 © Авторы статьи / Authors of the article

ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ)/LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (INDICATING A SPECIFIC LANGUAGE OR GROUP OF LANGUAGES)

DOI: https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.150.28 EDN: NPWJYS

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА TRAVEL: КОРПУСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ

Научная статья

Комиссарова Н.Г.[1, *]
[1] ORCID : 0000-0001-7236-4530;
[1] Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва, Саранск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (natakomis[at]mail.ru)

Предложена: 02.11.2024; Принята: 26.11.2024; Опубликована: 17.12.2024

Аннотация

Исследования посвящено рассмотрению и анализу средств вербализации концепта TRAVEL на материале англоязычных туристических сайтов. С помощью концептуального анализа и инструментов корпусной лингвистики выявляется спектр лексем-репрезентантов концепта TRAVEL. Дальнейшие шаги направлены на когнитивную интерпретацию полученных данных и моделирование концепта. В результате доказано, что содержание концепта объемно, носит оценочно-прагматический характер. В структуре концепта доминирует информационное поле, образная составляющая, отражающая образные когнитивные представления англоговорящих носителей языка о природе путешествия, выражена не ярко, но заметна в концептуализируемой сфере. Информационное содержание сводится к репрезентации когнитивного признака пространственной характеристики концепта.

Ключевые слова: концепт, корпусное исследование, путешествие, английский язык.

VERBALIZATION OF THE TRAVEL CONCEPT: A CORPUS STUDY ON THE MATERIAL OF ENGLISH-LANGUAGE TOURIST WEBSITES

Research article

Komissarova N.G.[1, *]
[1] ORCID : 0000-0001-7236-4530;
[1] Ogarev Mordovian State University, Saransk, Russian Federation

* Corresponding author (natakomis[at]mail.ru)

Suggested: 02.11.2024; Accepted: 26.11.2024; Published: 17.12.2024

Abstract

The research is dedicated to the review and analysis of the means of verbalization of the TRAVEL concept on the material of English-language tourist sites. With the help of conceptual analysis and corpus linguistic tools, the spectrum of lexemes-representants of the TRAVEL concept is identified. Further steps are aimed at cognitive interpretation of the obtained data and modelling of the concept. As a result, it is proved that the content of the concept is voluminous and has an evaluative-pragmatic character. The concept structure is dominated by the information field, the figurative component reflecting figurative cognitive representations of English-speaking native speakers about the nature of travel is not pronounced, but is noticeable in the conceptualized sphere. The information content is reduced to the representation of the cognitive attribute of the spatial characteristic of the concept.

Keywords: concept, corpus study, travelling, English.

Введение

Формирование общих принципов, стандартов и требований мировой культуры путешествий происходило на протяжении длительного периода времени. Путешествие как феномен характеризуется самобытностью и уникальностью в каждой культуре, что, однако, не отрицает его сути как универсального общечеловеческого концепта, который присутствует в любой культуре, но реализуется в условиях конкретного культурного общества.

Путешествие сегодня связано не только с территориальными перемещениями, но и с разнообразными коннотациями, в частности эмоциями, которые гарантированы путешественнику при посещении разных стран, оценками, возможностью культурного обогащения и физического развития и пр.

Сложное и неоднородное содержание концепта TRAVEL, а также его подвижность и нестабильность заставляет вновь и вновь обращаться к его исследованию.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения когнитивных структур, отражающих процессы концептуализации и категоризации знаний англоязычной культуры.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит вклад в изучение языковой репрезентацией ментальных процессов и их результатов.

Целью исследования является реконструкция концепта TRAVEL как целостной ментальной единицы носителей английского языка.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Задачи исследования:

1) выявить языковые средства репрезентации концепта TRAVEL на пространстве англоязычных туристических сайтов;

2) смоделировать концепт TRAVEL в английском когнитивном сознании.

В настоящее время создана методологическая и теоретическая база для единиц, исследование которых при помощи методов и процедур концептуального анализа позволяет глубоко изучить концепт на основе его языковой представленности, а также в сознании человека.

Методологической базой исследования послужили положения когнитивной лингвистики, изложенные в работах Н.Ф. Алефиренко [1], С.Г. Воркачева [2], В.И. Карасика [3], М.В. Пименовой [4]. Концепт рассматривается как «принадлежность сознания человека, глобальная единица мыслительной деятельности» [5, С. 14].

Несмотря на большой объем знаний в сфере исследования концептов, идет дальнейшее расширение и изменение методов и приемов описания ментальных процессов и их результатов.

