и описания концепта	20
4. Туристический дискурс	25
4.1 Понятие туристического дискурса	25
4.2 Параметры туристического дискурса	27
Выводы по первой главе.....	30
Глава 2. Концепт «город» в туристическом дискурсе	32
1. Концепт «город» как составляющая концептосферы языка и культуры	32
2. Структура концепта «город»: языковые средства объективации	36
2.1. Древний город	37
2.2. Современный город	42
2.3. Город-сад	54
2.4 Туристический город	59
2.5 Дополнительные характеристики концепта «город»	61
Выводы по второй главе.....	65
Заключение	67
Список публикаций студента	69
Список использованной литературы	70

Введение

Настоящее исследование посвящено анализу репрезентации лингвокультурного концепта "город" в туристическом дискурсе – в отзывах российских туристов о Китае; обращено к рассмотрению вербализованных представлений о многоликом облике города глазами представителя другой культуры в рамках антропоцентрической парадигмы гуманитарной науки.

В начале XXI века когнитивная лингвистика представлена в мире несколькими мощными направлениями, каждое из которых характеризуется своими проблемами общей когнитивной организацией, своей областью и особыми процедурами анализа. Хотя теоретические аппараты многочисленных течений когнитивистики сильно отличаются друг от друга, однако, рассматривая язык как вместилище духа народа и орудие познания, как средство овладения знаниями и общественно-историческим опытом людей и как способ выражения деятельности сознания человека, в научном мире наблюдается полное согласие в определении когнитивной функции языка. Эта функция языка связана с исследованием, поиском истины, смысла.

Актуальность данного исследования определяется продуктивностью разрабатываемого в современном языкознании антропоцентрического подхода к описанию языка, необходимостью разработки теоретических положений когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, а также усилением внимания и потребностью современного языкознания в исследовании ключевых концептов культуры, к которым относится и описываемый концепт «город», представляющий собой одну из несущих конструкций образа мира, глобальную ментальную единицу в составе русской концептосферы. Несмотря на то, что лексико-семантическое поле города – одно из самых содержательно насыщенных и многоаспектно интерпретируемых, лингвистический аспект этого концепта раскрыт недостаточно, исследованию подверглись лишь отдельные области богатого языкового мира данного

концепта, особенно в отношении функционирования указанного концепта в таких жанровых образованиях, как отзыв.

Объект исследования – концепт «город» как составляющая концептосферы русского языка.

Предмет – структура концепта «город», объективированная через комплекс языковых единиц в отзывах российских туристов о Китае.

Цель работы – определить структурные особенности концепта «город» в туристическом дискурсе.

Поставленная цель предполагает решение комплекса взаимосвязанных **задач:**

- 1) осуществить аналитический обзор литературных источников и определить категориально-понятийный аппарат исследования;
- 2) произвести сбор, систематизацию, классификацию и интерпретацию эмпирического материала;
- 3) описать структуру концепта «город» и составляющие его микроконцепты;
- 4) выявить языковые средства, репрезентирующие структуру концепта «город» в отзывах российских туристов.

Теоретико-методологическую основу работы составили исследования Н.Д. Арутюновой [1], Н.Н. Болдырева [2], С.Г. Воркачева [3], В.З. Демьянкова [4], В.И.Карасика [5], Ю.Н. Караулова [6], В.В. Колесова [7–8], Е.С.Кубряковой [9], Д.С. Лихачева [10], З.Д. Поповой, И.А. Стернина [11– 14], В.Н. Телии [15], Р.М. Фрумкиной [16]и др.

Методы исследования. В работе использовался общенаучный метод описания, реализуемый в приемах сбора, обработки и интерпретации анализируемого материала, дефиниционного и контекстного анализа; дискурс-анализа, также приема лингвокультурологического комментария.

Материал исследования – **90** текстов отзывов российских туристов, в которых вербализован концепт «город» и особенности его структуры.

Научная новизна исследования состоит в осуществлении анализа практического материала, впервые введённого в научный оборот, с применением разноаспектной методики выявления корпуса языковых средств, репрезентирующих структуру концепта «город» в туристическом дискурсе.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что в парадигму лингвокультурологического анализа включаются лексические единицы, репрезентирующие семантику городского и формирующие структуру концепта «город» с точки зрения представителей иной культуры.

Практическая ценность работы заключается, во-первых, в возможности использования представленного в ней материала в других лингвокультурологических исследованиях; во-вторых, сделанные в работе наблюдения и выводы могут быть применены в практике преподавания русского языка как иностранного, в практическом курсе русского языка как основного иностранного, а также в спецкурсах по межкультурной коммуникации.

Структура работы: исследование состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы, насчитывающего 53 источника. Во введении определяются объект/предмет, цели и задачи исследования, обосновывается актуальность, описываются методы анализа лингвистического материала. В первой, теоретической главе, понятие концепт определяется с точки зрения когнитивной и лингвокультурологической науки; описывается структура концепта и методологические подходы к его изучению. Во второй, собственно практической главе, последовательно проводится анализ языкового материала с точки зрения выбранного алгоритма, а именно описания компонентов структуры концепта и микроконцептов его составляющих. В заключение формулируются выводы и определяются перспективы дальнейшего исследования.

Результаты исследования были апробированы на Международной студенческой научно-практической конференции «Иностранный язык и межкультурная коммуникация», Томск, 28 февраля 2017 г.

Глава 1. Теоретические основы исследования

Раздел 1. Концепт как объект лингвистических исследований

1.1 Определение понятия «концепт» в когнитивной лингвистике

Термин «концепт» (от лат. *conceptus* – «мысль», «понятие») является междисциплинарным или, по определению ученых, «зонтиковым», т.к. «покрывает» предметные области нескольких научных направлений, занимающихся проблемами мышления и познания, хранения и переработки информации [17].

Возникнув как понятие математической логики, термин «концепт» закрепился в психологии, культурологии, философии, когнитологии, стал базовым в когнитивной лингвистике. В научный обиход отечественного языкознания он был введен в 20-е годы XX века. Однако лишь в 80-е гг. в связи с переводами работ англоязычных авторов понятие «концепт» как термин адаптировалось на отечественной почве [18: 14], и с начала 90-х начинает активно использоваться в лингвокогнитологии.

Несмотря на широкое распространение, термин «концепт» до сих пор не имеет однозначного толкования и варьируется в концепциях различных научных направлений. Как отмечают З.Д. Попова и И.А. Стернин, «концепт – это категория мыслительная, ненаблюдаемая, и это дает большой простор для её толкования» [12: 21]. Лингвистические интерпретации данного термина не имеют единства в связи с отсутствием общности методологических и теоретических установок лингвистических школ концептуального направления.

Согласно «Краткому словарю когнитивных терминов», «понятие концепт отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира» [19: 90].

По определению Е.С. Кубряковой, основоположника семантико-когнитивного направления, концепт – это «единица ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры,

которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [19: 90].

В свою очередь, З.Д. Попова и И.А. Стернин полагают, что концепт – это «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат когнитивной деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [13: 24].

Итак, понятие «концепт» является базовой категорией когнитивной лингвистики. В языке концепт объективируется лексемами, свободными и устойчивыми словосочетаниями и может быть исследован на материале, полученном в результате свободного ассоциативного эксперимента, сплошной выборки из фразеологизмов, пословиц, поговорок и художественных текстов. Большинство исследователей сходятся в том, что концепт представляет собой неоднородное образование, «имеющее сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами» [20: 10].

В отечественной лингвокогнитологии актуальной остаётся проблема соотношения концепта и лексического значения слова. Впервые вопрос о соотношении двух понятий был поднят С.А. Аскольдовым [21: 271]. На современном этапе развития науки, данная проблема исследуется в работах многих лингвистов: В.В. Колесова [7–8], М.В. Никитина [22], М.В. Пименовой [20], З.Д. Поповой, И.А. Стернина [11–14] и др.

Одно из самых существенных различий значения и концепта связано с их внутренним содержанием. Соотношение концепта и значения определяется их категориальным статусом. Значение – единица семантического пространства языка, то есть элемент системы значений конкретного языка. Значение

включает сравнительно небольшое количество семантических признаков (сем), которые являются общеизвестными для данного социума и связаны с функционированием соответствующей звуковой оболочки (лексемы) [13: 8].

Как отмечает В.В. Колесов, «лексическое значение складывается из множества представлений о признаках предмета, существенных и случайных, полезных и малозначительных, одинаково красивых или невыразительных» [7: 9], то есть значение языкового знака выводится из наблюдаемых фактов его употребления. Концепт – явление мыслительного порядка, которое является основной формой выражения мыслительных процессов, то есть представляют собой тот фонд, из которого выбираются единицы для осуществления речемыслительного процесса.

Содержание концепта шире значения, поскольку концепты не теряют включенные в свою структуру признаки на протяжении всей истории народа [20]. Структура концептов только пополняется за счет выделения дополнительных признаков. По замечанию М.В. Пименовой, формы для выражения того или иного признака концепта могут устаревать, но сами признаки не устаревают и не исчезают. Появляются новые формы для их выражения [20: 14].

Концепт семантически глубже и богаче, чем лексическое значение. Являясь единицей ментального мира человека, концепт расширяет значение слова, поскольку включает в себя ментальные признаки того или иного явления, в том числе и невербальные, которые отражены сознанием народа на данном этапе его развития [12–13].

Таким образом, концепт и значение – это явления когнитивной природы, представляющие собой результат отражения действительности сознанием. Однако значение – это элемент языкового сознания, а концепт – когнитивного сознания, соответственно, значение – единица семантического пространства языка, концепт – концептосферы. Содержание концепта намного шире и глубже лексического значения слова, так как включает не только актуальные для сознания смысловые компоненты, но и информацию, отражающую общую

информационную базу человека, его энциклопедические знания о предмете или явлении, которые могут и не обнаруживаться в его речи. Языковое значение прикреплено к языковому знаку, а концепт с конкретным языковым знаком не связан.

1.2 Определение понятия «концепт» в лингвокультурологии

История языка неотделима от истории и культуры народа. Язык в своем развитии тесно связан с развитием устного народного творчества, литературы, общества в целом. У каждого народа имеются свои представления о мире, явлениях, происходящих в мире, своё понимание определенных понятий, слов, ассоциаций, связанных с тем или иным предметом или явлением. Языковые представления формируются у человека в течение всей его жизни. Так возникает языковая картина мира человека, народа и общества в целом.

Согласно философско-лингвистической программе Вильгельма фон Гумбольдта, определяющей взаимоотношения языка и картины мира, всякий язык, обозначая отдельные предметы, в действительности созидает: он формирует для говорящего на нём народа собственную картину мира [23].

Языковая картина мира отражается в ключевых словах – концептах. Лингвокультурный концепт – термин современный, прочно утвердившийся в методике русского языка, но до сих пор не имеющий единого определения. Исследованиями концептов с точки зрения лингвокультурологии плодотворно занимаются такие учёные, как Н.Д. Арутюнова [1], В.В. Воробьев [29], В.В. Колесов [7–8], Ю.С. Степанов [24], Ф.Ф. Фархутдинова [25] и др.

Лингвокультурологический подход к концепту принципиально отличается от когнитивного. Основным дифференциальным признаком при лингвокультурологическом подходе является то, что концепт признаётся атрибутом культуры [24].

По мнению Ю.С. Степанова, концепт – это «сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. Концепт – это то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в

некоторых случаях и влияет на неё. Концепты не только мыслятся, они переживаются. Они – предмет эмоций, симпатий и антипатий, а иногда и столкновений» [24: 40 – 41].

В.И. Карасик характеризует концепты как первичные культурные образования, являющиеся выражением объективного содержания слов, имеющие смысл и поэтому транслируемые в различные сферы бытия человека, в частности, в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира [26].

С точки зрения В.Н. Телия, концепт – это продукт человеческой мысли и явление идеальное, присущее человеческому сознанию вообще, а не только языковому. Концепт – это конструкт, он не воссоздается, а «реконструируется» через своё языковое выражение и внеязыковое знание [15].

Как отмечает М. Хайдеггер, концепт представляет собой семантическое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и характеризующее носителей определённой этнокультуры [27].

Стремясь понять природу концепта, Ю.С. Степанов выдвигает тезис о её сверхиндивидуальности и связи с коллективным бессознательным того или иного общества. Учёный также выделяет значимые характеристики концепта.

Во-первых, у концепта всегда есть материальное воплощение. Связанное с концептом коллективное бессознательное обязательно должно быть закреплено не только в языке, но и предметах или явлениях действительности. Фактически, концептами являются слова и вещи, существующие в культуре. Во-вторых, концепты не есть что-то определённое, они постоянно развиваются, и в своём развитии переживаются индивидом в отдельности и обществом в целом. Они связаны с эмоциональной сферой человека. В-третьих, концепты можно классифицировать по типу их носителей: есть индивидуальные, национальные и общечеловеческие концепты. По мнению Ю.С. Степанова, наиболее эффективным является исследование национальных концептов, которые являются более доступными для изучения и актуальными на сегодняшний день [24].

