

## СТРУКТУРА КОНЦЕПТА «МОНГОЛИЯ» В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

Даваасурэн Шижиртуйа, студент

Научный руководитель: Е.В. Исаева, канд. филол. наук, доцент

Научно-исследовательский Томский политехнический университет  
(Россия, г. Томск)

*Аннотация.* Данное исследование 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 «Монголия», представляющий собой одну из несущих конструкций образа мира, глобальную ментальную единицу в составе русской концептосферы. Несмотря на то, что лексико-семантическое поле Монголия – 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 отзывы.

*Ключевые слова:* концепт, структура концепта, Монголия, языковые средства объективации.

Народы мира становятся еще ближе друг к другу, проявляется насущная необходимость взаимодействовать, общаться с представителями других культур. Чем больше знаний о другой культуре, тем меньше проблем в коммуникации, а также языковых трудностей, непонимания из-за культурных различий. Даже представители разных культур могут считать чужую культуру низкопробной из-за различия языковых картин мира. Единственная вещь, с помощью которой можно решить межкультурные проблемы, – это язык. Язык – это возможность познать другую культуру, проникнуть в суть определенных понятий, слов, ассоциаций, связанных с тем или иным предметом или явлением данного народа, а все понятия, слова, ассоциации отражаются в концептах.

Концепт – то, что называет содержание понятия, синоним смысла. Концепт – это основная ячейка культуры в ментальном мире человека [1].

Настоящее исследование посвящено анализу одного из лингвокультурных концептов и одной из составляющей концептосферы русского языка – кон-

цепту "Монголия" в аспекте выявления особенностей его структуры и, соответственно, языковой репрезентации в туристическом дискурсе. Исследование обращено к рассмотрению вербализованных представлений о многоликом облике Монголии глазами представителя другой культуры в рамках антропоцентрической парадигмы гуманитарной науки.

Анализ проводился на материале отзывов российских туристов о Монголии. Объем материала составил более 50 отзывов, общим количеством 150 страниц.

Туризм является способом показать миру свою культуру, ценности, традиции и т.д. В настоящей работе туристический дискурс рассматривается как «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации» [2].

Обращаясь непосредственно к проблематике настоящего исследования, можно сказать, что эффективность коммуникации напрямую зависит от

правильного понимания концепта с учётом культурной специфики. Российские лингвисты уже обращались к этому термину, например, Н.Д. Арутюнова; С.А. Аскольдова, В.И. Карасик, В.А. Маслова и др.

Анализ языкового материала – отзывы российских туристов о Монголии – показал, что можно выделить ряд ключевых микроконцептов, вокруг которых выстраивается языковая объективация самого концепта «Монголия»: Монголия (страна), природа, монголы.

Структура концепта «Монголия» описана с двух разных позиций, определяющих его особенности: в аспекте выделения в структуре концепта основных микроконцептов: «страна», «природа» и «монголы», содержательно наполняющих концепт «Монголия», с другой стороны, с точки зрения семантических параметров концепта, положенных в основу теоретико-методологических положений в исследовании концептосферы русского языка.

Идею о трёх базовых структурных элементах концепта развивал в своих исследованиях В.И. Карасик, выделяющий в структуре концепта три основных компонента: понятийный (информационно-фактуальный) – далее ПК; образный (образно-перцептивный) – далее ОК; ценностный – далее ЦК [3].

Рассмотрим на отдельных примерах структуру концепта «Монголия» и средства языковой объективации в отзывах российских туристов о Монголии.

**Микроконцепт “страна”:** межкультурный аспект в самом названии – представление о Монголии глазами российских туристов.

В исследовании положительные отзывы преобладают над отрицательными:

*«...Монголия – прекрасное место, страна контрастов...»*

*Монголия – чудесная страна со своим колоритом, удивительная и экзотичная страна...*

*Монголия – средство от депрессии, страна – отдых от обыденности!*

*Монголия – это страна-соседка.*

*Монголия – страшный сон вегетарианца: мясо идёт на завтрак, обед и ужин, одна из самых экзотичных и диких стран, исток исторической родины, самобытная страна с древней великой историей» [4].*

**ПК** – Монголия, страна; **ОК** – страна-соседка, страшный сон вегетарианца, средство от депрессии; **ЦК** – прекрасное место, чудесная страна со своим колоритом, удивительная и экзотичная страна, самобытная страна с древней великой историей.