Корпусная лингвистика, позволяющая создавать и обрабатывать большие базы данных, открывает широкие перспективы для изучения разнообразных концептосфер. Корпусный подход к исследованию концепта отражен в работах Воркачева С.Г. [6], Чернобровова А.А., Кожевникова А.О. [7], Смирновой Е.Е. [8].

Данное исследование также выполнено в контексте корпусной лингвистики, что сделало возможным точнее описать содержание концепта TRAVEL, характерное для английского языкового сознания.

Методы и принципы исследования

В исследовании применен метод концептуального анализа, направленный на изучение речевых контекстов концепта [9, С. 466].

Данный метод позволил установить основные речевые значения концепта TRAVEL и использовать их для дальнейшего моделирования концептуализируемой сферы как целостной ментальной единицы.

Методика предпринятого анализа концепта включала два этапа.

Первый этап направлен на установление языковых средств репрезентации концепта TRAVEL. С этой целью на материале туристических сайтов TourRadar [10] и LonelyPlanet [11] был создан подкорпус по концепту, объемом 1043891 слово. С целью вычленения и обработки языковой информации использовалась функция Concordance программы AntConc. Были проанализированы употребления лексемы *travel* и производных слов в различных контекстах в рамках одного предложения. В результате было создано номинативное поле концепта TRAVEL общим объемом 1049 репрезентаций, которые подверглись в дальнейшем когнитивной интерпретации.

На втором этапе с помощью метода моделирования была представлена макроструктура концепта TRAVEL. Метод моделирования концепта, описанный З.Д. Поповой и И.А. Стерниным [5] в рамках семантико-когнитивного подхода в современной лингвистике, предполагает ряд последовательных шагов:

1) распределение когнитивных признаков концепта в рамках информационного, интерпретационного полей и образной зоны с выявлением доли каждой из зон в структуре концепта;

2) составление иерархии когнитивных признаков на основании их частотности;

3) распределение выявленных признаков по полевому принципу от ядра к периферии.

Кроме методов, описанных выше, применялись общенаучные приемы классификации и систематизации, а также количественные методы для подсчёта данных.

Основные результаты

Прежде чем приступить к анализу репрезентации концепта TRAVEL на туристических сайтах, определим его границы в современном английском языке, зафиксированные в словарях.

TRAVEL – to go from one place to another, especially to a distant place; to make a journey; to go through or over; to pass, to go, move, be sent; to go from place to place in order to sell or take orders from for one's firm's goods; to go very quickly [12, С. 1477].

– to go on a journey or visit different places, especially places that are away from where you live or work; to go from one place to another, especially in a vehicle, to go to another time or place in your imagination, to go to a particular distance; to move at particular speed [13, С. 1532].

С точки зрения лексикографических данных, посещать другие места можно только в результате передвижения. Носителями также фиксируется «направление», «способ передвижения», «цель», «расстояние», «скорость».

Далее был проанализирован состав номинативного поля концепта. Информационное содержание исследуемого концепта составляет 15,92% и представлено 167 номинациями, отражающими основной признак концептуализируемого явления – «передвижение в определенном направлении», например, *travel from Hoi An to Ho Chi Minh, a trip to Jordan.* Данный когнитивный признак выражен следующими номинациями: *travel* 130, *journey* 7, *tour* 7, *head* 4, *reach* 3, *trip* 2, *cross* 2, *travel destination* 2, *cruise* 1, *traverse* 1, *fly* 1, *navigate* 1, *get around* 1, *safari* 1, *vacation* 1, *leave* 1, *drive* 1, *go backpacking* 1.

Внушительное по объему интерпретационное поле концепта, включающее 813 репрезентантов, неравномерно дробится на энциклопедическую, оценочную, утилитарную, регулятивную и социокультурную зоны. Каждая зона обладает определенными особенностями и сходными по содержанию когнитивными признаками.

Энциклопедическая зона представлена 284 номинациями и составляет 27% объема содержания концепта. Она включает концептуальные признаки, возникающие на базе опыта взаимодействия с концептом. Здесь учитываются:

– расстояние (*travel distance, traveled long distances*;

– время путешествия (*in 1963, travel all year round*);

– способ передвижения (*way to travel, by boats or ships, by bus)*;

– время в пути (*travel time, a long day of travel*);

 © Авторы статьи / Authors of the article

– скорость передвижения (*travelling at speeds of up to 320 kmh, 1.5hrs*,);
– наличие комфорта (*stress free travel, travel hassle-free);*
– безопасность (*safe country, travel safely*);
– путешествие в группе (*group tours, join a group tour experience*);
– индивидуальное путешествие (*single travelers, travel solo*);
– место проживания (*hotel, your hotel or guest house)*;
– финансовые затраты (*is available at extra cost, share expenses, accessible travel*).