Следует отметить, что в понимании концепта наметилось три основных подхода. Во-первых, в самом широком смысле в число концептов включаются лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют «наивную картину мира» носителей языка. Совокупность таких концептов образует концептосферу языка, в которой концентрируется культура нации. В число подобных концептов попадает любая лексическая единица, в значении которой просматривается способ (форма) семантического представления. Во-вторых, в более узком понимании к числу концептов относят семантические образования, отмеченные лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующие носителей определенной этнокультуры. Совокупность таких концептов не образует концептосферы как некоего целостного и структурированного семантического пространства, но занимает в ней определенную часть – концептуальную область. И, наконец, к числу концептов относят лишь семантические образования, список которых в достаточной мере ограничен и которые являются ключевыми для понимания национального менталитета как специфического отношения к миру его носителей.

Обобщение точек зрения на концепт и его определения в лингвистике позволяет прийти к следующему заключению: концепт – это единица коллективного знания/сознания (отправляющая к высшим духовным ценностям), имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой. По существу, единственной причиной терминологизации лексемы «концепт» является потребность в этнокультурной авторизации семантических единиц – соотнесении их с языковой личностью.

1.3 Соотношение терминов «понятие» и «концепт»

Отправной точкой в трактовке концепта является его философская интерпретация. Одно из первых определений было дано еще в 1928 году философом С. А. Аскольдовым, который следующим образом сформулировал суть проблемы: «Концепт есть мысленное образование, которое замещает нам в

процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [21].

Связь концепта и понятия заложена уже в самом термине: само слово «концепт» (conceptus) в переводе с латинского и означает «понятие». Идея С.А.Аскольдова получила свое развитие; концепт стали определять как содержание понятия, его смысловая наполненность в отвлечении от конкретно языковой формы его выражения. И хотя термин «концепт» широко используется в разных областях научного знания, его основа неизменна: это смысловая константа, вбирающая в себя множество сем, которые реализуются в конкретной ситуации или определенном тексте и имеют надличностную природу. Именно это объединяет такие понятия, как «психологический концепт», которое служит для маркированности эмоций человека, состояний сознания, связанных с определенной мыслительной деятельностью (концепт счастья, концепт страха, концепт радости, концепт эгоизма и др.) [3: 186], культурный концепт», который, по Ю. С. Степанову, есть «сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [24: 53] и множество других.

С. Г. Воркачев отмечает, что в случае концепта ближайшими семантическими «соседями» оказываются (общее) представление, значение/смысл и понятие [3].

Прежде чем приступить к рассмотрению термина «понятие», необходимо отметить следующее. Мышление человека отличается от психической деятельности животных прежде всего тем, что человек обладает способностью обобщенно мыслить о предметах, явлениях и процессах окружающего мира в форме понятий. Причем познание реальной действительности реализуется путем образования понятий и оперирования ими. Понятие выступает и как исходный элемент познания, и как его результат. Любая логическая форма имеет понятийный характер.

Понятие – это обобщённое отражение предметов и явлений в нашем сознании. Понятие – это мысль о предмете. Понятие – это и ступень познания,

отражение окружающей нас объективной действительности в нашем сознании, это сгусток многочисленных, уже добытых знаний о предмете, сжатый в одну мысль.

Понятие – это содержание значения слова, а слово, в свою очередь, – языковая оболочка понятия. Понятие является категорией мышления и не может существовать без языковой оболочки, оно реализуется в слове. Понятие – это логическая и гносеологическая категория, а слово и его значение – лингвистические категории.

Раздел 2. Структура концепта

Сложность в определении сущности концепта как научной категории связана с тем, что в современной науке до сих пор нет однозначного решения при определении структуры и типологии концептов [18; 2; 28; 11–14 и др.].

Ю.С. Степанов полагает, что в концепте выделяется три основных слоя: буквальный смысл (внутренняя форма), пассивный (исторический), новейший (актуальный и активный) [24: 41]. На многокомпонентную структуру концепта указывает и В.И. Карасик, выделяющий образный, понятийный и ценностный компоненты концепта. К образной стороне концепта В.И. Карасик относит «зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые, воспринимаемые обонянием характеристики предметов, отраженных в нашей памяти»; к понятийной стороне – «языковую фиксацию концепта, его обозначение, описание, признаковую структуру, сопоставительные характеристики данного концепта по отношению к тому или иному ряду концептов, которые никогда не существуют изолированно»; к ценностной стороне концепта – важность этого психического образования как для индивидуума, так и для коллектива [5: 8].

Кроме того, структура концепта зависит от типа исследуемого концепта. Анализ результатов лингвокогнитивных исследований показывает, насколько разнообразны принципы определения типов концептов:

1) по степени конкретности-абстрактности содержания: конкретные и абстрактные;

2) по номинированности в языке: номинированные и неноминированные (лакунарные);

3) по степени устойчивости: устойчивые – неустойчивые;

4) по частоте и регулярности актуализации: актуальные – неактуальные [13];

5) по структуре: простые (одноуровневые), сложные (многоуровневые), сегментные [12], калейдоскопические [18], композитивные [30];

6) по способу языкового выражения вербализующих их единиц: лексическо-фразеологические, текстовые (вербализуемые целым текстом), грамматические, синтаксические;

7) по номинативной плотности: одиночные или единичные, парные («семантические дублеты», антонимичные), групповые (синонимичные);

8) по стандартизации: универсальные (инвариантные); общенациональные (этнические), групповые (принадлежащие социальной, возрастной, половой и другим группам), личные (концепт как достояние индивида) [28];

9) по сфере употребления: научные, художественные, обыденные;

10) по содержанию и степени абстракции: конкретно-чувственный образ, представление (мыслительная картинка), схема, понятие, прототип, пропозиция, фрейм, сценарий (скрипт), гипонимия, инсайт, гештальт [2; 18; 12].

Структуризация концепта, его неоднородность стали очевидны исследователям с самого начала когнитивных исследований. Мнения об основных компонентах концептов высказывались различные.

Единства мнений относительно числа семантических параметров, по которым может вестись изучение концепта, у концептологов нет. Сюда включаются как понятийное, так и образное, ценностное, поведенческое, этимологическое и культурное «измерения» [31: 18–19; 24: 41; 5: 10], из которых почти каждое может иметь приоритетный статус в исследовании.

Так, Ю. С. Степанов вычленяет в концепте обиходную или общеизвестную сущность, затем сущность, известную отдельным носителям

языка, и историческую, этимологическую информацию. Например, в концепте «8 марта» исследователь выделял информацию «женский день» (обиходная сущность), «день защиты прав женщин» (известно отдельным носителям языка) и «учрежден по предложению К. Цеткин» (историческая информация) [24].

В. И. Карасик различает в структуре концепта образно-перцептивный компонент, понятийный (информационно-фактуальный) компонент и ценностную составляющую (оценка и поведенческие нормы) [5,26].

Следует подчеркнуть, что большинство исследователей вычленяют в составе концепта образ, определённое информационно-понятийное ядро и некоторые дополнительные признаки, что свидетельствует о принципиальном сходстве в понимании структуры концепта в разных научных школах.

Опыт наших исследований позволяет говорить о трёх базовых структурных компонентах (элементах) концепта – образе, информационном содержании и интерпретационном поле.

Раздел 3. Методы выявления и описания концепта

Рассмотрим конкретные методические приемы, используемые при изучении концептов.

1. Выявление семного состава ключевого слова.

Анализируются толкования базовой лексической репрезентации концепта в различных толковых словарях. К словарным материалам могут добавляться примеры из разнообразных текстов. Нередко исследователи обращаются также к диахронному анализу: привлекают этимологические данные, сведения о развитии и становлении значения ключевой лексемы.

Исследовательский интерес может быть также сосредоточен на анализе глубинной семантической структуры культурных концептов, отразившихся метафорах и фразеологизмах (на понятийном уровне), во внутренней форме номинации [9].

Наконец, ключевые слова – репрезентанты того или иного концепта могут исследоваться на материале текстов различных жанров и стилей –

художественных, научных, публицистических и др.

2. Анализ лексических парадигм различного объема и типа, вербализующих тот или иной концепт:

а) синонимического ряда ключевого слова. Такой анализ позволяет акцентировать дифференциальные признаки концепта, выявляющиеся в сопоставлении ключевой лексической репрезентации с близкими по значению словами;

б) лексико-семантического, лексико-фразеологического, ассоциативно-семантического поля ключевого слова. Этот метод предполагает подбор не только синонимов, но и антонимов, гиперонима и согипонимов ключевого слова, выявление ядра и периферии поля (см., например, [32], [33] и др.).

в) деривационного поля ключевого слова. Такой анализ позволяет обнаружить ряд дополнительных когнитивных признаков исследуемого концепта. В работах О.М. Воевудской и З.Д. Поповой [34] используется метод построения «лексико-грамматического поля ключевого слова», при котором объектом рассмотрения становятся производные от разных ЛСВ одной лексемы и парадигма склонения этой лексемы. При таком анализе выявляется, какие ограничения накладывает семантика отдельных ЛСВ лексемы на образование тех или иных производных, а также падежных форм.

3. Анализ материала паремий и афоризмов. Так, на материале пословиц и поговорок разными исследователями анализировалось содержание таких концептов, как Бог и царь [Зубкова 2000], судьба [Савенкова 1998], мать и отец [Листрова-Правда 1999] и др. Авторы подобных исследований говорят о национально-культурном своеобразии соответствующих концептов, о специфике их содержания в концептосфере носителя русской культуры. При этом, однако, не всегда учитывается, насколько важными и актуальными являются выявленные признаки исследуемых концептов для носителей русского языка, русской культуры [11–12].

По мнению З.Д. Поповой и И.А. Стернина, «анализ паремий дает исследователю информацию о содержании интерпретационного поля концепта»

[12: 129]. В интерпретационное поле концепта входят различные его оценки и трактовки, стереотипные мнения и суждения, выстраиваемые на базе концепта [12: 130].

Как отмечают исследователи, «анализ интерпретационного поля показывает, как шло развитие признаков концепта по мере его осмысления в разное время», «признаки, извлеченные из интерпретационного поля, образуют его поверхностные слои, быстро изменяющиеся с течением времени и изменением обстоятельств...» [12: 130]. Следовательно, если ставить своей целью описание содержания концепта в его современном состоянии, необходим прежде всего анализ современного текстового функционирования языковых репрезентаций концепта, и / или данных психолингвистических экспериментов, которые могут дать представление об актуальности тех или иных признаков концепта в сознании современных носителей языка. При привлечении к анализу паремиологического фонда необходимо учитывать, что поговорки не всегда отражают смысл, актуальный для современного сознания.

4. Анализ лексической сочетаемости слов–репрезентантов концепта.

Данная методика использовалась, например, О.В. Ивашенко при описании концепта «надежда» [35].

В работе И.Г. Джаваховой для выявления концептуальной модели конфликта, существующей в сознании носителя русского языка, используется метод концептуального анализа метафорической сочетаемости слов. Объектом такого анализа являются языковые метафоры, т.е. метафоры, утратившие яркую образность [36].

Для анализа лексической сочетаемости слов–репрезентантов концепта привлекается также материал художественных и публицистических текстов. Анализ художественных текстов позволяет выявить такие признаки в составе концепта, которые приобрели символический смысл. Например, А.Г. Лапотько исследовала употребление лексемы «берёза» в фольклорных произведениях, в пословицах и поговорках, а также в творчестве С.А. Есенина. Таким образом, прослеживаются изменения в содержании концепта и воздействие

художественного творчества отдельных писателей на эти изменения. Анализ функционирования того или иного концепта в художественном тексте может иметь целью выявление важнейших черт художественного мира данного писателя; кроме того, такой анализ может использоваться в качестве материала для сопоставления полученных данных с функционированием концепта в других дискурсах (например, в современной газетной или разговорной речи) [37, 38].

Еще одна возможная методика – исследование разговорного словоупотребления как особой формы репрезентации языкового сознания.

5. Дискурсное исследование концептов.

Ценность этого подхода определяется самой природой дискурса – его лингво-социальным, динамическим характером.

Многие исследователи рассматривают дискурс не только как произведение, но и как деятельность; дискурс, таким образом, понимается как явление многоплановое, включающее, по крайней мере, два аспекта: дискурс как процесс и дискурс как результат. В.В. Красных, например, определяет дискурс следующим образом: «дискурс есть вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [39: 200].

Ряд исследователей также говорит о наличии двух «измерений» дискурса: «реального» и «потенциального» [40], «собственно лингвистического» и «лингво-когнитивного» [39].

Так, по мнению Е.И. Шейгал, дискурс в реальном измерении – это «текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов». В потенциальном же измерении дискурс представляет собой «семиотическое пространство,

включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание данной коммуникативной сферы, а также тезаурус прецедентных высказываний и текстов» [40: 11].

