Ходжаева Наргиза
доктор философии по филологическим наукам (PhD),

старший преподаватель кафедры методики русского языка, Ферганский государственный университет, Узбекистан

КОНЦЕПТЫ «ГОСТЕПРИИМСТВО», «ПУТЕШЕСТВИЕ», «ДОМ» В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация

В статье рассматриваются ключевые концепты «гостеприимство», «путешествие» и «дом» в туристическом дискурсе в когнитивно-дискурсивном и лингвокультурологическом аспектах. Актуальность исследования обусловлена тем, что современная туристическая коммуникация строится не только на информировании, но и на символическом конструировании опыта, в котором данные концепты выступают как смысловые центры рекламного и медиадискурса. Цель статьи состоит в выявлении специфики репрезентации указанных концептов в туристических текстах и определении их прагматических функций. Материалом исследования послужили рекламные тексты, слоганы туристических агентств, цифровые платформы и медиапубликации на русском и узбекском языках. В работе использованы когнитивно-дискурсивный, лингвокультурологический и сопоставительный методы. Установлено, что концепт «гостеприимство» реализуется через коды заботы, щедрости и включённости в сообщество, концепт «путешествие» - через образы движения, свободы и трансформации, а концепт «дом» - через символику уюта, безопасности и эмоциональной принадлежности. Показано, что в туристическом дискурсе данные концепты функционируют как взаимосвязанные смысловые структуры, формирующие привлекательный образ дестинации и направляющие поведение потребителя.

Ключевые слова

концепт, туристический дискурс, гостеприимство, путешествие, дом, лингвокультурология, когнитивная лингвистика, медиадискурс, реклама, культурные коды.

Introduction

Туристический дискурс в современной гуманитарной науке рассматривается как особый тип медиированной коммуникации, в которой язык выполняет не только информативную, но и символическую, а также персуазивную функцию. В отличие от нейтрального описания пространства, туристический текст формирует образ дестинации, опираясь на культурно значимые концепты, через которые потенциальный адресат интерпретирует предлагаемый опыт. Одними из наиболее устойчивых и репрезентативных концептов в данном дискурсе являются «гостеприимство», «путешествие» и «дом».

Концепт «гостеприимство» традиционно связывается с культурными моделями взаимодействия «свой - чужой» и отражает нормы включения, заботы и щедрости. В работах по лингвокультурологии подчеркивается, что гостеприимство выступает как ценностная доминанта, закреплённая в языковых формулах, ритуалах и символических практиках [1, с. 112]. Концепт «путешествие», в свою очередь, соотносится с идеями движения, открытия и изменения, что делает его центральным в туристической коммуникации. «Дом» же функционирует как противопоставление и одновременно точка отсчёта: он задаёт категорию безопасности, к которой апеллирует реклама, предлагая «чужое» как «своё».

Особую значимость приобретает анализ этих концептов в сопоставительном аспекте, поскольку их реализация зависит от культурного контекста. В русской и узбекской лингвокультурах данные концепты имеют общие ценностные основания, но различаются по способам языковой и символической репрезентации.

Methods

Методологической основой исследования послужили когнитивно-дискурсивный и лингвокультурологический подходы, позволяющие рассматривать концепты как ментальные образования, реализуемые в языке и дискурсе. Материалом анализа стали туристические рекламные тексты, слоганы, описания туров и цифровые публикации (сайты, социальные сети), отобранные по принципу типичности и частотности употребления концептов. Анализ включал три этапа. На первом этапе выделялись языковые репрезентации концептов (лексические единицы, устойчивые выражения, метафоры). На втором этапе определялись их когнитивные признаки и культурные ассоциации. На третьем этапе проводилось сопоставление русских и узбекских материалов с целью выявления сходств и различий в их функционировании.