Утилитарная зона концепта TRAVEL формируется признаками концепта, актуализирующими практические особенности его использования:

– планирование и подготовка (*discuss the days ahead, planning a trip to Jordan, travel insurance*);
– организация путешествия (*INTRO Travel, travel advisor, for assistance*).

Когнитивные признаки утилитарной зоны также предполагают, что путешествие может быть предпринято для определенных целей, а именно:

– для оздоровления (*in order to find a cure, to have healing powers*);
– для получения знаний или приобретения определенного навыка (*discover many distinct things, explore the area, look out for migratory birds*);
– для отдыха и развлечений (*leisure day in Tokyo, for a night of food, drinks and some samba*);
– как проявление заботы об окружающей среде (*sustainable approach to travel, an eco-friendly travel destination*).

Утилитарная зона представлена 183 номинациями, что составляет 17,45% содержания концепта.

Помимо утилитарной зоны интерпретационное поле концепта TRAVEL представлено регулятивный зоной, объединяющей признаки, регламентирующие действия в концептуализируемой сфере. Данная часть содержания концепта насчитывает 57 единиц номинативного поля, что составляет 5,43% от общего числа номинаций. Сюда входят следующие рекомендации:

– советы по организации и планированию путешествия (*ask your hotel or travel operator for information on routes, opt for the bus*);
– действия в чрезвычайных ситуациях (*call the emergency numbers, dial 112 for general emergencies, 192 for police, and 194 for an ambulance*);
– необходимость проявления уважения к чужой культуре (*it's wise for female travelers to cover their shoulders, chest and knees*);
– правила безопасности (*you should take the usual precautions you would anywhere – purchase travel and health insurance, don't carry large sums of cash, and keep valuables locked in a safe)*;
– медицинские требования (*not recommended for pregnant travelers, travelers will still be required to undergo a PCR test before boarding their flight to Israel*);
– советы по посещению тех или иных мест (*a must-see, highly recommended, opt to visit and hike the famed Rainbow Mountain*);
– как путешествовать дешевле (*pick up a travel card or transport pass for cheap journeys in Budapest*);
– правила пребывания в стране (*always travel with the original passport, visa-exempt travelers are still required to buy the tourist card at the airport upon arrival*);
– как бережно относиться к окружающей среде (*remember the basics of responsible travel: don't litter, reduce your environmental footprint, leave places better than you found them, and protect wild animals and natural flora*).

Социокультурная зона – еще одна часть интерпретационного поля концепта TRAVEL. Она составляет 16,59% содержания концепта и включает 174 единицы объективации. Социокультурная зона объединяет признаки, характеризующие категорию лиц, предпринимающих путешествие, а также признаки, указывающие на связь концепта с историей, культурой и традициями посещаемой страны.

Категориальный когнитивный признак «характеристика субъекта путешествия» широко представлен в поле концепта. В ходе концептуального анализа были выявлены следующие категории путешественников: все типы путешественников (*traveler, for all kinds of travelers*), любители бюджетного путешествия (*budget travelers, backpackers*), люди с ограниченными возможностями (*wheelchairs, hearing-impaired travelers)*, новички (*first-time visitors, all those who have been traveling to India for the first time*), опытные путешественники (*seasoned travelers, people coming back year on year*), женщины (*female travelers, pregnant travelers*), искатели приключений (*adventurers, the thrill-seeker*), любители природы (*nature lovers, travelers hoping to see wildlife*); интересующиеся/не интересующиеся историей (*history buffs, travellers with little interest in the war*), путешествующие с детьми (*travelers with children*), без детей (*travelers without kids*), путешествующие в разгар туристического сезона (*travelers bustling through the country's airports and resort lobbies*), избегающие толпу (*visitors who prefer to avoid the crowds*), любители ночной жизни (*travelers looking for an incredible night out*), путешествующие по родной стране (*domestic travelers*), в поиске духовных смыслов (*spiritually inclined people*), ищущие спокойствия (*laid-back travelers, travelers seeking tranquility and relaxation*), успешные богатые люди (*high fliers*), безвизовые путешественники (*visa-exempt travelers*), те, кому не обязательно солнце (*travelers who aren't ready for the full heat of summer*), присматривающие сувениры (*travelers looking for a textile souvenir*), потенциальные путешественники (*travel wishers*), вакцинированные путешественники (*vaccinated travelers*), желающие познакомится с страной поглубже (*travellers especially with the desire to see, taste, learn and experience something different from the norm, those who like to go slow*), торговцы (*ancient traders and travelers, merchant travelers*), путешествующие в летний сезон (*summer travelers, travelers coming for summer break*), отпускники (*holiday travelers*), путешественники молодого возраста (*younger traveler*), молодые душой путешественники (*young at heart travelers*), гурманы (*the foodie*).