Таким образом, исследователь стремится разграничивать языковую (текстовую) манифестацию дискурса и его когнитивный фон (присутствующий в сознании «пользователей» данного дискурса), который, с одной стороны, отражает текстовое функционирование, а с другой стороны, является фактором, обуславливающим это текстовое функционирование.

Представляется, что именно такое понимание дискурса делает это понятие актуальным для лингвокультурологических исследований, для изучения концептосферы языка. Дискурс, понимаемый как явление многоаспектное, включающее те планы, о которых говорилось выше, оказывается одновременно и «средой обитания», и «средством реализации концептов», и тем, что влияет на их изменение и развитие.

Понятие «дискурс» уже привлекло внимание лингвистов в связи с лингвокультурологическими исследованиями. Предполагается, что дискурсный подход к изучению текста может стать адекватным способом решения ряда проблем лингвокультурологии. «Лингвокультурное изучение дискурса имеет целью установить специфику общения в рамках определенного этноса, определить формульные модели этикета и речевого поведения в целом, охарактеризовать культурные доминанты соответствующего сообщества в виде концептов как единиц ментальной сферы» [26].

Таким образом, изучение дискурса рассматривается в качестве средства познания, в частности, культурно-языковой специфики содержания тех или иных концептов.

Вероятно, это связано с представлением о том, что концепт реализуется в дискурсе и, следовательно, содержание концепта может быть исследовано с помощью дискурсного подхода к изучению текста .

6. Психолингвистический эксперимент.

Результаты психолингвистических экспериментов позволяют

верифицировать актуальность тех или иных признаков концепта в сознании определенных групп носителей языка. При достаточно большом количестве испытуемых результаты эксперимента могут рассматриваться как отражение тех элементов концепта, которые являются «национально значимыми».

Метод свободного ассоциативного эксперимента заключается в том, что испытуемым предлагаются слова-стимулы, на которые они должны реагировать любой словесной реакцией. Этот метод позволяет выявить наибольшее количество различных признаков концепта; частотность реакций свидетельствует об их актуальности / неактуальности в сознании испытуемых.

Другой вид психолингвистического эксперимента – рецептивный эксперимент [16], [41]; его цель – исследование знания, понимания значения языковой единицы носителями языка. При этом могут использоваться различные методики (например, испытуемым предлагают дать своё определение слову; назвать слова, близкие по значению, и слова, противоположные по значению; описать зрительный образ, который вызывает слово и др.).

Раздел 4. Туристический дискурс

4.1 Понятие туристического дискурса

В настоящее время, туристическая индустрия стал одним из столпов отрасли национальной экономики во многих странах. Туристическая индустрия является одной из перспективных статей пополнения бюджета тех стран, где развитая инфраструктура, высокий сервис, мягкий климат, древняя история и богатая культура привлекают огромное количество иностранной туристов. Важной частью национальной культуры таких стран является Город. Туристы обычно изучают и сравнивают культуры со своим городом, когда они путешествуют. Это тоже один из способов общения представителей разных культур.

Путешествие расширяет свои горизонты, способствует появлению новых

идей. Люди понимают мир интуитивно и детально, а туристическая среда объединяет и наполняет сердца туристов.

Туризм считается одной из наиболее развивающейся мировой отраслью. Туристический дискурс не только предлагает определенные услуги, но и создает некий социальный контекст, тем самым формируя соответствующий стиль жизни.

Н. А. Тюленева предлагает рассматривать туристический дискурс как «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер [42: 23]».

По мнению Ф. Л. Косицкой, «туристический дискурс – это сложноорганизованное дискурсивное образование. Его коммуникативное пространство – это взаимозависимость, взаимодействие, интеракция собственно-туристического, рекламно-туристического, научного, делового, дидактического, правового (законодательного) подвидов туристического дискурса» [43].

Л. Р. Сакаева и Л. В. Базарова в своих работах отмечают, что «туристический дискурс обладает разговорным стилем, который позволяет достигнуть более доверительной атмосферы и близкого тона общения; включает в себя межкультурную коммуникацию, поэтому туристические тексты представляют определенную, своеобразную среду, где культивируются и отражаются сформировавшиеся представления и образы, касающиеся национального характера разных народов».

При этом, под туристическим дискурсом исследователи понимают совокупность текстов, представляющих собой продукт речевой деятельности в сфере туризма. В каждом типе дискурса имеются как идеальный отправитель речевого сообщения, так и свой идеальный адресат. Туристический дискурс представлен, преимущественно медиа-текстами, в силу неосвязаемости и нематериального характера многих явлений, которые описываются в

туристическом дискурсе. Эти медиа-тексты используются в качестве инструментов описания и создания некой социальной реальности. Благодаря медийному характеру туристического дискурса, он вступает во взаимодействие с другими типами дискурса (рекламным, научным, бытовым), что обуславливает использование в туристическом дискурсе стратегий и ценностей. Важнейшая интенция туристического дискурса – повышение привлекательности туризма как разновидности досуга, в свою очередь, продвижение туристских услуг реализуется через «предельно положительную аттракцию [44: 161]».

Е. И. Панченко среди функций туристического дискурса выделяет, прежде всего, «информативную функцию и, наряду с этим, сопряженную с ней убеждающую функцию. Отбор и передача информации, ее оценка осуществляются таким образом, чтобы наиболее плотно информировать адресата и как результат – убедить его в целесообразности приобретения предлагаемого турпродукта или услуги [45]».

4.2 Параметры туристического дискурса

Туристический дискурс, по мнению Н. В. Филатовой, характеризуется следующими параметрами:

- 1) участники: продавец (туроператор) – клиент; экскурсовод – экскурсант; составитель текста – получатель текста;
- 2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство;
- 3) цели: получение прибыли – получение экскурсионно-туристической услуги;
- 4) ключевой концепт: путешествие;
- 5) стратегии: стратегия позитива;
- 6) материал: большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и проч.;

7) разновидности и жанры: в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса; письменная разновидность включает в себя печатные тексты и компьютерно-опосредованную коммуникацию, устная разновидность делится на непосредственную и опосредованную [46:78].

Принципиальным отличием туристического дискурса считается множество стилевых приемов, задача которых придать тексту выразительность, эмоциональность и насыщенность. Для достижения этой цели используются эпитеты и вопросительные предложения.

Лексические средства в туристическом дискурсе, в первую очередь, направлены на то, чтобы убедить покупателя в уникальности или особенности данного коммерческого предложения.

По мнению С. А. Погодаевой [47], «к функциональным характеристикам туристического дискурса относятся: информативность, оценочность, побудительность, персуазивность».

Высокая степень информативности достигается за счет достоверности, достаточности, воспринимаемости и полезности информации. Энциклопедичность обеспечивает полноту информации. Популяризация придает занимательный характер и способствует лучшей воспринимаемости. Поликодовость, подтверждаемая использованием иллюстраций, схем, таблиц, пиктограмм, имеет своей целью высокоэкономичное представление информации и служит эффективному воздействию на адресата. Оценочность сопутствует положительному эмоциональному воздействию на адресата, стимулирует его дальнейшую активность. Передаче оценочности способствуют: аффективные и качественные прилагательные; прилагательные в превосходной степени; наречия, имеющие оценочный характер; имена существительные и глаголы с положительной коннотацией; акцентирующие средства (выделительные и ограничительные обороты, неологизмы, англицизмы, фразеологизмы, каламбуры); аппроксиматоры, служащие для снижения категоричности оценки; модальные слова и выражения; тропы (эпитеты,

сравнения, метафоры, олицетворение); семантически–эмотивная лексика, инверсии членов предложения, эмоционально-экспрессивный синтаксис [47: 121]».

Также ученый обращает внимание на тот факт, что особенность туристического дискурса состоит в «ограниченной сфере применения (сфера туризма), в наличии аргументативного потенциала, способствующего эффективному убеждению адресата отправиться в путешествие с целью отдыха или самообразования.

Туристический дискурс представляет собой особый массово - информационный и статусно-ориентированный институциональный дискурс. По своей прагматической направленности (продать турпродукт) и высокой информационной насыщенности туристический дискурс сближается с рекламным дискурсом».

Отличия туристического дискурса от рекламного дискурса:

- преобладание в туристическом дискурсе информативной функции,
- представление подробной информации о реально-потенциальной действительности,
- доминирование культурно-исторического и научно-популярного аспектов, а также общечеловеческих, общенациональных ценностей в представлении информации [47:125].

Аргументативность туристического дискурса, по мнению С. А. Погодаевой, Н.А. Тюленевой выражается «посредством аргументативного способа организации текста и использования дискурсивных стратегий и тактик, способствующих убеждению адресата (стратегии дифференцирования, информирования, вежливости, сотрудничества оценочные, ценностные стратегии, стратегии сближения с адресатом, стратегии повышения «читаемости» сообщения, тактики ретроспекции и рефреймирования и др.) [47: 123], [49]».

С. А. Погодаева считает, что «адресатом в туристическом дискурсе являются потенциальный турист – индивидуал, либо турфирмы, продающие

туры. Основными характеристиками адресата выступают многоликость, анонимность, многочисленность (массовость). Для адресата характерны повышенная эмоциональная восприимчивость (он заблаговременно подготавливает свое путешествие), доверительность по отношению к адресату, динамичность, открытость к познанию и общению.

Л. М. Михайлова считает, что «адресант и адресат туристического дискурса как субъекты коммуникации обладают институционально-дискурсивными характеристиками, влияющими на продуцирование дискурса. В частности, при организации аргументации особую значимость приобретает фактор адресата, а именно, многоликость, анонимность, многочисленность адресата туристического дискурса.

Для анонимного и коллективного адресанта туристического дискурса характерны компетентность и дидактичность. Выступая, как правило, под дискурсивной маской эксперта, адресант осуществляет представление информации как рекомендацию специалистов-профессионалов [48:15]».

Выводы по первой главе

В результате анализа теоретического материала были определены следующие положения настоящего исследования, формирующие его теоретико-методологическую и категориально-понятийную основу:

- несмотря на широкое распространение, термин «концепт» до сих пор не имеет однозначного толкования и варьируется в концепциях различных научных направлений;
- сложность в определении сущности концепта как научной категории связана с тем, что в современной науке до сих пор нет однозначного решения при определении структуры и типологии концептов. При этом, большинство исследователей вычленяют в составе концепта образ, определённое информационно-понятийное ядро и некоторые дополнительные признаки, что свидетельствует о принципиальном сходстве в понимании структуры концепта

в разных научных школах. Анализ в данной работе проводится на основе трёх базовых структурных компонентов (элементах) концепта – образе, информационном содержании и интерпретационном поле;

- конкретными методическими приемами, используемыми при изучении концептов, являются: выявление семного состава ключевого слова; анализ лексических парадигм различного объема и типа; анализ материала паремий и афоризмов; анализ лексической сочетаемости слов–репрезентантов концепта и др. В настоящей работе акцент делается на методе лексических парадигм различного объема и типа, вербализующих концепт;

- туристический дискурс является достаточно самостоятельным дискурсивным образованием, и представляет собой совокупность текстов как продуктов речевой деятельности в сфере туризма. В настоящем исследовании в качестве объекта туристического дискурса и материала для изучения структурных особенностей концепта «город» выступают отзывы российских туристов о Китае.

Глава 2. Концепт «город» в туристическом дискурсе

Раздел 1. Концепт «город» как составляющая концептосферы языка и культуры

В современном гуманитарном знании город выступает одним из основополагающих феноменов современной культуры. Город является не только средоточием политических, экономических и культурных связей, но и производителем идей и традиций своего времени. Город является центром, к которому устремлено социальное пространство, и благодаря которому может развиваться общество.

В настоящее время исследования города имеют множество направлений. Прежде всего, город исследуется в контексте его архитектурных и строительных форм.

В культурных исследованиях горожане являются основными информантами о современных тенденциях городской социальной жизни. Культурологи и искусствоведы изучают, как формируется художественный образ современного города, какие значения и смыслы города проявляются в художественном творчестве.

Город как место пребывания человека всегда интересовал и литературу. С одной стороны, город формировал свой тип героя, с другой – являлся самостоятельным телом, живущим и имеющим равные права со своими обитателями.

В философии и психологии город воспринимается как своеобразная среда, формирующая особый тип личности, с присущими для неё чертами характера и особенностями мировоззрения.

Для языкознания интерес представляют прежде всего языковые средства, характеризующие и описывающие явление «город». Несмотря на то, что лексико-семантическое поле города – одно из самых содержательно насыщенных и многоаспектно интерпретируемых, лингвистический аспект этого концепта раскрыт недостаточно. Исследованию подверглись лишь отдельные области богатого языкового мира концепта «город».