Results

Анализ показывает, что концепт «гостеприимство» в туристическом дискурсе реализуется через устойчивые формулы и образы, подчеркивающие открытость и заботу. В русских рекламных текстах часто встречаются выражения: «теплый прием», «радушные хозяева», «вас встретят как родных». Например: «Погрузитесь в атмосферу настоящего восточного гостеприимства, где каждый гость - желанный». Здесь гостеприимство концептуализируется через эмоциональную близость и включённость.

В узбекской коммуникации данный концепт имеет более выраженную культурную маркированность: «mehmondo‘stlik», «ochiq ko‘ngil», «mehmon uchun hamma narsa tayyor». Например: «Sizni chinakam o‘zbekona mehmondo‘stlik kutmoqda», что предполагает не просто прием, а особую культурную практику - угощение, внимание, уважительное обращение. В этом случае концепт дополняется невербальными и предметными символами (dasturxon, чай, совместная трапеза), что усиливает его прагматический эффект.

Концепт «путешествие» реализуется через метафоры движения и трансформации. В русских текстах доминируют формулы: «откройте для себя», «отправьтесь в незабываемое путешествие», «погрузитесь в мир новых впечатлений». Например: «Откройте для себя древние города и почувствуйте дыхание истории». Здесь акцент делается на познании и эмоциональном переживании.

В узбекских текстах чаще используется лексика, связанная с открытием и опытом: «sayohat qiling», «yangi joylarni kashf eting», «unutilmas taassurotlar». Например: «Yangi manzillarni kashf eting va unutilmas lahzalarni boshdan kechiring». Концепт «путешествие» в обоих случаях связан с идеей изменения состояния, однако в узбекской традиции он чаще сопровождается коллективным компонентом (семья, группа), тогда как в русской - индивидуальным опытом.

Концепт «дом» в туристическом дискурсе функционирует парадоксально: он одновременно обозначает исходную точку и метафорически переносится на пространство путешествия. В русских текстах это выражается в формулах: «чувствуйте себя как дома», «уют и комфорт вдали от дома». Например: «Наш отель станет для вас вторым домом». Здесь происходит символическое присвоение чужого пространства.

В узбекской коммуникации концепт «дом» тесно связан с семейностью: «o‘z uyingizdek his eting», «oilaviy muhit», «qulaylik va osoyishtalik». Например: «Bu yerda siz o‘zingizni xuddi uyingizdagidek his qilasiz». В данном случае «дом» ассоциируется не только с пространством, но и с отношениями - заботой, уважением, общностью.

Discussion

Полученные данные позволяют утверждать, что концепты «гостеприимство», «путешествие» и «дом» образуют в туристическом дискурсе взаимосвязанную систему.

«Путешествие» задаёт динамику, «гостеприимство» обеспечивает комфорт и включённость, а «дом» служит точкой эмоциональной стабилизации.

В русской коммуникации наблюдается тенденция к индивидуализации опыта: путешествие представляется как личное открытие, а дом - как переносимая категория комфорта. В узбекской - акцент смещается в сторону коллективности и культурной укоренённости: гостеприимство и дом выступают как социальные практики, а путешествие - как форма совместного опыта. С прагматической точки зрения данные концепты выполняют аттрактивную, идентификационную и персуазивную функции. Они не только структурируют текст, но и формируют ценностное поле, в котором адресат принимает решение о выборе дестинации.

Conclusion

Анализ показал, что концепты «гостеприимство», «путешествие» и «дом» являются ключевыми элементами туристического дискурса и выполняют системообразующую функцию. Их реализация зависит от культурного контекста и коммуникативной задачи, однако во всех случаях они направлены на создание привлекательного и эмоционально значимого образа путешествия. Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением цифровых форм туристической коммуникации, где данные концепты получают новые способы визуально-вербальной репрезентации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477 с.
2. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. - М.: Академический проект, 2004. - 992 с.
3. Вежбицкая А. Понимание культур через ключевые слова. - М.: Языки славянской культуры, 2001. - 288 с.
4. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие. - М.: Академия, 2007. - 208 с.
5. Кубрякова Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 560 с.