 © Авторы статьи / Authors of the article

Связь с культурой и историей страны пребывания демонстрируют две группы номинаций. Первая содержит название разнообразных достопримечательностей (*the Colossi of Memnon, the Calanais Stone Circle*). Вторая группа состоит из реализаций концепта, указывающих на знакомство с культурой и историей страны. Сюда включены разнообразные реалии *(an authentic riad – традиционный марокканский дом, a shalwar kameez – национальная пакистанская одежда)*, персоналии, связанные с историй той или иной страны (*Lawrence of Arabia, the Edo Bakufu – династия Эдо*), традиции и обычаи (*drink traditional mint tea with the nomads, a hot chocolate ceremony*), исторические события (*Scotland's fight for independence*), а также слова и выражения общей семантики, демонстрирующие связь концепта с историей, культурой и бытом народа (*a Buddhist country, modern Japanese culture*).

Оценочная зона как элемент интерпретационного поля концепта TRAVEL составляет 10,96% его содержания и представлена 115 единицами номинации. Данная зона объединена признаками «общей оценки» и «эмоциональной оценки», при доминировании первой. Сложность описания данной части содержания концепта заключается в том, что оцениванию подлежит не только само путешествие, но и работа специалистов, организующих путешествие, места размещения, а также посещаемые места и достопримечательности и др.

Выявлено 74 когнитивных признака общей оценки из общего количества репрезентантов концепта. Область «общей оценки» представлена положительной оценкой (71 номинация) и отрицательной оценкой (3 единицы объективации). Положительно оценивается:

– само путешествие как хорошо спланированное и организованное (*mostly well organized, flexible*) без недостатков (*perfect, excellent*), приятное (*pleasant*), легкое (*easy*), содержательное (*informative*);

– специалисты, организующие путешествие: профессиональные (*informative, professional*), веселые (*fun*), услужливые (*accommodating*);

– время посещения – лучшее, удобное (*the best time*);

– способ передвижения: удобный (*the easiest way to travel, the most convenient*), комфортабельный (*premium air-conditioned buses, trains are comfortable*);

– посещаемое место: лучшее (*the best places*) красивое *(beautiful landscapes)*, известное (*the famous War Memorial committed to the valiant Indian soldiers*), старинное (*age-old sites)*, современное (*super-modern Tokyo*), впечатляющее (*the impressive Crow Castle,);* оживлённое (*vibrant Ho Chi Minh City*), тихое (*tranquil Hanoi*), трагическое (*the poignant Peace Park and Peace Museum*), таинственное (*lake's dark and mysterious waters*), место нетронутой природы (*pristine wildlife sanctuary),* имеющее большое значение (*great temples hidden among forests*);

– еда – вкусная (*delicious breakfast*);

– развлечения – веселые (*a night of fun and lively Irish entertainment*);

– культура: богатая (*rich culture*), уникальная (*unique dancing*), разнообразная (*a colorful cultural mosaic*), впечатляющая (*impressive ceiling frescos*), передающаяся из поколения в поколение *(deeply rooted cultural heritage*).

Общая отрицательная оценка характеризует путешествие как раздражающее (*nerve-racking, overwhelming*), не достаточно организованное (*The only downside is there is a lot of travel time between locations and some waiting time prior to the boat cruise*).