Существует множество определений города, и каждое из них раскрывает важные его аспекты. Особенно интересны высказывания тех, кто стоял у истоков современных городских исследований (Urban Studies). По их мнению, город – это:

- «пространство социальных контрастов и экономических противоречий» (Ф. Энгельс);
- «значительное пространство скопления людей и их жилищ, находящееся в очаге крупных коммуникаций» (Ф. Ратцель);
- «поселение, занимающее по протяженности большие масштабы, в котором отсутствует взаимное личное знакомство друг с другом» (М. Вебер);
- «наилучшее из всех мест для раскрытия потаенных человеческих сил и для изучения человеческой природы и общества» (Р. Парк);
- «специфическая форма пространственной организации жизни социально разнородных людей, включающая социально-экономические и политические компоненты» (Л. Вирт).

Приведенные определения города относятся к так называемым «классическим представлениям» (по классификации Е. Трубиной). Но в последнее время о городе все чаще говорят не как о конкретном и реальном месте, а как о «мыслительном конструкте», «ментальном образе» («неклассические» исследователи Ф. Джеймисон, Э. Соджа). Следовательно, становится очевидной потребность современного научного знания в концептуальном осмыслении города.

В самых разных культурах город воспринимается как точка пересечения дорог, торговых путей, как некий центр, объединяющий окружающее его пространство не только в географическом, но и в метафизическом смысле. Город является отражением модели мира, воссозданием Града Небесного. Неслучайно, каждый христианский город имеет своего святого покровителя и возникает вокруг храма. Следовательно, городская архитектура, расположение улиц, ворот в городских стенах, соотношение храмов и рынков – всё это выстраивается в соответствии с сакральной системой координат.

Метафизическая природа города позволяет рассматривать его топонимику как семиотическую систему, в которой каждому образу-семе приписывается определенный символический смысл.

В противоположность христианскому, «западному», восточный город организован по другим принципам, обусловленным иным типом национальной культуры. Центром восточного города является площадь, на которой строилось медресе в окружении минаретов. Важную роль в архитектурной композиции города играл дворец правителя и торговая часть – караван-сарай, базар. От площади к городским воротам разбегались дороги. По ним в мирное время шли в город караваны со всего света, а в военное шли воины.

Концепт «город» уже неоднократно становился объектом изучения в гуманитарном знании. Известны авторы культурологического (В.Г. Ильин), лингвистического (А.Р. Загороднева, С.А. Голева, С.В. Воркачев, Н.Б. Мустафина, О.К. Кириченко, С.Н. Плотникова), психолингвистического (В.А. Ефремов), литературоведческого (Н.А. Белова, Н.В. Володина, А.Н. Семенов, Л.Н. Авдоница, Т.А. Таянова и др.) подходов. В каждом из них концепт «город» рассматривается как феномен духовной жизни людей, в котором отражены как ценности, так и антиценности всего общества. Его толкование всегда сопряжено со сложными взаимоотношениями души конкретного человека и социальных реалий.

Так, в работе С.А. Голевой концепт «город» изучается посредством обращения к русскоязычным и англоязычным текстам, в которых город представлен как главный герой сюжета. Обращая внимание на то, как описывается город, какие слова используются для этого, какую эмоциональную окраску они несут, автор выделяет три компонента данного концепта: понятийный, образный и ценностный. Выявляя в содержании доминирующее положение ценностного компонента, она отмечает, что во многом именно он позволяет указать общие концептуальные характеристики города в русской и английской культурах [50].

Географ В.Н. Калуцков обращается к городу как к «геоконцепту». Он отмечает, что геоконцептом может быть любое место вне зависимости от масштаба и территориальной локализации (города, регионы, страны, континенты). Главное, что делает их геоконцептами – это названия в рамках единой культуры, обладание неизменными образами, связь с конкретной территорией. Структуру геоконцепта задают три слоя: информационно-образный, ономастический и территориальный. Образ + топоним + территория = формула геоконцепта, которая показывает, что именно культура определит его своеобразие.

Ю.М. Лотман в статье «Символика Петербурга и проблемы семиотики города» вводит понятие города концентрического и эксцентрического типа: «Концентрическое положение города в семиотическом пространстве, как правило, связано с образом города на горе (или на горах). Такой город выступает как посредник между землей и небом, вокруг него концентрируются мифы генетического плана (в основании его, как правило, участвуют боги), он имеет начало, но не имеет конца – это «вечный город». Эксцентрический город расположен «на краю» культурного пространства: на берегу моря, в устье реки. Здесь актуализируется не антитеза «земля/небо», а оппозиция «естественное/искусственное». Это город, созданный вопреки Природе и находящийся в борьбе с нею, что дает двойную возможность интерпретации города: как победы разума над стихиями, с одной стороны, и как извращенности естественного порядка, с другой. Вокруг имени такого города будут концентрироваться эсхатологические мифы, предсказания гибели, идея обреченности и торжества стихий будет неотделима от этого цикла городской мифологии. Как правило, это потоп, погружение на дно моря» [51,52]. К первому типу городов можно отнести Рим, Москву, Париж, ко второму – Петербург, Венецию, Амстердам. Концентрические и эксцентрические города порождают особую мифологию, свой язык, систему ценностей и поэтических локусов.

Н.Е. Меднис, отстаивая существование Венецианского литературного

текста, вводит противопоставление городов по гендерному принципу [53: 13]. Она предлагает в типологию городских текстов ввести оппозицию мужского – женского начала. Отмечая, что древние города всегда воспринимались как проявление женского начала, исследовательница усматривает в более поздних объединениях, возникших в процессе развития цивилизации, например, Петербурге, мужские черты, обусловленные актом рождения. Если Петербург возник благодаря волевому решению и изначально имел рационалистическую природу, то Венеция, подобно Венере, появилась из вод и любовно уживается с ними, что свидетельствует о женском характере города. Различие городов проявляется и в трактовке водной стихии: Петербург противостоит морю, в его истории реализуется эсхатологический миф, тогда как Венеция вознеслась над миром благодаря морской торговле и в основе Венецианского текста лежит миф космогонический, созидательный.

Связь с водной стихией очень важна при определении концепта «город», ведь еще Ю.М. Лотман отмечал: «Петербургский камень – камень на воде, на болоте, камень без опоры, не «мирозданию современный», а положенный человеком. В «петербургской картине» вода и камень меняются местами: вода вечна, она была до камня и победит его, камень же наделен временностью и призрачностью» [52: 12].

Приведенные выше примеры концепта «город» не исчерпывают все возможности этого явления, которое требует более тщательного изучения, но позволяют сделать вывод о том, что анализ разных уровней концепта является чрезвычайно продуктивным направлением дальнейшего исследования городского текста.

Раздел 2. Структура концепта «город»: языковые средства объективации

В рамках данного исследования анализ эмпирического материала позволил разделить концепт «город» на четыре микроконцепта: «древний город», «современный город», «город-сад» и «туристический город».

Данные микроконцепты анализируются с позиций теоретико-методологических положений, которые развивал в своих исследованиях В.И.Карасик, выделяющий в структуре концепта три основных компонента:

- понятийный (информационно-фактуальный),
- образный (образно-перцептивный)
- ценностный [26].

Кроме этого, был выделен ряд ключевых артефактов, вокруг которых выстраивается языковая объективация концепта «город»: *архитектура, транспорт, отель, ресторан, пляж, парк и т.п.* Следует отметить, что полный спектр выявленных артефактов не присутствует ни в одном из микроконцептов. Так, артефакты «пляж» и «парк» характеризуют исключительно город-сад, артефакт «ресторан» в большей степени представлен в современном городе, а артефакт «архитектура» рассматривается только в контексте древнего и современного городов. Кроме того, выявленные ключевые артефакты обладают характерными особенностями в каждом из рассматриваемых микроконцептов: например, транспорт в древнем и современном городах чрезвычайно отличаются друг от друга в восприятии российских туристов.

2.1 Древний город

В целом, по мнению туристов старинные районы в городах Китая характеризуются богатой культурой и историей, большим количеством достопримечательностей, устойчивыми местными нравами. Российские туристы, приезжающие в Китай, особенно обращают внимание на следующие особенности древнего города: *Архитектура, Транспорт, Отель.*

Описывая **архитектуру** древнего города, российские туристы упоминают «*красочные и красивые старинные здания*», «*великолепные декоративные элементы и украшения*», «*необычные настенные росписи*», «*различные узоры*». Кроме того, в своих отзывах туристы акцентируют внимание на *простом, но элегантном внешнем виде зданий, обилии тёплых цветов и правильной планировке памятников архитектуры.*

Рассмотрим более подробно отзыв российской туристки о посещении Шаолинского монастыря:

*«Сам Монастырь с виду **неказист**, и вход туда по билетам. Архитектура **самая обычная** как и все китайские храмы. Фотографировать в храмах нельзя. Монастырь **хранит свои секреты** – это правильно. Вся территория Монастыря, где веками читают мантры, молятся – это **как пристанище души**».*

Понятийный компонент	Шаолинский монастырь
Образный компонент	пристанище души, хранит свои секреты
Ценностный компонент	неказистый, самая обычная архитектура

*«В Шеньяне есть много **интересных мест**, которые можно найти, когда ты без всяких групп и фирм. ... также на территории сохранились детали старинных построек, вокруг которых места были освобождены от травы и почищены. В павильоне должен быть музей с раритетами, но на тот момент он был закрыт на замок. Кони из белого мрамора. Верблюды из чёрного камня. Слоны из белого камня. Можно подняться на **крепостную стену**, есть каменная лестница. Видно, что ступени выложены заново, перила частично восстановлены.*

Понятийный компонент	архитектура
Образный компонент	каменная лестница, перила частично восстановлены, Главные древние здание - храмы и сады,
Ценностный компонент	интересные места

Другой турист отзывается следующим образом об экскурсии в центр буддизма Наньшань:

*«Пожалуй, **самой интересной и необычной экскурсией** для нас стало посещение Центра буддизма Наньшань. Это **огромный буддийский центр**, священное место для буддистов. Парк, построенный на территории бывшего Буддийского храма, занимает площадь 600 га. Буддийский комплекс Наньшань*

включает в себя Храм с золотой статуей богини Гуаньинь, внесенной в книгу рекордов Гиннеса, аллею долголетия, парк для медитации, колокол «Очищение сознания», «Сосуд чистоты» и **много других священных для буддистов мест**».

Понятийный компонент	Центр буддизма Наньшань
Образный компонент	аллея долголетия, парк для медитации, колокол «Очищение сознания», «Сосуд чистоты»
Ценностный компонент	самая интересная и необычная экскурсия; священный для буддистов

Интерес представляет описание профессиональным путешественником Гуйлиня, небольшого города на юге Китая:

«Гуйлинь – красивейший из городов Китая, одно из чудес природы. Своей изысканной красотой он обязан древнему геологическому процессу, в результате которого более 300 млн. лет назад известняковые формации, слагавшие дно моря, были подняты на поверхность. Подвергаясь длительной эрозии, они образовали причудливые по своей конфигурации холмы и островерхие скалы, а в самой толще известняковой породы под воздействием воды сформировались мрачные пещеры и своды. Среди этого нагромождения острых шпилей и скал, словно наперекор всем законам природы, каким-то чудом прямо на отвесных поверхностях растут деревья. Сами китайцы называют этот район самым красивым местом в Поднебесной».

Понятийный компонент	древний город Гуйлинь
Образный компонент	одно из чудес природы, причудливые холмы, мрачные пещеры и своды, нагромождения острых шпилей и скал
Ценностный компонент	красивейший город, место изысканной красоты

Комментируя особенности **транспорта** в древнем городе, российские туристы отмечают его *удобство и очень низкие цены*.

Рассмотрим конкретный пример:

*«Такси везде **недорогое**, в крупных городах типа Пекина или Сианя наряду и на тех же правах, что и автомобили – едут **труженики-рикши**. При этом, есть **рикши с моторчиками**, типа мотоциклетных. Но есть и те, где «водителю» приходится крутить педали. Лично мне больше нравится ездить на **велорикшах**, особенно в хорошую погоду. Когда обдувает легкий ветерок, вокруг суется толпа, а ты **неспешно катишь** по многолюдной, запруженной массой автомобилей улице от ресторана к магазину или отелю. Смотришь на дома, вывески, автомобили и удивляешься мудрости, терпению, трудолюбию китайцев, сумевших за не столь длительный срок выстроить государство, стоящее в одном ряду с величайшими державами мира».*

Понятийный компонент	рикши / велорикши – транспорт древнего города
Образный компонент	труженики-рикши
Ценностный компонент	недорогой транспорт, неспешный транспорт

*Я сэкономила время, добиралась на **такси** за 20 минут. Нужно было отойти подальше от моего отеля и стоянок такси, так **дешевле**.*

*Автобусов **много**, и номера и остановки с картой совпадают. Например, остановка автобуса 202 называлась TaNanGongYuan, что означает Парк Южная **Па**года.*

Людей так много, но я не видел, чтобы кто-то соблюдал правила дорожного движения.