Важнейшим микроконцептом Монголии является уникальность природы. Природа, в которой рождаются народ, культура, традиции, песни и легенды.

Описывая природу Монголии, российские туристы называют следующие особенности: [4]

*«...природа - нетронута человеком, чистейшая вода в реках, необычайная природа, природа просто сводит с ума, вечные степи, которым нет ни конца ни края, и какая-то таинственность с духом прошлого. Эти невероятные ощущения невозможно описать словами! Природа отличается от Алтая - больше простора, первозданная, естественная и дикая природа, фантастические закаты и рассветы, золотой песок, бесчётные звёзды в небе над пустыней, фантастический пейзаж, песчаные горы, которые ветер, будто рябью, покрывает волнистым узором...».*

**ПК** – природа; **ОК** – Фантастический пейзаж, песчаные горы, которые ветер, будто рябью, покрывает волнистым узором. Фантастические закаты и рассветы, золотой песок, бесчётные звёзды в небе над пустыней. Вечные степи, которым нет ни конца ни края, и какая-то таинственность с духом прошлого; **ЦК** – необычайная природа, дикая природа, природа отличается от Алтая - больше простора.

**Микроконцепт «Монголы»** порождает у российских туристов такие ассоциации, как:

*«Монголы—очень музыкальная нация, колоритные местные жители,*

люди остались так людьми, необычайный народ, встретили тепло, люди красивые и гостеприимные. Люди как взрослые, так и дети очень приветливые и гостеприимные! Монгольские дети очень дружелюбны и так чертовски симпатичны. Они известны своими большими розовыми красными щеками, покрывающими большую часть их лица. Монголы - спокойные, дружелюбные и любопытные люди» [5].

Описывая монголов, туристы, как правило, отмечают их музыкальность, дружелюбие и гостеприимство.

**ПК** – монголы, нация, местные жители, люди, народ, дети; **ОК** – чертовски симпатичны; **ЦК** – спокойные, дружелюбные и любопытные люди, необычайный народ; очень музыкальная нация.

#### Библиографический список

1. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика. - Минск: ТетраСистемс, 2004. – С. 31-32.
2. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англоамериканской рекламе [Текст]: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Н.А. Тюленева. – Омск, 2008. – С. 23.
3. 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.
4. Отзовик. Отзыв: Путешествие по Монголии [Электронная версия статьи]. URL: [http://otzovik.com/review\\_2147689.html](http://otzovik.com/review_2147689.html) (дата обращения 10.01.2018).
5. Тонкости туризма. 8 отзывов туристов о Монголии [Электронная версия статьи]. URL: <https://tonkosti.ru/> (дата обращения 10.01.2018)

Таким образом, в рамках данного исследования были даны общие представления о концепте «Монголия» и его универсальной природе. Концепт «Монголия» структурирован с учетом трёх микроконцептов: страна, природа, монголы. Микроконцепты описаны с учетом трехуровневой структуры: понятийный, образный и ценностный компоненты. Выявлены языковые средства, объективирующие концепт «Монголия» на каждом уровне его структуры. Монголия 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.

**THE STRUCTURE OF THE CONCEPT "MONGOLIA" IN THE TOURIST DISCOURSE: PECULIARITIES OF LANGUAGE REPRESENTATION****Davaasuren Shizhirtuya**, *student***Supervisor:** *E.V. Isayeva, candidate of philology, associate professor***National research Tomsk polytechnic university**  
**(Russia, Tomsk)**

***Abstract.** This study is determined by the productivity of the anthropocentric approach to the description of the language developed in modern linguistics, the need to develop the theoretical provisions of cognitive linguistics and linguoculturology, as well as increased attention and the need for modern linguistics in the study of key concepts of culture, which include the described concept of " Mongolia ", which is one of the non-existent designs of the image of the world, a global mental unit within the Russian conceptsfrera. Despite the fact that the lexical and semantic field of Mongolia is one of the most meaningfully saturated and multi-faceted interpretations, the linguistic aspect of this concept has not been sufficiently explored, only a few areas of the rich linguistic world of this concept have been explored, especially regarding the functioning of this concept in such genre formations as review.*

***Keywords:** concept, structure of the concept, Mongolia, language means of objectification.*