Зона эмоциональной оценки насчитывает 41 номинацию. В основе эмоциональной оценки лежит эмоциональный стимул, т.е. переживание, которое испытал путешественник. Здесь так же доминирует положительная оценка. Эмоциональную оценку получили:

– путешествие: невероятное (*absolutely incredible from start to finish*), незабываемое (*jam-packed with unforgettable highlights*), изумительное (*amazing itinerary*), великолепное (*The people, the food, the places, all magnificent*), доставляет удовольствие (*enjoyable tour*), вызывает счастье (*We were very happy with our trip*), высший класс (*We had a blast in Brazil!*) превосходящее ожидания *(Capital Lanka exceeded our expectations*), чудесное (*Our 5 day Kenya Masai Mara safari was fantastic*), классное (*This tour was awesome*), замечательное (*Great tour!*), превосходно организованное (*Everything was super organized*);

– специалисты, организующие путешествие: классные *(awesome group leader*), изумительные 1 (*guides were amazing*);

– место проживания 1 – потрясающее *(fabulous hotels*);

– посещаемое место (достопримечательность): изумительно красивое (*breathtaking view of the valley, jaw-dropping Panorama Route*), поражающее размером (*mighty Mekong delta*), величественное (*majestic Grampian Mountains*), захватывающее (*thrilling attractions*).

Отрицательная экспрессивная оценка представлена одной номинацией, связанной с местом проживания – ужасное (*the hostel is terrible*).

Образный компонент занимает 6,58% объема содержания концепта и представлен 69 единицами объективации. В составе образного компонента выявлены когнитивный образ (14 образных признаков) и перцептивный образ (3 образных признака). Перцептивный образ концептуализирумого явления представлен зрительным и звуковым образами, отражающими звуковое и визуальное восприятие референта, и репрезентирован следующими перцептивными когнитивными признаками:

– живописные виды (*rust-colored desert tracks and dunes, cascading waterfalls*);

– хаотичные улицы (*crazy streets*);

– музыка *(pulsating rhythms of local music (about Jamaica), gorgeous cities swaying to the beat of tropical rhythms).*

Когнитивный образ включает метафорические характеристики денотата. В результате анализа выявлено когнитивных признака:

– незабываемые впечатления (*unforgettable experience, leave you with a lifetime of memories*);

– путешествие во времени: (*gives you the feeling of a time traveler, travel 500,000 years back in time*);

– приключения: (*intrepid style of travel, a taste for adventure*);

 © Авторы статьи / Authors of the article

– манить в путешествие (*historically a haven for pirates and smugglers, sapphire waters and sun-soaked sands beckon travelers to the Bahamas)*;
– преодоление трудностей (*a few crazy cyclists and motorbikers tackle the route*);
– идиллический отдых (*serene ambiance, peaceful bliss*);
– погружение в историю (*dive deeper into history, living antiques*);
– мечта (*a dream destination, the destination that fulfills every traveler's dream*);
– магия (*magical experience, the marvels of the region*),
– близкие люди, объединённые общими интересами: («*traveling family*»),
– яркость красок: (*travel through a kaleidoscope of color, the riotously bright Hindi temple*);
– ритуал (*Traveling through Southeast Asia is a rite of passage for many backpackers*);
– общение с местными жителями – (*local women rub shoulders with travelers*);
обогащение внутреннего мира– (*enriching travel experience*).
– достопримечательность (*the heart of William Wallace country, «town of the crosses»).*

Следующим этапом моделирования концепта TRAVEL является описание его категориальной структуры как иерархии когнитивных классификационных признаков, которые приводятся в порядке убывания их яркости. Яркость концептуального признака определяется частотностью номинаций его реализующих.

1. Пространственная характеристика концепта (167 – 15,9%).

2. Характеристика субъекта путешествия (91 – 8,7%) (все типы путешественников 20, любители бюджетного путешествия 13, люди с ограниченными возможностями 6, желающие познакомится с страной поглубже 6, искатели приключений 5, интересующиеся/не интересующиеся историей 5, новички 3, опытные путешественники 4, женщины 3, любители природы 3, торговцы 2, путешествующие в летний сезон 2, отпускники 1, люди молодого возраста 2, ищущие спокойствия 2, путешествующие с детьми 1, без детей 1, путешествующие в разгар туристического сезона 1, избегающие толпу 1, любители ночной жизни 1, путешествующие по родной стране 1, люди в поиске духовных смыслов 1, успешные богатые люди, безвизовые путешественники 1, те, кому не обязательно солнце 1, присматривающие сувениры 1, потенциальные путешественники 1, вакцинированные путешественники 1, молодые душой путешественники 1, гурманы 1).

3. Способ передвижения (79 – 7,5%) (автотранспорт 32, железнодорожный 15, авиационный 12, водный 8, пешком 4, гужевой 4, велосипедный 3, скорость передвижения 3, мототранспорт 2, комбинация нескольких видов транспорта 1).