*Если в праздник общественный транспорт не будет работать, то **очень страшно!***

Понятийный компонент	такси, автобус
Образный компонент	Парк Южная Пагода
Ценностный компонент	дешевле, автобусов много, страшно

По мнению российских туристов, большая часть **отелей**, расположенных в старинных кварталах китайских городов, *отличаются небольшими размерами, чистотой и уютом, ярко выраженной национальной спецификой и в то же время, наличием всех необходимых для проживания удобств, включая wi-fi. Цены разные – высокие и не очень.*

Например, так описан российским путешественником один из пекинских отелей:

*«Мне очень нравится **отельчик** Templeside Deluxe Hutong House Hotel и его месторасположение. Я рекомендую его всем, кто едет в Пекин отдохнуть и почувствовать его атмосферу. Старый город живет своей особенной жизнью. Отель абсолютно не лубочный, настоящий. Такой, какой есть, в простых материальных энергиях. Но эти энергии не мешают, они естественны и традиционны здесь. Здесь так жили и живут. Это данность».*

Понятийный компонент	Отель «Templeside Deluxe Hutong House Hotel»
Образный компонент	не лубочный, в простых материальных энергиях
Ценностный компонент	настоящий, традиционный, естественный, такой, какой есть

Следующее описание отеля было сделано туристкой, отправившейся в Шаолинский монастырь:

*«Остановились в деревеньке в отеле близ Монастыря. Отель **небольшой**, в 3 этажа. Довольно чистый и уютный. Хозяйка отеля **приветлива и дружелюбна**, но готовить обед ей противопоказано – руки не из того места растут – что бы она не готовила, получается **отличная гадость**».*

Понятийный компонент	Отель близ Шаолинского монастыря
Образный компонент	кухня в отеле – «отличная гадость»
Ценностный компонент	небольшой, довольно чистый и уютный

Построен этот отель был аж в 1955 году, его название можно

перевести как "Императорский город". В саду очень **красивое сочетание** боярышника с красными ягодами, а на нём плетущиеся декоративные тыквы. Цена каждый день почти 300 юаней, это **очень дорого**, но места красивые. Можно пройти через парк, который сам по себе также интересен. В парке отдыхают местные жители, а любители истории идут напрямую к воротам в мемориальную часть. Гостиница занимает **место не большое**, хотя зарабатывает **большие деньги**, потому что **много туристов** каждый день. В отеле есть свой автомобиль, если нужен, они будут рады помочь. Не дорого, если ты умеешь говорить по-китайски.

Понятийный компонент	Отель
Образный компонент	Императорский город, большие деньги
Ценностный компонент	очень дорого, интересен, много туристов, места красивые

Итак, в целом российские туристы считают древний китайский город *красивым, традиционным, необычным, старинным, богатым достопримечательностями, живущим своей особой жизнью, не всегда понятной иностранцам.*

2.2 Современный город

Микроконцепт «современный город» порождает у российских туристов такие ассоциации, как «специальная экономическая зона», «интернационализованный мегаполис», «шоп-туры», «развлечения» и т.п.

Архитектура современного города «красивая», «необычная», «современная», характеризуется *обилием высотных зданий, внушительными небоскрёбами, наличием многочисленных торгово-развлекательных комплексов, сверкающими неоновыми вывесками* и т.п.

Таково мнение туристов из России о Пекине:

«Пекин слишком необычен и огромен, а мы пытались обойти его пешком. Он подобен яркой гирлянде китайских фонариков, висящих в старых

*районах. Здесь старинные улочки традиционных районов тесно переплелись с современными кварталами, показавшимися нам довольно **безликими**. Город **подобен водовороту ярких картинок**, с огромной частотой сменяющих друг друга. Из них можно сложить целую мозаику впечатлений и эмоций, которые можно получить во время своего путешествия».*

Понятийный компонент	Пекин
Образный компонент	подобен яркой гирлянде китайских фонариков, подобен водовороту ярких картинок, безликие кварталы
Ценностный компонент	необычный, огромный

Особый интерес для исследования представляет отзыв российской туристки о посещении города Маньчжурия:

*«Маньчжурия **непривычно маленький** для Китая городок. Всего немногим более 350 тысяч человек. Однако это такой **уютный, новый, какой-то пряничный городок**, что раз попав туда – понимаешь, что будешь возвращаться туда снова и снова.*

*Городок на самом деле такой **маленький, уютный, чистый**. Здания новенькие, без особых изысков, но нарядные. Впечатление такое, что это **деревенская девушка, приехавшая в город и накупившая себе новехоньких «городских» нарядов**. И сейчас, одев на себя все сразу – она идёт по улице и в каждой витрине **любуется своим отражением**. И в этой **наивности и желании нравится** – особое обаяние, которое привлекает».*

Понятийный компонент	Маньчжурия
Образный компонент	пряничный городок, нарядные здания деревенская девушка, приехавшая в город и накупившая себе новехоньких «городских» нарядов. И сейчас, одев на себя все сразу – она идёт по улице и в каждой витрине любуется

	своим отражением
Ценностный компонент	непривычно маленький городок, уютный, новый, чистый

Следующий туристический отзыв посвящён визиту в Шанхай:

«Шанхай является самым крупным городом Китая и одним из наиболее многонаселённых мегаполисов на планете. Широкие автострады и узенькие улочки образуют волшебный лабиринт, где на каждом углу поджидают новые открытия. В этот город стремятся попасть многие путешественники, желая погрузиться в удивительную атмосферу.

Шанхай готов поразить своих гостей не только яркостью красок, гостеприимством, но и удивительным ощущением будущего. Будущее здесь везде: в скоростном поезде на магнитной подушке из аэропорта, в метро и просто на улицах.

Сейчас, глядя на внушительные небоскрёбы и сверкающие неоновые вывески многочисленных торгово-развлекательных комплексов, трудно поверить, что ещё около ста лет назад это был небольшой рыбацкий городок. Обилие высотных зданий бросается в глаза при первом же знакомстве с городом. Многие из этих сооружений выполнены в духе современной архитектуры и имеют необычную форму».

Понятийный компонент	Шанхай
Образный компонент	волшебный лабиринт, где на каждом углу поджидают новые открытия, гостеприимный город, город будущего, внушительные небоскрёбы
Ценностный компонент	самый крупный город Китая, многонаселённый мегаполис, город с удивительной атмосферой,

Таким российские туристы увидели город Гонконг:

Гонконг – это город подавляющих своими размерами монстров-небоскрёбов, выросших словно на дрожжах, многочисленных магазинов и лачуг в бедных кварталах. Поездка в Гонконг – это путешествие в известные нам фильмы, такие как «Чунцинский экспресс», «Полицейская история» и «Пьяный мастер».

Мы садимся в автобус, который провозит нас по некоторым районам Гонконга – сплошные каменные джунгли, но встречаются уютные скверики, старинные здания, затертые со всех сторон небоскрёбами...

"Город будущего" - это не про Гонконг. В Гонконге живут настоящим и чтут прошлое – город бережно охраняет свои традиции».

Понятийный компонент	Гонконг
Образный компонент	подавляющие своими размерами монстры-небоскрёбы, выросшие словно на дрожжах сплошные каменные джунгли Город бережно охраняет свои традиции.
Ценностный компонент	уютные скверики, старинные здания, лачуги в бедных кварталах

Рассмотрим ещё один отзыв российских туристов о современном городе Китая:

«Наш путь лежал в молодой и очень красивый город – Шеньчжэнь.

Так как город очень молодой, красивый, экономически развитый и популярный у туристов, подобрать отель можно на любой вкус и кошелек.

Понятийный компонент	Шеньчжэнь
Образный компонент	молодой город
Ценностный компонент	красивый, экономически развитый, популярный у туристов

Наконец, ознакомимся с впечатлениями туристов от домов местных

жителей:

«Вдоль шоссе встречались аккуратные разноцветные 2-3-этажные домики с островерхими крышами, с башенками, увенчанными шпилями. Иногда шпили состояли из металлических шаров, домики выглядели игрушечными как в сказке «Волшебник Изумрудного города». Гид объяснила, что эта провинция – самая богатая, а это дома ...крестьян. Вот это да!»

Понятийный компонент	частный сектор одного из китайских городов
Образный компонент	игрушечные домики как в сказке «Волшебник Изумрудного города»
Ценностный компонент	аккуратные разноцветные домики

Транспорт современного китайского города представлен автобусами, троллейбусами, такси, монорельсовыми трамваями, скоростными поездами на магнитной подушке, разветвлённым метрополитеном. Кроме того, в Китае хорошо развит авиа- и железнодорожный транспорт. Как отмечают большинство российских туристов, городской транспорт *«недорогой», «комфортный» и «быстрый»*.

Наиболее популярным видом транспорта в современном китайском городе является метро. Рассмотрим несколько отзывов:

«Пекинское метро название имеет красивое – «Подземный Дракон», стоит дёшево – всего за 2 юаня (10 руб.) Вы пересечёте весь город и во многие места, указанные в путеводителях, доберётесь без проблем, работает до 23:00 – лучшего способа познакомиться с Пекином не сыскать!»

«Передвигались мы на метро – быстро и дешево».

«Освоить метрополитен не сложно. Метро очень простое и доступное для понимания. Надписи дублируются на английском языке. В Пекине это самый оптимальный способ передвижения».

«Метро современное, в нём все понятно, и остановки объявляются по-английски».

Понятийный компонент	метро в г. Пекин
----------------------	------------------

Образный компонент	«Подземный дракон»
Ценностный компонент	быстрое, дешёвое, простое и доступное для понимания, современное, лучший способ познакомиться с Пекином, самый оптимальный способ передвижения

Поездки на такси в китайских городах, как правило, не вызывают у российских туристов сложностей и оставляют приятные впечатления:

«Преодолевать огромные расстояния в Пекине можно на удобном такси. Это недорого, поскольку такси считается социальной услугой (100-150 рублей стоит поездка по городу)».

Понятийный компонент	такси в современном китайском городе
Образный компонент	
Ценностный компонент	удобное, недорогое, социальная услуга

Городские автобусы не менее популярны среди туристов, хотя впечатления от этого вида транспорта довольно часто бывают неоднозначными. В качестве примера рассмотрим положительный и не вполне позитивный отзыв:

«Городские автобусы комфортные, стоимость проезда копеечная – 1-2 юаня, и езжай сколько хочешь. Автобус выглядит очень красиво, новый, чувствуется еще заводской "запах", очень чисто внутри».

«Расстояние от Да мей Ша – 4 или 5 остановок. Точнее сказать трудно, ибо автобус петлял по улицам как заяц. Мы ехали то туда, то обратно».

Понятийный компонент	автобус в современном китайском городе
Образный компонент	копеечная стоимость проезда, пропитанный заводским «запахом», петляет по улицам как заяц
Ценностный компонент	комфортный, недорогой, красивый, новый,

	ЧИСТЫЙ
--	--------

Интерес для анализа представляет такая современная китайская реалья, как «спальный автобус», не имеющая аналогов в России.

«Третий и наиболее дешевый и оптимальный вариант – "Sleep bus" или попросту говоря "спальный автобус". Механизм для россиянина экзотический, и поэтому немного подробнее остановимся на описании такового.

*Автобус воистину является спальным. Вместо кресел установлены спальные полки, как в поезде. Постели заправлены **красивым чистым бельем**, работают телевизоры и кондиционеры. Спальный автобус – это **удивительное изобретение!**»*

Понятийный компонент	«спальный автобус» («sleep bus»)
Образный компонент	удивительное изобретение, как в поезде
Ценностный компонент	наиболее дешевый и оптимальный вариант, экзотический, красивый, чистый

Не вполне позитивный отзыв оставил российский турист о ещё одной транспортной реалии Китая – монорельсовом трамвае:

*«На сладенькое мы решили устроить себе поездку на монорельсовом трамвайчике. Его путь проложен на высоте 10 метров над землёй, и он заезжает во все близлежащие зоны. Выглядит трамвай **красиво и заманчиво**, на самом деле это **обычный туристический развод**. Не советую вам делать такое. **Цена вопроса, хоть и не критичная** — 40 юаней, но этот **пепелац** идёт по своему монорельсу в окружении зелени и вам просто ничего, кроме деревьев не видно!!!»*

Понятийный компонент	монорельсовый трамвай
Образный компонент	пепелац
Ценностный компонент	красивый, заманчивый обычный туристический развод

Железнодорожный транспорт в Китае российские туристы комментируют следующим образом:

«В Китае очень хорошо развит железнодорожный транспорт. Купейные вагоны очень комфортные, полки широкие и длинные, с вентиляцией все прекрасно. Плацкарт тоже довольно комфортный, в спальнях отсеках по 6 полок, боковушек нет. Полки тоже широкие и длинные, вентиляция прекрасная, только погрязнее и пошумнее, и ехать будете в компании с китайцами».

