

Ван Цзюаньцзюань

Пермский государственный национальный исследовательский университет

г. Пермь, Российская Федерация

1395487147@qq.com

Образ гор как туристических объектов: Кавказ и Алтай

Аннотация

Целью настоящего исследования является определение особенностей вербализации образов гор Алтая и Кавказа как туристических объектов у россиян. Основное внимание уделяется сенсорным, ассоциативным и концептуальным признакам, формирующим вербальные образы этих регионов. Анкетирование, проведенное среди 60 информантов, позволило выявить ключевые характеристики, ассоциируемые с Кавказом и Алтаем, такие как природа, красота, сила и построить структурированные модели этих вербальных образов. Результаты анализа показали, что ядро вербального образа Кавказа включает в себя элементы гор, силы и культурного наследия, тогда как ядро вербального образа Алтая объединяет экологию, девственную природу и красоту. Предъядерные классы признаков КРАСОТА, СИЛА, РАЗМЕР, ЧУВСТВА выделяются в образах обоих горных регионов, но первые три в большей степени важны для образа Кавказа, а последний более важен для образа Алтая. Отмечены и классы, характерные только для одного из двух образов. Сильные связи классов признаков в вербальном образе Кавказа отмечаются между такими компонентами образа, как природа, сила, люди и размер, в то время как в образе Алтая эти связи обнаруживаются между компонентами природа, экология и красота.

Ключевые слова: топоним, структура вербального образа, полевой подход, семантический класс

© Ван Ц. 2024

Для цитирования: Ван Ц. Образ гор как туристических объектов: Кавказ и Алтай // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 4. С. 5–16. <https://doi.org/10.22250/24107190-2024-10-4-5>