4. Общая оценка (74 – 7,1%) (положительная общая оценка: посещаемое место 24, путешествие 14, специалисты, организующие путешествие 9, время посещения 8, способ передвижения 6, культура 6, еда 2, развлечения 2, отрицательная оценка: путешествие 3).

5. Организация путешествия (67 – 6,4%) (туристические компании 17, специалисты, организующие путешествие 20, предоставляемые услуги 21, без туристического сопровождения 9).

6. Рекомендации (57 – 5,4%) (советы по организации и планированию путешествия 30, правила безопасности 7, медицинские требования 5, правила пребывания в стране 4, действия в чрезвычайных ситуациях 2; необходимость проявления уважения к чужой культуре 1, как путешествовать дешевле 1, как бережно относиться к окружающей среде 1).

7. Дальность путешествия (52 – 5%) (время в пути 39, расстояние 13).

8. Финансовые затраты (47 – 4,5%) (экономичность 36, стоимость 11).

9. Получение знаний или приобретение определенного навыка (47 – 4,5%)

10. Знакомство с культурой и историей (45 – 4,3%) (знакомство с культурой и историей 43, погружение в историю 2).

11. Достопримечательности (46 – 4,4%).

12. Эмоции (41 – 3,9%) (положительная эмоциональная оценка: путешествие 21, посещаемое место (достопримечательность) 16, специалисты, организующие путешествие 2, место проживания 1, отрицательная эмоциональная оценка 1 – место проживания).

13. Планирование и подготовка (37 – 3,5%) (подготовка 19, планирование путешествия 18).

14. Временная характеристика путешествия (35 – 3,36%) (определенное время путешествия 20, низкий сезон 7, высокий сезон 3, круглый год 2, сезон дождей 2, по четным датам 1).

15. Наличие компании (35 – 3,3%) (одному 9, в группе 7, с друзьями 6, с попутчиками 6, с семьей и детьми 6, с близкими людьми, объединёнными общими интересами 1).

16. Место проживания (27 – 2,6%) (гостиница 11, жилье 7, гостевой дом 5, общежития и хостелы 3, бунгало 1).

17. Отдых и развлечения (27 – 2,6%) (отдых и развлечения 23, идиллический отдых 4).

18. Живописные виды (12 – 1,1%).

19. Незабываемые впечатления (9 – 0,9%).

20. Приключения (8 – 0,8%).

21. Путешествие во времени (7 – 0,7%).

22. Забота об окружающей среде (7 – 0,7%).

23. Безопасность (6 – 0,6%).

24. Магия (4 – 0,4%).

25. Яркость красок (4–0,4%).

26. Наличие комфорта (4– 0,4%).

27. Манить в путешествие (3 – 0,29%).

28. Оздоровление (2 – 0,2%).

 © Авторы статьи / Authors of the article

29. Музыка (2– 0,2%).
30. Мечта (2 – 0,2%).
31. Хаотичные улицы (1 – 0,1).
32. Преодоление трудностей (1 – 0,1).
33. Ритуал (1–0,1%).
34. Общение с местными жителями (1 – 0,1%).
35. Обогащения внутреннего мира (1 –0,1%).

Для выделенных концептуальных признаков характерно распределение по принципу поля от ядра к периферии. Описание полевой организации концепта TRAVEL по критерию яркости когнитивных признаков – заключительный этап моделирования концепта. Полевая структура концепта TRAVEL имеет следующий вид:

Ядро:

пространственная характеристика (167 –15,9%).

Ближняя периферия:

характеристика субъекта путешествия (91 – 8,7%).

Дальняя периферия:

способ передвижения (79 – 7,5%), общая оценка (74 – 7,1%), организация путешествия (67 – 6,4%), рекомендации (57 – 5,4%), дальность путешествия (52–5%), финансовые затраты (47 – 4,5%), знакомство с культурой и историей (45 – 4,3%), эмоции (41-3,9%), достопримечательности (46 – 4,6%), планирование и подготовка (37 – 3,5%), временная характеристика путешествия (35 – 3,36%), наличие компании (35 – 3,3%) место проживания (27 – 2,6%) отдых и развлечения (27 – 2,6%).