«Скоростной поезд от Сяньи до Хайкоу идет в среднем полтора часа. Время пролетает незаметно. В поезде можно купить чай, кофе, минеральную воду, свежую прессу и даже обед. Когда поезд проходит тоннели, а их около Сяньи не мало, у некоторых пассажиров могут быть заложены уши. Все вагоны оборудованы электророзетками и доступом к Wi-Fi».

Понятийный компонент	железнодорожный транспорт
Образный компонент	в путешествии время летит незаметно.
Ценностный компонент	хорошо развитый, очень комфортный, широкие и длинные полки, прекрасная вентиляция, наличие современных удобств, плацкарт – более грязный и шумный

Китайский авиатранспорт и аэропорты оставляют у туристов в целом благоприятное впечатление, хотя бывают и исключения.

«Мы уже бывали в китайских аэропортах, но из Харбина мы улетали впервые. Аэропорт нас поразил своим размером. Огромное современное здание в два этажа».

«Полёт прошёл без каких либо особенностей. В самолете несколько раз разносили соки, воды, один раз покормили. Все было достаточно вкусно. Стюардессы приветливые и заботливые».

«В Китае прекрасные аэропорты и самолеты. Трудности у нас возникли только на обратном пути в аэропорту Пекина, где мы никак не могли найти транзитный зал. С указателями там плохо, а служители посылали в разные стороны».

Понятийный компонент	самолёты и аэропорты
Образный компонент	поражающий размерами аэропорт
Ценностный компонент	огромный, современный аэропорт, прекрасные самолёты, вкусная еда на борту, приветливые и заботливые стюардессы, запутанный аэропорт

Перейдём к рассмотрению впечатлений российских туристов об **отелях** в современных городах Китая.

Большинство россиян называют отели, в которых они останавливались, *«роскошными», «дорогими», «большими», «чистыми», «уютными»*. В номерах имеется *«всё необходимое»*, персонал в отелях, как правило, англоговорящий.

Например, таковы были впечатления туристов о проживании в гостинице «Pearl River Garden Hotel»:

«Остановиться мы решили в гостинице Pearl River Garden Hotel / Сад Жемчужной Реки 4. Отель нам понравился, когда читали отзывы в интернете. Заселение прошло гладко. Номера благоухали чистотой и свежим постельным бельем. Нравится мне этот запах. Пахнет путешествиями!!! Номера большие и уютные, ванная комната просторная, и всё работало».*

Понятийный компонент	гостиница «Pearl River Garden Hotel» /
Образный компонент	Сад Жемчужной Реки; номера благоухают чистотой; запах путешествий
Ценностный компонент	большие и уютные номера, просторная ванная комната, отсутствие поломок

Неоднозначную реакцию вызвала у туристов одна из гостиниц города Бэйдайхэ:

«Приехали в гостиницу «Госсоветы» 39 корпус. На 1 этаже жить нельзя – везде грибок, грязь, сыро. Номера без балконов немного меньше. На полу ковролин, в ванной фен. Шампунь и гель для душа в больших бутылках, полотенца меняют каждый день – пятна не выискивают. Убирают так себе, но нас это не напрягало, нашли пылесос у них и сами почистили у себя. В комнате сейф, кондиционер, телевизор, холодильник, чайник. Завтраки в ресторане хорошие. Территория гостиницы большая, хорошая парковочная зона».

Понятийный компонент	гостиница «Госсоветы»
Образный компонент	
Ценностный компонент	хорошие завтраки в ресторане, большая территория гостиницы, хорошая парковочная зона, плохие санитарные условия в номере (жить нельзя, грибок, грязь, сыро, убирают плохо)

Рассмотрим также отзыв о небольшом отеле в центре Шанхая:

«Мой отельчик маленький, снаружи невзрачный, хотя в целом и неплохой. Всё относительно новое, везде чистенько, но номера маловатые, ну и как во многих китайских гостиницах - стеклянная стенка-перегородка между душевой и собственно самой комнатой (для очень стеснительных есть шторка)».

Понятийный компонент	отельчик в г. Шанхай
Образный компонент	
Ценностный компонент	маленький, невзрачный, в целом неплохой, новый, чистый

Важным артефактом современного китайского города является **ресторан**.

Как правило, положительные отзывы о китайской кухне и ресторанах преобладают над не столь позитивными. Например, такой отзыв оставила российская туристка о ресторанах Сиана:

«В Сиане великолепнейшие рестораны. Рыбу там готовят – просто объедение. Довелось попробовать рыбу на пару с какой-то необыкновенной подливкой. Очень вкусно! В меню все блюда изображены с картинками и порции трех видов – маленькая, средняя и большая. Удобно».

Понятийный компонент	рестораны Сиана
Образный компонент	
Ценностный компонент	великолепнейшие рестораны вкусные блюда, просто объеденье, необыкновенная подливка; удобное меню

Рассмотрим ещё один положительный отзыв о ресторанах современного города:

«Самое замечательное в Маньчжурке – это рестораны. Масса ресторанов с отличной кухней. Рестораны на любой вкус, цвет и кошелёк. По нашим меркам даже и самые дорогие городские рестораны – невероятно демократичны по цене.

Лучше всего пойти в ресторан, в котором все варится прямо при тебе. Так называемый – «самовар». По мере приготовления вынимаешь прямо в свою тарелку и вместе со специями начинаешь поедать. Мммм... несравненное удовольствие.

А какие приправы!!! Рядом кладут рубленые травы, разные китайские приправы и все можно как по отдельности есть, так и смешивать. Чувствуешь себя в некотором роде алхимиком, мешая пахучие приправы вместе. Настоящая находка для гурманов».

Понятийный компонент	рестораны Маньчжурии
Образный компонент	масса ресторанов рестораны на любой вкус, цвет и кошелёк;

	ресторан-«самовар» ресторан, где чувствуешь себя алхимиком настоящая находка для гурманов
Ценностный компонент	замечательные рестораны, отличная кухня, невероятно демократичные по ценам, несравненное удовольствие

Кофейни и кондитерские также привлекают российских туристов в современном китайском городе:

*«Гуляя по городу, набрали на кондитерскую сети Kismo. Оформлено заведение в европейском стиле, **очень чисто** внутри, **приятная** музыка, витрины со **свежайшей** выпечкой, здесь же можно перекусить, попить чай или кофе (**настоящий**, готовят при вас). **Ешь и пьешь пока не лопнешь**. Кушали там неоднократно, **еле уползли**. А такого **вкуснющего** мороженого мы ещё не ели!»*

Понятийный компонент	кондитерская сети «Kismo»
Образный компонент	место, где ешь и пьешь пока не лопнешь «еле уползли» из кондитерской
Ценностный компонент	очень чисто, приятная музыка, свежайшая выпечка, настоящий чай / кофе вкуснющее мороженое

Иногда рестораны современного города производят на туристов не столь благоприятное впечатление:

*«К вечеру выбрались в кафе huoguo ("самовар") - точнее, еле-еле нашли такое, но там было очень **людно-шумно**, и совершенно **невкусно!**.. Китайская еда – это прекрасно, но что-то уж **больно много её было**. В **дешевых кафе** как правило, нет меню на английском языке, но часто бывают развешаны по стенам фотографии блюд. Правда, **объясняться бывает тяжело**. Даже язык жестов не всегда понимают, поэтому запаситесь терпением».*

Понятийный компонент	кафе «Huoguo» («Самовар»)
Образный компонент	больно много китайской еды
Ценностный компонент	очень людно и шумно, невкусно, тяжело объясняться с персоналом

2.3 Город-сад

Отзываясь о так называемом китайском городе-саде, российские туристы чаще всего упоминают не архитектуру как таковую, а *природный ландшафт, живописные виды и приморские районы, где удобно и хорошо отдохнуть*. Поэтому в рамках микроконцепта «город-сад» целесообразным представляется рассматривать не его архитектуру, во многом напоминающую архитектуру современного города, а такие артефакты, как «пляж» и «парк». Также будут проанализированы артефакты «транспорт» и «отель».

Прежде всего, рассмотрим отзыв туристов из России о курортном городе Далянь:

«Далянь привлекает туристов красивыми пляжами и приятными парками. Это один из лучших курортов Северного Китая.

Далянь - процветающий город с чистыми зелеными улицами, чего не скажешь о многих других городах Китая, он славится многочисленными магазинами и лавчонками, забитыми разнообразными товарами.

В юго-западной части города расположены красивые парки и морские пляжи».

Понятийный компонент	курортный город Далянь
Образный компонент	привлекает туристов, славится многочисленными магазинами и лавчонками
Ценностный компонент	красивые пляжи и парки, приятные парки, один из лучших курортов, процветающий город, чистые улицы

Перейдём к рассмотрению ряда туристических отзывов, посвящённых

непосредственно пляжам Китая.

«*Остров Банчуй – курортное местечко в 5 км к югу от Даляня. Длинный пляж белого песка прерывается у подножия холмов. Это самый шикарный пляж Даляня.*»

«*Правительственный пляж нравится мне больше всех: чисто, просторно, живописно. Но туда не очень удобно добираться: доехать можно только на машине (такси от центра города - 15-20 юаней), а для обратного пути не всегда можно найти на пляже свободное такси.*»

«*Ещё есть пляж залива Синхай - песочный, и пляж парка Синхай - довольно крупная галька. Ездить туда только ради пляжей мне кажется неудобным, но новейшие аттракционы, музыка, свежий морской воздух, множество закусовых и приветливые крики "Hello" не дадут вам скучать!*»

«*Мы отдыхали в бухте Саньяван. Море всё время было не спокойное, пляж на троечку.*»

«*Почему именно Вэйхай? Выбор не случаен. Море. Чистое, без волн, но прохладнее, чем на Хайнане. Освежает. Заходишь в воду, кажется прохладная, а через минуту выходить не хочется.*»

«*Общая ситуация в районе напоминает многие другие подобные места. Пляжный район. Этим все сказано. На удивление было пусто. Пляж тоже не отличается чем-то выдающимся. Песочек не такой белый, как на Хайнане, но уже и не такой жёлтый, как в Циндао и Даляне. Море тёплое и не совсем прозрачное.*»

«*Пляжный сервис на "хорошо". Есть кабинки для переодевания, душевые, магазинчики, зонтики, спасатели и пляжные фотографы.*»

«*Очень симпатичный пляжный район Дамейша.*»

«*Итак, последний день на море – погода супер, море тоже. Весь день на пляже, уходить не хочется.*»

«*К удивлению, к вечеру море "ушло" и "очистилось". Уже с 5 часов вечера вода была чистая, а топтать можно было метров 50, а то и 100 от берега пляжа с замечательным жёлтым песочком.*»

Все вышеприведённые отзывы можно представить в виде таблицы:

Понятийный компонент	пляжи Китая
Образный компонент	не дадут скучать пляж на «троечку», пляжный сервис на «хорошо» Море «ушло» и «очистилось».
Ценностный компонент	пляжи длинные, шикарные, просторные, живописные, чистые, симпатичные, замечательные; вода чистая, прохладная, тёплая, освежающая; свежий морской воздух, погода – супер; неудобно добираться, невыдающиеся пляжи, пустынные пляжи, непрозрачное море, беспокойное море

Аналогичным образом проанализируем несколько отзывов российских туристов о посещении разнообразных **парков и парковых зон** в Китае.

*«Парк нам **понравился**. Несмотря на то, что там приходится подниматься **достаточно далеко**. Но вид с вершины **потрясающий** – с трёх сторон море, а с четвертой стороны вид на город, который смотрится **как на ладони**».*

*«А еще здесь **умопомрачительно ухоженные парки**, там вечером – **местный рай**».*

*«Зато можно прогуляться пешком по **красивейшему прохладному** парку до главных ворот – и такси обязательно найдется по дороге».*

*«Мало кто знает, но в Даляне находится один из китайских Дисней Лендов, это **удивительно красивое место**, со множеством **различных аттракционов**».*

«Живописные мостики дополняют природную красоту, открывающуюся взорам при каждом шаге».

«Природа очень сочная и насыщенная. Великолепное место, где можно хорошо прогуляться».

«Хочется упомянуть и парк "Донхай", невероятно красивый».

«Парк Тигров (парк «Лаохутань») - галечный пляж на побережье залива в 7,2км от центра города. Площадь парка 110 га. К берегу моря примыкает красивый парк, в котором находится навильон Ста Тигров и Тюленье озеро. На месте продаются разнообразные сувениры. В ресторане подают свежайшие дары моря и рыбные блюда. Далее по дороге между двух скалистых утесов приютился очаровательный песчаный пляж».

«Для детей поездка в Гонконг станет настоящим увлекательным путешествием в сказочную страну благодаря известному и очень популярному парку Диснейленд, где они смогут увидеть героев диснеевских мультфильмов».

«Отлично провести время можно и в Океаническом парке, на территории которого расположены океанариум, дельфинарий и парк аттракционов. В этом парке ежедневно можно увидеть увлекательные шоу с участием птиц и животных».

«Парк развлечений Chime-Long Paradise – это настоящее путешествие в мир приключений и целое море ярких впечатлений».