Крайняя периферия:

живописные виды (12 – 1,1%), незабываемые впечатления (9 – 0,9%), путешествие во времени (7 – 0,7%), приключения (8 – 0,8%), заботы об окружающей среде (7 – 0,7%), безопасность (6 – 0,6%), магия (4 – 0,4%), яркость красок (4 – 0,4%), наличие комфорта (4 – 0,4%), манить в путешествие (3 – 0,29%), оздоровление (2 – 0,2%), музыка (2 – 0,2%), хаотичные улицы (1 – 0,1), мечта (2 – 0,2%), ритуал (1 – 0,1%), общение с местными жителями (1 – 0,1%), обогащения внутреннего мира (1 – 0,1%), преодоление трудностей (1 – 0,1%).

Заключение

Подводя итоги описанию концепта TRAVEL на англоязычных туристических сайтах, отметим, что данный концепт широко представлен в туристическом дискурсе. Высокая номинативная плотность концепта свидетельствует об его особой значимости в английской лингвокультуре.

Основной целью туристического агентства является организация отдыха клиентов и обеспечение посещения различных частей света для ознакомления с достопримечательностями. Этим объясняется яркость социокультурной (16,59%) и оценочной (10,9%) зон в структуре концепта. В оценочной зоне превалирует положительная оценка, негативная оценка выражена слабо.

Обширное энциклопедическая зона концепта, составляющая 27,07% его содержания, говорит в пользу того, что для носителей языка прежде всего важны рациональные признаки путешествия, а именно способ передвижения, финансовые затраты и предпочтение бюджетного отдыха, длительность поездки, способ передвижения, наличие компании, место проживания. Подтверждением этому служит также обширная утилитарная зона 17, 45% и хорошо представленная регулятивная (5,43%) зоны, выряжающие прагматическое отношение к путешествию.

Образная зона концепта не является доминирующей, однако, заметна в концептуализируемой сфере – 6,58%. Когнитивный образ (5,1%) преобладает над перцептивным образом 1,4%. Образный компонент отождествляет путешествие с созерцанием живописных видов и погружением в хаос городских улиц, незабываемыми впечатлениями, перемещением во времени, приключениями, магией, мечтой, ритуалом, общением с местными жителями, с преодолением трудностей, а также тем, что обладает гипнотической силой и обогащает внутренний мир путешественника.

Информационное содержание представлено одним признаком «пространственная характеристика» (15,92%), который наиболее заметен по сравнению с другими классификационными когнитивными признаками концепта и выражает пространственные перемещения. Именно этот признак и формирует ядро концепта.

Ближняя периферия концепта TRAVEL концептуализирует характеристику субъекта путешествия (8,7%), также ярко представленную в содержании концепта.

Дальняя периферия концепта обширна, носит оценочно-прагматический характер, достаточно плотная. Значительных разрывов в яркости когнитивных признаков концепта в данной зоне не наблюдается. Здесь наиболее заметны «способ передвижения» (79 – 7,5%), «общая оценка (74 – 7,1%)», «организация путешествия (67 – 6,4%)». Два последних признака имеют непосредственное отношение к туристической деятельности.

Крайняя периферия структуры концепта не обладает заметной яркостью, она отражает преимущественно образные когнитивные представления англоговорящих носителей языка о природе путешествия. В данную зону структуры концепта вошли также несколько когнитивных признаков его интерпретационного поля (наличие комфорта, оздоровление, безопасность, забота об окружающей среде), обладающие незначительной яркостью.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Алефиренко Н.Ф. Современные проблемы науки о языке : учебное пособие / Н.Ф. Алеференко. — М. : Флинта : Наука, 2005. — 416 с.

2. Воркачев С.Г. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования / С.Г. Воркачев. — Волгоград : ВолГУ, 2007. — 400 с.

3. Карасик В.И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. — С. 75–80.

4. Пименова М.В. Душа и дух : особенности концептуализации / М.В. Пименова. — Кемерово : Графика, 2004. — 386 с.

5. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика: учеб. издание / З.Д. Попова, И.А. Стернин. — Москва : АСТ: Восток-Запад, 2010. — 314 с.

6. Воркачев С.Г. «Пошлость» по данным корпусной лингвистики / С.Г. Воркачев // Русский язык как фактор культурно-образовательной интеграции общества / Отв. соред. О.Н. Морозова, М.В. Пименова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. — С. 29–38.

7. Чернобров А.А. Использование языковых корпусов в диахроническом и синхроническом исследовании концептов английского языка (на примере концепта «freedom») / А.А. Чернобров, А.О. Кожевников // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. — 2020. — Т. 14. — С. 95–102.

8. Смирнова Е.Е. Смысловое наполнение концептов ПРАВДА и ИСТИНА в русском языковом сознании и их языковая объективация в современной русской р]ечи : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Смирнова Екатерина Евгеньевна. — Нижний Новгород, 2016. — 22 с.

9. Комарова З.И. Методология, метод, методика и технология научных исследований в лингвистике: учебное пособие / З.И. Комарова. — Екатеринбург: Изд-во Ур-ФУ, 2012. — 818 с.

10. Tourradar. — URL: https://www.tourradar.com/ (accessed: 02.11.2024).

11. LonelyPlanet. — URL: https://www.lonelyplanet.com/ (accessed: 02.11.2024).

12. Longman Dictionary of English Language and Culture — Pearson Educated Limited, 2005. — 1620 p.

13. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners — London: Macmillan Education, 2003. — 1692 p.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Alefirenko N.F. Sovremennye problemy nauki o jazyke : uchebnoe posobie [Modern problems of the science of language : textbook] / N.F. Aleferenko. — M. : Flinta : Nauka, 2005. — 416 p. [in Russian]

2. Vorkachev S.G. Lingvokul'turnyj koncept: tipologija i oblasti bytovanija [Linguocultural concept: typology and areas of existence] / S.G. Vorkachev. — Volgograd : VolSU, 2007. — 400 p. [in Russian]

3. Karasik V.I. Lingvokul'turnyj koncept kak edinica issledovanija [Linguocultural concept as a unit of research] / V.I. Karasik, G.G. Slyshkin // Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki [Methodological Problems of Cognitive Linguistics]. — Voronezh : Voronezh State University, 2001. — P. 75–80. [in Russian]

4. Pimenova M.V. Dusha i duh : osobennosti konceptualizacii [Soul and spirit : features of conceptualization] / M.V. Pimenova. — Kemerovo : Grafika, 2004. — 386 p. [in Russian]

5. Popova Z.D. Kognitivnaja lingvistika: ucheb. izdanie [Cognitive linguistics: a textbook edition] / Z.D. Popova, I.A. Sternin. — Moscow : AST: Vostok-Zapad, 2010. — 314 p. [in Russian]

6. Vorkachev S.G. «Poshlost'» po dannym korpusnoj lingvistiki ["Vulgarity" according to corpus linguistics] / S.G. Vorkachev // Russkij jazyk kak faktor kul'turno-obrazovatel'noj integracii obshhestva [Russian language as a factor of cultural and educational integration of society] / Resp. co-ed. O.N. Morozova, M.V. Pimenova. — St. Petersburg : St. Petersburg State University of Economics, 2016. — P. 29–38. [in Russian]

7. Chernobrov A.A. Ispol'zovanie jazykovyh korpusov v diahronicheskom i sinhronicheskom issledovanii konceptov anglijskogo jazyka (na primere koncepta «freedom») [Use of language corpora in diachronic and synchronic study of English language concepts (on the example of the concept "freedom")] / A.A. Chernobrov, A.O. Kozhevnikov // Aktual'nye problemy filologii i metodiki prepodavanija inostrannyh jazykov [Topical Problems of Philology and Foreign Language Teaching Methods]. — 2020. — Vol. 14. — P. 95–102. [in Russian]

8. Smirnova E.E. Smyslovoe napolnenie konceptov PRAVDA i ISTINA v russkom jazykovom soznanii i ih jazykovaja ob'ektivacija v sovremennoj russkoj rechi [The semantic content of the concepts TRUTH and VERITY in the Russian linguistic consciousness and their linguistic objectivation in modern Russian speech] : abst. dis. ... PhD in Philology / Smirnova Ekaterina Evgen'evna. — Nizhnij Novgorod, 2016. — 22 p. [in Russian]

9. Komarova Z.I. Metodologija, metod, metodika i tehnologija nauchnyh issledovanij v lingvistike: uchebnoe posobie [Methodology, method, technique and technology of scientific research in linguistics: textbook] / Z.I. Komarova. — Yekaterinburg: Publishing House Ur-FU, 2012. — 818 p. [in Russian]

 © Авторы статьи / Authors of the article

10. Tourradar. — URL: https://www.tourradar.com/ (accessed: 02.11.2024).
11. LonelyPlanet. — URL: https://www.lonelyplanet.com/ (accessed: 02.11.2024).
12. Longman Dictionary of English Language and Culture — Pearson Educated Limited, 2005. — 1620 p.
13. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners — London: Macmillan Education, 2003. — 1692 p.