Понятийный компонент	парки Китая
Образный компонент	местный рай, природная красота, открывающаяся взорам при каждом шаге, увлекательное путешествие в сказочную страну, настоящее путешествие в мир приключений, целое море ярких впечатлений
Ценностный компонент	умопомрачительно ухоженные парки, красивейшие парки, потрясающий вид,

	великолепное место, невероятно красивый парк, живописный, очаровательный
--	--

Артефакт «транспорт» в рамках микроконцепта «город-сад» представлен исключительно водными видами транспорта, предназначенными для развлечения туристов: катамаранами, моторными и резиновыми лодками, катерами, яхтами и т.п.

В своих отзывах о путешествии в Китай российские туристы не заостряют особого внимания на качестве и особенностях водных видов транспорта. В ходе анализа удалось обнаружить лишь один подходящий отзыв, однако он является чрезвычайно лаконичным:

*«На пляже прокат катамаранов 50 ю, и катайся, сколько хочешь. Можно прокатиться на катере – просят 80ю с человека, мы сторговались за 200ю 6 человек, **очень понравилось**».*

Наконец, проанализируем артефакт «отель» в рамках микроконцепта «город-сад»:

*# «Нам выбрали **роскошный отель Ренесанс (5*) на о. Хайнань. Территория огромная, красота, бассейны самые большие на острове. Джакузи встроены прямо в бассейны, что очень удобно. Райский уголок!**»*

*# «**Расположение отеля очень удачное – практически на пляже, жемчужный рынок в 2-х шагах. Проснулись мы от шума морской воды и криков дельфинов. С балкона на море открывался потрясающий вид: море, пляж и много зелени. В отеле очень чисто, уровень сервиса отличный**».*

Понятийный компонент	прибрежные отели Китая
Образный компонент	райский уголок
Ценностный компонент	роскошные отели, красота, огромная территория, самые большие бассейны, удобные джакузи, удачное расположение отеля, потрясающий вид, чистые отели, отличный уровень сервиса

2.4 Туристический город

Туристический город – это возможность привлекать туристов, т.к. туризм это целая индустрия, его значение трудно переоценить – в среднем 17% от ВВП города. Например, такие города, как Фэнхуан и Хэндян.

Киногород Хэндянь часто называют «первым городком в южной части реки Янцзы». Как известно, кинобаза Хэндянь является туристической зоной государственного значения «4А», одной из самых известных в мире кинобаз и единственным в Китае экспериментальным районом киноиндустрии. Кроме того, его еще называют «Восточным Голливудом». Именно здесь были сняты многие известные в мире китайские фильмы, есть много известных достопримечательностей, построенных в соответствии с исходными пропорциями: Запретный город, поле Второй мировой войны, пляж в Шанхэй, Жалюзийное отверстие, Часть Красной площади, Статуя Свободы... В городе есть различные транспортные средства, места отдыха и развлечений. Жителей не много. Это город только для туризма.

Анализ артефакта «отель» представлен в следующих контекстах:

Размещено более 10 гостиниц с хорошим уровнем обслуживания, бары, рестораны и разнообразные развлекательные объекты. Туристы могут здесь интересно и хорошо отдохнуть.

Уютный отель на маленькой реке. Поэтому тут тихо, так как нет большой музыки и гама. Очень приятный хозяин отеля, встретил нас у такси (от автобусной остановки лучше взять такси за 10 юаней, и где-то 2-3 км. проехать), провел окольными путями мимо входных платных ворот. В номере с включенным на тепло кондиционером было хорошо. Единственное, если у вас не рюкзак, а чемодан, то не очень комфортно будет идти минут десять по различным ступенькам.

Понятийный компонент	отель
Образный компонент	нет большой музыки
Ценностный компонент	уютный, приятный хозяин, хорошо, интересно

Вот, что отмечают туристы про **транспортную** сеть туристического города:

*Наверное, каждый более-менее туристический город, в котором есть река или другой водоем, предлагает своим гостям такое развлечение, как прогулки на **корабликах**. Он стоит на берегах реки не просто большой и важной для Китая...*

*Встретил наше **такси**, помог с чемоданами, рассказал, где можно перекусить, а где знатно пообедать, забронировал для нас автобусный билет на следующий день.*

*Так много **такси**,*

На автобусе нет места

*Автомобильные путешествия на **«отлично»**.*

Понятийный компонент	транспорт – такси, автобус, автомобиль, кораблики
Образный компонент	
Ценностный компонент	много, нет места, отлично

Город Фэнхуан отличается от Хэндян, так как Фэнхуан – сплетение лабиринтов из узких улочек. Вот как описывают этот город в одном из отзывов:

*Запад провинции Хунань — одно из малоизвестных **удивительных мест** в Китае. Здесь много прекрасных лесов и рек, тут высятся поражающие воображение скалы Чжанцзяцзе (или Тяньмыньшань), ставшие прообразом летающих гор в фантастическом блокбастере «Аватар», и повсюду разбросаны деревни **самобытных** малых народов Китая. Тут находится и одна из жемчужин **Срединного государства** — древний город **Фэнхуан**.*

*Город Фэнхуан пользуется **большой известностью** в Китае, так как это родной край Цуйцуй, доброй и наивной девушки, стремившейся к любви, героини романа знаменитого китайского писателя ШэньЦунвэня. Фэнхуан находится на берегу реки Тоцзян, именно здесь выросла Цуйцуй. Ее жизнь очень тронула меня, поэтому я и решила побывать здесь. Очень приветливый*

менеджер говорит по-английски, это большая редкость для Китая. Менеджер может помочь по многим вопросам, в том числе забронировать любые билеты с минимальной комиссией.

Очень далеко от аэропорта

Очень **трудно найти** это город, на карте нет

Понятийный компонент	Фэнхуан
Образный компонент	жемчужина Срединного государства, на карте нет
Ценностный компонент	удивительное место; самобытный; большая известность; далеко; трудно найти

Как правило, что касается описания **отелей** города Фэнхуан, то все отзывы содержат только восторженные оценки и восхищение:

Стильный, красивый отель Fenghuang More Inn. Находится в центре старых районов города, название переводится как **Феникс**; **очень близко** от всех достопримечательностей. Очень **приятный, услужливый** персонал, готовый помочь во всем, даже поднести вещи до такси, а перед отъездом устроил чайную церемонию. Хозяин хоть и совершенно не говорит по-английски, но **очень лихо** управляет с переводчиком в смартфоне.

Отель находится как бы на реке, но чуть в стороне от центра, так что **не так шумно**. Старый город, где находится отель, находится через реку от дороги и основной части города.

Понятийный компонент	Отель Fenghuang More Inn
Образный компонент	Феникс
Ценностный компонент	красивый; приятный, услужливый персонал; не так шумно

2.5 Дополнительные характеристики концепта «город»

Для составления более полной картины о концепте «город» необходимым представляется дополнить осуществлённый анализ четырех микроконцептов следующими значимыми для туристов критериями оценивания Китая:

1. Климат и природа страны занимают важное место в описании городов Китая. Как правило, отмечаются не свойственные российским средним широтам погодные условия и пейзажи: *Санья нас встретила 30-градусной жарой, при 100-процентной влажности; Проснулись мы от шума морской воды и криков дельфинов. С балкона на море открывался **потрясающий вид**: море, пляж и много зелени.* Китай – страна контрастов: это жара и туманы, широкие долины и предгорья, ухоженные поля и нетронутые цивилизацией национальные парки: ... *вид с вершины **потрясающий** – с трёх сторон море, а с четвёртой стороны вид на город, который смотрится как на ладони; ИДЁМ ПО ВЕЛИКОЙ СТЕНЕ! Любуемся совершенно **фантастическими** видами, иногда даже напеваем какие-то наши бодрые песни, вызывающие восторг у спутниц и, наконец, видим Цветочную башню. Преодолеваем очень крутой подъём, и вот мы в конечном пункте экскурсии. **Впечатления переполняют**, нами овладевает **полный восторг**. Любуемся открывающимися видами убегающей в горы стены и хоть и неохота возвращаться, но пускаемся в обратный путь. Это **грандиозно!***

Особое место в описаниях природного мира занимают наблюдения за экзотическими животными, как завезёнными в Китай: *Самым **красочным и незабываемым** зрелищем в океанариуме считается шоу-программа с участием белух. Сотрудники океанариума подают команды, а белые киты артистично их выполняют. Выступление морских львов, котиков тоже **очень увлекательное** зрелище;*

... так и живущими здесь в естественных условиях изначально: *При выходе из парка, посадке на фуникулер нужно быть **особенно внимательными**, так как обезьяны вытаскивают из сумок кошельки и прочие ценные для Вас вещи.*

При общей положительной оценке посещённых экскурсий отмечаются и недостатки (обычно, связанные с техническим несовершенством объекта): *Были в Парке фонарей – **понравилось**. Подновили подсветку на дорожках, что-то подкрасили. Правда писающий мальчик так и не писал с прошлого года,*

каменные пианино и кресло не работали. Рядом с парком фонарей построили Дворец бракосочетания и отель «Волшебный сон» – **красиво**.

2. Жители китайских городов. Даже туристы, предпочитающие организованные поездки, не бывают полностью изолированными от местных жителей. Посещение рынков, магазинов, ресторанов, дискотек и других общественных мест, общение с персоналом гостиниц, – всё это даёт представление о внешности, обычаях и привычках, речевом поведении китайцев. Например, неторопливые будни китайских горожан:

Повсюду много народу, несмотря на то, что был рабочий день. Молодежь катается на скейтах, роликах, велосипедах. При этом, скейты у них достаточно оригинальные – могут распадаться на две половинки и, таким образом, получают ролики на широкой доске. Пожилые или просто сидят на лавочках, или играют в карты, шахматы.

Культура питания детей: *Весь день провели в больнице. Что меня удивило – рядом лежала девочка возраст около 1 года, с ней мама и две бабушки. Видно как её все любят, но кормили её чипсами и конфетами.*

Любовь китайцев к музыке и слову: *А потом, гуляя по окрестностям отеля, мы как-то незаметно дошли до Парка «Олень повернул голову» (ну любят китайцы **мудрёные названия**); Сяо Чин **прекрасно** поёт русские романсы на китайском языке – звучит **необычно** и как-то очень **трогательно**, как поют только дети.*

Культура денег и торговли: *...можно и нужно торговаться, как и в любой восточной стране, цена падает сразу почти вдвое; Во всех китайских гостиницах при заселении берут депозит (порядка 100 юаней)... Делают это на случай, если вы потеряете ключ или что-то испортите, а платить не захотите, **очень умно**.*

Как и в других курортных местах, здесь встречаются нечистоплотные люди, желающие заработать на незнании туристами правил: *Да, и пытались нас развести на билеты в парк. Слева кассы там билеты по 65 ю (шоу крокодилов), стоит китаец и всех к тем кассам отправляет. Мы его тактично послали и*

купили билеты по 15 ю справа в кассе; Заехать и посмотреть на «фабрику» можно, а вот покупать я вам там ничего не советую. Так как ценник там, мягко говоря, зашкаливает. Лучше всего взять на фабрике каталог, а потом посмотреть такой же товар в аптеках или супермаркетах.

Однако в целом отзывы создают портрет доброжелательного, открытого, коммуникабельного и дисциплинированного китайца: *Хозяйка отеля **приветлива и дружелюбна**, но готовить обед ей противопоказано – руки не из того места растут: что бы она не готовила, получается отличная гадость; Мастер кун-фу и доктор Сяо Чин в одном лице – **прекрасный** человек; ... **удивительные** люди – **душевные и доброжелательные**, и незнание языка – совсем не препятствие для общения.*

3. В некоторых случаях в отзывах представлены **наблюдения о системе государственного и общественного устройства страны**. При этом политические зарисовки даются описательно, вне аксиологического или анализирующего контекста:

Мы увидели толпу китайской молодежи, которая скандировала на английском языке «Японцы прочь! Уезжайте домой!». К слову сказать, подобные настроения царили и в приграничной Маньчжурии. Но там, на зданиях, магазинах и кафе, на многих автомобилях были размещены государственные флаги.

В то же время, деятельность иностранного государства, направленная на поддержку своих граждан, не остаётся без внимания россиян:

Поразило то, что незадолго до объявления посадки на наш рейс к выходу на колясках подвезли несколько пожилых людей. Как выяснилось позже, Правительство Китая выдает путёвки для того, чтобы пожилые люди поправили свое здоровье. Причем делается это совершенно бескорыстно со стороны властей.

Настоящий интерес вызывают обучение, лечение, культура питания и др. Например, отмечается высокая стоимость и не менее высокая эффективность китайской медицины:

*Прошли курс лечения в Медицинском центре ТайЦзы – 8 дней делали иглотерапию, лечебный массаж всего тела и массаж стоп. Также доктор приготовил специальный отвар трав для каждого. У сестры на второй день **прошла экзема** на руках – не могли вылечить в течение 10 лет. Уже прошел месяц – **всё в порядке**; Я купила мазь от растяжений и ушибов (30 юаней), и правда **помогает**; Могу сказать точно обучение там, а также лечение очень **дорого**; В Китае медицина **очень дорогая**, китайский врач сказал всё нормально – две недели покоя и всё пройдёт.*

Отмечается налаженный и уважительный по отношению к отдельному человеку механизм обслуживания: *очередь в кассу двигалась очень быстро...; Все вагоны оборудованы электророзетками и доступом к Wi-Fi.*

Отдельной строкой в отзывах даётся оценка предоставленного сервиса (перелёт и наземный транспорт; расположение и состояние гостиницы, пляжа; качество экскурсий и т.д.). Положительно оцениваются удобство проживания и внимательное отношение встречающей стороны к гостям. Например: *... таможенный и паспортный контроль туристы проходят прямо в своем купе, что, согласитесь, **достаточно удобно**; Работники Южного креста, которые сопровождали нас в поездке, **очень внимательные**; ... недалеко от центра, недорогая, все необходимое для проживания есть, чисто...*

Всё вышесказанное свидетельствует о том, что рассмотренный сквозь призму туристического восприятия китайский город предстаёт как часть многоликой, монументальной и живой, величественной и гостеприимной, комфортной и ни на что не похожей страны.

Выводы по второй главе

В рамках данного исследования были даны общие представления о концепте «город» и его универсальной природе.

Концепт «город» был разделен на четыре микроконцепта: «древний город», «современный город», «город-сад» и «туристический город».

Данные микроконцепты были проанализированы с позиций базовых

компонентов концепта, определяющих его структуру: понятийный (информационно-фактуальный), образный (образно-перцептивный) и ценностный.

Кроме этого, был выделен ряд ключевых артефактов, вокруг которых выстраивается языковая объективация концепта «город»: *архитектура, транспорт, отель, ресторан, пляж, парк и т.п.* Следует отметить, что полный спектр выявленных артефактов не присутствует ни в одном из микроконцептов. Так, артефакты «пляж» и «парк» характеризуют исключительно город-сад, артефакт «ресторан» в большей степени представлен в современном городе, а артефакт «архитектура» рассматривается только в контексте древнего и современного городов. Кроме того, выявленные ключевые артефакты обладают характерными особенностями в каждом из рассматриваемых микроконцептов: например, транспорт в древнем, современном городах и городе-саде чрезвычайно отличаются друг от друга в восприятии российских туристов.

Заключение

В ходе данного исследования был рассмотрен концепт «город» на материале отзывов российских туристов о посещении Китая. В рамках данного концепта были обозначены следующие микроконцепты: «древний город», «современный город», «город-сад» и «туристический город». Основой для анализа материала послужила теория В.И. Карасика, выделяющего в структуре концепта три основных компонента: понятийный, образный и ценностный.

Был выделен ряд ключевых артефактов, вокруг которых выстраивается языковая объективация концепта «город»: архитектура, транспорт, отель, ресторан, пляж, парк. Следует отметить, что полный спектр выявленных артефактов не присутствует ни в одном из микроконцептов. Для древнего города характерно наличие таких артефактов, как архитектура, транспорт и отель. В современном городе к вышеозначенным артефактам добавляется также ресторан. Что же касается города-сада, то целесообразным представляется рассматривать не его архитектуру, во многом напоминающую архитектуру современного города, а такие артефакты, как пляж и парк.

Все выявленные ключевые артефакты обладают характерными особенностями в каждом из рассматриваемых микроконцептов. Так, транспорт в древнем и современном городах чрезвычайно отличаются друг от друга в восприятии российских туристов: реалию древнего города, рикши, туристы уважительно называют «тружениками» и отмечают романтичный и неспешный характер этого вида транспорта; в современном же городе туристов интересует скорость и комфорт передвижения, поэтому в своих отзывах они позволяют себе не вполне положительные комментарии в отношении неудовлетворительного по их мнению вида транспорта.

Образный компонент присутствует в описании почти всех рассмотренных артефактов, однако в отдельных случаях в силу неэмоциональности туристов или лаконичности изложения образный компонент полностью стирается. С наибольшей же силой образность проявляется при описании такого артефакта, как архитектура: Шаолинский монастырь называется «*пристанищем души*»,

город Маньчжурия сравнивается с *«деревенской девушкой, приехавшей в город и купившей себе новехоньких нарядов»*, Шанхай получает наименование *«волшебного лабиринта»*, Гонконг – *«каменных джунглей с монстрами-небоскрёбами»*, жемчужина Срединного государства — *«город Фэнхуан»* и т.д.

Характер ценностного компонента в разных микроконцептах может варьироваться. Например, если в рамках микроконцепта «город-сад» отели предстают исключительно с положительной точки зрения (*«роскошные»*, *«красивые»*, *«потрясающие»*, *«с отличным сервисом»* и т.п.), то в рамках микроконцептов «древний город» и «современный город» встречаются и негативные отзывы об отелях (*«кухня – отличная гадость»*, *«в номере – грибок, грязь, сыро, убирают плохо»* и т.п.). Кроме того, в рамках одного и того же микроконцепта один и тот же артефакт может оцениваться разными туристами совершенно противоположно. Так, городские автобусы Китая были названы одними туристами *комфортными, недорогими, красивыми и чистыми*, а другие путешественники охарактеризовали данный вид транспорта как *неудобный, слишком медленный и движущийся по непонятному маршруту («петляет как заяц»)*.

Таким образом, изучение концепта «город» представляет особый интерес для лингвистической науки. Город выступает одним из важнейших национальных концептов, структурирующих представления человека о культуре данной страны и окружающем мире в целом. Изучая его, можно во многом понять философское воззрение на его сущность, и саму культуру, к которой он принадлежит.

Список публикаций

1. **Исаева Е.В., Чжан Юнчан** Языковые средства репрезентации концепта "город" в русском языке (на материале отзывов российских туристов о Китае) // Международное образование и межкультурная коммуникация: проблемы, поиски, решения: сборник трудов Международной научно-практической конференции, г. Томск, 26-27 октября 2016 г. / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ); Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ); под ред. И.В.Салосиной; А. В. Байдак; Е. А. Головачевой. — Томск: Изд-во ТПУ, 2016. — С. 148–152.
2. **Чжан Юнчан, Исаева Е.В.** Особенности структуры концепта «ГОРОД» в туристическом дискурсе: лингвокультурологический аспект // Иностранный язык и межкультурная коммуникация: Материалы XI Международной студенческой научно-практической конференции (28 февраля 2017 г.). – Томск: Вайар, 2017. – С. 136– 138 с.

Список использованной литературы

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М., 1999. – С. 543-640.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. — изд. 2-е, стер. — Тамбов: изд-во Тамб. Ун-та, 2001. — 123 с.
3. Воркачев С.Г. Культурный концепт и значение // Труды Кубанского государственного технологического университета. Сер. Гуманитарные науки. Т. 17, вып. 2. – Краснодар, 2003 – С. 268–276.
4. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.: Институт языкознания; Тамбов: Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007. – № 4. – С. 8–16.
5. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград-Архангельск, 1996. – С. 3-16.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность, Наука, 1987 – 261с.
7. Колесов В.В. Отражение русского менталитета в слове // Человек в зеркале наук. – СПб.: Изд – во СПб ун-та, 1991. – С. 106–124.
8. Колесов В.В. «Судьба» и «счастье» в русской ментальности // Размышления о философии на перекрестке второго и третьего тысячелетий. Сборник к 75-летию профессора М. Я. Корнеева. Серия «Мыслители». Выпуск 11. – СПб., 2002. – С. 98-106.
9. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. Вып. 1. – 2004. – № 1. – С. 6-17.
10. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // ИАН СЛЯ, 1983. – Т.52. – №1. – Бенвенист Э. Общая лингвистика. М., 1974. – С.45.

11. Попова З.Д., Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку // Антология концептов. – Волгоград: Парадигма, 2005. – С. 7-10.
12. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001. – 234 с.
13. Попова З.Д. Проблема моделирования концептов в лингвокогнитивных исследованиях // Мир человека и мир языка: Коллективная монография / З.Д. Попова, И.А. Стернин. Кемерово: Графика, 2003. – С. 6–17.
14. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. – Воронеж: Истоки, 2002. – 215 с.
15. Телия В.Н. Основные постулаты лингвокультурологии // Филология и культура: Материалы междунар. конф. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 1999. – С. 42-49.
16. Фрумкина Р.М. Психолингвистика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.
17. Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый термин» // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 24. – М., 2003 – С. 5–12.
18. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж, 1996. – С. 12-28.
19. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996.
20. Пименова М.В. Концептуализация и объективация истины и правды // Язык. История. Культура: К 50-летию Кемеровского государственного университета и 25-летнему юбилею кафедры исторического языкознания и славянских языков КемГУ. – Кемерово: Графика, 2003. – С.25–35.
21. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – М., 1997. – С. 276–379.
22. Никитин М.В. Развернутые тезисы о концептах // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов: 2004. – №1. – С. 53–64.
23. Гумбольдт В.О. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Гумбольдт В. Избранные труды

по языкознанию. – М., 1984. – С. 156–180.

24. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М., 1997. – 824 с.

25. Фархутдинова Ф.Ф. Взглянуть на мир сквозь призму слова ... Опыт лингвокультурологического анализа русскости. Иваново, 2000.

26. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 75–80.

27. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики. Мир — конечность — одиночество//М.: Московский рабочий, 1990.

28. Залевская А.А. Психологический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 15–24.

29. Воробьев В. В. Лингвокультурология (теория и методы). – М.: Изд-во РУДН, 1997. – 331 с.

30. Фисенко О.С. Концепт гроза в русском языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2005. – 20с.

31. Ляпин С.Х. Концептология: к становлению подхода // Концепты. Вып. 1. – Архангельск, 1997.

32. Шаманова М.В. Лексико-фразеологическое поле "Общение" в современном русском языке: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01. – Воронеж, 2000. – 231 с.

33. Шенделева Е. А. Ассоциативно-образное семантическое поле как единица анализа образного строя языка / Е. А. Шенделева // Актуальные проблемы русистики: сборник статей. Томск, 2000. – С. 116-127

34. Воеводская О. М. Морфологическая структура слова// Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2011. — 49 с.

35. Ивашенко О.В. Абстрактное имя в когнитивном аспекте // Язык, коммуникация и социальная среда, Воронеж, – Вып. 3 – 2004г.
36. Джавахова И. Г. Фрагмент концептуального анализа лексико-семантической группы "конфликт" // Семантика языковых единиц: Памяти А. Ф. Лосева Лексическая семантика: Доклады 4-й международной конференции. М.: Альфа, 1994. Ч. 1. – С. 59–64.
37. Нерознак В.П. От концепта к слову: к проблеме филологического концептуализма // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Омск, 1998. – С. 81– 87.
38. Хижняк С.П. Когнитивные проблемы терминоведения / С.П. Хижняк // Научное обозрение: Гуманитарные исследования. 2015. № 7. – С. 142–150.
39. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. — 270 с.
40. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. - М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. - 326 с.
41. Хижняк С.П. Пособие по развитию навыков аудирования для студентов неязыковых вузов: Английский язык (учебное пособие). Саратов: Сарат. акад. права, 2000. – 45 с.
42. Тюленева Н.А. Туристический дискурс // Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе / Н.А. Тюленева: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Е.: 2008. – 23 с.
43. Косицкая Ф.Л. Письменно-речевые жанры рекламного дискурса моды в аспекте межъязыковой контрастивности (на материале французских и русских каталогов моды): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. – 20с.
44. Сакаева Л. Р., Базарова Л.В. Понятия "туризм" и "туристический дискурс" в современной научной парадигме // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, – 2014. – № 6 (36): в 2-х ч. Ч. I. С. 159–161.

45. Тарнаева Л. П., Дацюк В. В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2013. – Вып. 3– С. 229–235.
46. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н.В.Филатова. [Электронный ресурс]: URL:<http://mggu-sh.ru/sites/default/files/filatova.pdf> (дата обращения: 24.10.2016).
47. Погодаев С.А. Основы туристического дискурса в современном английском языке//Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, – Россия,2008.
48. Михайлова Л.М. Туристическая индустрия переживает стремительный подъем//г. Ростов-на-Дону, 2014 г.
49. Тюленева Н.А. Языковые средства аргументации туристического дискурса//Оренбургский государственный университет – М, 2008 – 56с.
50. Голева С.А. Лингвокультурологический и ономастический компоненты концепта "город" в русском и английском языках: дис. ... канд. филол.наук, Омск, 2006г. – 198с.
51. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 447 с.
52. Лотман Ю. М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города /Ю. М. Лотман // Избранные статьи: в 3-х т. – Т. 2. – Таллин, 1992.
53. Меднис Н. Е. Сверхтексты в русской литературе / Н. Е. Меднис. – Новосибирск, 2003.